

MONITOR GLOBAL DE EMPRENDIMIENTO



Monitor Global de Emprendimiento (GEM)

Guatemala:
Reporte Nacional 2022/2023

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

CONTENIDO

PREFACIO	5
PATROCINADORES Y FUNDADORES DEL GEM	7
EQUIPO NACIONAL DEL GEM	8
RESUMEN EJECUTIVO	10
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO 1. MARCO CONCEPTUAL DEL GEM	15
a) Marco conceptual	15
b) Fases del proceso emprendedor	16
CAPÍTULO 2. EL EMPRENDIMIENTO A NIVEL INTERNACIONAL	18
a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento	18
b) Fases del proceso emprendedor	21
c) Entorno donde se desarrolla el emprendimiento	¡Error! Marcador no definido.
c) El entorno en donde se desarrolla el emprendimiento	25
CAPÍTULO 3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR GUATEMALTECO Y SUS NEGOCIOS	28
a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala	29
b) Las fases del proceso emprendedor en Guatemala	33
c) Características de los emprendedores	36
1. Herencia emprendedora: emprendí porque mis padres lo hicieron.	36
2. Sexo: los emprendedores, en su mayoría son hombres.	37
3. Edad: la mitad de los emprendedores tiene entre 18 y 34 años.	37
4. Educación formal: más de la mitad de quienes completaron la universidad emprende.	38
5. Importancia del emprendimiento: se emprende para aportar al hogar.	39
d) Características de los negocios	40
1. Inversión inicial: cuatro de cada diez emprendimientos inician con menos de Q.5 mil.	40
2. Actividad económica: 7 de cada 10 emprendimientos están orientado al consumo.	42
3. Generación de empleo: 1 de cada 3 emprendimientos no generan ningún empleo.	43
4. Expectativas de generación de empleo: el 89% de los emprendedores en fases establecidas espera generar más empleos en los próximos 5 años.	44

5. Ubicación de los negocios: el 55% de los emprendedores en fases tempranas atiende en su mayoría a clientes de su comunidad, pueblo o aldea.	44
6. Registro del negocio: 6 de cada 10 emprendedores en fases temprana opera informalmente.	45
CAPÍTULO 4. EL ENTORNO PARA EMPRENDER EN GUATEMALA	47
a) Encuesta Nacional a Expertos	47
1. Apoyo financiero: la mayor oportunidad de financiamiento está en familiares, amigos y otras personas conocidas.	48
2. Políticas de gobierno: no favorecen el emprendimiento.	50
3. Programas de gobierno: no hay suficientes esfuerzos para apoyar la actividad emprendedora.	52
4. Educación y formación emprendedora: es adecuada a nivel superior y vocacional, pero no en los niveles primario y secundario.	53
5. Transferencia de conocimientos y tecnología: una de las debilidades del ambiente emprendedor en Guatemala.	55
6. Infraestructura comercial y profesional: ambiente propicio para la actividad emprendedora, excepto por la capacidad de pago.	56
7. Apertura del mercado interno: las empresas enfrentan dificultades para entrar a nuevos mercados y los mercados no son dinámicos.	57
8. Infraestructura física: hay disponibilidad y acceso a servicios, pero la infraestructura física no es adecuada.	59
9. Normas sociales y culturales: las normas sociales y culturales dan un apoyo débil a la actividad emprendedora.	60
CONCLUSIONES	62
BIBLIOGRAFÍA	62
ANEXOS	67

PREFACIO

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

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

Gracias a la elaboración del GEM, desde el 2009 se cuenta con información única para Guatemala, que permite conocer las características propias del emprendedor, de su negocio y de sus actitudes y percepciones de cara al entorno en donde desarrolla sus actividades. Esta información ha sido plasmada en la entrega de trece 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 de emprendimiento a nivel mundial, al contar con estadísticas comparables con otros países y regiones.

Sabemos que para 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 por las actividades de pequeños emprendimientos que contribuyen al sostenimiento de un número importante de hogares. Por ello, debemos tomar con responsabilidad el tipo de iniciativas que, con los mejores deseos, pretenden “apoyar” al emprendimiento, y que al final pueden provocar consecuencias no intencionadas. Que se traducen en barreras que limitan aquella actividad que desean apoyar o distorsionan el ciclo natural del proceso emprendedor. Esas distorsiones complican la asignación eficiente de recursos y la creación de riqueza, acciones inherentes al rol del emprendedor en la economía.

Con la entrega del presente reporte, buscamos seguir contribuyendo a la comprensión del fenómeno del emprendimiento, evidenciar los desafíos (como la necesidad de desregular y simplificar las normativas existentes para hacer negocios) y prevenir del tipo de iniciativas que al implementarse podrían impactar negativamente el proceso emprendedor. A través de una aproximación técnica y académica, presentamos insumos valiosos para que académicos, formadores de opinión y hacedores de política pública, utilicen el presente reporte como punto de partida, para hacer contribuciones beneficiosas para el país desde su esfera de influencia.

Mónica Río Nevado de Zelaya

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, para efectos de constitución y regulación, el ente que organiza y administra el proyecto GEM. GERA es una asociación formada por Babson College y representantes de los Equipos Nacionales (51 países para el ciclo 2022-2023).

Para más información, visite www.gemconsortium.org

Babson College



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

Para más información, visite www.babson.edu

Universidad 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 52 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

Mónica Río Nevado de Zelaya, Doctor en Economía, es 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 del libro Aprende y Emprende, un libro y proceso de educación que busca desarrollar el pensamiento emprendedor en alumnos jóvenes y sus maestros. Coautora del libro “The 7 Habits of the Highly Effective College Students”, un libro de liderazgo personal que busca potenciar el desarrollo de habilidades personales y de liderazgo necesarias para la vida personal y profesional. Ha sido Revisor Técnico para varias editoriales dentro de las que se pueden mencionar McGraw Hill, Prentice y otras con las que también ha publicado casos en varios libros de texto. Conferencista y catedrática, reconocida con el Premio Robert Nozick.

Carolina Uribe

Carolina Uribe es la Directora del Departamento de Administración de Empresas y Emprendimiento de la Facultad de Ciencias Económicas y del Centro de Emprendimiento Kirzner de la Universidad Francisco Marroquín. El Centro promueve el conocimiento y la práctica del emprendimiento a través de educación, investigación y servicio y apoyo a la comunidad. Carolina es catedrática de los cursos: Global Management & Entrepreneurship, Proyecto de Business Challenge y Entrepreneurial Thinking en la UFM. También ha trabajado para la Fundación Pacunam; Directora Ejecutiva de la Sesión 119 del Comité Olímpico Internacional; Gerente de Proyecto para el Departamento de Protocolo, Eventos y Hospitalidad para el Comité Olímpico Internacional para los Juegos Olímpicos de Beijing y Londres; fue líder de equipo en Porter Novelli y Coordinadora de Proyectos en la Fundación para el Desarrollo de Guatemala (FUNDESA). Carolina tiene una licenciatura en administración de empresas con especialización en finanzas de la Universidad Francisco Marroquín y un MBA de Babson College.

Natalia Ponce

Coordinadora de proyectos para el Centro de Emprendimiento Kirzner, posee una licenciatura en Emprendimiento y Negocios con especialidad en Mercadeo por parte de la Universidad Francisco Marroquín.

Elisa Hernández

Coordinadora del Centro de Emprendimientos Kirzner y catedrática auxiliar de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Francisco Marroquín. Posee una Licenciatura en Emprendimiento y Negocios por parte de la Universidad Francisco Marroquín. Ex becaria del programa Impulso al talento Académico -ITA-.

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 10 años ha desarrollado estudios en temas relacionados con el emprendimiento en Guatemala y el mercado laboral. David tiene una licenciatura en economía por parte de la Universidad Francisco Marroquín y una maestría en economía por parte de la Universidad de Brandeis en Estados Unidos. Es ex becario de los programas: Fulbright, Guatefuturo e Impulso al Talento Académico -ITA-.

RESUMEN EJECUTIVO

¿Qué es el GEM?

El Monitor Global de Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés, *Global Entrepreneurship Monitor*) es el esfuerzo de investigación sobre emprendimiento más grande a nivel mundial, que en el ciclo 2022/2023 cumple veinticuatro 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 del estudio. En el ciclo 2022/2023 participaron 49 países en la medición de la actividad emprendedora y 51 países en la medición de las percepciones de expertos sobre el entorno para emprender, siendo realizada en Guatemala por el Centro de Emprendimiento Kirzner de la Universidad Francisco Marroquín. Esta es la undécima ocasión en la 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-), que recoge las percepciones de expertos acerca de las características del entorno institucional y cultural en donde se desarrolla la actividad empresarial.

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

Guatemala en el contexto internacional

Guatemala posee la Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA) más alta del mundo (29.4%). Tres de las cuatro fases del proceso emprendedor (emprendimiento potencial -47.3%, emprendimiento temprano -29.4%- y emprendimiento establecido -11.6%-) son superiores en Guatemala que en Latinoamérica y que en las tres categorías de países según 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 es similar al de países con ingresos

bajos, y el reconocimiento 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 similar a los países con ingresos bajos en las oportunidades de negocio percibidas y los supera en 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 los países de Latinoamérica.

Características del emprendedor guatemalteco y sus negocios

Los emprendedores guatemaltecos en su mayoría son hombres (52%), y tienen entre 18 y 34 años (57.9%). Más de la mitad (58%) tiene por lo menos un nivel de educación de diversificado completo, aunque uno de cada cinco emprendedores tiene un nivel educativo de primaria completa o no ha estudiado (22.5%).

Casi seis negocios de cada diez de los emprendedores guatemaltecos (59.2%) inician con una inversión inicial menor a Q.10 mil. Siete de cada diez (74%) están orientados al sector de consumo y alrededor de cinco negocios de cada diez no generan ningún empleo (48.5%). Aun así, ocho de cada diez emprendedores establecidos (74.8%) y casi nueve de cada diez emprendedores tempranos (90.9%), tienen la esperanza de generar algún empleo adicional en los próximos cinco años. Los negocios sirven mercados pequeños, siete de cada diez atienden a clientes en su comunidad o municipio (72.6%) y el 70.7% 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 50%.

El contexto en el que se desarrolla el emprendimiento

Los expertos encuestados consideran que la educación y formación para el emprendimiento es adecuada a nivel superior y vocacional, pero no en los niveles primario y secundario (en donde hace falta reforzar el espíritu emprendedor, los principios de una economía de mercado y estimular la creatividad, autosuficiencia e iniciativa personal). 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. Asimismo, que las fuentes de financiamiento para los emprendedores son escasas, los expertos encuestados ven el sector financiero guatemalteco como una restricción a la actividad emprendedora. Por otra parte, se considera que no hay políticas de gobierno favorables al emprendimiento, ni suficientes programas de gobierno para apoyar la actividad emprendedora.

Se considera que hay disponibilidad de infraestructura comercial y profesional, pero muchas barreras de acceso para los emprendedores, pues estos carecen de capacidad de pago para contratar servicios especializados de consultoría, profesionales, legales y contables. A nivel interno, existen algunas barreras de entrada y costos para acceder a nuevos mercados, y los mercados no son dinámicos, pues no cambian drásticamente de un

año a otro. Hay disponibilidad y acceso a servicios (en especial de telecomunicación), pero la infraestructura física no es la adecuada, lo cual aumenta los costos de las empresas y es una restricción para que atiendan a mercados más amplios o en una localización geográfica lejana. Se percibe que en el país las normas sociales y culturales apoyan la actividad emprendedora.

Comparado con los demás países, el mejor puntaje para Guatemala está en la categoría de educación técnica y superior, en donde se ubica en la posición 16 de 51 países. Por otra parte, en la categoría de transferencia de conocimiento y tecnología ocupa el penúltimo lugar (posición 50), misma posición que ocupa el poco dinamismo que se percibe en el mercado interno del país para que empresas nuevas y en crecimiento incursionen en ellos. En general, el emprendedor y sus negocios se enfrentan a un ambiente poco propicio y no se han logrado los esfuerzos suficientes para cambiar la situación en el corto plazo.

GEM Guatemala Reporte 2022-2023

INTRODUCCIÓN

El GEM es el estudio sobre emprendimiento más importante a nivel mundial que logra describir la actividad emprendedora en sus diferentes fases en 49 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, quienes inspirados en el Índice de Competitividad Global que desde 1979 publica anualmente el Foro Económico Mundial, quisieron realizar un Índice de Competitividad Empresarial. En 2022, el GEM cumplió 24 años de realizarse de forma consecutiva desde el primer informe elaborado en 1999, en el cual participaron 10 países. Durante estos 24 años, han participado en el informe 120 economías. En el ciclo 2022-2023 participan 49 países en la medición de la actividad emprendedora y 51 países en la calificación del entorno para emprender (ver el listado en el Anexo 2). Hay cuatro países que han participado en todos los informes: Estados Unidos, Brasil, Alemania e Irán.

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 geográficas (Asia Oriental y Meridional; Europa y Norte América; Latinoamérica y el Caribe; y Oriente Medio y África), y tres niveles de ingresos (bajo, medio y alto)¹. 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 describe el marco conceptual utilizado por el GEM y las etapas de la actividad emprendedora. En el segundo capítulo se hace una comparación internacional de los principales indicadores de las dos encuestas con las que se recopila la información. En los capítulos 3, 4 y 5 se describe a detalle los resultados de estas encuestas (APS y NES) para el caso específico de Guatemala.

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. Asimismo, se incluye a Turquía y Chipre en Europa, aunque la clasificación de la Organización de las Naciones Unidas -ONU- incluya a estos países en Asia Occidental. De igual manera, se agrupa en una sola región a países de África y Medio Oriente para tener una mayor representatividad de países para los distintos niveles de ingresos.

CAPÍTULO 1. MARCO CONCEPTUAL DEL GEM

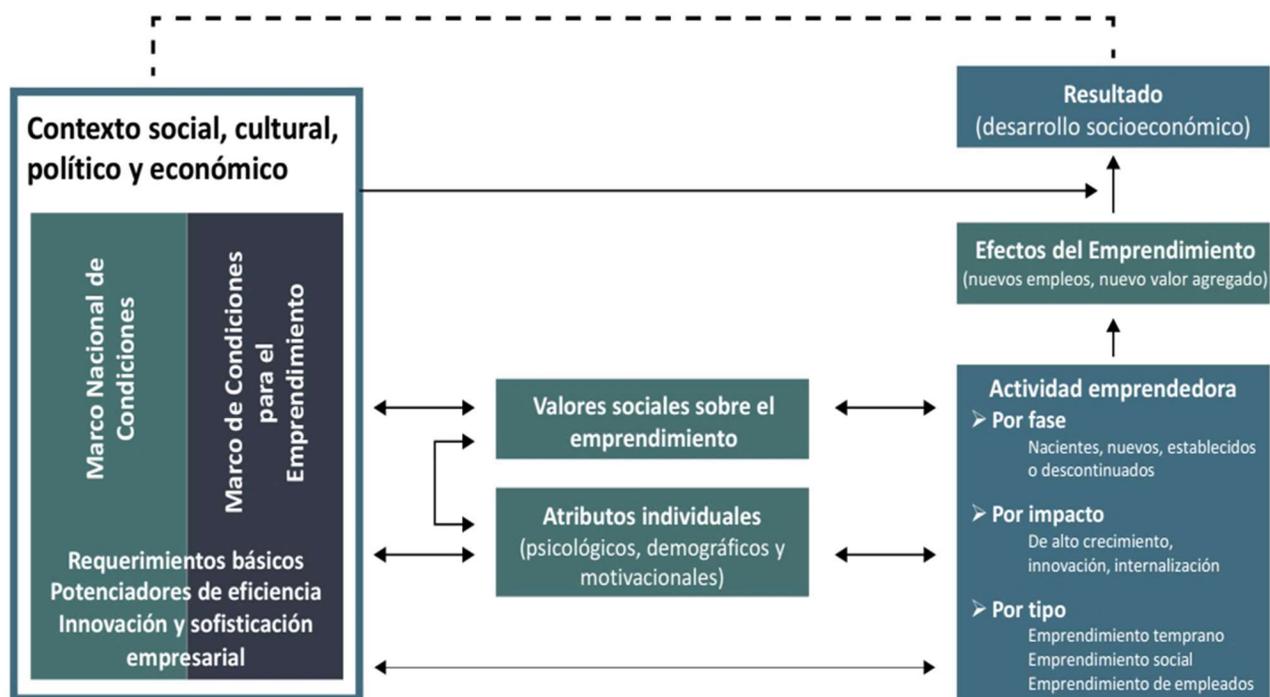
a) Marco conceptual

El Marco Conceptual del GEM mostrado en la Figura 1 ilustra la relación del emprendimiento con su entorno. El contexto social, cultural, político y económico influye directamente en el emprendimiento e 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.

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.

Figura 1: Marco Conceptual del GEM



Fuente: Elaboración propia.

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 múltiples fases del proceso emprendedor (naciente, nuevo, establecido, discontinuado), impacto potencial (creación de empleo, innovación, internacionalización), y tipo de actividad (emprendimiento temprano -TEA-, emprendimiento social -SEA-, e intra-emprendimiento² -EEA-).

El Marco Conceptual del GEM es la guía para elaborar los instrumentos con los que se recopilan los datos y la 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.

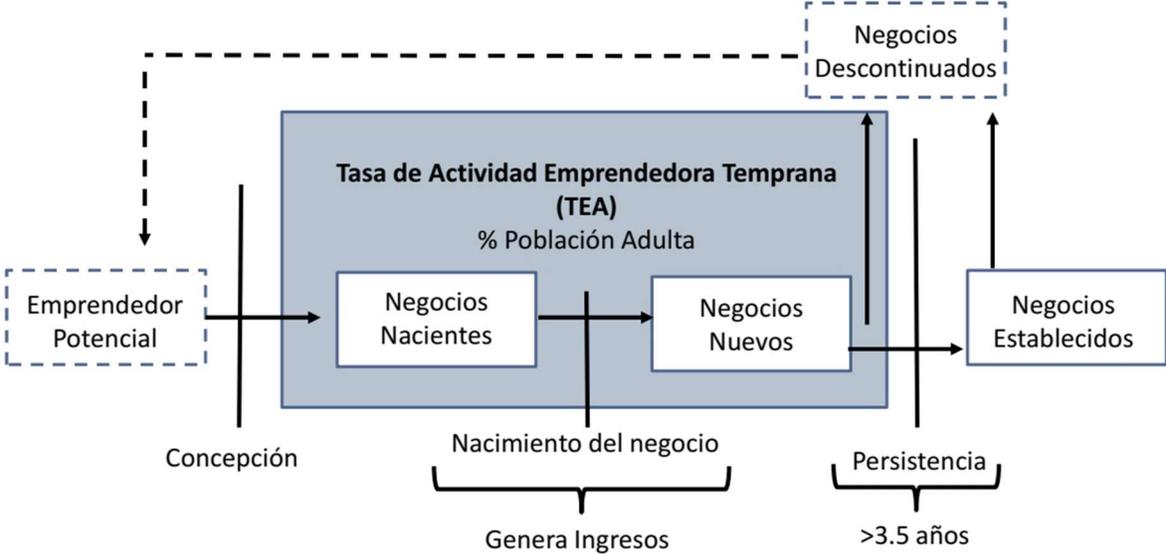
b) Fases del proceso emprendedor

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 discontinuado (ver Figura 2).

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

² Actividad empresarial por parte de los empleados.

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



Fuente: Elaboración propia.

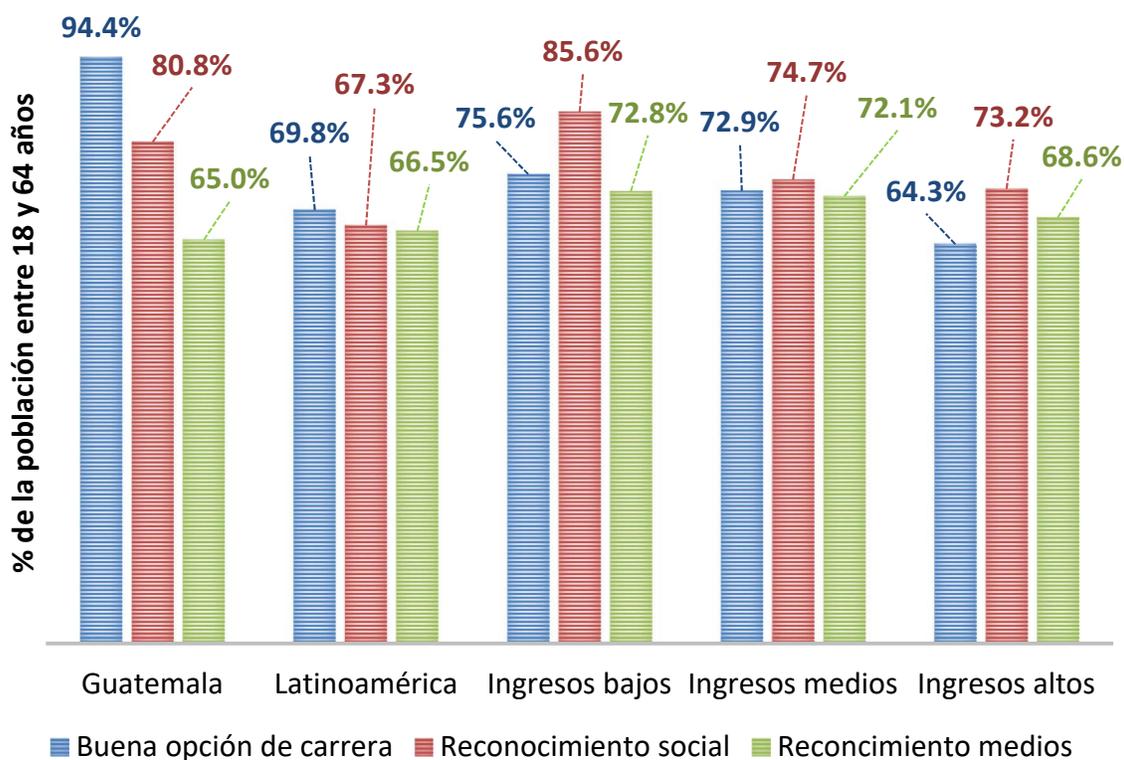
CAPÍTULO 2. EL EMPRENDIMIENTO A NIVEL INTERNACIONAL

a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento

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

Los datos recabados en 2022 indican que, en economías de ingresos bajos, el 75.6% de las personas entre 18 y 64 años considera que el emprendimiento es una buena opción de carrera para generar ingresos. El porcentaje baja a 72.9% para los países de ingresos medios y a 64.3% en países de ingresos altos. En países de Latinoamérica y El Caribe, el 69.8% de las personas hace esa afirmación, mientras que en Guatemala lo hace el 94.4%.

Gráfica 2.1: Percepciones sociales respecto al emprendimiento



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

En el caso del reconocimiento social, el 85.6% de las personas en países de ingresos bajos considera que los emprendedores gozan de buen estatus social, lo cual es superior que en el caso de las economías de ingresos medios (74.7%) y en las de ingresos altos (73.2%). En Latinoamérica y El Caribe, así lo considera el 67.3% de las personas y en Guatemala lo señala el 80.8%, la valoración más alta de la región.

Por último, el 72.8% de las personas en países de ingresos bajos, el 72.1% de las personas en países de ingresos medios y 68.6% de la población que vive en países con ingresos altos dijeron que los emprendedores son reconocidos por los medios de comunicación. En Latinoamérica y El Caribe lo afirmó el 66.5% y en Guatemala solo el 65% (ver Gráfica 2.1).

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

- En las economías con ingresos bajos y medios, más que en economías con ingresos altos, se considera el emprendimiento como una buena opción de carrera, probablemente debido a la ausencia de otro tipo de oportunidades para generar ingresos, lo cual es más marcado en el caso de Guatemala.
- El reconocimiento social de los emprendedores es más alto en las economías de ingresos bajos que en las de ingresos medios y que en las de ingresos altos. En Latinoamérica el reconocimiento social de los emprendedores es más bajo que en las tres categorías antes mencionadas, mientras que en Guatemala es similar a la de economías con ingresos bajos.
- Los emprendedores son poco reconocidos en los medios de comunicación y no existe mucha diferencia si es en economías con ingresos medios o bajos. La proporción en Latinoamérica se ubica por debajo a las economías de ingresos bajos, medios y altos. En Guatemala, el reconocimiento en medios es inferior que en todas las categorías anteriormente analizadas.

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, el emprendimiento tiene un reconocimiento social promedio (aunque posee la mayor valoración de los países de Latinoamérica y del Caribe), pero un bajo reconocimiento en los medios de comunicación.

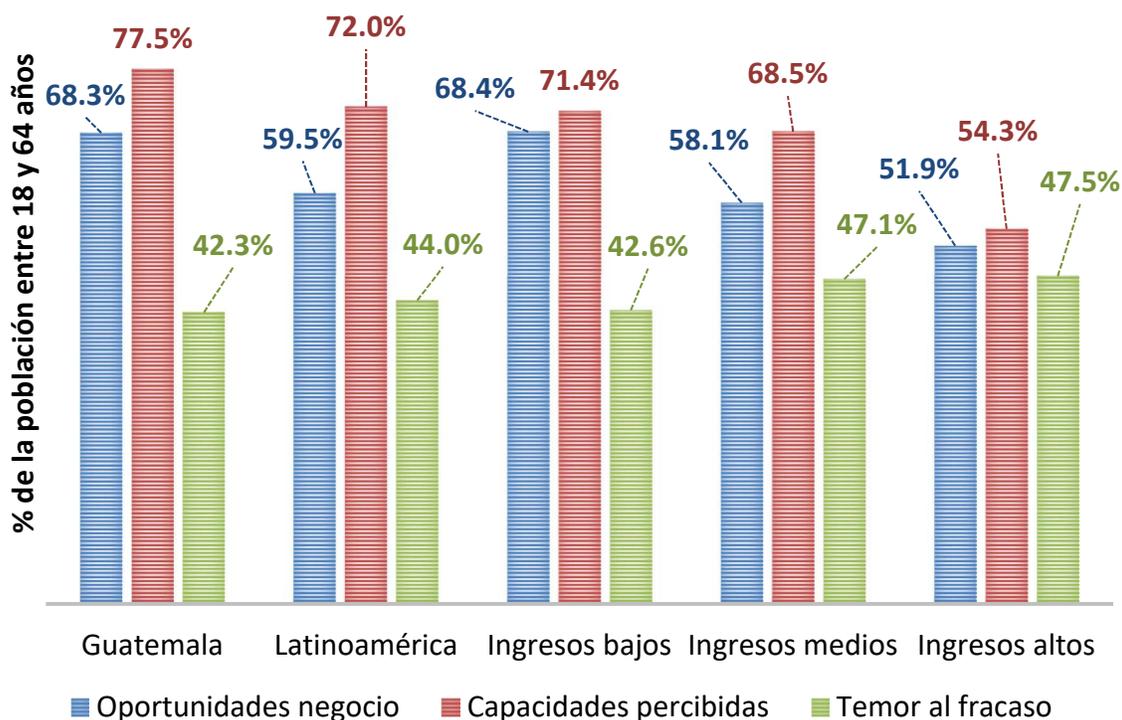
En cuanto a las actitudes ante el emprendimiento, los resultados se muestran en la Gráfica 2.2. El GEM evalúa tres aspectos: 1) la percepción que tiene la población adulta sobre las oportunidades de negocios, 2) las habilidades que poseen para aprovechar la oportunidad de iniciar un nuevo negocio, y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

El 68.4% de las personas en economías de ingresos bajos considera que habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio, en las economías de ingresos altos este porcentaje es el más bajo (51.9%), y en las economías de ingresos medios, así lo cree el 58.1% de las personas. En Latinoamérica y El Caribe el porcentaje es superior (59.5%), mientras que en Guatemala el porcentaje es más alto (68.3%).

Respecto a las capacidades que las personas consideran tener para aprovechar las oportunidades de negocio percibidas, los porcentajes bajan a medida que se pasa de una economía de ingresos bajos (71.4%) a una de ingresos medios (68.5%) y a una de ingresos altos (54.3%). En Latinoamérica y El Caribe, el 72% de los encuestados cree tener las capacidades para iniciar un negocio, mientras que en Guatemala así lo considera el 77.5%.

Respecto al temor al fracaso, este aumenta en la medida que se pasa de una economía de ingresos bajos (42.6%), medios (47.1%), a una de ingresos altos (47.5%). En Latinoamérica y El Caribe, el 44% de las personas cree que el temor al fracaso puede ser un obstáculo para iniciar un negocio, mientras que en Guatemala el porcentaje es levemente menor (42.3%).

Gráfica 2.2: Actitudes frente al emprendimiento



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

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

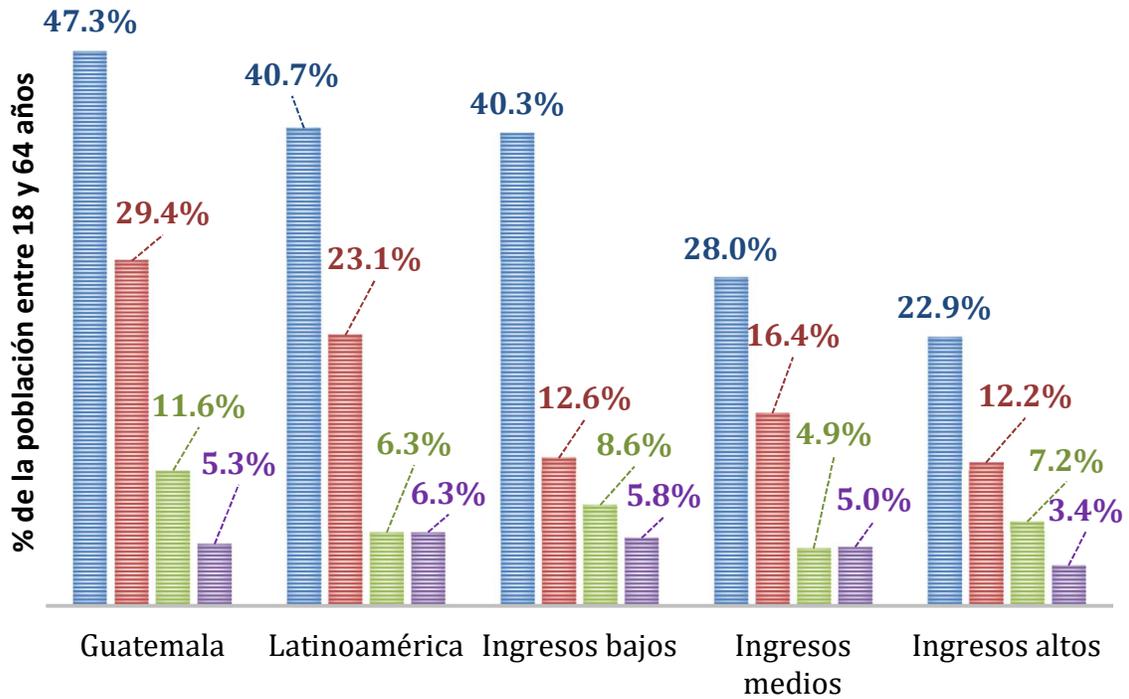
- En economías de ingresos bajos existe una mayor proporción de personas que considera que habrá buenas oportunidades de negocios que en economías de ingresos medios y altos. La proporción en Latinoamérica es levemente superior al de economías con ingresos altos y en Guatemala es más alta en comparación a todas categorías mencionadas anteriormente, a excepción de los países de ingresos bajos.
- La proporción de personas que considera tener las capacidades para abrir un nuevo negocio aumenta a medida que se pasa de una economía de ingresos altos a una de ingresos medios o a una de ingresos bajos. La proporción en Latinoamérica es mayor que en las tres categorías anteriores y la proporción en Guatemala es más alta que en Latinoamérica.
- A medida que se pasa de una economía con ingresos bajos a una de ingresos altos, aumenta la proporción de personas que cree que el temor al fracaso puede ser un obstáculo para iniciar un negocio. La proporción en Latinoamérica es inferior al compararse con los países de ingresos medios y altos. En Guatemala el indicador es más bajo que en todos los grupos anteriormente analizados.

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 alrededor del 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 al compararse con países de la región Latinoamericana y de distintos niveles de ingreso.

b) Fases del proceso emprendedor

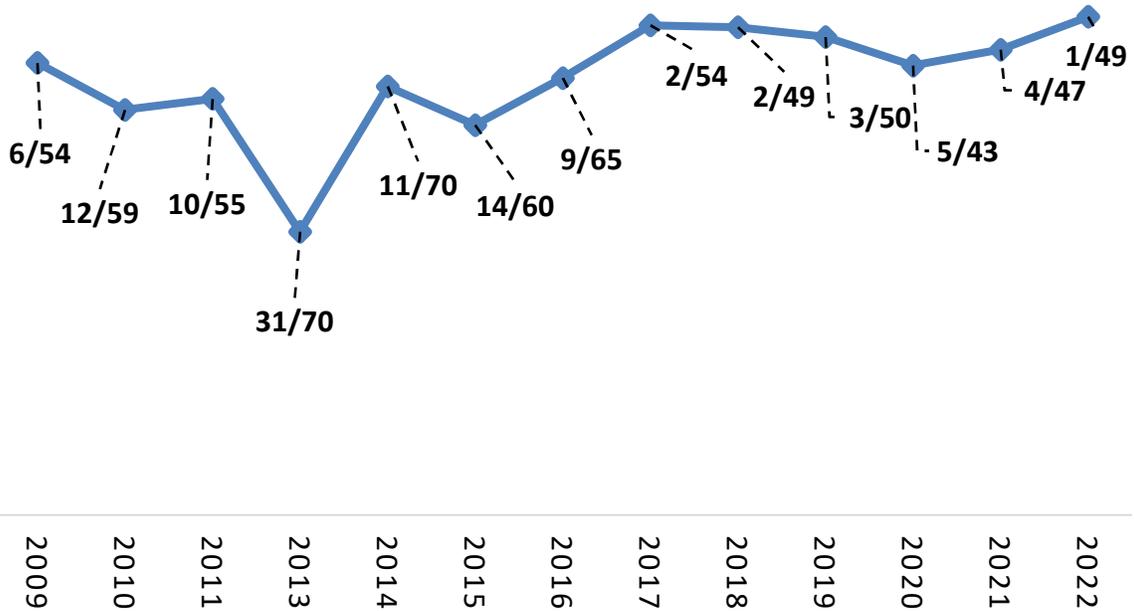
En la Gráfica 2.3 se muestran las distintas fases del proceso emprendedor. La Tasa de Emprendimiento Potencial y la Tasa de Negocios Descontinuados son indicadores que se reducen a medida que se pasa de una economía con ingresos bajos hacia una con ingresos altos. La Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA) y la Tasa de Negocios Establecidos no siguen ningún patrón en particular. Los países de ingreso medio tienen una TEA superior (16.4%) a la de los países de ingresos bajos (12.6%) y altos (12.2%). Mientras que los países con ingresos bajos tienen una Tasa de Emprendimiento Establecido superior (8.6%) a la de los países de ingresos altos (7.2%) y medios (4.9%). En el caso de Latinoamérica, los indicadores se asemejan más a las economías de ingresos medios, con la excepción de la Tasa de Emprendedores Potenciales (40.7%), que es más parecida a la de países con ingresos bajos (40.3%). Para el caso de Guatemala, todos los indicadores son superiores al del resto de grupos analizados, únicamente la Tasa de Negocios Descontinuados (5.3%) es inferior a la de países Latinoamericanos (6.3%) y a la de países con ingresos bajos (5.8%).

Gráfica 2.3: Fases del proceso emprendedor



Fuente: Potencial TEA Establecidos Descontinuados Encuesta a la Población Adulta, 2022.

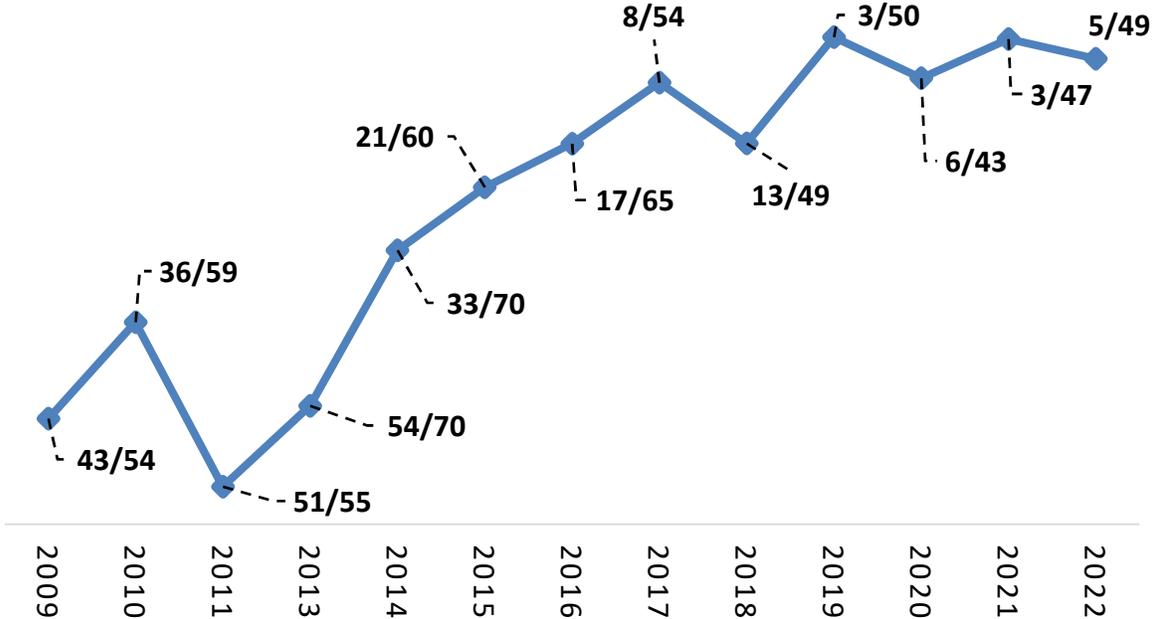
Gráfica 2.4: Evolución de la clasificación de Guatemala a nivel mundial en la Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA)



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009/2022.

Guatemala, con una Tasa de Emprendimiento Temprano de 29.4% en 2022 fue el país con la TEA más alta de un total de 49 analizados. La posición de Guatemala en el ranking ha mejorado desde 2013 cuando ocupó el puesto 31 de 70 (ver Gráfica 2.4). Un comportamiento mucho más pronunciado se aprecia al analizar la Tasa de Emprendimiento Establecido, Guatemala en el año 2011 experimentó el valor más bajo observado hasta el momento (2.5%) y la posición más baja al compararse con otros países analizados (51 de 55). A partir del 2017 (12.4%) experimentó un comportamiento de doble dígito y en 2019 experimentó la tasa más elevada observada hasta el momento (14.8%) y la posición más alta obtenida desde que se inició la medición (3 de 50 países). En 2022 la tasa fue inferior (11.6%) a la de 2021 (12.7%) y 2020 (11.6%), el país tuvo la quinta Tasa de Emprendimiento Establecido más elevada de los 49 países estudiados (ver Gráfica 2.5).

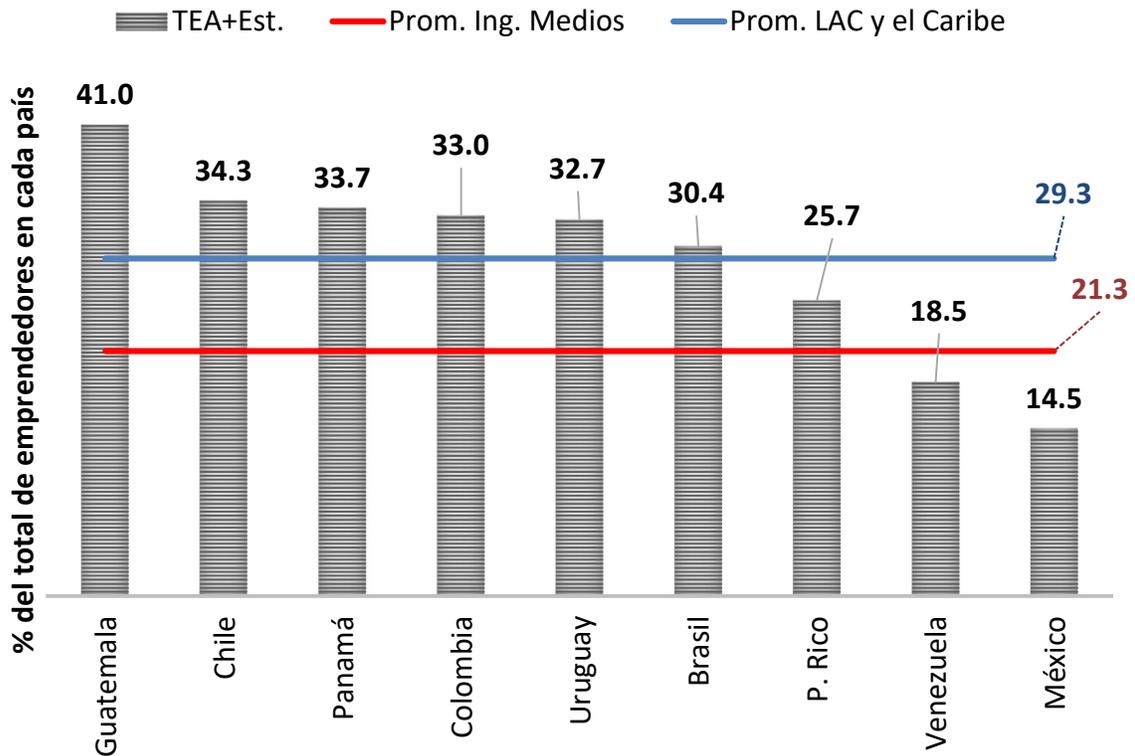
Gráfica 2.5: Evolución de la clasificación de Guatemala a nivel mundial en la Tasa de Emprendimiento Establecido



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009/2022.

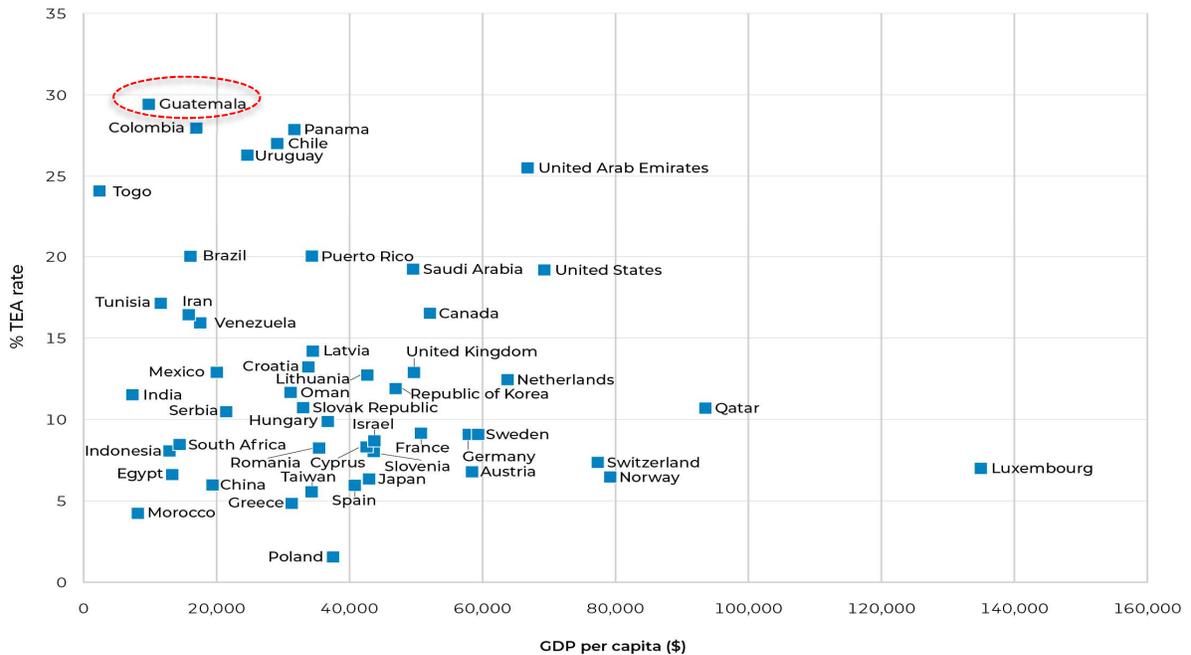
Al agrupar los emprendimientos tempranos con los emprendimientos establecidos (TEA + establecidos), se obtiene el nivel de emprendimiento total de los países. En los países con ingresos medios, el 21.3% de su población adulta (18-64 años) está desarrollando algún emprendimiento. En Latinoamérica, la proporción es superior (29.3%), y en Guatemala es 41%, siendo la proporción más alta en la región de Latinoamérica y El Caribe, en 2022 Chile (34.3%) ocupó el segundo lugar (ver Gráfica 2.6).

Gráfica 2.6: Emprendimiento total (TEA + establecidos) en Latinoamérica



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

Gráfica 2.7: Correlación entre la TEA y PIB per cápita



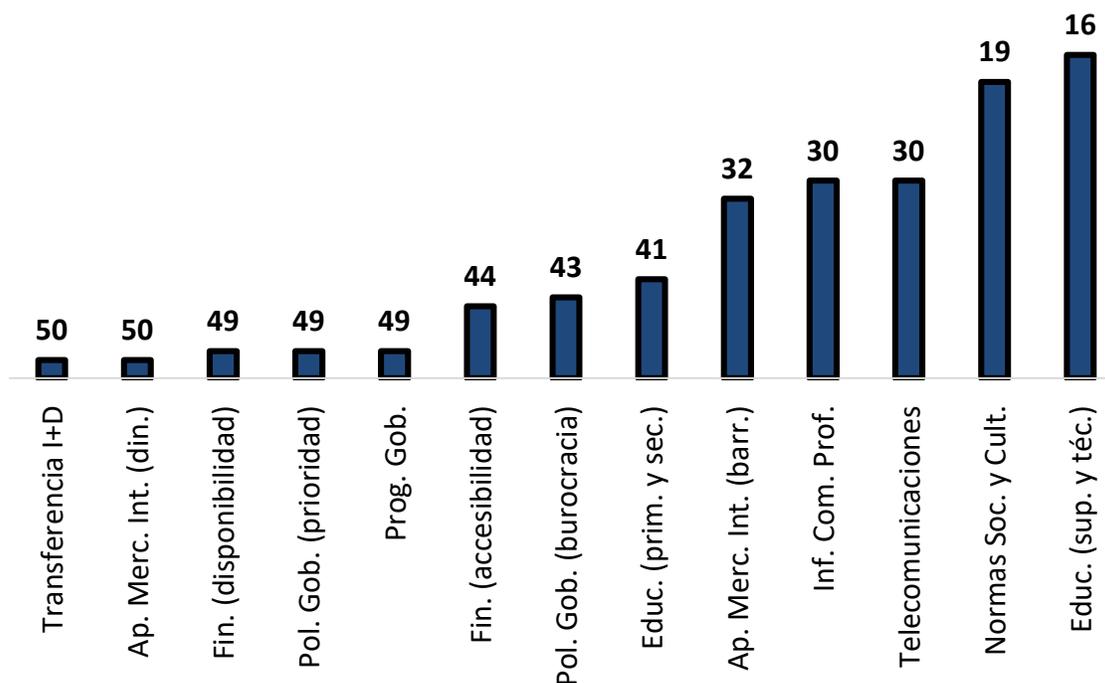
Fuente: Ilustración tomada del Reporte Global del ciclo 2022/2023.

En la Gráfica 2.7 se muestra la relación que existe entre el emprendimiento temprano (TEA) de los 49 países participantes en el ciclo 2022/2023 y su Producto Interno Bruto (PIB) per cápita expresado en paridad de poder adquisitivo (PPA). La gráfica muestra que las tasas más altas de emprendimiento temprano se encuentran en países con un PIB per cápita menor y a medida que aumenta las tasas de emprendimiento disminuyen (el coeficiente de correlación entre ambas variables es de -0.235).

c) 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 2.8.³ El país ocupa el penúltimo lugar⁴ en el área Transferencia de Conocimiento y Tecnología. El área mejor evaluada es la de educación técnica y superior, el país ocupa el puesto 16 de 51.

Gráfica 2.8: Ranking de Guatemala por categoría evaluada en la NES



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2022.

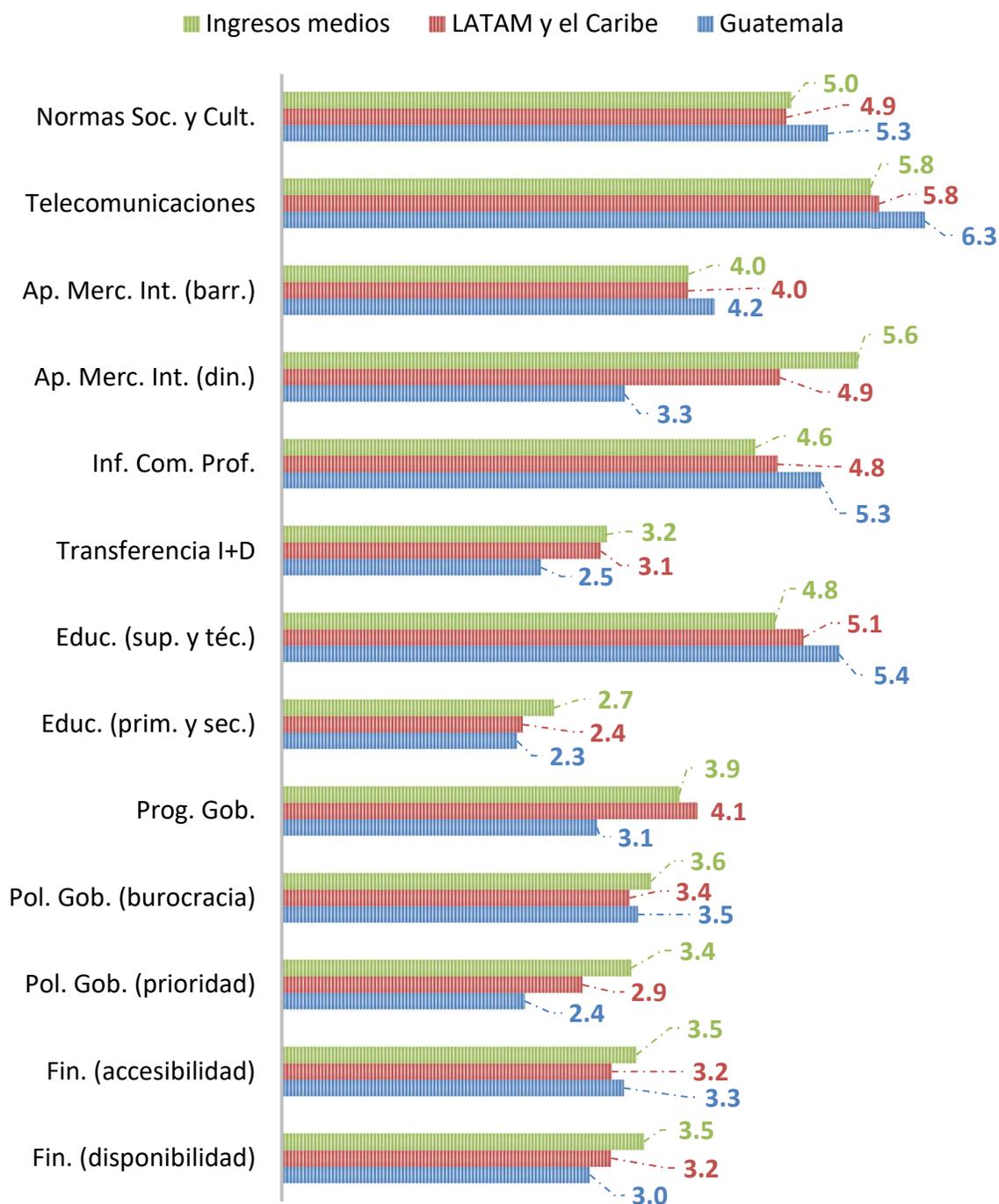
³ La NES evalúa 9 categorías, sin embargo, en estas gráficas la categoría de “Acceso a Financiamiento” se subdivide en “disponibilidad de recursos y accesibilidad”. La categoría de “Políticas de gobierno” se subdivide en “Prioridad en políticas” y “Burocracia”. La categoría “Educación y formación emprendedora” se subdivide en “Educación primaria y secundaria” y “Educación técnica y superior”. También la categoría de “Apertura del mercado interno” se subdivide en “Apertura de mercado” y “Costos de apertura de mercado”. Para ver las definiciones de cada una de las 9 categorías, consultar el capítulo 4.

⁴ Para el ciclo 2022/2023 participaron 49 países en la aplicación de la APS, pero para el capítulo de la información que proviene de la NES participaron 51 países. Los países que solo participaron en la NES aparecen con un asterisco en la tabla del Anexo 2.

En la Gráfica 2.9 se compara la puntuación promedio obtenida por Guatemala en cada una de las 13 áreas (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), contra la puntuación promedio de los países con ingresos medios y países de Latinoamérica y el Caribe (ambos analizados sin incluir a Guatemala, quien forma parte de ambos grupos). Lo observado en esa gráfica se resume así:

- En cinco de las trece áreas (normas sociales y culturales, telecomunicaciones, apertura al mercado interno -ausencia de barreras-, infraestructura comercial y profesional y calidad de la educación técnica y superior para la gestión de empresas) Guatemala sale mejor evaluada que 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 presenta un puntaje mayor (6.3), no obstante, la nota es parecida a la obtenida en promedio por los países de ingresos medios (5.8) y a la obtenida por países de Latinoamérica y del Caribe (5.8).
- La categoría de infraestructura comercial y profesional es en la que se presenta una mayor diferencia a favor de Guatemala al compararse con la nota obtenida en promedio por los países de ingresos medios (+0.6) y a la obtenida por países de Latinoamérica y del Caribe (+0.4).
- Guatemala obtuvo el puntaje más bajo en la categoría de educación de nivel primario y secundario (2.3), no obstante, la nota es parecida a la obtenida en promedio por los países de ingresos medios (2.7) y a la obtenida por países de Latinoamérica y del Caribe (2.4).
- La categoría de apertura al mercado (dinamismo de los mercados de bienes y servicios) es en la que se presenta una mayor diferencia en contra de 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 (-1.5).
- 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 es en la que Guatemala y los otros dos grupos de comparación poseen una nota promedio superior a cinco.

Gráfica 2.9 Valor promedio de las categorías evaluadas en la NES



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2022.

CAPÍTULO 3. 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. Siguiendo la metodología del reporte anterior, los datos recopilados para el reporte nacional 2022-2023 cuentan con representatividad a nivel nacional y para tres ciudades: Guatemala, Quetzaltenango y Antigua Guatemala. Los principales resultados a nivel nacional se comparan en el Capítulo 2 con los demás países que participan en el GEM (consultar Recuadro 1).

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

En el caso de Guatemala para el ciclo 2022-2023, se entrevistaron 3,261 personas con edades comprendidas entre los 18 y 64 años, los cuales son representativos de la República de Guatemala y de las ciudades de: Guatemala, Quetzaltenango y Antigua Guatemala. Para llegar a esta muestra, se realizó una selección aleatoria de 179 municipios de los 340 existentes, utilizando un margen de error del 5% y un nivel de significancia del 5%. Utilizando los mapas elaborados por el INE, cada uno de los municipios seleccionados se dividió en nueve áreas. Asimismo, de esas nueve áreas se eligieron cinco áreas de forma aleatoria. Posteriormente se numeraron todas las casas existentes en estas cinco áreas seleccionadas, y para cada una de estas cinco áreas se eligieron 17 casas de manera aleatoria. Posteriormente, se visitaron 30,738 casas, buscando a la persona entre 18 y 64 años cuyo cumpleaños estuviese más cerca, al momento de levantar la encuesta. Finalmente, se completaron 2,860 encuestas. A continuación, se presentan las características de la población guatemalteca, obtenidas a partir de los resultados del APS:

1. El 48.7% de las personas son hombres y 51.3% mujeres.
2. El 25.1% tiene edades comprendidas entre 18 y 24 años, 30.2% entre 25 y 34 años, 21.6% entre 35 y 44 años, 14.3% entre 45 y 54 años, y 8.8% entre 55 y 64 años.
3. El 3.5% no ha estudiado, 13.4% posee primaria completa, 10.6% posee básico completo, 30.6% posee diversificado completo y 8.6% posee universitario completo.
4. El 38.6% se encontraba casado, 41.9% soltero, 15% unido, 2.6% viudo, 1.1% separado y el 0.8% divorciado.
5. El 48.9% se identificó como cristiano evangélico, el 39.4% como católico, el 11.4% como ateo y el 0.3% reconoció alguna otra religión.

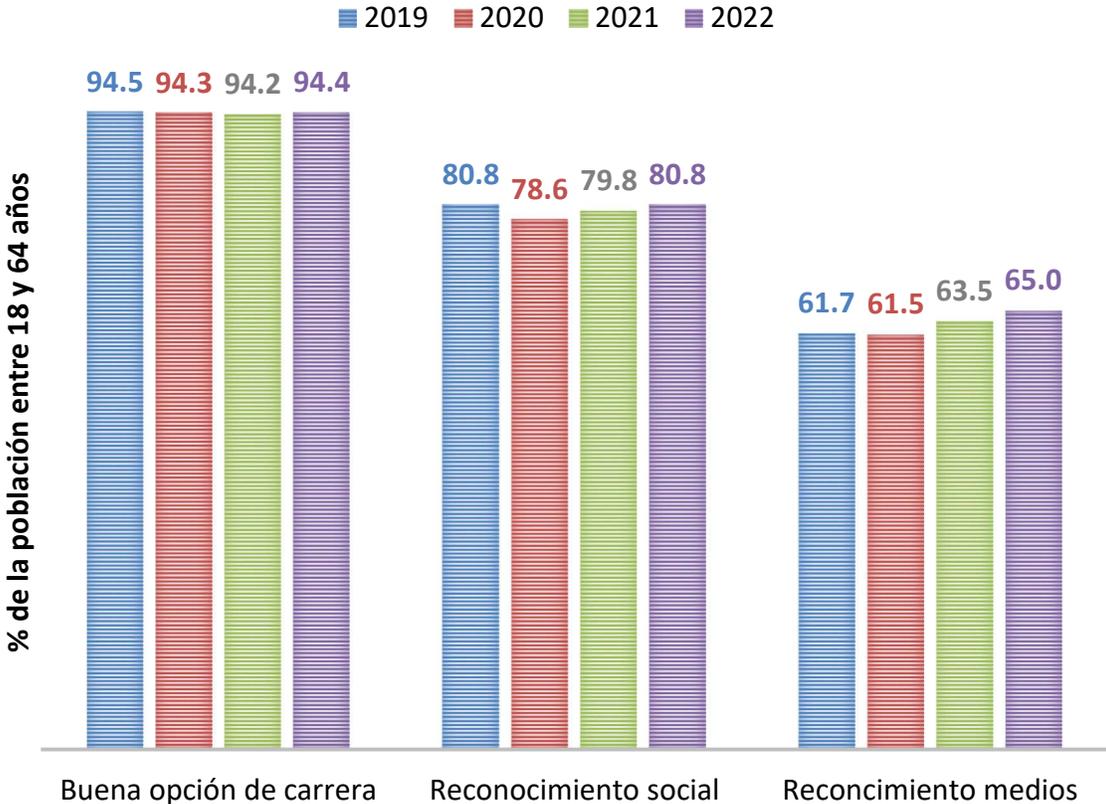
Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos armonizada APS 2022.

Como un primer paso, antes de repasar a detalle las características del emprendedor guatemalteco y sus negocios, se presentan datos sobre las percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala; las distintas fases del proceso emprendedor en las que se encuentran los emprendimientos; y cómo las percepciones, las actitudes y las fases del proceso emprendedor, han evolucionado en el tiempo.

a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala

En Guatemala, 9 de cada 10 personas (94.4%) consideran que el emprendimiento es una buena opción de carrera para generar ingresos, ocho de cada diez (80.8%) creen que los emprendedores gozan de reconocimiento social y más de seis de cada diez (65.0%) considera que los emprendedores son reconocidos en los medios de comunicación.

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

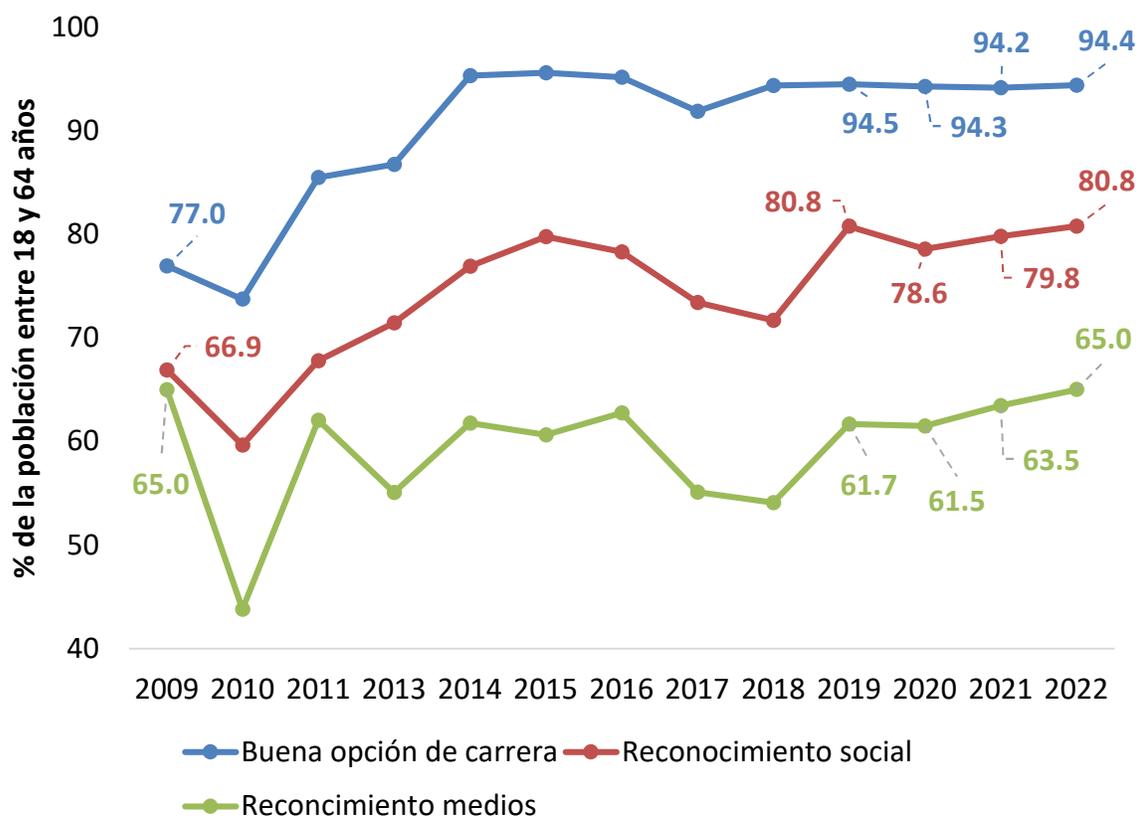


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

En los últimos trece años, las percepciones hacia el emprendimiento muestran las siguientes tendencias:

- 1) Las personas que consideran que ser emprendedor es una buena opción de carrera son 9 de cada 10. Esta proporción que se ha mantenido en los últimos nueve años (2014-2022). Esta percepción alcanzó su punto más bajo en 2010 (73.8%).
- 2) La proporción de personas que creen que el emprendedor goza de reconocimiento social se ha mantenido estable en los últimos tres años alrededor del 80%. Esta percepción alcanzó su punto más bajo en 2010 (59.7%) y más alto en 2019 y 2022 (80.8%).
- 3) Poco más del 60% de las personas entrevistadas en los últimos tres años considera que los emprendedores son reconocidos en los medios de comunicación. Esta percepción alcanzó su punto más bajo en 2010 (43.8%) y más alto en 2009 y 2022 (65%) -ver Gráfica 3.2-.

Gráfica 3.2: Percepciones hacia el emprendimiento en Guatemala, 2009 a 2022
(% del total de la población entre 18 y 64 años)

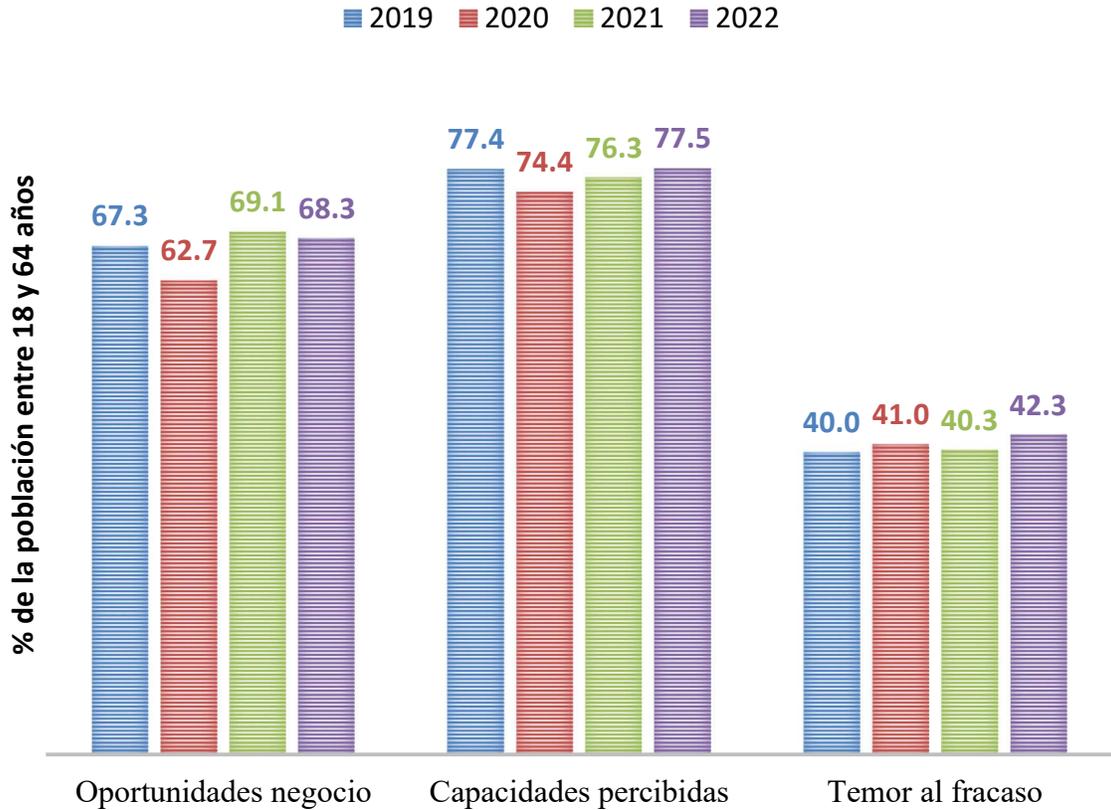


Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009-2022.

Al comparar los datos al inicio y fin del periodo (2009 versus 2022), se observa que la proporción de personas que cree que el emprendimiento es una buena opción de carrera aumentó 17.4%, quienes afirman que el emprendedor goza de reconocimiento social aumentaron 13.9%, y la proporción de quienes señalan que el emprendedor goza de reconocimiento en los medios de comunicación no cambió. En resumen, dos de las tres percepciones sociales social hacia del emprendimiento mejoraron.

En cuanto a las actitudes hacia el emprendimiento, los resultados de 2022 muestran que más de tres de cada cuatro personas entrevistadas (77.5%) creen poseer las habilidades para iniciar un negocio, casi siete de cada diez (68.3%) considera que en un futuro cercano habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio, y una de cada cuatro (42.3%) considera que el miedo a fracasar puede ser un obstáculo para poner en marcha un negocio. Al contrastar las percepciones de buenas oportunidades para iniciar un negocio del año 2022 con las de 2021 se encuentra una reducción -0.8%, regresando a un comportamiento similar en 2019.

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

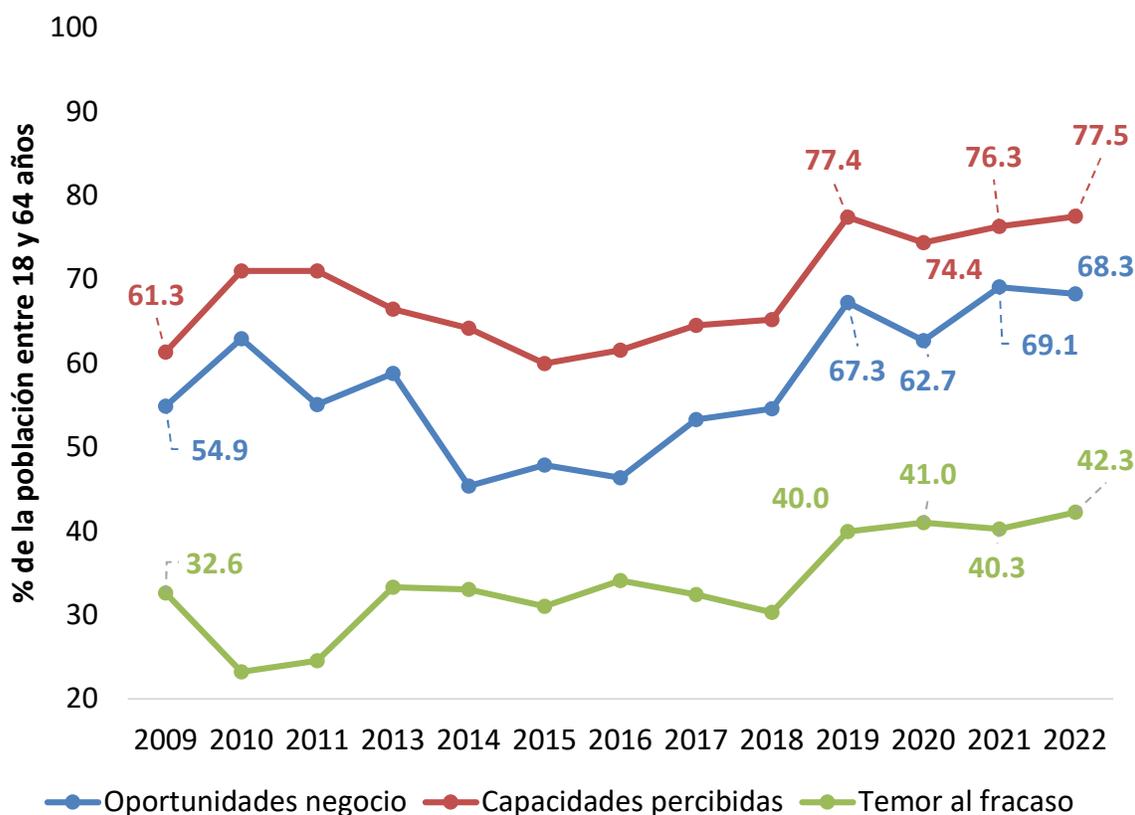


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

En los últimos trece años, las actitudes hacia el emprendimiento muestran las siguientes tendencias:

- 1) Más de dos tercios de las personas creen tener las habilidades para iniciar un negocio, proporción que ha aumentado en los últimos cinco años: del 60% en 2015 al 77.5% en 2022. La proporción más alta se registró en el año 2019 (77.4%).
- 2) La proporción de personas que consideran que en un futuro cercano habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio aumentó en los últimos seis años: del 45% en 2014 al 68.3% en 2022. Que es el año en el que se registró la proporción más alta.
- 3) Del total de personas que considera que habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio, el 42.3% afirma que el miedo a fracasar puede ser un obstáculo para poner en marcha un negocio. Esta proporción dio un salto importante cuando pasó de 30.3% en 2018 a 40% en 2019. La proporción más baja se registró en el año 2010 (23%) -ver Gráfica 3.4-.

Gráfica 3.4: Actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala, 2009 a 2022
(% del total de la población entre 18 y 64 años)



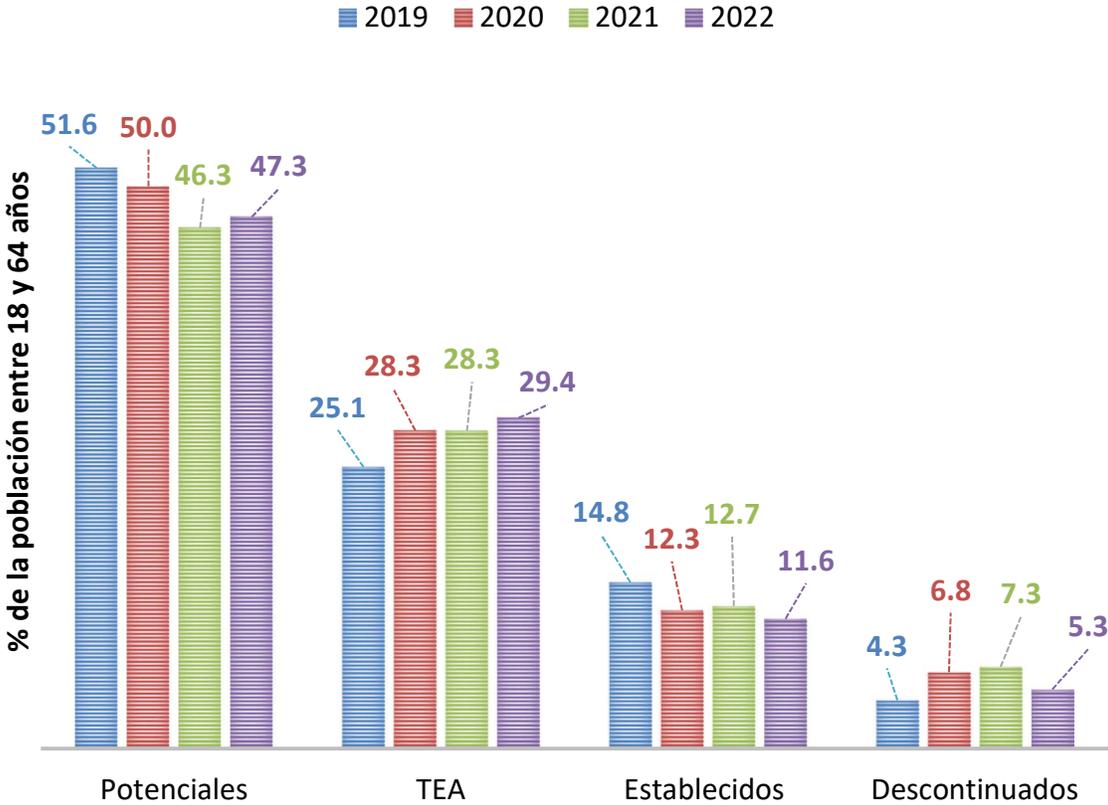
Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009-2022.

Al comparar los datos al inicio y fin del periodo (2009 versus 2022), se observa que la proporción de personas que creen tener las habilidades para iniciar un negocio aumentó 16.2%, hubo un crecimiento de 13.4% en quienes consideran que en un futuro cercano habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio, y la proporción de quienes consideran que el miedo a fracasar puede ser un obstáculo para poner en marcha un negocio creció 9.6%. En resumen, hay una mejor perspectiva de negocios en las personas, una mayor confianza en las capacidades que consideran tener y hay un mayor temor al fracaso.

b) Las fases del proceso emprendedor en Guatemala

En la Gráfica 3.5 se observa el nivel de emprendimiento en Guatemala en las fases del proceso emprendedor. Según los datos obtenidos por la encuesta, casi la mitad 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.

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



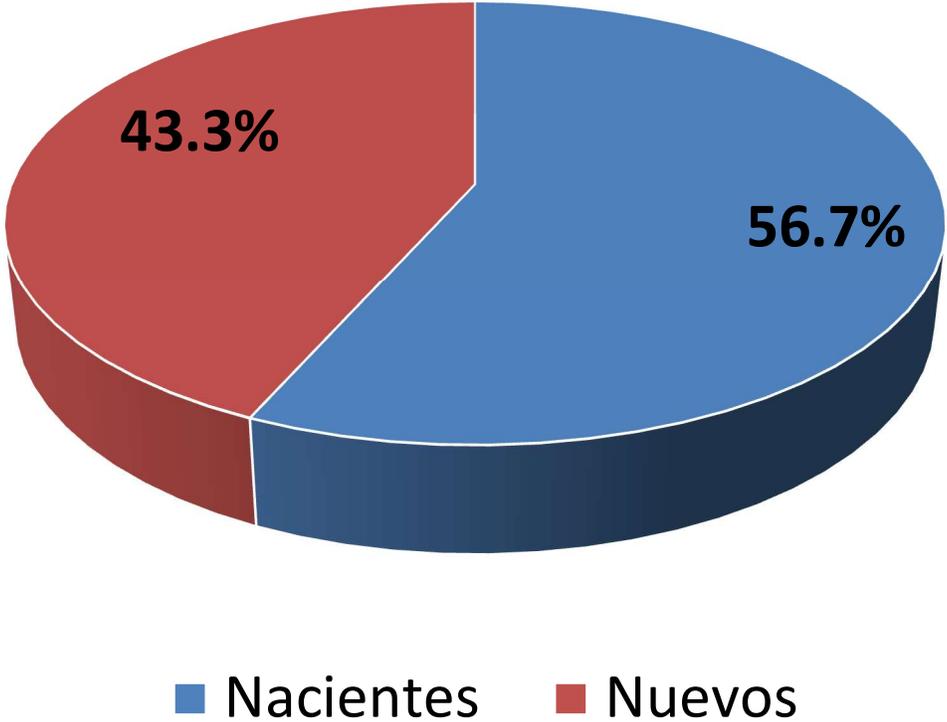
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022

En la fase de emprendimiento temprano se encuentra el 29.4% 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 que no han generado ingresos para sus dueños, y
- 2. La tasa de emprendedores nuevos, que son negocios que han generado ingresos a sus dueños, pero lo han hecho por menos de 3.5 años.

En la actualidad, el 56.7% de la TEA son emprendedores nacientes y el 43.3% de emprendedores son nuevos (ver Gráfica 3.6).

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



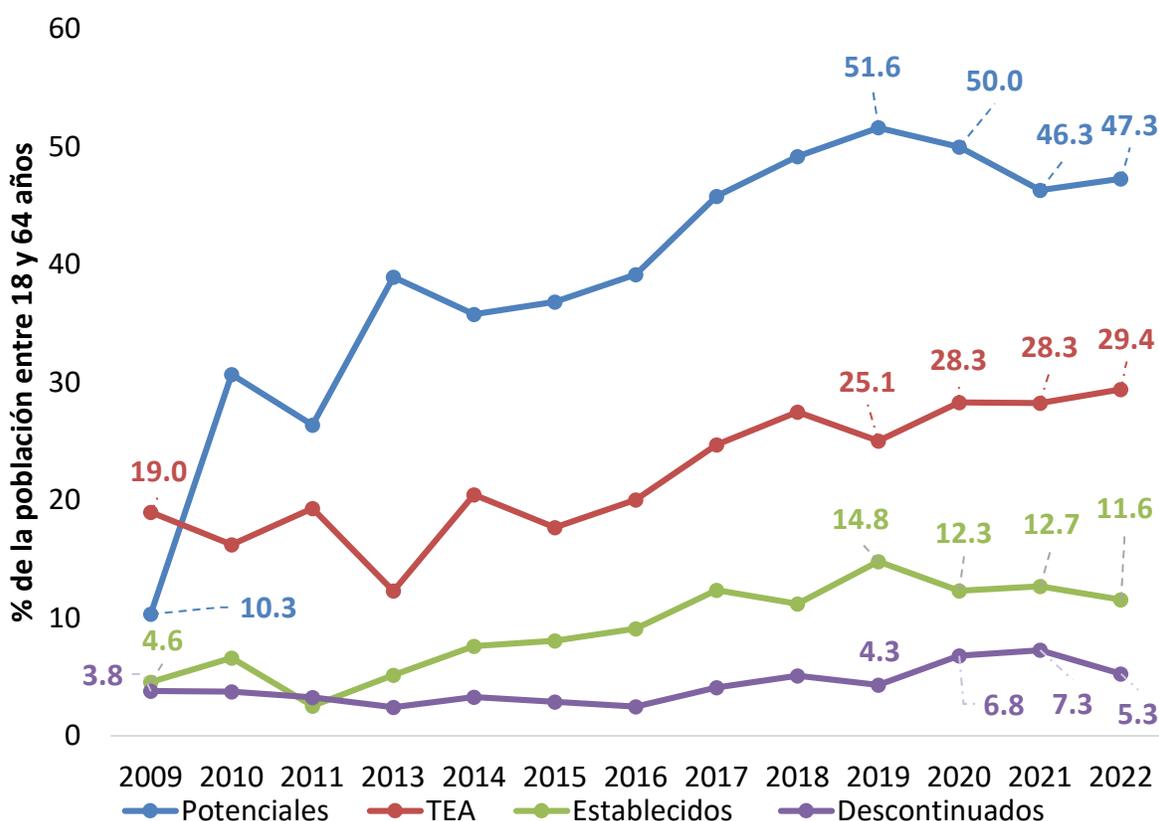
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

En la Gráfica 3.5 también se puede observar que el 11.6% 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 2022-2023, se encontró que en los últimos doce meses 5 de cada 100 personas entrevistadas había cerrado un negocio. A este grupo se le conoce como el de los emprendimientos discontinuados. En los últimos trece años, las fases del proceso emprendedor muestran las siguientes tendencias:

- 1) Los emprendedores potenciales aumentaron del 10% al 47.3% de las personas entrevistadas. Existe un mayor interés en las personas en convertirse en emprendedores.
- 2) La tasa de emprendimiento temprano aumentó de 19% al 29.4%. Las personas no solo están pensando en emprender (emprendimiento potencial) sino lo están haciendo en las etapas tempranas (TEA).
- 3) Los emprendimientos establecidos aumentaron del 4.6% al 11.6%.
- 4) La tasa de los emprendimientos discontinuados ha oscilado entre el 3.8% y 5.3% (ver Gráfica 3.7).

Gráfica 3.7: Fases del proceso emprendedor en Guatemala, 2009 a 2022
(% del total de la población entre 18 y 64 años)



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009-2022.

c) Características de los emprendedores

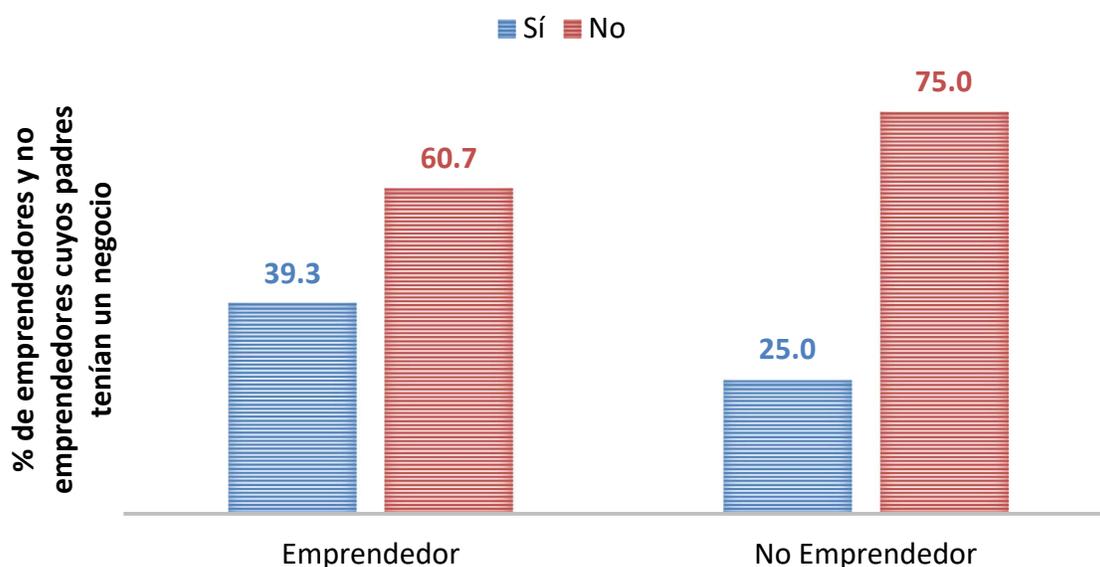
La definición de “emprendedor” comprende a las personas que se encuentran en las etapas de emprendimiento temprano (TEA) y emprendimientos establecidos. Bajo esta definición, en Guatemala, el 41% de las personas entrevistadas son emprendedores. De éstos, un 11.6% tienen emprendimientos establecidos (con más de 3.5 años de generar ingresos), 12.8% son emprendedores nuevos (tienen menos de 3.5 años de generar ingresos) y 16.7% son emprendedores nacientes (aún no generan ingresos).

A continuación, se describen cinco características principales que describen al emprendedor: herencia emprendedora, género, edad, educación e importancia del emprendimiento. Lo que se concluye es que en Guatemala el 39.3% de los emprendedores tenían padres quienes también tenían un negocio. Del total de hombres el 42.1% es emprendedor. Por lo menos 1 de cada tres personas en cada grupo de edad emprende. Más del 40% de las personas que tienen educación de nivel diversificado completo, universitario incompleto y universitario completo tiene un negocio y el 44.5% de los emprendedores aporta la mayoría de los ingresos en su hogar.

1. Herencia emprendedora: emprendí porque mis padres lo hicieron.

Cuando se les pregunta a los entrevistados si sus padres tuvieron un negocio, se encuentra una tendencia interesante. Del total de emprendedores, el 39.3% reportó que sus padres tuvieron un negocio. Mientras que, del total de personas no emprendedoras, el 25% reportó que sus padres tuvieron un negocio.

Gráfica 3.8: ¿Tenían sus padres un negocio?

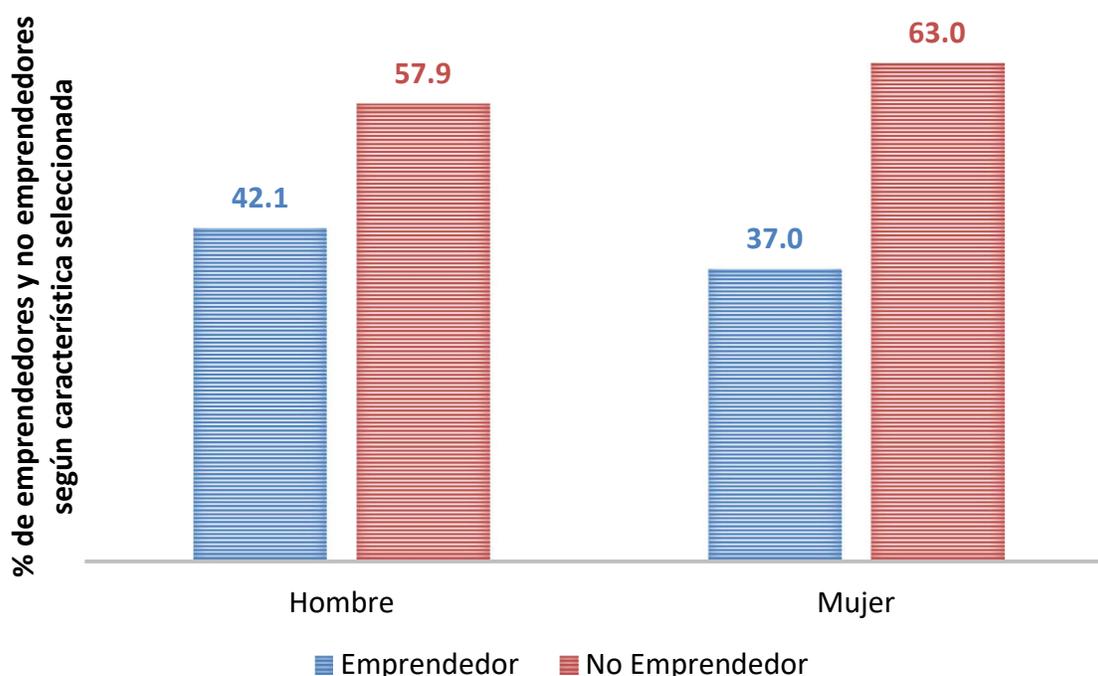


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

2. Sexo: los emprendedores, en su mayoría son hombres.

Del total de personas entrevistadas que fueron caracterizadas como emprendedores 52% son hombres y 48% mujeres, mientras que los no emprendedores 46.6% son hombres y 53.4% mujeres. Al volver el 100% la categoría del sexo, el dato es más revelador. Del total de hombres entrevistados el 42.1% eran emprendedores, mientras que del 100% de mujeres entrevistadas el 37% eran emprendedoras.

Gráfica 3.9: Comparación entre la presencia del emprendimiento en hombres y mujeres



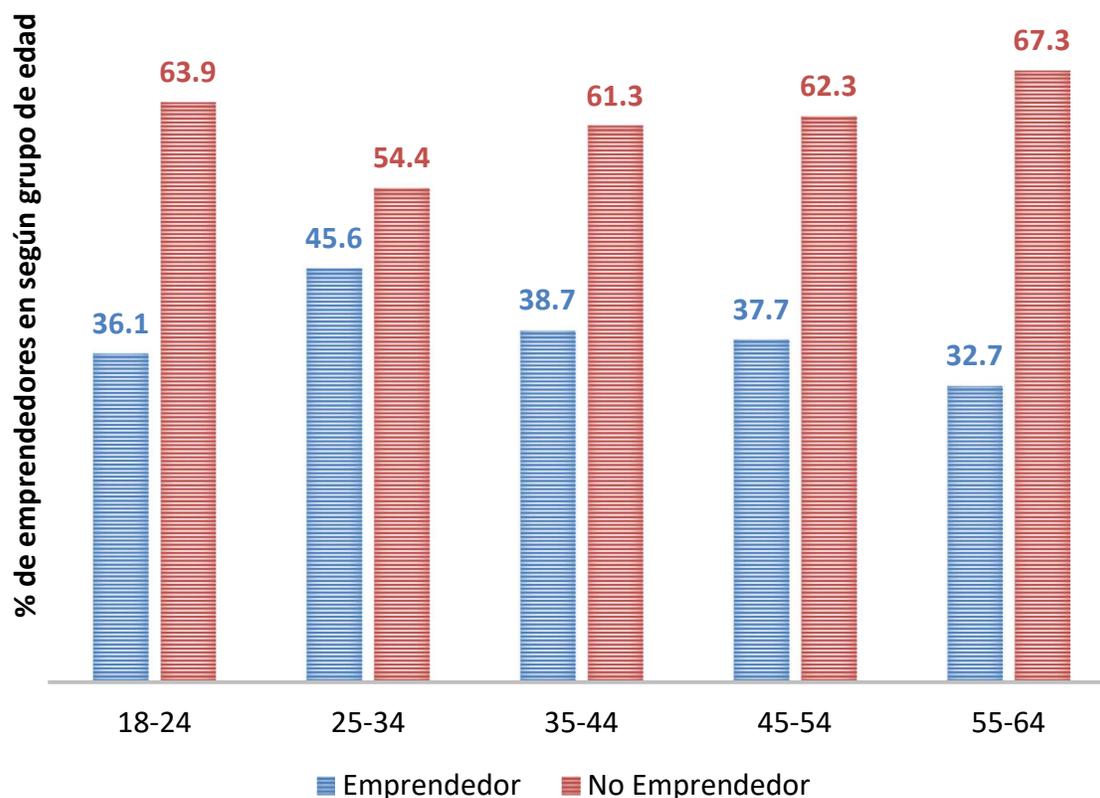
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

3. Edad: la mitad de los emprendedores tiene entre 18 y 34 años.

Más de la mitad de los emprendedores tiene entre 18 y 34 años (57.9%); aunque de los no emprendedores, el 53.7% se encuentra en ese rango de edad. Es decir, los emprendedores son jóvenes porque la población lo es. Ahora, si se analiza cada grupo de edad como el 100% de la categoría, se encuentra que de todos los guatemaltecos con una edad comprendida entre los 18 y 24 años el 36.1% es emprendedor, mientras que en el resto de las categorías de grupos de edad la proporción de emprendedores es superior a esta (con excepción del grupo de personas con una edad comprendida entre 55 y 64 años).

Interesantemente, existe una importante participación del emprendimiento para las personas con una edad comprendida entre 25 y 34 años que se eleva al 45.6%. Esta información permitiría afirmar que la decisión de emprender como estrategia para generar ingresos es una alternativa que eligen tanto jóvenes como personas de avanzada edad.

Gráfica 3.10: Comparación entre la edad de los emprendedores y no emprendedores



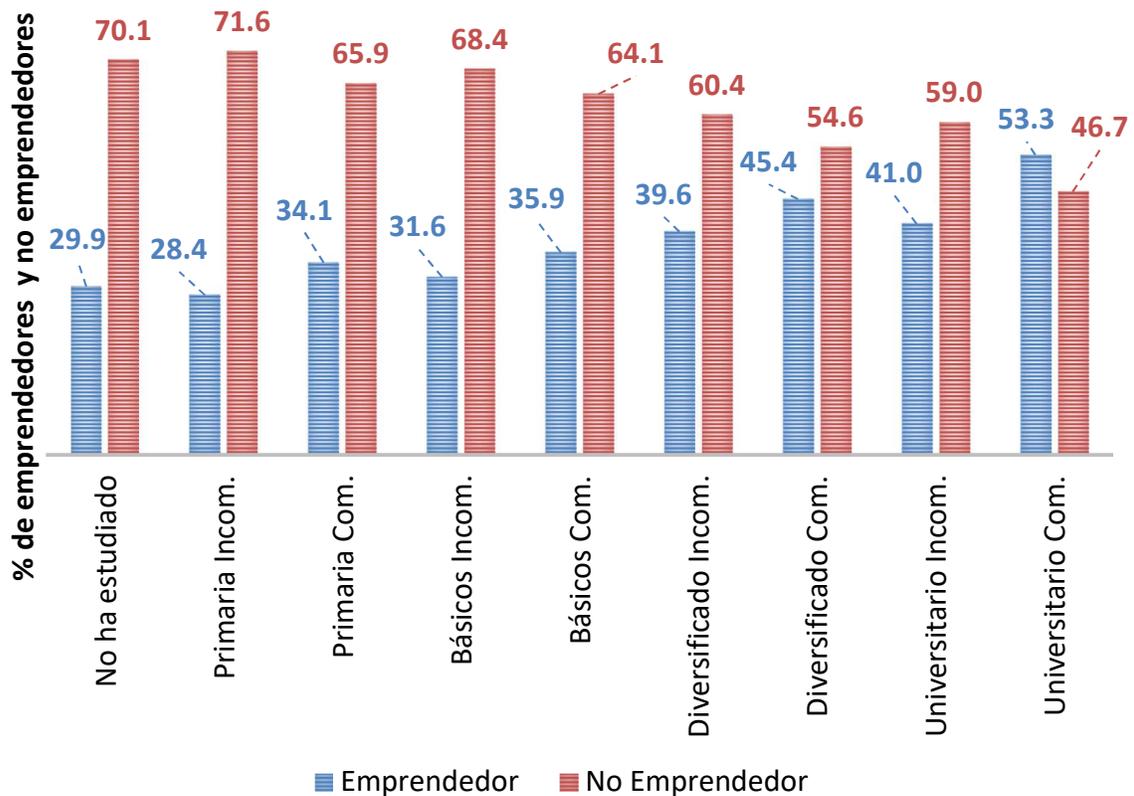
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

4. Educación formal: más de la mitad de quienes completaron la universidad emprende.

Al residir en áreas urbanas los adultos de la muestra analizada en el estudio, se encuentran a nivel de la población elevadas concentraciones de personas con niveles educativos de diversificado completo (30.6%), universitario incompleto (10.7%) y completo (8.6%) -ver Recuadro 1-.

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 avanza el nivel. En los resultados de 2022 se encuentra que la participación de los emprendedores en cada nivel educativo oscila entre el 29.9% y 53.3%. Por lo menos el 40% del total de personas que completaron el nivel de diversificado completo, iniciaron estudios universitarios y completaron la universidad tienen un negocio.

Gráfica 3.11: Emprendimiento según el nivel educativo



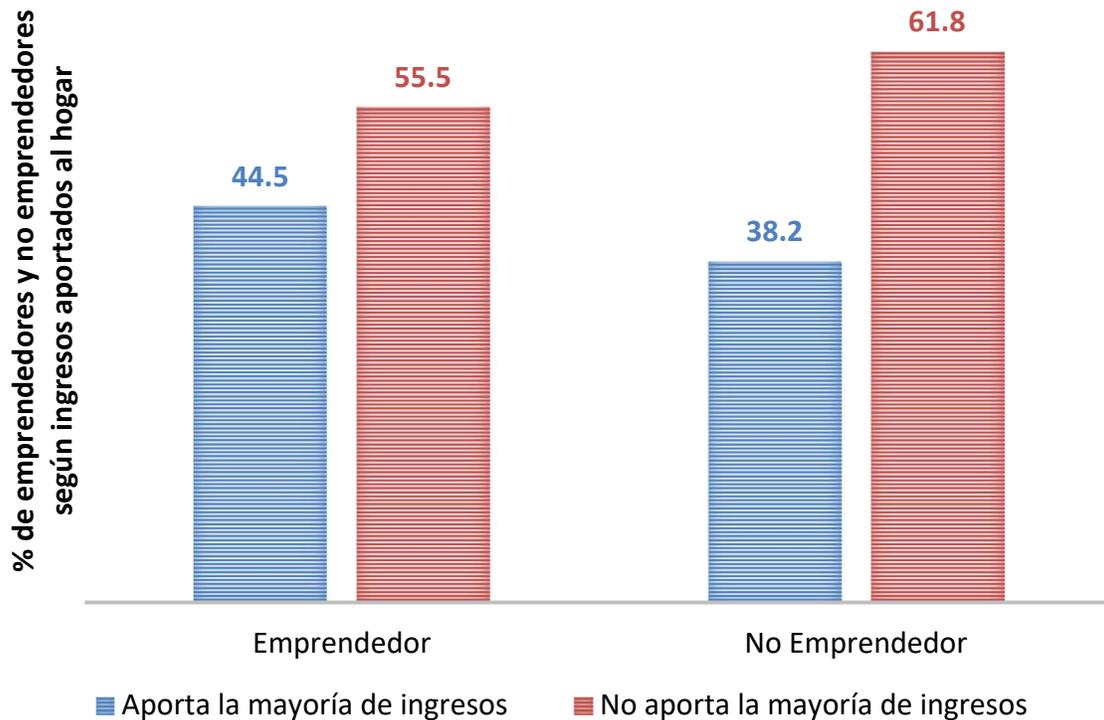
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

5. Importancia del emprendimiento: se emprende para aportar al hogar.

Emprender un negocio se ha convertido en la respuesta principal para generar ingresos para aquellas personas que no encuentran un empleo formal y no se arriesgan a migrar ilegalmente a los Estados Unidos. En los últimos ocho años el déficit de empleo formal en Guatemala ha aumentado en más de un millón de plazas de trabajo. De hecho, cuando se les pregunta a los emprendedores su principal motivación para emprender, el 89.1% indicó que era para sobrevivir debido a la escasez de empleo.

Por lo tanto, emprender un negocio ha dejado de ser una decisión pasajera para generar ingresos y se ha convertido en una apuesta seria para salir adelante. De hecho, del total de los emprendedores entrevistados el 44.5% reconoció que ellos aportaban la mayoría de los ingresos con los que cuenta el hogar al que pertenecen. Del total de no emprendedores, el 38.2% reconoció lo mismo.

Gráfica 3.12: ¿Aporta la mayoría de los ingresos al hogar?



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

d) Características de los negocios

En esta sección se describen 6 características de los negocios de los emprendedores: inversión inicial, actividad económica, generación de empleo, expectativas de generación de empleo y ubicación de los negocios. Lo que se concluye es que cuatro de cada diez negocios (42.6%) inician con una inversión inicial menor a Q.5 mil. Siete de cada diez están orientados al sector de consumo y uno de cada dos emprendimientos no generan ningún empleo (48.5%). Aun así, casi tres de cada cuatro emprendedores establecidos (74.8%) y nueve de cada diez emprendedores en fases tempranas -TEA- (90.9%), tienen la esperanza de generar algún empleo adicional en los próximos cinco años. Los negocios sirven mercados pequeños, uno de cada tres atiende a clientes en su comunidad, pueblo o aldea (37.6%) y el 70.7% 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 50%.

1. Inversión inicial: cuatro de cada diez emprendimientos inician con menos de Q.5 mil.

El 42.6% de los emprendimientos en general iniciaron con una inversión menor a Q.5 mil. El porcentaje es el 41.2% en el caso de los emprendimientos tempranos y del 46.5% de los emprendimientos establecidos (que han operado por más de 3.5 años).

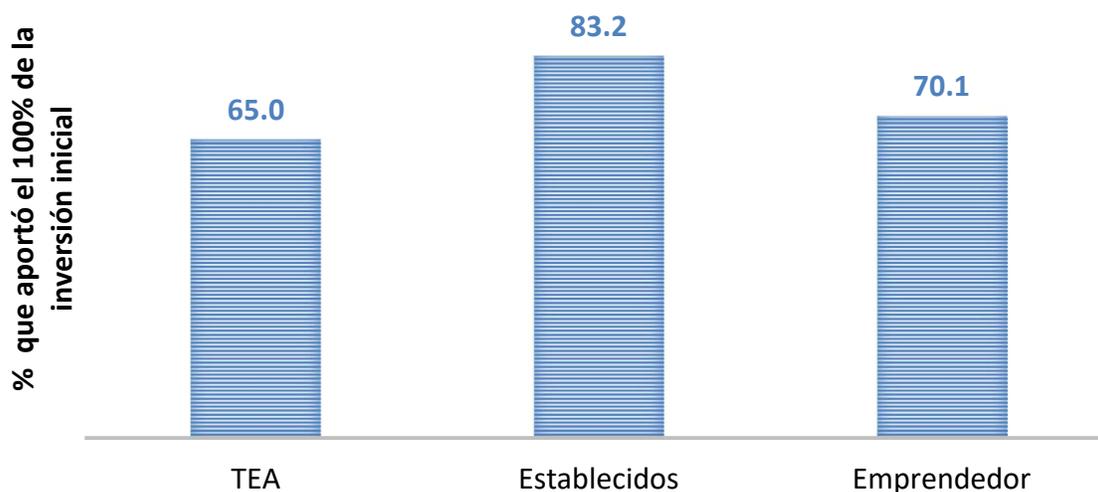
Tabla 1: Inversión al iniciar el negocio

Rangos de inversión inicial	TEA	Establecidos	Emprendimientos en general
	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa
Menos de Q1,000	13.6	22.6	16.1
Entre Q1,001 y Q5,000	27.5	23.8	26.5
Entre Q5,001 y Q10,000	17.0	15.5	16.6
Entre Q10,001 y Q25,000	21.2	20.8	21.1
Entre Q25,000 y Q50,000	11.0	11.8	11.2
Entre Q50,000 y Q100,000	6.5	3.4	5.6
Más de Q100,000	3.2	2.0	2.9

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

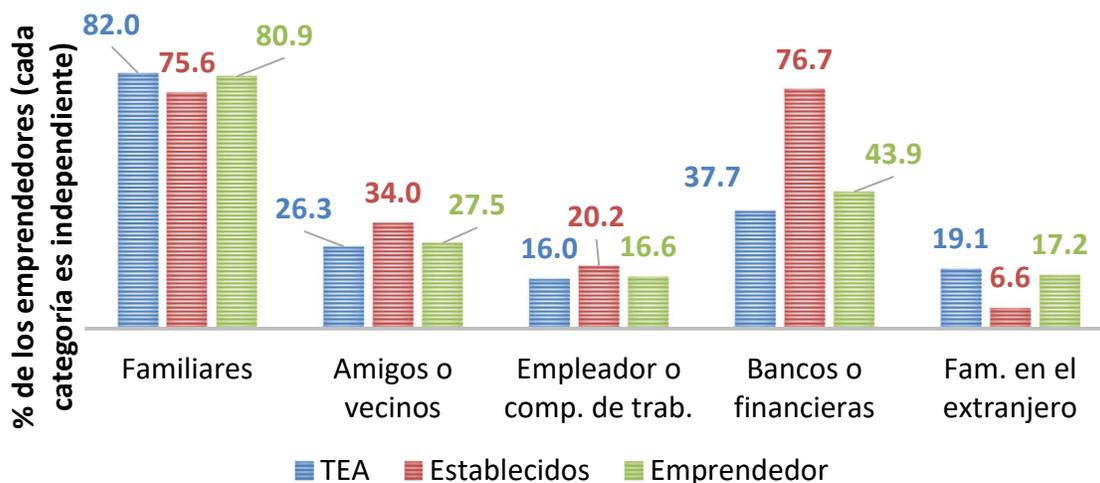
Estos datos hay que analizarlos junto a la información presentada en las Gráficas 3.13 y 3.14, en donde se observa que el 65% de los emprendimientos tempranos y 83.2% de los emprendimientos establecidos fueron financiados exclusivamente con fondos propios del emprendedor. Lo cual explicaría la razón de por qué los montos iniciales de inversión suelen ser bajos. Del total de emprendedores que no aportó la totalidad con fondos propios, el 75.6% de los emprendedores establecidos obtuvo los recursos por medio de sus familiares, también fue este el caso del 82% de los emprendedores tempranos. En general, solo el 12.9% de los emprendimientos establecidos y el 13.2% de los emprendimientos tempranos se financiaron a través de préstamos con instituciones financieras.

Gráfica 3.13: Emprendimientos que se financiaron con fondos propios



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

Gráfica 3.14: Origen del financiamiento que no fue con fondos propios

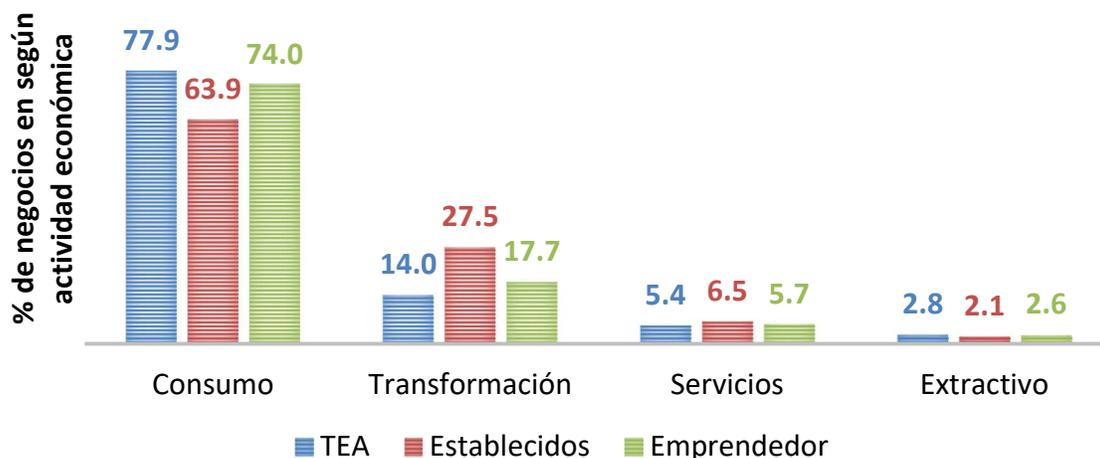


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022

2. Actividad económica: 3 de cada 4 emprendimientos están orientado al consumo.

El 63.9% de los emprendimientos establecidos están orientados al consumo. En el caso de los emprendimientos tempranos, la proporción es mayor (77.9%). Los negocios orientados al consumo incluyen ventas al detalle como: panaderías, tiendas de barrio, librerías, ventas de comida, ventas de ropa, y ventas de fruta y verdura (ver Tabla 2). En las actividades de transformación hay una mayor proporción en los emprendimientos establecidos (27.5%) que en los emprendimientos tempranos (14%), y en el sector servicios la proporción es parecida entre TEA (5.4%) y establecidos (6.5%).

Gráfica 3.15: Emprendimientos tempranos (TEA) y emprendimientos establecidos según actividad económica



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

Tabla 2: Tipo de negocios en cada actividad económica

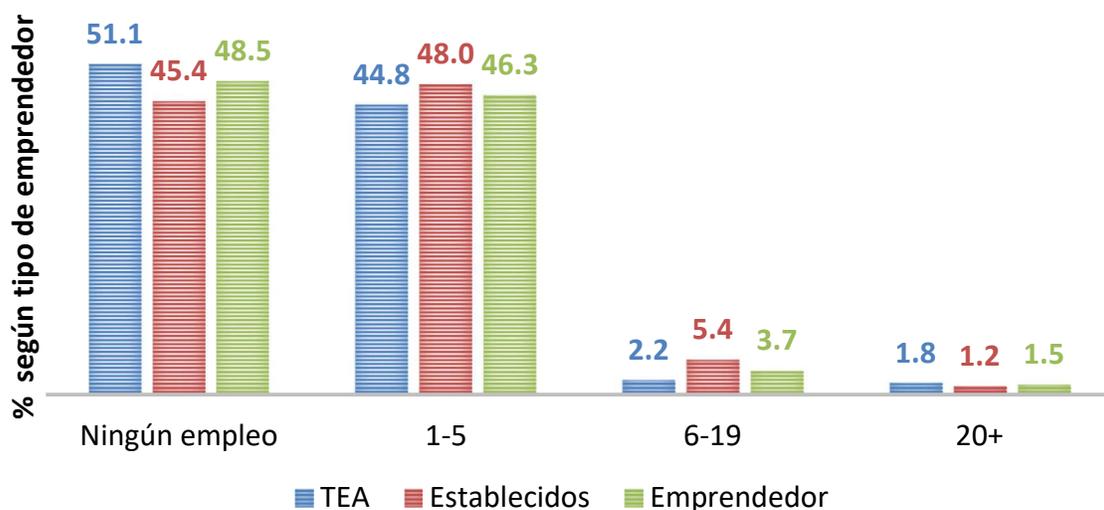
Clasificación	Negocios considerados
Orientado al Consumo	Venta al detalle, venta de comida, venta de ropa, venta de fruta y verdura, abarrotería, venta por catálogo, librería.
Transformación	Taller de mecánica, fábrica, imprenta, zapatería, artesanías, sastrería, herrería, constructoras, carpintería,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

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

3. Generación de empleo: 1 de cada 5 emprendimientos no generan ningún empleo.

Casi uno de cada dos emprendimientos establecidos no genera ningún empleo (48.5%) y el 46.3% genera entre uno y cinco empleos. Existe una pequeña diferencia entre los emprendimientos tempranos y los establecidos. En estos últimos el 5.4% genera entre 6 y 19 empleos, mientras que en los primeros la proporción es del 2.2%, lo que muestra que los negocios que llevan generando ingresos por más de 3.5 años, tienen una mayor probabilidad de generar empleo, posiblemente debido al aumento en la escala del negocio y de sus operaciones, lo cual ha generado la necesidad de contratar al menos un empleado.

Gráfica 3.16: Empleos generados por los emprendimientos tempranos (TEA) y los emprendimientos establecidos

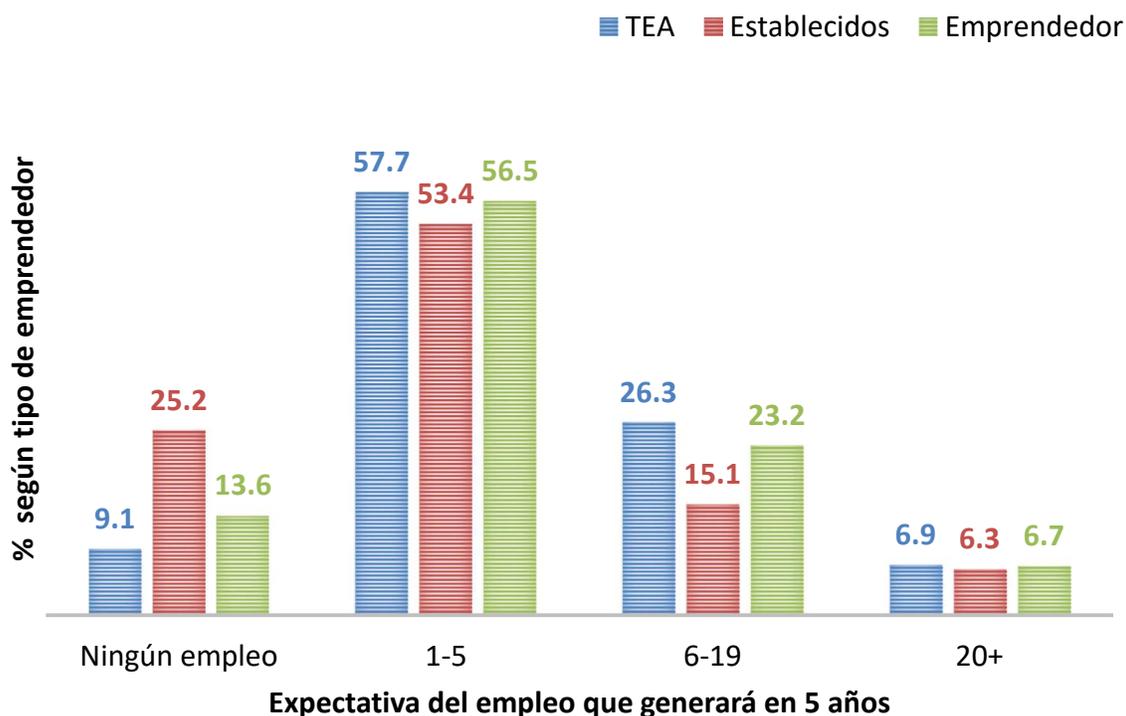


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

4. Expectativas de generación de empleo: el 75% de los emprendedores en fases establecidas espera generar más empleos en los próximos 5 años.

El 74.8% de los emprendedores establecidos espera generar al menos un empleo adicional en los próximos 5 años. Así lo afirmó también el 90.9% de los emprendedores de la TEA (en etapas tempranas). Alrededor de la mitad de los emprendedores TEA y establecidos dijeron que esperaba generar de uno a cinco empleos adicionales en su negocio en los próximos 5 años.

Gráfica 3.17: Expectativas de generación de empleo dentro de cinco años



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

5. Ubicación de los negocios: el 37.8% de los emprendedores en fases tempranas atiende en su mayoría a clientes de su comunidad, pueblo o aldea.

El 37.8% de los emprendedores en fases tempranas atiende en su mayoría a clientes de mercados locales cercanos: su comunidad, pueblo o aldea. Otro 35.5% atiende a clientes ubicados en el mismo municipio del emprendedor. Solo el 0.6% del total de emprendimientos tempranos exporta (Ver Tabla 3).

Tabla 3: Ubicación de los clientes de los emprendedores

¿En dónde se ubican la mayoría de sus clientes?	TEA	Establecidos	Emprendedores
En mi comunidad, pueblo, aldea	37.8	37.2	37.6
En mi municipio	35.5	33.8	35.0
En otro municipio de mi departamento	4.0	7.0	4.8
En mi departamento	10.7	7.4	9.8
En otro departamento	3.2	4.1	3.5
En toda Guatemala	8.1	9.8	8.6
En otros países	0.6	0.7	0.6

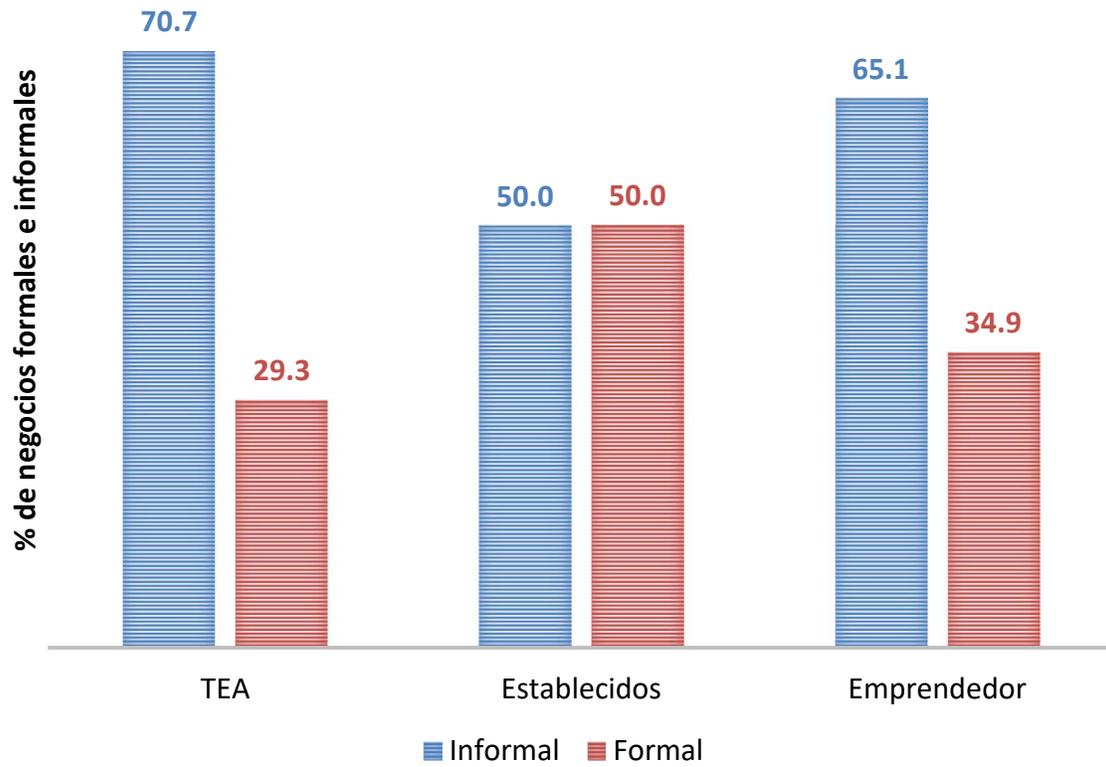
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

6. Registro del negocio: 7 de cada 10 emprendedores en fases temprana opera informalmente.

La mayoría de los negocios en Guatemala opera sin registrarse (ver Gráfica 3.18), este es un fenómeno multicausal, que representa una restricción para que los negocios puedan ganar escala. Ya que operar en la informalidad les impide ser proveedores de empresas formales, tener un historial crediticio para que el negocio sea sujeto de crédito y atender mercados fuera del territorio nacional. Esta situación no necesariamente se revierte al aumentar las labores de fiscalización por parte de las instituciones gubernamentales, sino reconociendo la necesidad de simplificar los procesos para registrarse y operar en la formalidad y disminuir los costos de hacerlo.

Asimismo, es importante ampliar la cobertura y mejorar la calidad de los servicios y beneficios que perciben los negocios al formalizarse. El 66.6% 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 43.4%. Dentro de las principales razones por las que no se formalizan los emprendedores se encuentran: no ver el beneficio de hacerlo (39.9%), lo caro que es operar formalmente (19.8%) y no saber cómo hacerlo (16.8%).

Gráfica 3.18: Formalización de los negocios



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2022.

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

CAPÍTULO 4. EL ENTORNO PARA EMPRENDER EN GUATEMALA

a) Encuesta Nacional a Expertos

La Encuesta Nacional a Expertos (NES, por sus siglas en inglés, *National Expert Survey*) es el instrumento utilizado para conocer la percepción de expertos en materia de emprendimiento, sobre el ambiente en el que se desarrolla la actividad emprendedora. La encuesta registra opiniones sobre si es fácil o difícil hacer nuevos negocios en Guatemala y sobre si consideran propicio el ambiente de emprendimiento en el país. La encuesta se realiza a 36 personas, agrupadas en 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. 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.

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

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

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

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 distintas temáticas que el experto debe calificar en una escala de 0 al 10. 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 a continuación representan el promedio de las calificaciones asignadas por los 36 expertos, en cada una de las temáticas que fueron sometidas a su consideración, para cada una de las 9 áreas evaluadas:

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

La pregunta que trata de responder esta sección es sobre la existencia de distintas fuentes de financiamiento, para empresas nuevas y en crecimiento. La importancia del apoyo financiero reside en que las decisiones de iniciar operaciones o de hacer crecer el negocio depende en gran medida de la variedad, calidad y accesibilidad de distintas fuentes de financiamiento. Esta área se agrupa en dos secciones, la primera explora la disponibilidad de distintas formas de financiamiento y la segunda evalúa la accesibilidad de estas.

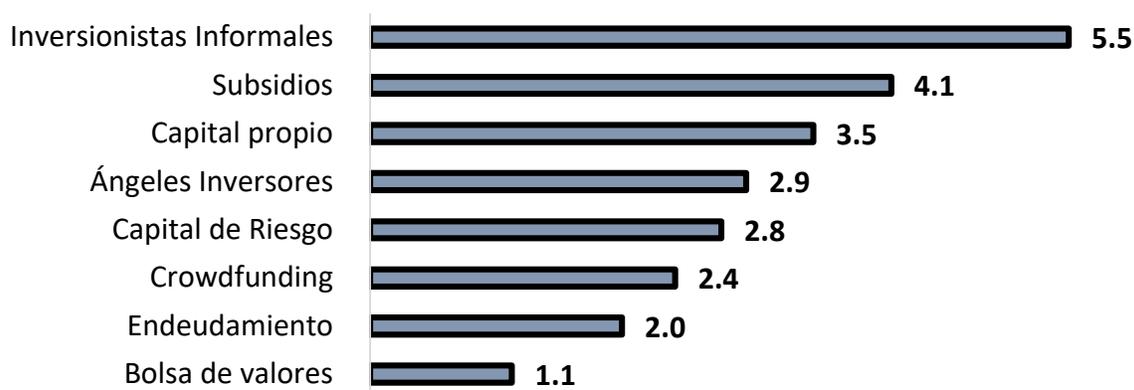
- **Capital Propio.** Disponibilidad de financiamiento a través de capital de los mismos emprendedores.
- **Deuda.** Disponibilidad de financiamiento a través de endeudamiento tradicional con entidades financieras.
- **Subsidios.** Disponibilidad de financiamiento a través de subsidios del gobierno.
- **Inversores 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 a través de compartir 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 prestamistas privados.
- **Servicios de apoyo financiero.** Acceso a los emprendedores a servicios de apoyo.
- **Deuda:** Acceso de los emprendedores a financiamiento a través de endeudamiento.

- **Atracción de inversionistas para hacer crecer el negocio.** Acceso a otras fuentes de financiamiento para que crezca el negocio.
- **Cubrir costos iniciales y de la puesta en marcha del negocio.** Acceso a fuentes que financien el inicio de la operación.

El sector financiero guatemalteco es visto por los expertos encuestados, como una restricción para el emprendimiento. Especialmente para los emprendedores pequeños quienes no llenan los requisitos de una solicitud tradicional de crédito y que tienen que recurrir a fondos propios o de inversores informales para iniciar un negocio. Las fuentes de financiamiento para la actividad emprendedora, según la percepción de los expertos, son escasas⁵. Según la calificación asignada por los entrevistados, se considera que el financiamiento a través de la Bolsa de Valores es el menos accesible para los negocios en crecimiento y de reciente creación⁶, reflejado en la nota promedio de 1.1/10.

La fuente de financiamiento calificada como más disponible por los expertos encuestados es la que procede por parte de inversionistas informales (tales como amigos, familiares o conocidos)⁷ con una nota de 5.5/10. Los expertos perciben poco accesibles el financiamiento para cubrir los costos de derivados de la puesta en marcha de un negocio nuevo con una nota de 2.9/10.

Gráfica 4.1: Disponibilidad de financiamiento para negocios nuevos y en crecimiento



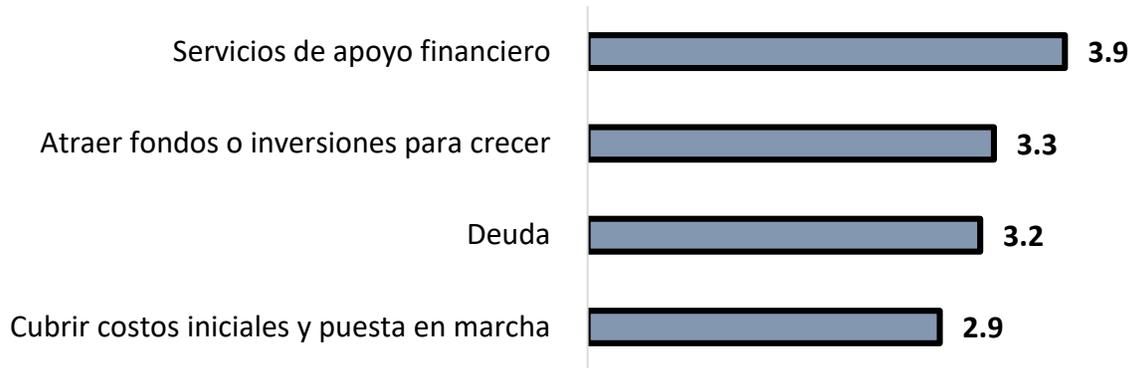
Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2022.

⁵ La Gráfica 2.8 muestra que la calificación asignada por los expertos en esta categoría comparada con la de otros países, ubica a Guatemala en la posición 49/51 países evaluados.

⁶ La Gráfica 3.13 muestra que el 65% de los emprendimientos tempranos y el 83.2% de los establecidos se financia con fondos propios. Por lo tanto, aunque la bolsa de valores es la fuente de financiamiento considerada menos disponible, el resto de las fuentes no es tan utilizada por el perfil de emprendedores analizados en el estudio.

⁷ La Gráfica 3.14 muestra que para los emprendedores que no pusieron el 100% de recursos requeridos para poner en marcha sus negocios, esta fue la fuente de financiamiento utilizada por el 37.9% de los emprendedores de la TEA y el 18.4% de los emprendedores establecidos.

Gráfica 4.2: Accesibilidad a fuentes de financiamiento



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2022.

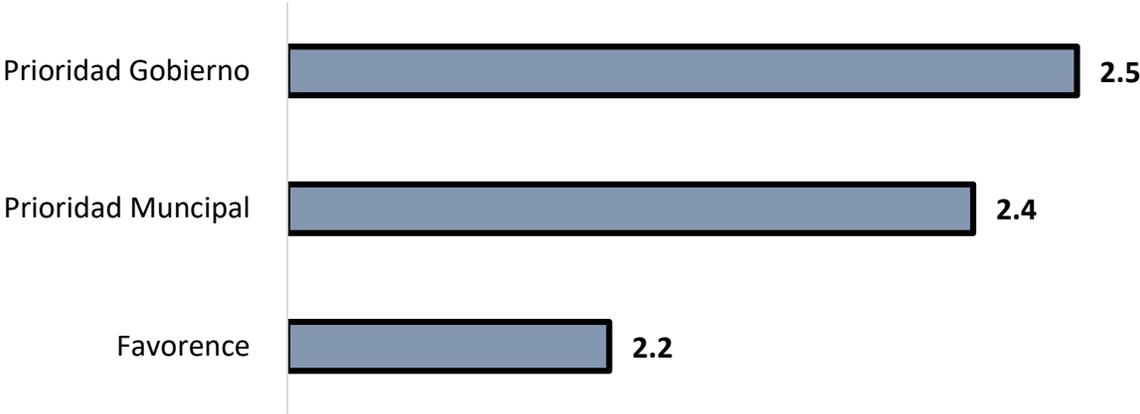
2. Políticas de gobierno: no favorecen el emprendimiento.

En esta sección se explora el papel de las políticas de gobierno para favorecer o para no impedir, encarecer o desincentivar la creación de nuevos negocios y su crecimiento, se en dos áreas la primera mide la prioridad que tiene la creación de negocios dentro de la política pública y la segunda mide la capacidad de la política pública de reducir trabas y burocracia que ahorre tiempo de los emprendedores:

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

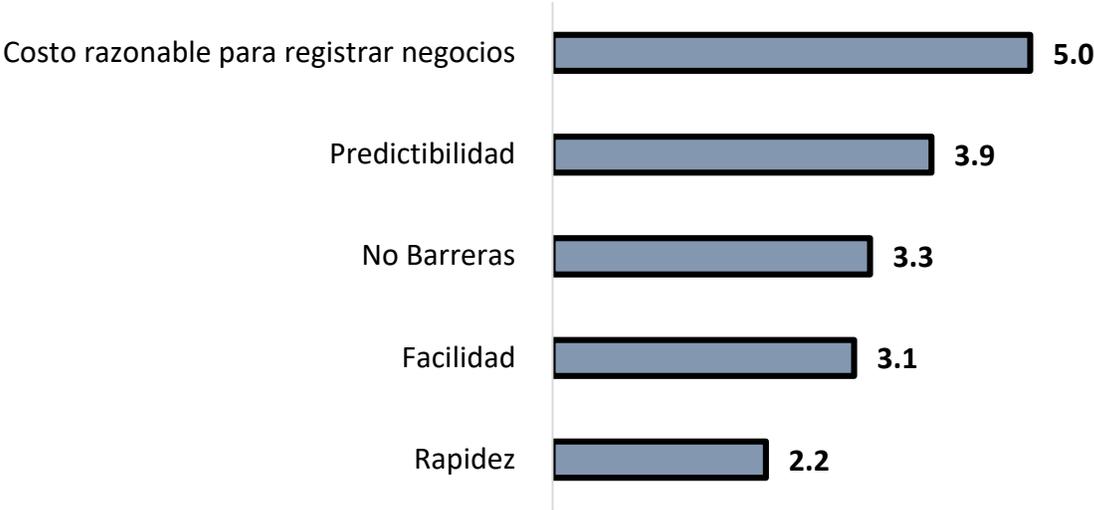
En opinión de los expertos, las políticas de gobierno no favorecen el emprendimiento, esa fue la variable peor evaluada (2.2/10), seguida por la prioridad que se percibe que tiene el emprendimiento a nivel municipal (2.4/10).

Gráfica 4.3: Prioridad del emprendimiento dentro de las políticas públicas



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2022.

Gráfica 4.4: Capacidad de las políticas públicas para reducir burocracia



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2022.

El mayor desafío al intentar orientar las políticas de gobierno hacia crear condiciones que faciliten la creación de nuevos negocios y su crecimiento es la definición de un sujeto priorizado. Ante a diversidad de escalas y tipos de negocios que hay en el país, es importante trazarse objetivos de política pública que impacten positivamente a la mayoría. De pronto, reducir los costos y la complejidad de abrir, operar y cerrar negocios son objetivos que al alcanzarse podrían beneficiar tanto a emprendedores formales y a emprendedores informales para que dejen de serlo.

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

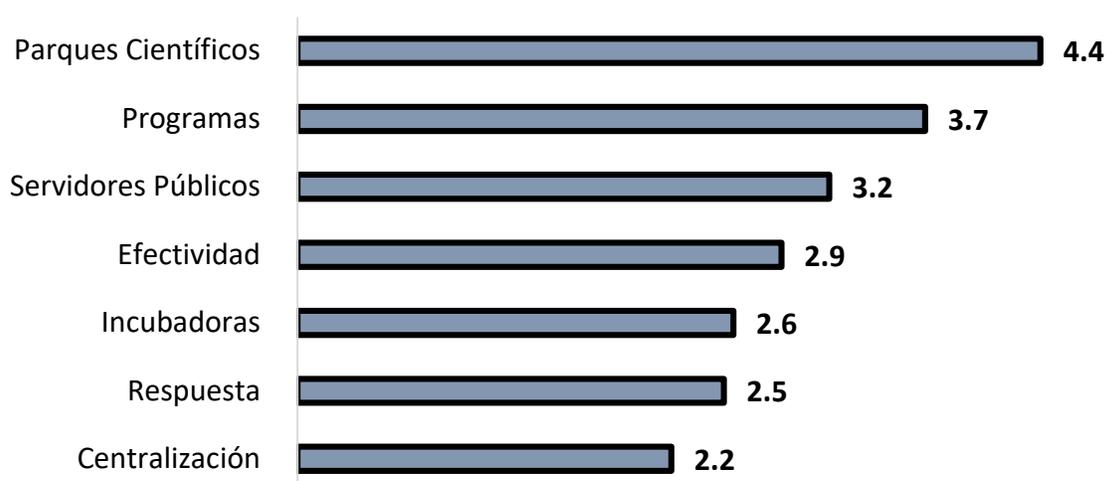
En esta sección de la encuesta se analiza la disponibilidad y efectividad de distintos tipos de programas de gobierno que generalmente se utilizan para promover el emprendimiento. Los programas que se abordan en esta sección son los siguientes:

- **Centralización.** Las empresas nuevas y en crecimiento pueden obtener información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales poniéndose en contacto con un solo organismo público.
- **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.
- **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.
- **Parques científicos.** Apoyan los parques científicos a los negocios nuevos y en crecimiento.
- **Incubadoras.** Las incubadoras apoyan a los negocios nuevos y en crecimiento.

Según la percepción de los expertos, los programas de gobierno no están apoyando la actividad emprendedora. La categoría mejor evaluada es la existencia de parques científicos que apoyen negocios en crecimiento y de reciente creación (4.4/10), aunque se encuentra por debajo de la mitad de la nota máxima que puede asignarse. La siguiente mejor categoría evaluada es la de programas de gobierno (3.6/10), los expertos consideran que existe un número adecuado de programas que apoyan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.

Las categorías de centralización de servicios en una ventanilla única (2.2/10) y respuesta del gobierno a las necesidades de los emprendedores (2.5/10) son las que presentaron una menor puntuación al percibirse que brindan un menor apoyo para facilitar la creación de nuevos negocios y su crecimiento (Ver Gráfica 4.5).

Gráfica 4.5: Programas de gobierno respecto a negocios nuevos y en crecimiento



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2022.

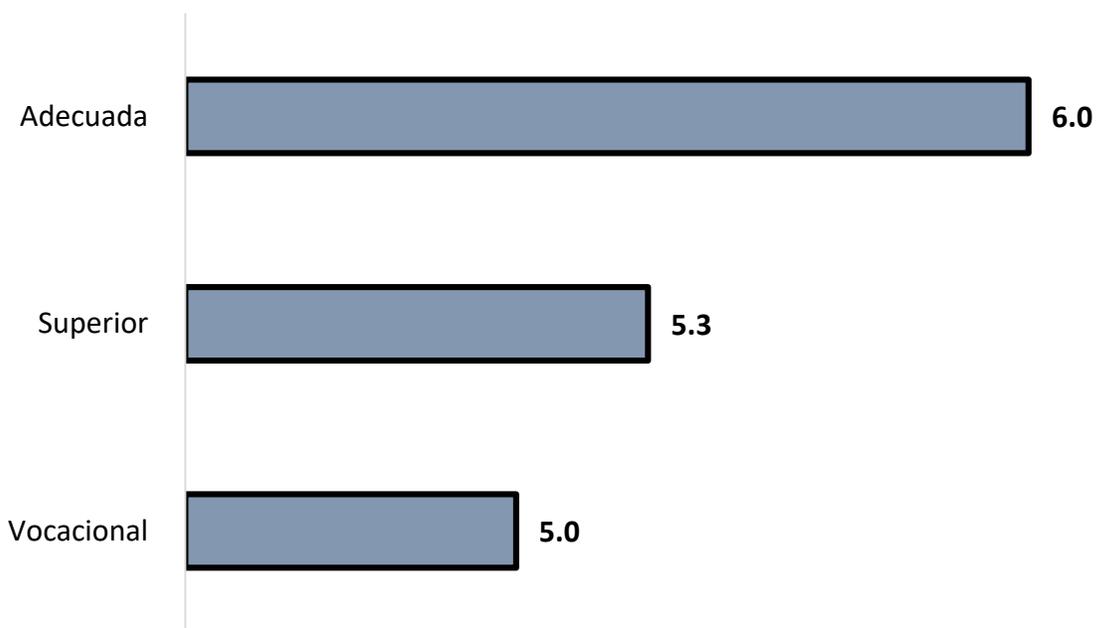
4. Educación y formación emprendedora: es adecuada a nivel superior y vocacional, pero no en los niveles primario y secundario.

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

- **Iniciativa.** La educación a nivel primario y secundario estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.
- **Principios.** La educación a nivel primario y secundario aporta conocimientos suficientes y adecuados sobre de los principios de una economía de mercado.
- **Espíritu.** La educación a nivel primario y secundario le dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.
- **Superior.** Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad, para la creación de nuevas empresas y su crecimiento.
- **Adecuada.** La formación en administración, dirección y gestión de empresas proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de empresas y su crecimiento.
- **Vocacional.** Los sistemas de formación profesional y formación continua proveen una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y su crecimiento.

La mayoría de los expertos encuestados está de acuerdo en que la educación para la creación de empresas es adecuada (6/10), tanto a nivel de la enseñanza superior (5.3/10) como a nivel vocacional (5/10).

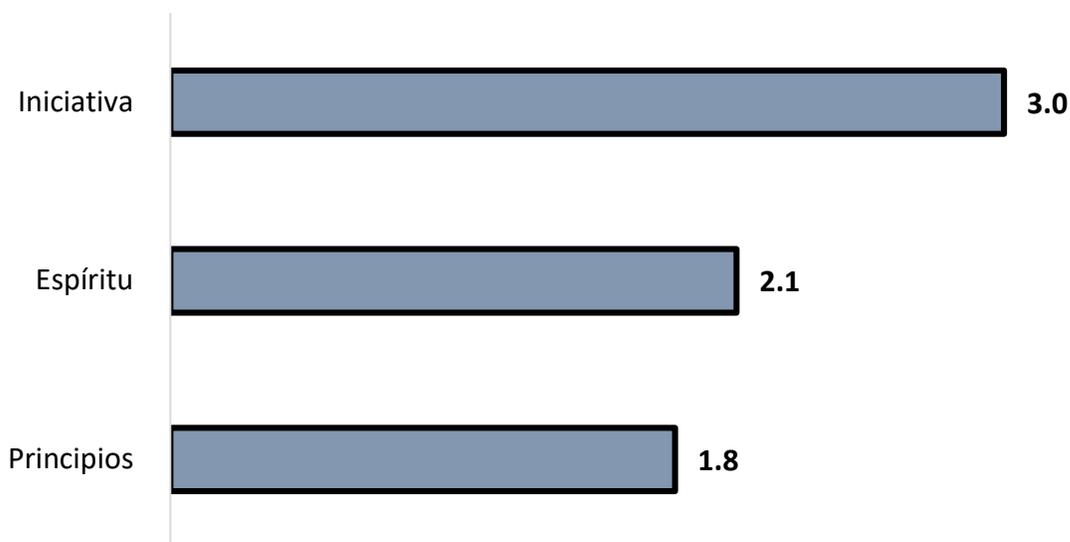
Gráfica 4.6: Educación técnica y superior



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2022.

No así, en el nivel primario y secundario, en donde los expertos opinan que no se estimula la creatividad, autosuficiencia y la iniciativa personal (3/10), no se enseñan el espíritu empresarial para la creación de empresas (2.1/10) y tampoco se enseñan los principios de una economía de mercado (1.8/10).

Gráfica 4.7: Educación primaria y secundaria



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2022.

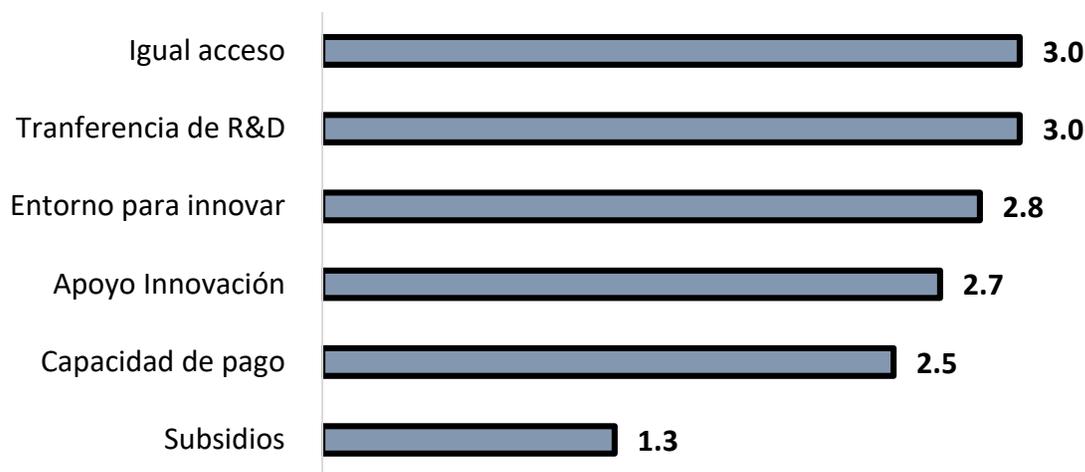
5. Transferencia de conocimientos y tecnología: una de las debilidades del ambiente emprendedor en Guatemala.

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

- **Transferencia de R&D.** Las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.
- **Igual acceso.** Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las empresas ya establecidas.
- **Capacidad de pago.** Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías.
- **Subsidios.** Los subsidios y ayudas gubernamentales son suficientes y 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 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 expertos encuestados, la transferencia de conocimientos y tecnología es una de las mayores debilidades del ecosistema de emprendimiento en Guatemala. Uno de los aspectos peor calificados es el de subsidios (1.3/10), en donde se considera que no existe el apoyo suficiente para que empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías.

Gráfica 4.8: Transferencia de conocimientos y tecnología



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2022.

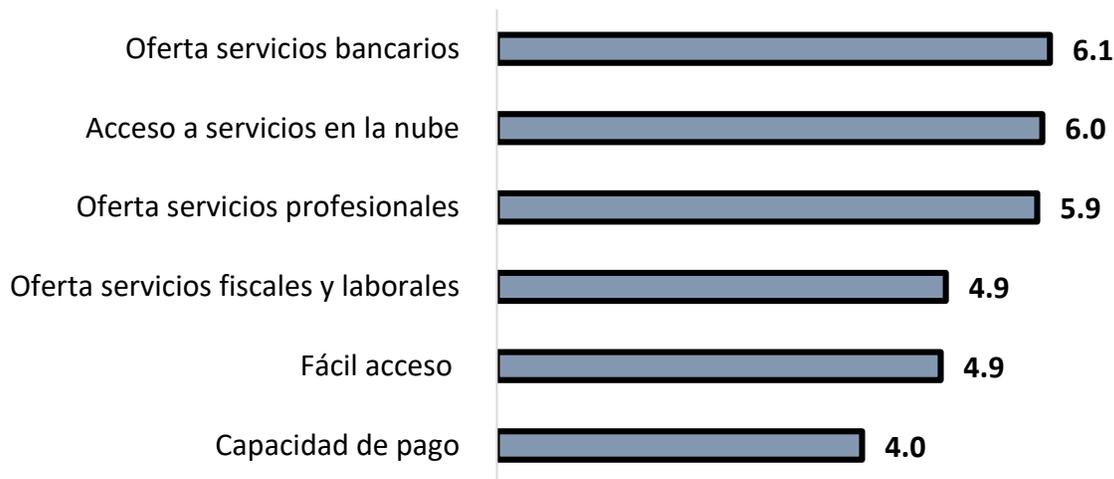
6. Infraestructura comercial y profesional: ambiente propicio para la actividad emprendedora, excepto por la capacidad de pago.

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

- **Oferta 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.
- **Fácil acceso.** Las empresas nuevas y en crecimiento tienen acceso fácil a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.
- **Oferta servicios fiscales y laborales.** Las empresas nuevas y en crecimiento tienen acceso fácil a buenos servicios profesionales legales y contables.
- **Oferta 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).
- **Acceso a servicios en la nube.** Las empresas nuevas y en crecimiento puede acceder a servicios de informática en la nube a precios accesibles.

La calificación más elevada asignada por los expertos encuestados en esta categoría refleja la percepción de que se tiene acceso fácil a buenos servicios bancarios (6.1/10) y hay acceso a servicios de informática en la nube a precios accesibles (6/10). Por otra parte, los expertos consideran que las empresas nuevas y en crecimiento no pueden pagar el costo de proveedores, consultores y subcontratistas (4/10), al ser esta la categoría peor calificada.

Gráfica 4.9: Infraestructura comercial y profesional



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2022.

Los datos anteriores pueden parecer contradictorios al contrastarse con las bajas calificaciones de la categoría Acceso a Financiamiento, aunque los encuestados considera que es fácil el acceso a buenos servicios bancarios (6.1/10), lo más probable es que los emprendedores a título personal logren tener acceso a financiamiento o distintos servicios bancarios, pero debido a la limitada escala de operación y a la informalización de sus actividades, su negocio no es sujeto de crédito.

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

Esta sustitución podría darse parcialmente si el emprendedor 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, hay temas específicos que solo a través de la contratación de algún proveedor, consultor o subcontratista podrá realizar, principalmente aquellos relacionados con el cumplimiento de los requisitos necesarios para que una empresa se registre y opere de manera formal, por ejemplo, requisitos tributarios y de legislación laboral.

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

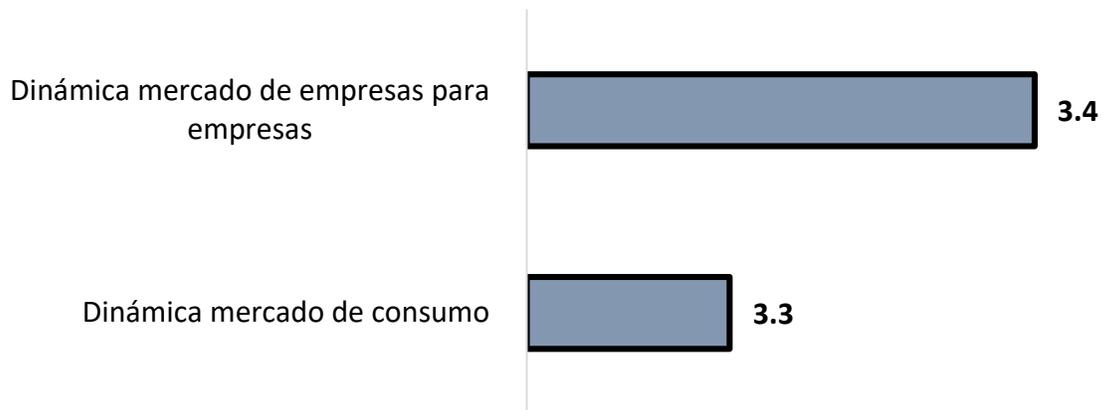
En esta sección se miden dos aspectos de las condiciones del mercado interno: el grado de dinamismo de los mercados y las barreras de entrada. Para medir el dinamismo del mercado interno se realiza un análisis sobre la dinámica de los bienes de consumo y de los servicios de empresas para empresas. Para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

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

- **Legislación antimonopolio.** La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.

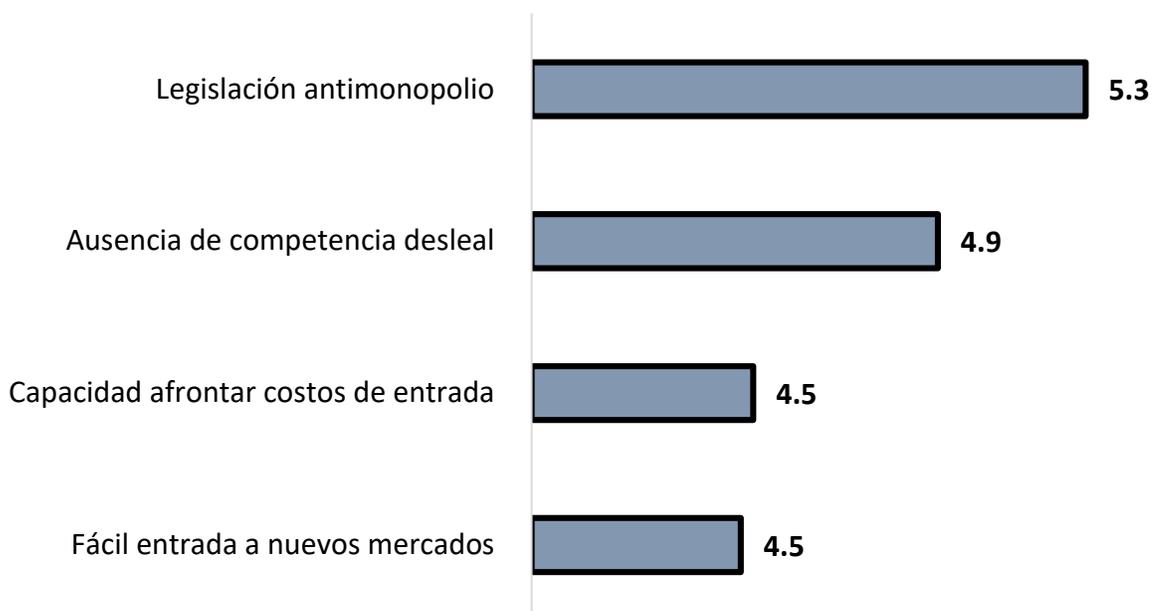
En cuanto a las barreras de entrada, los expertos asignaron una calificación promedio de 4.5/10 al percibir que las empresas tienen facilidad de entrada a nuevos mercados, 4.9/10 cuando valoran si las empresas enfrentan competencia desleal, 4.5/10 al considerar si las empresas tienen capacidad de afrontar los costos de entrada. Los aspectos anteriores fueron los mejor evaluados en la categoría.

Gráfica 4.10: Mercados internos dinámicos



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2022.

Gráfica 4.11: Costos de entrar a mercados internos



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2022.

Los datos anteriores sobre las barreras para la entrada a nuevos mercados podrían ser uno de los motivos por los cuales, aunque casi la mitad de los guatemaltecos tienen ideas de negocios (emprendimiento potencial -47.3%-), solo 29.4% de guatemaltecos tienen emprendimientos tempranos y 11.6% de guatemaltecos logran emprendimientos establecidos (ver Gráfica 3.5).

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

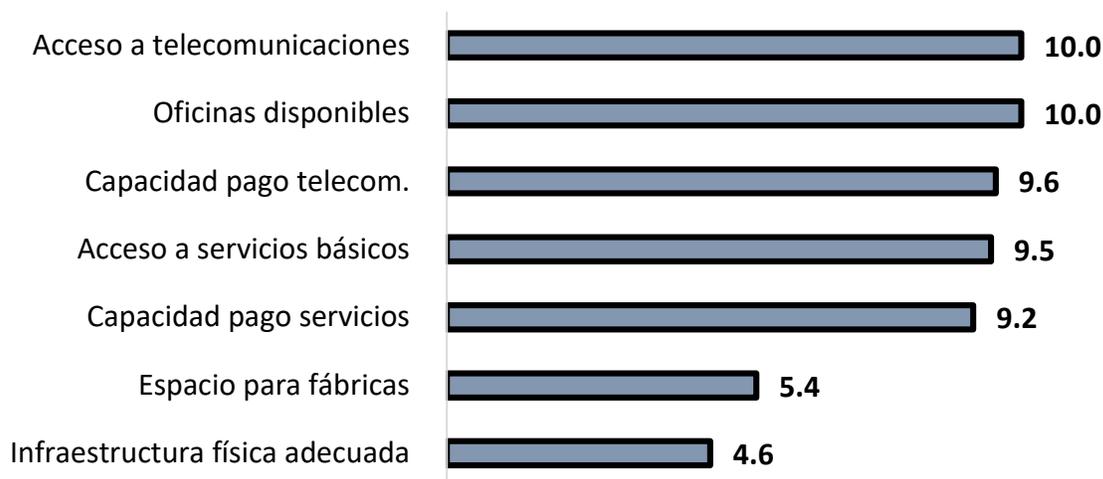
La encuesta a expertos evalúa si la infraestructura física estimula la actividad emprendedora o es un obstáculo para las empresas. Las afirmaciones que se evalúan en esta sección son:

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

Los aspectos evaluados en esta categoría son los que poseen la nota promedio más elevada. Al considerar que una empresa puede proveerse servicios de telecomunicación en una semana (10/10) y de servicios básicos en aproximadamente un mes (9.5/10). Por otra parte, como se aprecia en la Gráfica 4.12, la nota más baja la obtuvo la consideración de que la infraestructura física no representa un apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento (4.6/10). Se puede decir que esta es una restricción para empresas que necesitan transportar sus productos a distintas áreas geográficas. Esto es un desincentivo para negocios que podrían escalar sus operaciones para atender un área más amplia, pero debido del incremento sustancial en sus costos por las malas condiciones de la infraestructura, ya no se les hace rentable ampliar su alcance.

Esto podría incidir en el hecho de que el 72.7% de los emprendimientos atienden únicamente a clientes en la comunidad, o en el municipio del emprendedor (ver Tabla 3).

Gráfica 4.12: Infraestructura física



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2022.

9. Normas sociales y culturales: las normas sociales y culturales dan un apoyo débil a la actividad emprendedora.

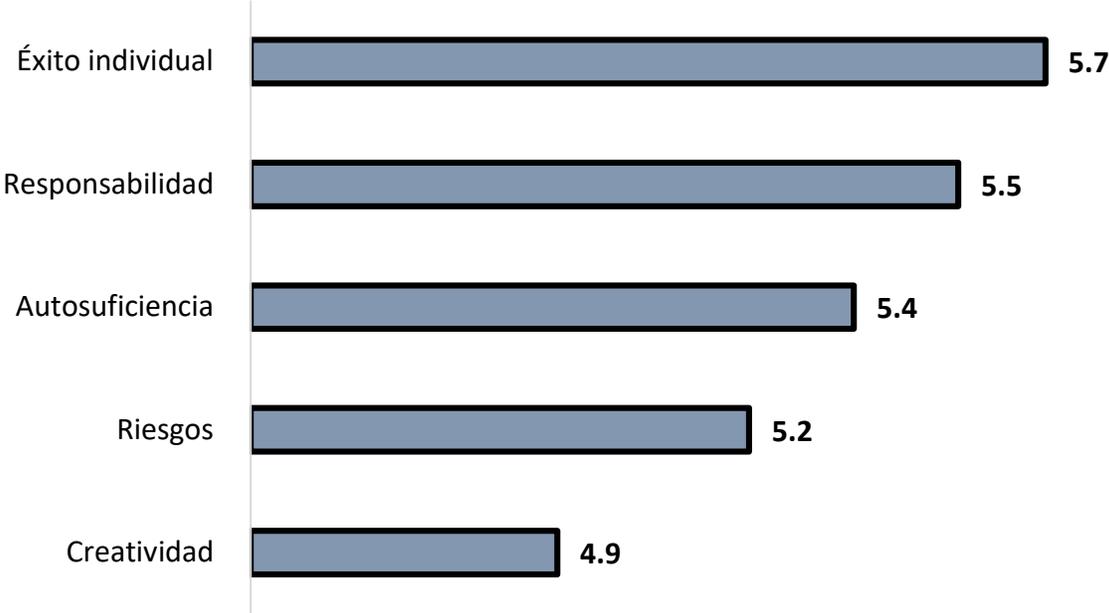
La última sección de la encuesta a expertos evalúa cómo las normas sociales y culturales inciden en la creación de empresas. Estos son las afirmaciones evaluadas en esta sección:

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

Los expertos encuestados consideraron que las normas sociales y culturales apoyan el éxito individual (5.7/10) y enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida (5.5/10), al asignarles una nota más elevada que al resto de aspectos evaluados. En cuanto a los aspectos calificados con una nota

promedio menor, se asignó una nota de 4.9/10 al considerar que: las normas sociales y culturales apoyan la creatividad, la innovación y la toma de riesgos empresariales (Ver Gráfica 4.13).

Gráfica 4.13: Normas sociales y culturales



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2022.

CONCLUSIONES

Desde 2009 se realiza un enorme esfuerzo para contar con mediciones estandarizadas de emprendimiento para Guatemala a través de las cuales se ha desarrollado una mayor comprensión del fenómeno e incidir sobre las percepciones sociales. Por ejemplo, desde 2014 hasta la fecha, Guatemala ha ocupado **uno de los primeros lugares** como el país en donde el emprender un negocio es considerado como la opción más deseable para generar ingresos (en 2009 el país ocupaba la posición 18 de 54 países y en 2022 ocupó la posición 2 de 49).

Los resultados analizados en el ciclo 2022-2023 se obtuvieron luego de implementar una metodología estandarizada aplicada en **49 países** alrededor del mundo, con los cuales es posible realizar comparaciones. Dentro de los resultados obtenidos destaca la importancia del emprendimiento femenino en fases tempranas. En Guatemala el **28.2 %** de las mujeres tiene un negocio de reciente creación (menos de 42 meses de estar operando), ubicándose como el país con la tasa de emprendimiento femenino más alta del mundo, seguido por Colombia (26.1 %), Togo (25.4 %) y Chile (25.2 %).

Al analizar los indicadores del proceso emprendedor se muestra que, de los 49 países participantes, Guatemala ocupa la **primera posición** como el país en donde una mayor porción de su población adulta (18-64 años) es dueña y administradora de un negocio de reciente creación (menos de 42 meses de estar funcionando). Actualmente, **2.9 millones** de guatemaltecos tienen un negocio de reciente creación (29.4 % de la población adulta). Los negocios que se desarrollan tienen las siguientes características: El **42.6 %** inicia con una inversión inicial inferior a **cinco mil quetzales** y el **48.5 %** no genera ningún empleo. Asimismo, **7** de cada **10** negocios pertenecen al **sector económico del consumo** (74 %) y el **72.6 %** atiende clientes que se **ubican en la comunidad o municipio en donde vive el emprendedor**.

Las características anteriormente mencionadas han estado presentes en los emprendedores año con año, desde **2009**, cuando se empezaron a hacer mediciones con el GEM por primera vez en el país. Esta situación merece una reflexión acerca de los elementos que limitan la capacidad del emprendedor para aumentar la escala de su negocio, dentro de las cuales destacan:

- **Se emprende debido a la urgencia de generar ingresos:** El **88.7 %** de los emprendedores tiene como motivación principal generar ingresos ante la imposibilidad de hacerlo a través de un empleo formal. La urgencia de tener ingresos lleva a los emprendedores a optar por negocios parecidos a los ya existentes (**68 %** no considera que sus clientes vean los productos o servicios que ofrecen como novedosos o desconocidos). Esta forma de verlo limita el enfoque en el crecimiento del negocio o su perfeccionamiento y hace que el emprendedor se mantenga en una búsqueda permanente de fuentes alternas para generar ingresos.

- **La mayoría de los negocios no se registra:** El **70.7 %** 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 **50 %**. Dentro de las principales razones, que mencionan los emprendedores, por las que no se formalizan se encuentran: no ver el beneficio de hacerlo (**63.4 %**), lo caro que es operar formalmente (**15.1 %**) y no saber cómo hacerlo (**11.2 %**).
- **La inseguridad se focaliza en los emprendedores:** El simple hecho de ser un emprendedor hace que las personas tengan una mayor probabilidad de ser víctimas de algún delito. Un emprendedor es asaltado **1.52 veces** más que un guatemalteco no emprendedor. El **21.6 %** del total de **emprendedores** y el **14.2 %** del total de **no emprendedores** reportó haber sido **víctima** de algún delito en 2022.
- **Productos financieros poco sofisticados:** Los expertos entrevistados en la Encuesta Nacional de Expertos -NES por sus siglas en inglés- consideran que en Guatemala son limitadas las fuentes de financiamiento sofisticadas para los negocios nuevos y en proceso de creación. 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, estos expertos consideraron que el financiamiento proveniente de inversionistas informales -familiares y amigos- es la fuente más disponible (**5.5 puntos** en promedio), y el financiamiento a través de la bolsa de valores como la menos disponible (**1.1 puntos**). Según la encuesta para emprendedores, el **70.1 %** aporta el total de la inversión inicial para arrancar su negocio y únicamente el **13 %** obtiene recursos de instituciones financieras. Por lo tanto, aunque han habido nuevas propuestas de entidades financieras, *fintechs* y otros actores, todavía existe bastante espacio para innovar en el desarrollo de productos financieros que se ajusten al perfil y a las necesidades de los emprendedores identificados en el estudio.
- **La educación no facilita habilidades para emprender:** Los expertos entrevistados en la NES perciben que el sistema educativo a nivel de primaria y básicos 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 nota más baja de las 13 áreas calificadas).

Cuando los negocios han operado por más de tres años y medio, se convierten en emprendimientos establecidos. Estos tienden a involucrarse en actividades económicas que agregan más valor (el 27.5 % se dedica a actividades de transformación), de mayor tamaño (38.1 % inició su negocio con una inversión superior a los Q10 mil), con un mayor número de empleados (el 54.6 % genera por lo menos un empleo) y una mayor proporción de formalización (el 50 %). Por eso, lo que se busca es generar condiciones para que el entorno sea propicio para la sobrevivencia de los negocios en el largo plazo.

De cara a la llegada de un nuevo gobierno, es necesario recordar la relevancia de la actividad emprendedora en Guatemala, la importancia de responder a las necesidades que resaltan los emprendedores en estos estudios, como la seguridad ciudadana, la calidad de la infraestructura, la simplicidad para operar formalmente, y generar apertura para nuevos modelos educativos que permitan educación de calidad para las nuevas generaciones, y la capacitación y acceso a herramientas para potenciar el desempeño de los emprendedores y de sus negocios.

Es importante comprender la naturaleza de los problemas que se desean resolver, identificar si la problemática amerita articular una solución exclusiva para emprendedores o requiere una aproximación más amplia porque también afecta al resto de la población. También, es necesario identificar las acciones que se han implementado en el pasado y los resultados que se han alcanzado hasta el momento. Ejercicio que permitirá tomar decisiones que den el espacio y generen las condiciones para que surjan nuevas iniciativas o soluciones a los problemas priorizados.

BIBLIOGRAFÍA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- INE. (2020). Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos. Guatemala: INE.
- Journal of Political Economy, 98, pp. 893-921.
- Kirzner, Israel M (1973). Competition and Entrepreneurship. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, Israel M. (1997). Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. Journal of Economic Literature, Vol. 35, No. 1 (Mar., 1997), pp. 60-85
- Marshall, A. (1890). Principles of Economics. London: Macmillan and Co.
- Mincer, J. (1974). Schooling, Experience and Earnings. Columbia University Press.
- North, D. (1994). Economic Performance Through Time. American Economic Review, Vol. 84, No.3
- Porter, M.E., J.J. Sachs and J. McArthur (2002). "Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development." In The Global Competitiveness Report 2001-2002, edited by M.E. Porter, J.J.
- Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur and K. Schwab, 16-25. New York, NY: Oxford University Press.
- Ray, D. (1998). Development Economics. United Kingdom: Princeton University Press.
- Reynolds, P., N. Bosma, E. Autio, S. Hunt, N. De Bono, I. Servais, P. Lopez-Garcia, and N. Chin (2005). "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation, 1998-2003," Small Business Economics, 24(3), 205-231.
- Schumpeter, J. A. (1934). The Theory of Economic Development. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Schwab, K. (2009). Global Competitiveness Report 2009-2010. World Economic Forum. Geneva, Switzerland.
- Weiss, A. (1995). Human Capital vs. Signalling Explanation of Wages. The Journal of Economic Perspectives, 133-154.

ANEXOS

ANEXO 1. Glosario

Medición	Descripción
ACTITUDES EMPRENDEDORAS Y PERCEPCIONES	
Oportunidades percibidas	Porcentaje de población de 18 a 64 años que miran buenas oportunidades de iniciar un negocio en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de población de 18 a 64 años que cree que tiene las habilidades y el conocimiento para iniciar un negocio.
Miedo al Fracaso	Porcentaje de población de 18 a 64 años que percibe oportunidades positivas para emprender un negocio, pero el miedo al fracaso los impide a iniciar su empresa.
Intención emprendedora	Porcentaje de población de 18 a 64 años (excluyendo los individuos en cualquier etapa de la actividad emprendedora) que espera iniciar un negocio en tres años.
Emprendimiento como una elección de carrera profesional	Porcentaje de población de 18 a 64 años que está de acuerdo con la afirmación que en su país la mayor parte de los individuos consideran que es positivo iniciar un negocio.
Emprendimiento que genera un estatus destacable	Porcentaje de población de 18 a 64 años que están de acuerdo que emprendimientos exitosos son retribuidos con un estatus destacable.
Atención del emprendimiento en los medios de comunicación	Porcentaje de población de 18 a 64 años que está de acuerdo con que en su país uno encuentra en los medios de comunicación historias de emprendedores exitosos en nuevos negocios.
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	
Tasa de Emprendedores Nacientes	Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente son un emprendedor naciente, i.e., están activamente involucrados en el inicio de una empresa que les pertenece o son socios; empresas que todavía no han pagado salarios, sueldos o alguna compensación a los dueños por un período de tres meses máximo.
Tasa de Propietarios de Nuevas Empresas	Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente son dueños de una nueva empresa, i.e., son dueños y administran un negocio propio que ha pagado salarios, sueldos y otras compensaciones a los dueños por un periodo menor a 42 meses.
Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA)	Porcentaje de población de 18 a 64 años que son tanto un emprendedor naciente o el propietario de una nueva empresa.
Tasa de Negocios Establecidos	Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente son dueños de negocios establecidos, i.e., son dueños y administran un negocio que ha pagado salarios, sueldos y otras compensaciones a los dueños por más de 42 meses.
Tasa de Negocios Descontinuados	Porcentaje de población de 18 a 64 años que ha descontinuado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea por medio de venderlo, cerrarlo o algún otro medio que modifique la relación de dueño y administrador del negocio.
Actividad Emprendedora Dirigida por la Necesidad: Prevalencia Relativa	Porcentaje de individuos en la actividad de emprendimiento temprana que están involucrados porque no tienen otra opción de trabajar.
Actividad Emprendedora Dirigida por la Innovación	Porcentaje de individuos en la actividad de emprendimiento temprana que (i) afirman ser inducidos por oportunidades de negocios más que por la falta de opción laboral (ii) que indican el principal motivo para aprovechar esta oportunidad es ser independiente o incrementar sus capacidades de ingreso más que mantener sus niveles actuales de ingreso.

ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS	
Tasa de Expectativas de Elevados Niveles de Crecimiento en la Etapa de Emprendimiento Temprano	Porcentaje de población de 18 a 64 años que son tanto emprendedores nacientes o dueños de nuevas empresas que esperan emplear por lo menos a 20 trabajadores en los próximos cinco años.
Tasa de Expectativas de Elevados Niveles de Crecimiento en la Etapa de Emprendimiento Temprano: prevalencia relativa	Porcentaje de la población en la etapa de emprendimiento temprano que son tanto emprendedores nacientes o dueños de nuevas empresas que esperan emplear por lo menos a 20 trabajadores en los próximos cinco años.

ANEXO 2. Países participantes en el GEM 2022-2023

Países participantes en el ciclo 2022-2023, agrupados por región geográfica y nivel de ingresos

Región	Bajos ingresos	Ingresos medios	Altos ingresos
Asia del Este y del Pacífico	India, Indonesia	República Popular China	Corea del Sur, Japón, Taiwán
Europa y Norte América		Serbia	Alemania, Austria, Canadá, Chipre, Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Francia, Grecia, Hungría, Italia*, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, Rumania, Suecia, Suiza
Latinoamérica y El Caribe		Argentina*, Brasil, Colombia, Guatemala, México, Venezuela	Chile, Panamá, Puerto Rico, Uruguay
Oriente Medio y África	Egipto, Irán, Marruecos, Togo, Túnez	Sudáfrica	Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos, Israel, Omán, Qatar

*Realizaron únicamente la encuesta a expertos (NES)

GT23



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
Fax (+502) 2338-7893

gem@ufm.edu
gem.ufm.edu