

LANDÍVAR *ECONOMICS*

BOLETÍN ECONÓMICO 2 | ABRIL-JUNIO DE 2021



Fuente: xb100. (2018). Monedas, papel moneda y globo en blanco fondo de la forma de la estadística. https://www.freepik.es/foto-gratis/monedas-papel-moneda-globo-blanco-fondo-forma-estadistica_1164045.htm#page=1&position=44

ÍNDICE

COVID-19: EFECTOS DESIGUALES ENTRE SECTORES Y EMPRESAS DE GUATEMALA

Astrid Beltetón Mohr, investigadora del Instituto de Investigación y Proyección sobre Economía y Sociedad Plural (Idies)

2

RESILIENCIA DE LOS EMPRENDEDORES GUATEMALTECOS ANTE LA CRISIS DEL CORONAVIRUS COVID-19

Julio Estanislao Cuc, investigador del Idies

9

INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA: ESCENARIO ACTUAL Y PERSPECTIVAS

Luis Fernando Lemus Mackay, investigador del Idies

15

EL CRÉDITO DE RESCATE PARA LAS MIPYME

Donald Rodas, docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (FCEE)

22

ESTRUCTURA Y PODER DE MERCADO EN LOS SECTORES GENERACIÓN DE ELECTRICIDAD Y TELEFONÍA CELULAR

Guillermo Díaz, vicedecano de la FCEE

25

COVID-19: EFECTOS DESIGUALES ENTRE SECTORES Y EMPRESAS DE GUATEMALA

Astrid Beltetón Mohr, investigadora del Instituto de Investigación y Proyección sobre Economía y Sociedad Plural (Idies)

La crisis provocada por la pandemia de la COVID-19 ha resultado en una contracción sin precedentes en la actividad económica, debido a que afecta directamente la estructura productiva y empresarial de Guatemala y del mundo. Aún con los pronósticos mucho más alentadores, revelados recientemente por el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial y otras entidades, la duración prolongada y los efectos de la pandemia han generado costos económicos elevados de forma directa e indirecta, para las empresas de todo tamaño y sector, aunque de forma distinta. En este sentido, ya son evidentes los cambios en el consumo, la organización productiva y el comercio internacional, algunos serán temporales y otros quizás irreversibles.

Comprender la gravedad del impacto de la pandemia, así como los mecanismos de ajuste adoptados por las empresas, es fundamental para diseñar mejores estrategias y políticas que puedan ayudar a mitigar las consecuencias y respaldar la recuperación.

En Guatemala, el impacto de la pandemia en el 2020 produjo una contracción económica del -1.5 %; sin embargo, al analizar la evolución del Producto Interno Bruto (PIB) trimestral 2020, por actividad económica, se evidencia que la crisis ha tenido distintos patrones entre las actividades económicas y, por lo tanto, se puede esperar que la recuperación también sea desigual (Banguat, 2021).

La contracción ha sido mayor en sectores, cuyas actividades son intensivas en contacto cercano entre personas, como lo son la hotelería y restaurantes, el transporte y los servicios personales. En este sentido, mientras que las actividades de alojamiento y de servicio de comidas registraron una reducción del -24 % del total anual, la contracción en el segundo trimestre fue considerable, con -77 % en el sector hotelero y de - 41. 7 % en las actividades de servicio de comidas y bebidas, a causa de la caída del flujo

Figura 1. Guatemala, tasa de variación interanual del PIB trimestral por actividad económica 2020

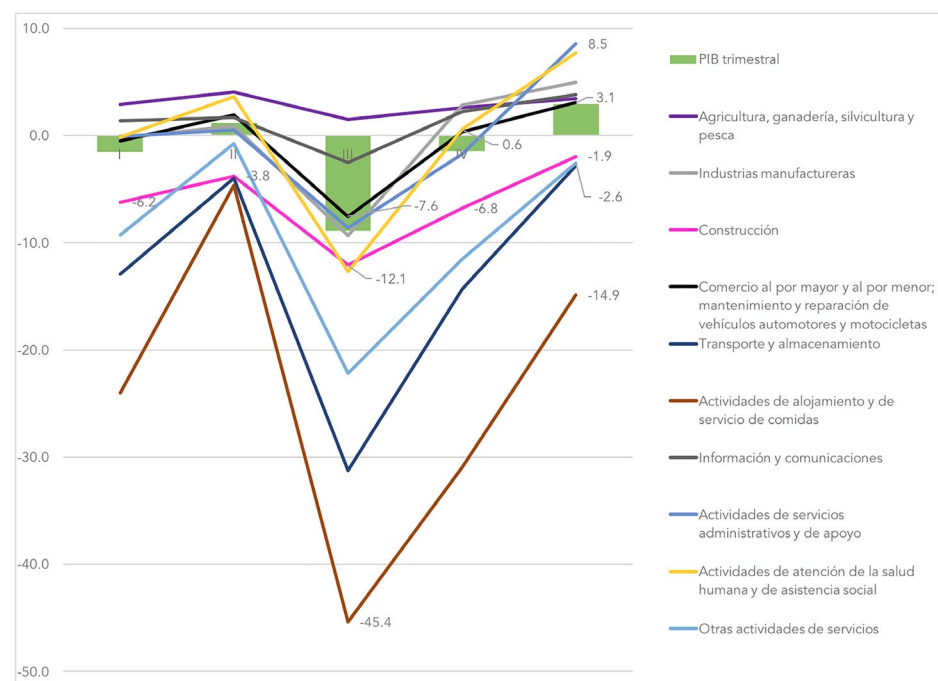


Figura 1. Tasas de variación interanual, con año de referencia 2013. Actividades económicas seleccionadas. Fuente: elaboración propia con datos del Banco de Guatemala (2021).

de turistas que ingresaron al país y las limitaciones en el aforo. Por otro lado, el impacto de la pandemia ha sido menor en aquellos sectores que se consideran esenciales como la producción de alimentos, pues, la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca creció 2.9 % del total anual por encima del 2.1 % del 2019.

Los efectos de la crisis han ocurrido dentro del contexto y la estructura productiva, en el que ya concurrían características y debilidades, como la elevada heterogeneidad entre las empresas y sectores. En especial por las diferencias en el nivel de productividad, el acceso a la tecnología y a los recursos financieros. Al analizarla por tamaño, los últimos datos disponibles indican que el sector empresarial está conformado por un 90.34 % de microempresas y tan solo por un 0.34 % de grandes empresas (Mineco, 2017). Según datos del Banguat, la economía informal representó un 22 % del PIB en el 2019 (Banguat, 2021). En algunos casos, ante la falta de oportunidades de empleo en el sector formal, se buscan opciones en el ámbito de la informalidad y en los emprendimientos con la modalidad de microempresas. La formalidad y el tamaño de las empresas se correlaciona con

una mayor productividad, en parte debido al acceso a oportunidades como al crédito del sector bancario, al encadenamiento empresarial o a otros mercados.

Es preciso contar con estadísticas actualizadas que permitan dar seguimiento y evaluar el impacto, gestionar los efectos y proponer estrategias adecuadas para la reactivación de las empresas. Dadas las limitantes de contar con la información estadística oficial a nivel empresarial, se incluyen los principales hallazgos de las encuestas empresariales de seguimiento al impacto de la COVID-19, en Guatemala, elaboradas por el Banco Mundial (2021). El análisis parte de los datos de panel recolectados entre octubre 2017 y mayo 2018, cuando se entrevistaron a propietarios de negocios o directivos de 345 empresas del sector industrial y de servicios, con más de cinco empleados. Se volvió a contactar a las mismas empresas en **junio-agosto** de 2020 lo cual dio como resultado los datos de la Ronda 1 y, nuevamente en **diciembre de 2020 a enero de 2021**, para la Ronda 2. Los resultados de las encuestas muestran los datos de referencia completos antes del brote¹, al inicio y durante lo cual permite medir la magnitud de los cambios (Rodríguez, 2020, p. 3).

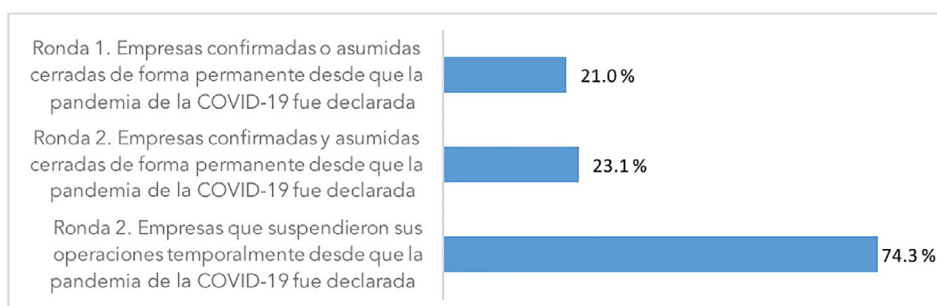
1 El porcentaje de empresas confirmadas que habían cerrado de forma permanente antes que la pandemia fuera declarada, entre mayo 2018 (a muestra base) y febrero 2020, era de 1.2 %.

Cierre de empresas

La primera medida para evaluar los efectos en el sector empresarial es analizar la cantidad de empresas que han cerrado o suspendido sus operaciones en el período de estudio. En la primera ronda de evaluación, no había ninguna empresa de la muestra que confirmara que hubiera cerrado de forma permanente desde que se declarara la pandemia (hasta junio-agosto) y, en la Ronda 2 hay un 2.1 % de empresas cerradas de forma permanente. De acuerdo con información del Registro Mercantil (2021), un total de 4,120 empresas cerraron sus operaciones definitivamente durante el 2020, una cifra 55 % inferior al total del 2019 con 7510 y la disminución también concuerda con el inicio de la pandemia (entre enero-abril 2020 únicamente cerraron 102 empresas). Las cifras de enero a marzo 2021 reflejan que la cantidad total de cancelaciones de empresas ascendió a 1128 una cifra inferior también a la del 2019 en el mismo período (Registro Mercantil, 2021). Sin embargo, estos datos deben tomarse con cautela, ya que este indicador corresponde más a un acto administrativo que al hecho económico de cierre. Cabe que existan diversos factores que pudieron incidir en este comportamiento, como los costos de completar los trámites para la cancelación formal de empresas y sociedades y la falta de acceso al Registro Mercantil, donde se deben presentar diversos documentos, dadas las restricciones de movilidad de la pandemia.

El Banco Mundial contabiliza las empresas que se asume que están cerradas, cuando no pudieron ser contactadas por ningún medio durante el trabajo de campo, lo cual resulta en un 21 % en la primera ronda y un 23 % en la segunda. Es decir, casi una cuarta parte de la muestra total. Entre las empresas abiertas el 74.3 % indican que suspendieron operaciones temporalmente desde que la pandemia fue declarada —en promedio 10.4 semanas— (según información de la Ronda 2).

Figura 2. Guatemala, porcentaje de empresas cerradas o suspendidas según *Enterprise Survey* en 2020 y 2021



Fuente: elaboración propia con datos de *Enterprise Survey*, Banco Mundial (2021).

Reducción en las ventas

Otra variable de interés la constituye la evaluación de los cambios en las ventas, dado que las empresas dependen de estos ingresos para tener capacidad de pago a proveedores, renta y salarios. El impacto negativo en las ventas ha sido considerable y generalizado en todas las empresas. En la Ronda 1, la cual refleja el inicio de la pandemia, que el 87.4 % de las empresas tuvo disminución en las ventas durante los últimos 30 días antes de la entrevista, al compararlas con el mismo período del año anterior. En la segunda ronda se evidenció que la caída en las ventas persistía, ya que el 66 % de las empresas indicaron que experimentaron una disminución, incluso 10 semanas después. De modo que, aunque los negocios estén abiertos, el impacto negativo en las ventas sigue siendo significativo.

Ahora bien, es evidente que la pandemia afectó a las empresas de forma diferente, ya que un 19.2 % reportó un incremento y un 13.9 % no experimentó cambio alguno en las ventas como se observa en la figura 3, lo cual refleja un mayor impacto negativo en las empresas pequeñas, seguido por las medianas.

Figura 3. Guatemala, cambios en las ventas mensuales en el 2020

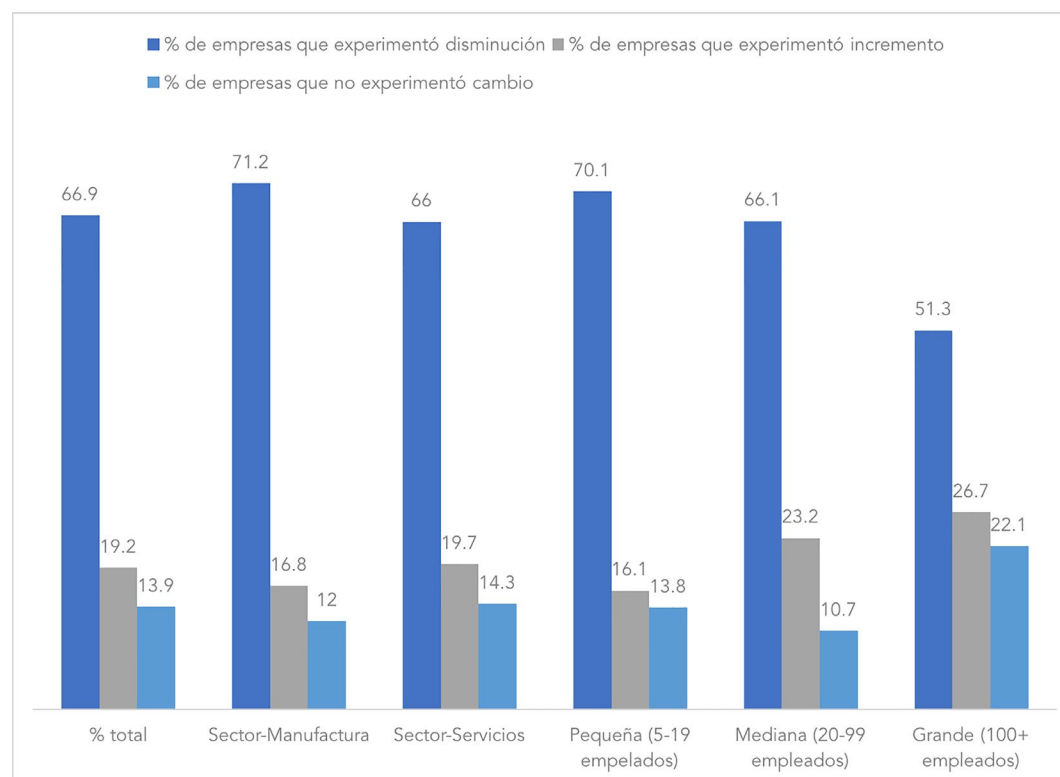


Figura 3. Cambio en las ventas mensuales comparadas con el mismo mes del año anterior. Datos que corresponden a la Ronda 2. Fuente: elaboración propia con datos de Enterprise Survey, Banco Mundial (2021).

Los resultados del Banco Mundial (Apedo-Amah, *et al*, 2020, p. 15) concluyen que pesar de las diferencias entre sectores y tamaño de las empresas, existe un gran efecto de heterogeneidad entre las empresas dentro de estos grupos. Es decir que detrás de este promedio del 70.1 de empresas pequeñas que reflejan disminución en las ventas, la magnitud de la disminución es muy amplia, lo que implica que el choque afecta a empresas similares de manera diferente. Solo alrededor del 19 % de la variación en las ventas, en relación con el mismo período del año anterior, se explica por estos factores, las diferencias entre sectores y tamaño de las empresas. Casi el 80 % de la variación en las ventas se explica por otras características, como las capacidades de respuesta de la empresa, relacionadas con la facilidad de modificar el modelo de negocio y de la adopción de la tecnología, entre otros.

Respuesta de las empresas

Existen estrategias que cada empresa implementó, como la diversificación de las fuentes de ingresos, la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio y la identificación de recursos que pueden ser reade cuados a la emergencia. Además, algunas empresas adaptaron sus procesos comerciales con la finalidad de aplicar las recomendaciones de salud, lo que implica reorientar las actividades para garantizar la continuidad del negocio.

La encuesta refleja que el 43 % de empresas discontinuaron un producto o servicio, lo cual evidencia una respuesta ante un cambio en el patrón de consumo (figura 4). En este sentido, era trascendental estar preparados para una rápida adaptación y sustitución del producto o servicio,

aunque también en la forma en que este llegaba al cliente. Las medidas que han restringido la movilidad provocan un gran impacto en la demanda, al tiempo que restringieron la capacidad de las empresas para realizar actividades comerciales clave como lo hacían antes, de forma presencial. En este punto, fue clave que el 55 % de las empresas que iniciaron o incrementaron el *delivery* o *pick up* (entrega a domicilio y servicio que brinda la facilidad de recoger los pedidos preparados); 70% lo constituyeron las empresas grandes.

El 50 % de las empresas en promedio, innovaron al introducir nuevos productos o servicios, pero en especial las empresas de la industria manufacturera y las empresas pequeñas. Estas últimas lograron aprovechar la flexibilidad que poseen para su adaptación y permanencia en el mercado, por ello adecuaron la producción y las cadenas de suministro de productos y servicios, impactadas por la crisis, a la demanda local. En ese contexto son fundamentales las capacidades para usar creativamente las nuevas tecnologías desarrolladas y adaptarlas a las características de la empresa y al contexto del mercado.

Figura 4. Guatemala, cambio en el modelo de negocios

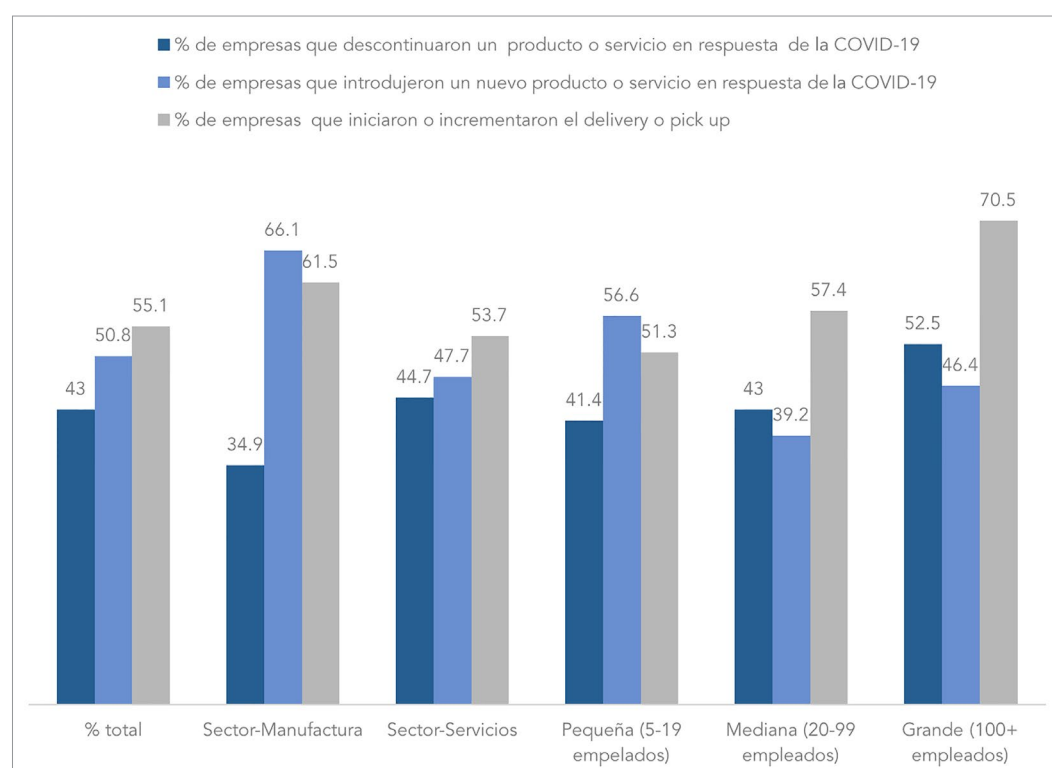


Figura 4. Los datos corresponden a la Ronda 2. Fuente: elaboración propia con datos de Enterprise Survey, Banco Mundial (2021).

Asimismo, otra manera de llegar al cliente implicaba el utilizar Internet, las redes sociales y las plataformas digitales. En efecto, la crisis, ha fortalecido esta tendencia, ya que los medios digitales han sobresalido por su papel como los nuevos canales de ventas y por ello mantienen con vida a las empresas en los momentos de mayores restricciones a la movilidad. Aquí, cabe señalar que, aunque el porcentaje de negocios que iniciaron o incrementaron su actividad empresarial en línea aumentó considerablemente en todas las características de empresas (46 %), fue mayor en las empresas grandes, esta era una tendencia que se observaba ya en los períodos anteriores². Al respecto conviene observar que la transformación digital todavía tiene espacio de

² En la encuesta de 2017 no se encontraba la pregunta sobre el porcentaje de las ventas que eran en línea, únicamente medían el porcentaje de empresas que tenían sitio web, el 98 % de empresas grandes, el 75 % de medianas y 47.6 % de pequeñas, o si usaban el correo electrónico para contactar a sus proveedores o clientes, en este caso el 100 % de las grandes y medianas lo hacía, pero solo el 80 % de las pequeñas (Banco Mundial, 2021).

mejora con respecto a las ventas, si se toma en cuenta que el porcentaje de las ventas en línea representa el 11.6 %, de las ventas totales. Aún hay margen para incrementar esta proporción, incluso después de la pandemia, dado que a nivel internacional se observa mayor inclinación a la conectividad digital para realizar prácticamente cualquier gestión.

De igual modo, la adopción de nuevas tecnologías significó un cambio cultural al interior de las organizaciones, entidades y entre las personas, pues posibilita el acceso a la comunicación de forma sencilla y rápida, sin necesidad de desplazamiento. Como resultado, se han creado mayores oportunidades en sectores no dependientes del contacto humano.

Conclusiones

Los datos observados permiten tener una fotografía de lo sucedido. Muchas empresas cerraron sus operaciones, y las que no cerraron suspendieron operaciones temporalmente, sufrieron una caída significativa en las ventas y enfrentan incertidumbres sobre el futuro.

Es evidente que, sin importar el sector económico, las grandes empresas ya se encontraban en mejores condiciones iniciales para afrontar una crisis como esta, tenían recursos financieros para mitigar un cierre temporal de más de dos meses en promedio y tenían acceso a financiamiento a menores tasas. Años atrás habían realizado adopciones de tecnología, además de inversión en investigación y desarrollo (I+D)³ lo cual les brindaba resiliencia ante la crisis.

El contexto actual ha obligado al uso de la tecnología digital y a innovar en cuanto a productos y servicios. La crisis impulsará cambios en los patrones de consumo y producción, los cuales, a su vez, provocarán una transformación estructural más amplia. El resultado es la necesaria inversión en I+D, para la innovación

Figura 5. Guatemala, canales digitales

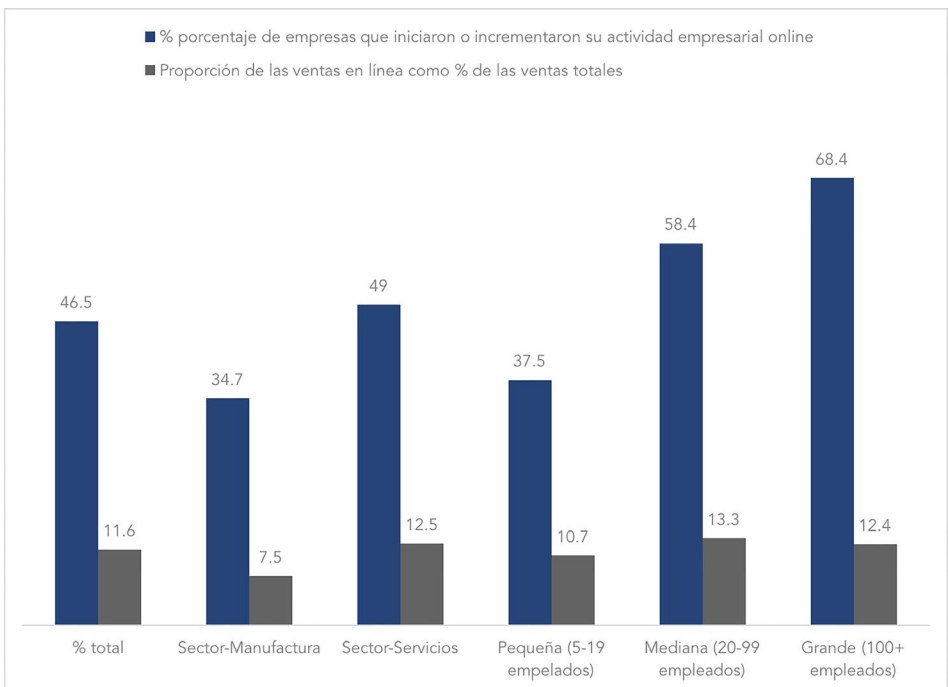


Figura 5. Los datos corresponden a la Ronda 2. Fuente: elaboración propia con datos de Enterterprise Survey, Banco Mundial (2021).

3 Los resultados del 2017 reflejaban que el 54 % de las empresas grandes inversión en I+D una proporción superior a nivel de la región de América Latina y el Caribe -ALC (43 %) y con el resto de los países de la muestra (34 %) comparando a las empresas del mismo tamaño. La brecha con las empresas pequeñas era significativa, con 7.2 % la mitad del porcentaje tanto de ALC como del resto de países (14 %).

y el fomento de la transformación digital mediante la adopción de nuevas tecnologías que mejoran la productividad y la eficiencia, lo cual puede conducir a ganancias también a largo plazo.

En este contexto, las políticas públicas deben promover hoy más que nunca un clima favorable para los negocios, ya que este es determinante en la eficiencia, dinamismo y permanencia de una empresa en el mercado. El apoyo al sector de las mipymes, en particular, para que pueda mejorar su acceso a la tecnología, al crédito y al conocimiento de los mercados debería formar parte central de las referidas políticas.

Referencias

- Apedo-Amah, M., Avdiu, B., Cirera, X., Cruz, M., Davies, E., Grover, A., Lacovone, L., Kilinc, U., Medvedev, D., Maduko, F., Poupakis, S., Torres, J. y Tran, T. (2020.) *Unmasking the Impact of COVID-19 on Businesses: Firm Level Evidence from Across the World*. Policy Research Working Paper; n.º 9434. World Bank, Washington, D.C. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/34626>
- Banco de Guatemala. (2021). *Estadísticas Macroeconómicas*. <http://banguat.gob.gt/es/page/sistema-de-cuentas-nacionales-trimestrales-ano-de-referencia-2013>
- Banco Mundial. (2021). *Enterprise Surveys*. MicroData Guatemala. <https://www.enterprisesurveys.org>
- Rodríguez, J. (2020). *Measuring the Impact of COVID-19 in the Private Sector*. World Bank Group. <https://www.enterprisesurveys.org/content/dam/enterprisesurveys/images/COVID-19-Presentation.pdf>
- Registro Mercantil. (2021). *Estadísticas*. https://www.registromercantil.gob.gt/web-m/?page_id=329
- Superintendencia de Administración Tributaria. (2021). *Recaudación tributaria por Actividad Económica*. <https://portal.sat.gob.gt/portal/estadisticas-tributarias-sat/#1506903647072-b0b5ebcd-fec4>

RESILIENCIA DE LOS EMPREENDEDORES GUATEMALTECOS ANTE LA CRISIS DEL CORONAVIRUS (COVID-19)

Julio Estanislao Cuc, investigador del Idies

La crisis del coronavirus (COVID-19) ha sido un evento mundial sin precedentes, que afectó enormemente a las economías locales y regionales. Un sistema de salud saturado, confinamiento y la adaptación de los negocios a un sistema de restricciones y limitaciones, han sido algunos de los retos más evidentes para los gobiernos, empresarios y población en general. El presente artículo tiene como objetivo principal, identificar el impacto de la crisis del coronavirus (COVID-19) en la actividad económica guatemalteca, por medio del análisis de la situación actual de los emprendedores guatemaltecos y su resiliencia, para afrontar la crisis. Se identifican las estrategias y decisiones tomadas para su supervivencia y renacer en una nueva realidad.

Visión general del impacto por COVID-19 en la economía nacional guatemalteca

Previo a la pandemia del coronavirus, la región Centroamericana ya poseía indicadores económicos poco favorables, si bien, algunos países de la región se encontraban en una situación con excepción de Nicaragua, sin embargo, a raíz de la pandemia del coronavirus se prevé un efecto negativo en las economías. De acuerdo con el Banco Mundial (2020), América Latina y El Caribe, serán las regiones más afectadas por el efecto de la COVID-19, pues se pronostica un decrecimiento del -7.2 % del Producto Interno Bruto (PIB), la más baja mundialmente y, para Guatemala, se prevé un decrecimiento económico del -3.0 % del PIB. A este respecto, el Banco Central de Guatemala (Banguat) identificó un descenso del Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE) en su tasa de crecimiento interanual del -10.2 %, esto derivado de la suspensión de actividades, restricciones de movilidad, el cierre de los principales puertos y fronteras del país. Respecto al mercado laboral se pronostica una contracción del 11 % en el empleo formal privado

(CIEN, 2021), y de acuerdo a las estimaciones del Fondo Monetario Internacional (FMI) y Banco Mundial, la tasa de desempleo abierto podría situarse en 4.9 % y 6.2 %, respectivamente (Naciones Unidas, 2020).

Por otro lado, debemos considerar que la economía de Guatemala está conformada mayoritariamente por micro, pequeñas y medianas empresas (mipyme), que de acuerdo a cifras del Ministerio de Economía (Mineco) representan el 99.6 % del tejido productivo y generan el 80 % de los empleos en el país; dentro de este grupo de empresas 7 de cada 10 empleos se ocupan en actividades informales, que carecen de cobertura laboral y social, además de los emprendedores en su etapa temprana, por ello estos grupos son altamente vulnerables en situaciones de crisis (BCIE, 2020).

El 11 de marzo de 2020 cuando la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró el coronavirus (COVID-19) como pandemia mundial, se tenía la esperanza de que esta crisis fuera temporal y pasajera, con la idea de que la recuperación económica fuera de tipo «V». Sin embargo, debido a los rebrotes y mutación del virus en nuevas cepas, se espera que la tendencia de recuperación sea más bien de tipo «W» (CIEN, 2021), éstas tendencias se refieren a la forma que toman las curvas de recuperación; es decir, que no es una recuperación constante y exponencial (V), sino más

bien cíclica (W). Lo que significará una situación latente de riesgo y por ende de restricciones y limitaciones para la actividad económica y social, por ello se crea un nuevo escenario y realidad para las empresas. Dentro de este contexto surge la pregunta de ¿cómo han reaccionado los emprendedores guatemaltecos y que acciones han tomado como estrategia para sobrevivir ante los efectos de la COVID-19?

Metodología

Para responder a esta pregunta, se llevó a cabo una investigación exploratoria cualitativa. Se realizaron entrevistas semiestructuradas a expertos en emprendimiento y directores de instituciones que apoyan y fomentan la actividad emprendedora en Guatemala por medio de programas de formación, desarrollo empresarial, incubación, *coaching* y financiamiento. Tomado como referencia el marco conceptual de manejo de crisis organizacional de Wenzel, Stanske, & Lieberman (2021) se analizó la actividad emprendedora guatemalteca, con el objetivo de explorar el impacto del coronavirus (COVID-19) y las medidas tomadas para contrarrestar la crisis. Fueron identificadas las principales estrategias de reacción a corto, mediano y largo plazo para afrontar los retos en una nueva realidad. En las siguientes secciones se describe el marco conceptual, los principales hallazgos y conclusiones preliminares con miras a futuras investigaciones en el tema.

Gestión de crisis en las organizaciones

Las crisis y los eventos inesperados no son nada nuevo en el ámbito empresarial. A través de los años las empresas han lidiado con crisis económicas, políticas y de salud como recientemente se ha vivido con la pandemia del coronavirus. Para las empresas, estas crisis tienen efectos mayoritariamente negativos en sus operaciones, derivado de restricciones y medidas impuestas por los gobiernos. Sin embargo, la manera en que respondan a la crisis y su capacidad de adaptación son claves para la supervivencia y permanencia en el mercado. En este aspecto, la gestión de crisis organizacional estratégica es crucial para que sobrevivan y logren estar fortalecidas para continuar sus operaciones. De acuerdo a Wenzel et al. (2021) existen cuatro estrategias para responder a las crisis: Reducción, Perseverancia, Innovación y Salida.

Reducción: esta estrategia refiere a las reducciones en costos, activos, productos, líneas de productos y gastos generales de la compañía, de manera que permita operar con las actividades mínimas, al reducir la capacidad operativa y de producción. Este tipo de respuesta generalmente es utilizada como acción reactiva a las crisis en el corto plazo, sin embargo, no es viable al largo plazo, ya que puede tener efectos negativos en los recursos, capacidades y cultura empresarial.

Perseverancia: está relacionada a mantener las operaciones de la empresa en respuesta a la crisis. En contraste con la estrategia de reducción, esta estrategia consiste en mantener el *status quo* de la empresa, dado que mitiga los efectos negativos producidos por la crisis. Esta respuesta estratégica puede contribuir al sostenimiento de la empresa en el mediano plazo, sin embargo, no es sostenible si la crisis permanece por periodos de tiempo más prolongados.

Innovación: se refiere a la realización de una estrategia de renovación para responder a las crisis, a pesar de que estas situaciones traen consigo efectos negativos y catastróficos, también abren ventanas de oportunidad para realizar nuevos negocios, la innovación en productos y servicios, modelos de negocios y diversificación de producto o mercados. Esta estrategia permite a las empresas incrementar su valor y la supervivencia en el largo plazo.

Salida: se refiere al cese de actividades de la empresa en respuesta a la crisis. Esta estrategia es tomada regularmente para no llegar al punto de bancarrota. Las empresas prefieren aplicar una estrategia de salida para evitar pérdidas y efectos negativos para la empresa. Una salida no es necesariamente una manifestación de fracaso *per se*, si no más bien una decisión estratégica para evitar mayores riesgos y mitigar los efectos negativos que puedan producirse. Esta respuesta estratégica puede tomarse en cualquier momento durante una situación de crisis.

Es importante resaltar, que estas estrategias no están interrelacionadas, tampoco su aplicación es secuencial o lineal, las decisiones son tomadas de acuerdo a las necesidades de la empresa y al contexto en el cual operan.

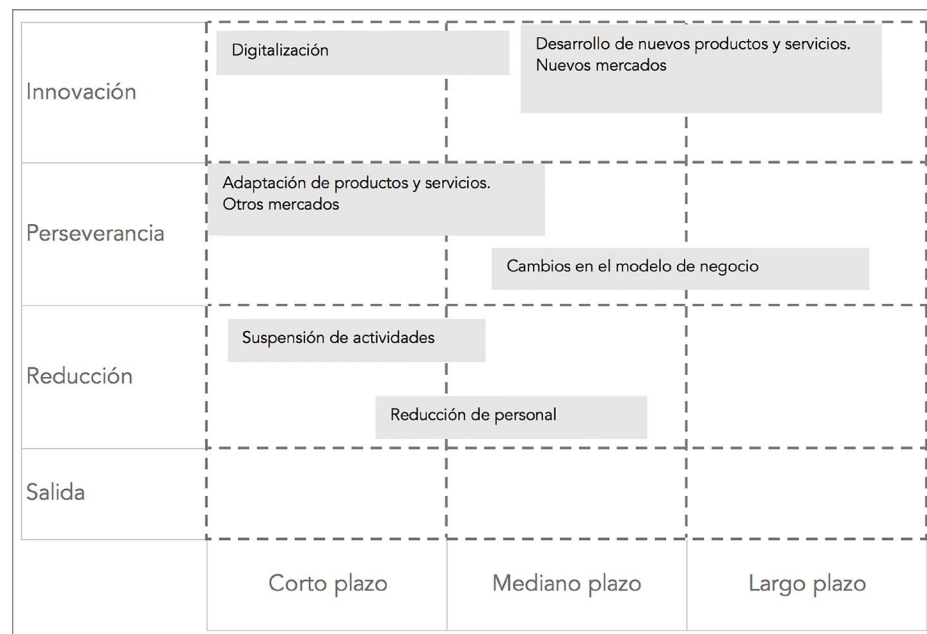
Resultados

Emprendedores guatemaltecos ante la crisis del coronavirus (COVID-19)

Según los expertos entrevistados, «el ecosistema emprendedor en Guatemala se encuentra en una fase de formación para que sea eficiente, que fomente la innovación y brinde soporte en generar emprendimientos dinámicos» (E1). Cada vez hay más actores y agentes especializados dentro del ecosistema, que proveen distintos servicios a los emprendedores. «Previo a la pandemia se había logrado iniciativas gubernamentales para darle reconocimiento y prioridad a la actividad emprendedora en el país y la región y si bien, aún no se tenía tracción de crecimiento de los emprendimientos, se mantenían con una visión a futuro de crecimiento con planes de expansión e inversiones» (E3).

Con base en los datos obtenidos de las entrevistas realizadas, la figura 1 presenta las principales acciones identificadas, con las cuales los emprendedores guatemaltecos reaccionaron para su permanencia y supervivencia ante la pandemia del coronavirus.

Figura 1. Acciones tomadas por los emprendedores guatemaltecos ante la crisis del coronavirus (COVID-19)



Fuente: elaboración propia.

En el corto plazo, la respuesta estratégica de los emprendedores guatemaltecos fue la de **Reducción**, la cual, según los entrevistados, se enfocó en dos acciones específicas, a saber, la suspensión de actividades y la reducción de personal. En especial aquellos emprendimientos enfocados en industrias como el turismo interrumpieron sus operaciones de manera que pudieran evitar costos operativos y de gestión, desafortunadamente esta decisión incluyó la reducción de personal, por medio de suspensiones laborales y despido. Este fenómeno se observó en los emprendimientos que iniciaban y que, a raíz de la crisis, aplazaron las operaciones, fueron pospuestos los planes de lanzamiento o crecimiento.

Por otro lado, aquellas empresas que estaban ya posicionadas en el mercado o bien que estaban en una fase de crecimiento, optaron por una estrategia de **Perseverancia**, las cuales adaptaron sus productos y servicios para ofrecerlos a un mercado diferente, transformándolos para cubrir nuevas necesidades. Esta situación se vio en productores y comerciantes agrícolas de frutas y verduras, emprendimientos dedicados a la moda y productos químicos.

La estrategia de **Innovación** se identificó como reacción en el corto plazo, de acuerdo a los entrevistados una de las acciones que más sobresalió entre los

emprendedores fue la digitalización de los procesos, siempre y cuando esta opción fuera posible y viable de acuerdo al producto y servicio que ofrecían. En especial esta respuesta estratégica se aplicó a los canales de distribución, relación con clientes y proveedores, comunicación y marketing. Aunque dentro de los planes de la empresa ya existían iniciativas de una estrategia digital como el comercio electrónico, la crisis del coronavirus aceleró este proceso y los emprendedores tuvieron que adaptar sus modelos de negocios. Sin embargo, aparecieron nuevos retos en cuanto a estas acciones como la brecha digital que existe en el país respecto al acceso a tecnología e infraestructura de telecomunicaciones e Internet, en especial para las áreas rurales. En el largo plazo, se visualiza que esta estrategia digital será parte de la adaptación de los negocios en una nueva realidad, pues se buscarán soluciones y alternativas para reducir la brecha digital.

Respecto a la estrategia de **Salida**, según los entrevistados aún es muy pronto cuantificar el porcentaje de empresas que han cerrado o bien cerrarán en los próximos meses debido a la crisis del coronavirus, es de esperar que muchas de ellas no sobrevivan a las restricciones y condiciones y no se descarta esta opción como estrategia en respuesta a la situación actual.

Conclusiones

Perspectivas del futuro para la actividad emprendedora

La crisis de la pandemia del coronavirus ha impactado enormemente al mundo y en especial a la actividad emprendedora guatemalteca, se ha identificado que los emprendedores han sabido responder estratégicamente para permanecer en el mercado; lograron un valioso aprendizaje al diseñar los planes de recuperación. Los emprendedores han reaccionado creativamente y han tenido una respuesta rápida en cuanto a sus acciones para su supervivencia, venciendo obstáculos y vicisitudes que debido al contexto se ha hecho aún más retadores. Esta investigación exploratoria da pautas para visualizar el futuro y decidir qué estrategias serán necesarias para la recuperación en el corto, mediano y largo plazo. En cuanto a la opinión de los expertos y derivado de los sondeos y entrevistas sostenidas con los emprendedores guatemaltecos, los describen con una actitud positiva, resilientes con habilidad para identificar nuevas oportunidades de negocios derivada de las necesidades que presenta la nueva realidad.

El liderazgo y resiliencia son factores importantes en los emprendedores guatemaltecos. Sin embargo, no basta solo la motivación y espíritu emprendedor para que los negocios sean fructíferos y sostenibles en el tiempo, es necesario que los agentes involucrados dentro del ecosistema emprendedor, provean del apoyo necesario en materia de programas y ayuda financiera para el sostenimiento de la actividad emprendedora. Cabe mencionar que, aunque existieron programas de apoyo y ayuda financiera durante la crisis del coronavirus, un número muy limitado de emprendedores fueron beneficiados por estas ayudas, derivado de las condiciones y requerimientos. Por lo que, aún queda trabajo por hacer para desarrollar un ecosistema emprendedor fuerte y estructurado que genere emprendimientos más sólidos y sostenibles. Además de más apoyo institucional para la supervivencia de emprendimientos que serán clave para la recuperación económica del país. Este artículo presenta una primera exploración de los efectos del coronavirus en la actividad emprendedora, sin embargo, será necesario realizar un análisis más profundo y detallado en cuanto los diferentes sectores y etapas de desarrollo de los emprendimientos, así como otros aspectos como gestión, mercado laboral y financiamiento para su recuperación.

Referencias

- ASIES. (2020). *GOBERNABILIDAD Y COVID-19: Su impacto en el área política, educativa, jurídica y económica*. Guatemala. http://www.asies.org.gt/download.php?get=gobernabilidad_y_covid_19_su_impacto_en_el_area_politica_educativa_juridica_y_economica.pdf
- Banguat. (2021). *Índice Mensual de la Actividad Económica (IMAE) a enero de 2021*. Guatemala.
- BCIE. (2020). *Impacto económico del covid-19: Un Análisis para Centroamérica, Argentina, Colombia y México*. <https://tinyurl.com/bcie-covid19-report>
- Brouwer, M. T. (2002). Weber, Schumpeter and Knight on entrepreneurship and economic development. *Journal of Evolutionary Economics*, 12(1–2), 83–105. <https://doi.org/10.1007/s00191-002-0104-1>
- CIEN. (2021). *Perspectivas Económicas Resumen Ejecutivo Diciembre 2020*.
- Congreso de la República de Guatemala. Ley de Fomento al Emprendimiento Decreto número 20-2018, Pub. L. No. 20-2018, 1 (2018). Guatemala: Congreso de la Republica de Guatemala.
- FMI. (2021). *World Economic Outlook: Managing Divergent Recoveries*. Washington, D.C., April.
- GEM. (2019). *Monitor Global de Emprendimiento 2019/2020*. Guatemala.
- Gramajo, J. (Banguat). (2021). *Perspectivas Económicas Mundiales y Nacionales*. In FECORE (Ed.) (pp. 1-32). Guatemala.
- HRW. (2020). *World report 2020 Events of 2019*. United States of America.
- Naciones Unidas. (2020). *Análisis de los efectos e impactos socioeconómicos COVID-19 en Guatemala*.
- Wenzel, M., Stanske, S., & Lieberman, M. B. (2021). Strategic responses to crisis. *Strategic Management Journal*, 42(2), 7–18. <https://doi.org/10.1002/smj.3161>
- World Bank. (2021). *Global Economic Prospects, January 2021. Global Economic Prospects*. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/34710/9781464816123.pdf?sequence=15&isAllowed=y%0Ahttp://elibrary.worldbank.org/doi/book/10.1596/978-1-4648-1612-3>

INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA: ESCENARIO ACTUAL Y PERSPECTIVAS

Luis Fernando Lemus Mackay, investigador del Idies

Figura 1. Entradas IED en América Latina y el Caribe de 2010-2019. Cifras en miles de millones de dólares y porcentajes del PIB

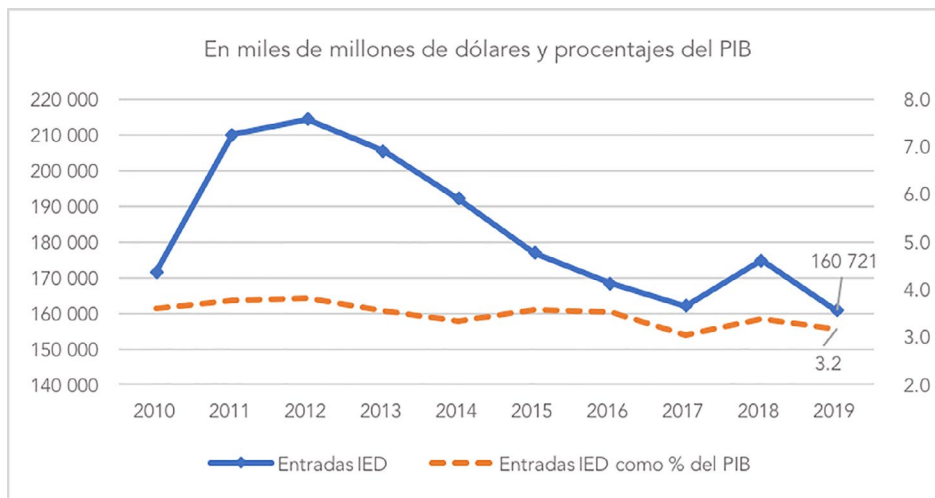


Figura 1. El gráfico muestra como al principio de la década de 2010, las entradas de IED en América Latina y el Caribe estaban en expansión, alcanzaron un máximo histórico en 2011-2012. No obstante, a partir del 2013 dichas entradas comenzaron a debilitarse. Así, en el 2019 ingresaron USD 160 721 millones, un 7.8 % menos que en el 2018 y 25 % menos que en el 2012. Dichas entradas representaron un 3.2 % del PIB, cifra inferior al promedio de la década, 3.4 %. Fuente: elaboración propia con cifras de la Cepal (2020, p. 11).

La inversión extranjera directa (IED) se ha considerado como un factor preponderante para el crecimiento de los países menos desarrollados. En efecto, sus beneficios se propagan a toda la economía y fomentan el comercio internacional, facilitan el financiamiento empresarial y optimiza las oportunidades laborales. Asimismo, promueve la competitividad, por medio de la tecnología superior y un mayor grado de productividad de todos los factores. De hecho, este tipo de inversión propicia el

incremento de la generación de empleo, el desarrollo y captación de divisas, así como, estimula la competencia, la transferencia de tecnologías innovadoras y las exportaciones. Esto, a su vez, se refleja en beneficios para el consumidor doméstico en el acceso a una amplia gama de productos a mejores precios.

América Latina y el Caribe

Los flujos de inversión extranjera, a pesar de los múltiples beneficios que representa para un país, sea el caso de América Latina y el Caribe, en términos generales, han presentado una caída. De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal, 2020, p. 11), desde el 2012, cuando se logró el máximo a nivel histórico, la caída de los flujos de inversión extranjera ha sido casi continua. En efecto, la región recibió USD 160 721 millones de IED en 2019, 7.8 % menos que en el 2018 y 25 % menos que en el 2012, caída que se agudizaría en el 2020, como consecuencia de la pandemia.

Incluso se previó al cabo del 2020, una disminución de entre un 45 % y un 55 % en la entrada de estos flujos. De igual manera, desde una óptica mundial, la Cepal (2020, p. 12) indica que los montos de IED se reducirían aproximadamente un 40 % en el 2020 y entre un 5 % a 10 % en el 2021. De esta manera, en el 2021 la IED alcanzaría su menor valor desde el 2005. Además, América Latina y el Caribe sería la región que tendría la caída más pronunciada.

Aunque el panorama a nivel regional es relativamente homogéneo, hay ciertos países que presentan un comportamiento en los flujos de la IED distinto a la caída porcentual del 7.8 % de la región. Por ejemplo, en Centroamérica, las entradas de IED crecieron en 2019 únicamente en Costa Rica y Guatemala. Sin embargo, para este último, dicho crecimiento fue muy bajo, a tal punto que se podría decir que el flujo se mantuvo constante. Incluso, la expectativa *a priori*, si se considera la crisis mundial económica y sanitaria provocada por el coronavirus, es que opaque y sobrepase este mínimo logro de persistencia en el flujo.

Centroamérica

De acuerdo con la Cepal (2020), para el periodo del 2019, a Centroamérica ingresaron USD 11 508 millones de IED. Esto representa una reducción del 6.4 % respecto al 2018. El destino de dichas inversiones fue dirigido principalmente al sector servicios con un 58 % y 34 % al de manufactura, mientras que el 8 % restante fue dirigido a los recursos naturales y 4 % a otros sectores. Con relación a la composición de la IED, la reinversión de utilidades representó un 46 % mientras que los préstamos entre empresas el 43 %. El 11 % restante lo constituyeron los aportes de capital.

Si se considera la distribución de la IED centroamericana mostrada en la figura 2, con base en las cifras armonizadas del Consejo Monetario Centroamericano, se puede visualizar que en Costa Rica se registró un incremento de USD 2 236.5 millones en 2018 a USD 2 598.3 en 2019;

Figura 2. IED centroamericana 2018-2019

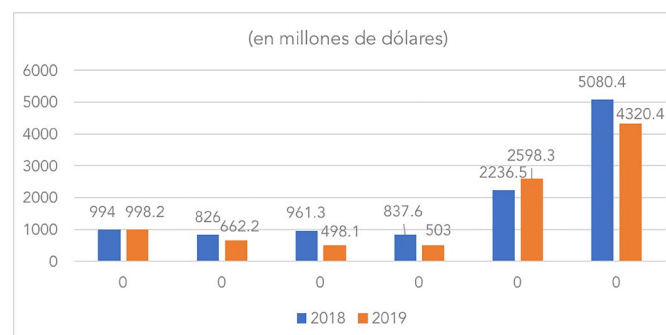


Figura 2. El gráfico muestra la IED recibida en millones de dólares para cada país centroamericano. En Costa Rica se registró un aumento de los flujos en 2019 respecto 2018; en Guatemala se mantuvo prácticamente el mismo nivel, mientras que en los demás países se percibieron montos inferiores (Cepal, 2020, p. 75). Fuente: elaboración propia con base en cifras del Consejo Monetario Centroamericano (2020).

en Guatemala se conservó prácticamente el mismo flujo (USD 994 millones en el 2018 y USD 998 en el 2019), mientras que en los demás países se percibieron montos inferiores. A pesar de dichas fluctuaciones, la participación porcentual en la recepción de IED de los países no ha variado de forma significativa, lo cual se ve manifestado en la figura 3. En efecto, tanto Panamá como Costa Rica son los receptores principales de IED a nivel centroamericano. Sin embargo, Guatemala ya ocupa la tercera posición, lo cual refleja un potencial latente que debe ser retomado gradualmente a medida que la economía se reactive y recupere de la crisis mundial.

Figura 3. Participación de países centroamericanos de la IED de la subregión 2018-2019

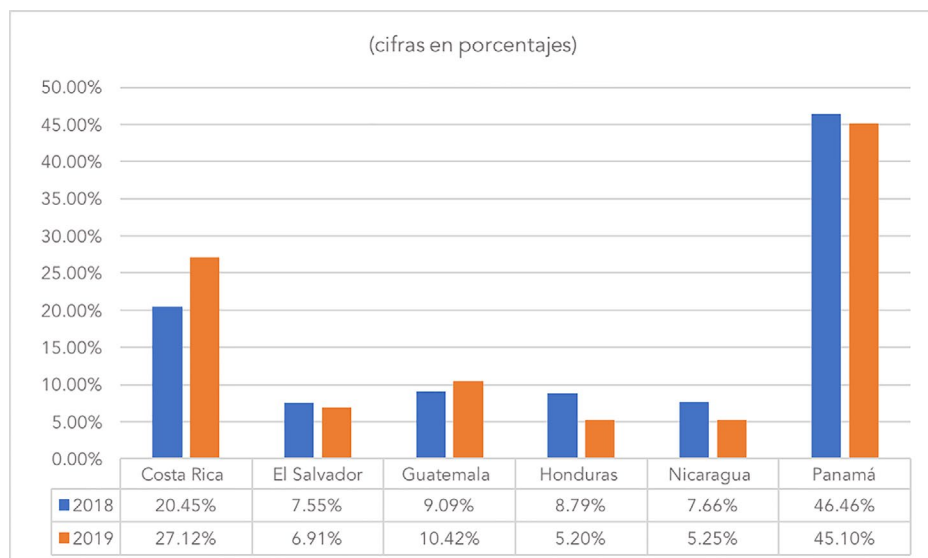


Figura 3. El gráfico muestra la contribución porcentual de cada país: Panamá es el líder en la recepción de flujos de IED, seguido por Costa Rica y Guatemala. Fuente: elaboración propia con cifras del Consejo Monetario Centroamericano (2020).

Figura 4. Guatemala: Flujo IED 2008-2020 (cifras en millones de dólares)

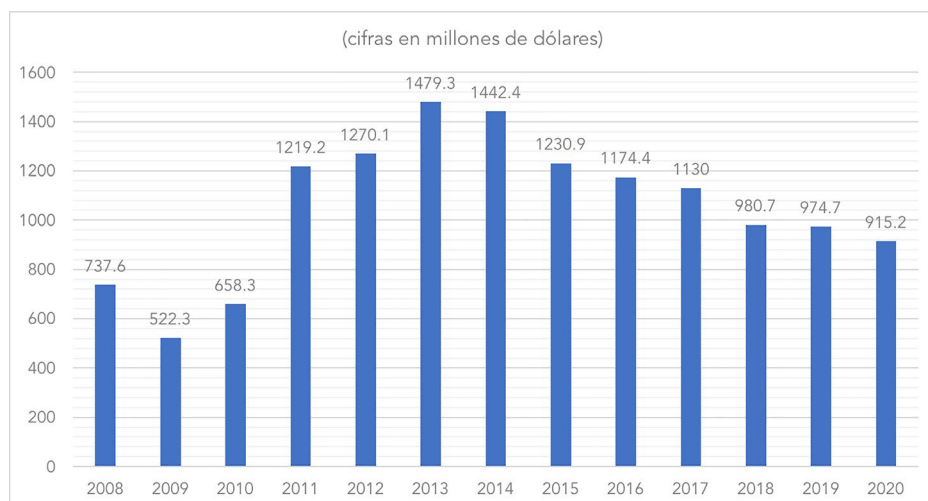


Figura 4. El gráfico muestra la evolución de los flujos guatemaltecos de la IED en millones de dólares del 2008 al 2020. Fuente: elaboración propia con cifras del Banco de Guatemala (2021).

Guatemala

En la figura 4 se puede observar que del 2009 al 2013, Guatemala experimentó un aumento gradual en los flujos de IED. Sin embargo, después de alcanzar su máximo en el 2013, dichos flujos disminuyeron gradualmente hasta el 2018 y 2019, donde estos se estabilizaron. En el 2019, en Guatemala, se contabilizaron ingresos de IED por USD 974.7 millones, monto con una variación del -0.61 % en comparación al obtenido en el 2018 y alrededor de un 21 % inferior al promedio registrado del 2011 al 2018. En el 2020, se contabilizaron ingresos de IED por USD 915.2 millones, un 6.10 % inferior al monto registrado en el 2019 y alrededor de un 24 % inferior en el período 2011-2019.

En la siguiente figura se puede visualizar la IED en Guatemala por país de origen de los últimos tres años. El origen geográfico de las inversiones tiene una menor concentración que en los otros países centroamericanos. Por ejemplo, en el 2019, Estados Unidos, Colombia y México conformaron el 53 % de la IED, lo que implica un contraste relativo con lo que ocurre en El Salvador, Costa Rica y Honduras, donde los primeros tres países representan el 89 %, 77 % y 73 % de la IED, respectivamente (Cepal, 2020, p. 78).

Con relación a las cifras preliminares del 2020, a nivel centroamericano el principal inversor extranjero

en Guatemala es Panamá con un 13 % y, del resto del mundo, los inversores principales son Estados Unidos (21.3 %), Colombia (21.1 %), Rusia (8.2 %) y México (6.2 %). En la figura 5 se pueden visualizar dichos porcentajes.

La mayor proporción de las inversiones corresponden a la reinversión de utilidades, de lo cual se puede deducir que las empresas inversionistas tienen cierto grado de confianza en la estabilidad del país (Cepal, 2020, p. 78). Por otra parte, enfocándose en una perspectiva sectorial, en el 2019, la IED se concentró principalmente en actividades financieras y de seguros, que representa el 35 % del total y en el de las manufacturas, que equivale al 23 %. Específicamente, para el 2020, tal y como se puede visualizar en las siguientes figuras, las áreas principales en las que la inversión se concentró fueron: actividades financieras y de seguros; industrias manufactureras; comercio y reparación de vehículos y suministro de electricidad, agua y saneamiento.

Figura 5. IED en Guatemala por país de origen 2018-2020

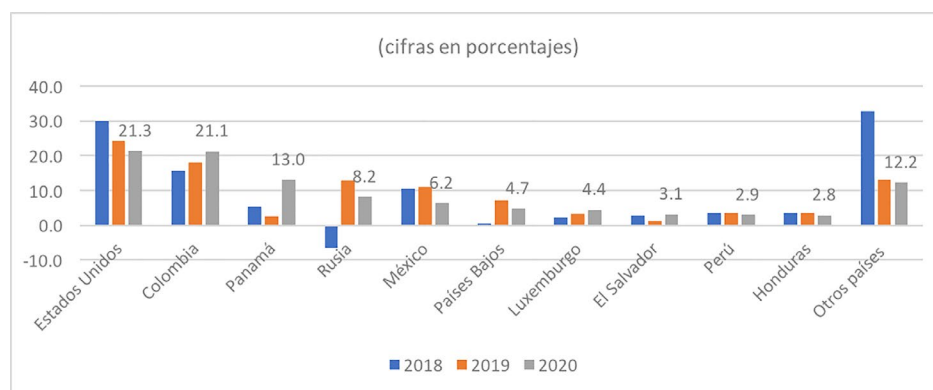


Figura 5. El gráfico muestra la participación porcentual de todos los países inversores en Guatemala de los últimos 3 años. Los países que mayor IED realizan en el país son Estados Unidos, Colombia, Panamá, México, entre otros. Fuente: elaboración propia con cifras del Banco de Guatemala (2021).

Figura 6. Participación de IED en Guatemala por Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) 2018-2020

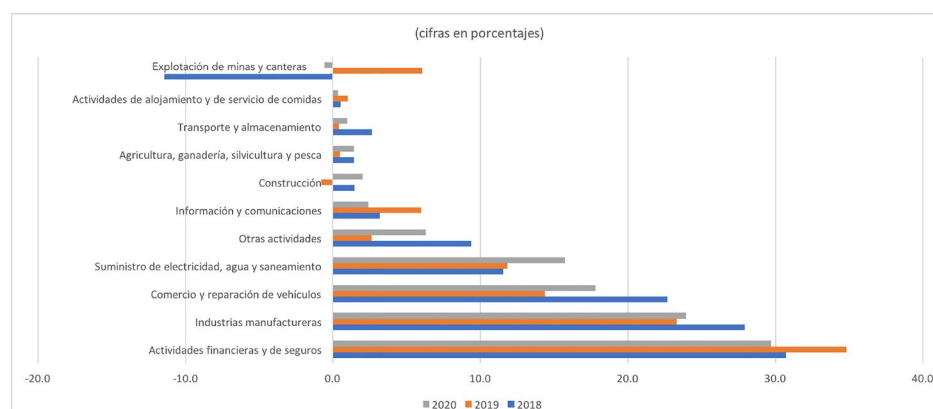


Figura 6. El gráfico muestra la distribución porcentual de la IED de los últimos tres años en los diferentes sectores y áreas principales, entre las cuales destacan las siguientes: financieras y de seguros, manufactureras y comercio y reparación de vehículos. Fuente: elaboración propia con cifras del Banco de Guatemala (2021).

Figura 7. IED por CIU 4 a 2020

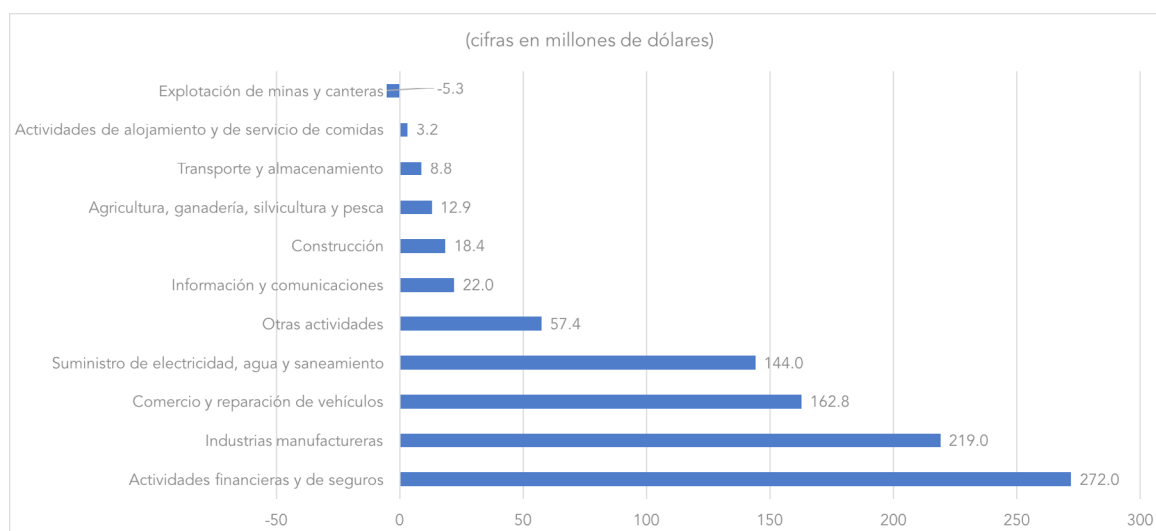


Figura 7. El gráfico muestra las entradas de IED en millones de dólares para cada sector o actividad económica en el año 2020, totalizando los USD 915.2 millones. Fuente: elaboración propia con datos del Banco de Guatemala (2020).

Panorama actual y perspectivas

De acuerdo con el Banco de Guatemala (2021), la IED del 2020 con respecto al 2019 cayó en un 6.1 %. En otras palabras, el país percibió USD 915.20 millones de capital extranjero en comparación con los USD 974.70 millones del 2019 (USD 59.5 millones menos).

Juan Pablo Carrasco, presidente de la Cámara de Comercio Guatemalteco Americana (AmCham), enfatizó que la disminución de la IED se debe principalmente a una causa sistemática: la falta de certeza jurídica, deficiencias en la infraestructura y la engorrosa burocracia para la realización de trámites (Pronacom, 2018, p. 19). Guatemala ha dejado de ser un destino atractivo para la inversión extranjera directa, debido a la falta de certeza jurídica, infraestructura deficiente, falta de capital humano capacitado, los altos costos que representa la inseguridad, corrupción y procesos burocráticos, entre otros. Sin embargo, impulsar la generación de las condiciones adecuadas para la atracción de flujos internacionales de inversión resulta indispensable, debido a que esta tiene el potencial de ser un motor de

crecimiento y diversificación económica. (Ministerio de Economía-Pronacom, 2018, p. 53)

Consecuentemente, es necesario reducir los altos requerimientos para cumplir los trámites, para ello se debe realizar la transición hacia el gobierno electrónico que permita hacer registros, permisos y otros procedimientos en línea; dar mayores incentivos y exoneraciones fiscales y, sobre todo, otorgar certeza jurídica a las inversiones. Por otra parte, el país debe enfocarse en atraer y consolidar nuevo capital internacional, de tal forma que, eventualmente y por medio de reformas estructurales se garantice la certeza jurídica y las nuevas empresas inversoras realicen reinversiones. Con ello, se podrán aumentar los flujos de IED en el país.

Guatemala, también, debe ser estratégico en captar inversiones latentes y potenciales ante la incipiente reactivación económica pospandemia. Por ejemplo, los procesos de ensamblaje en tecnología y textilera que las empresas estadounidenses efectuaban en China se

realizarán en otros territorios cercanos como México, Centro o Suramérica, lo cual representa una valiosa oportunidad para el país. Asimismo, el turismo se estará orientando a viajes cortos y cercanos, tendencia que hay que aprovechar al momento de vender la imagen de país en el extranjero.

A pesar de la paralización y estancamiento económico que la crisis sanitaria generó, se predice un mejor panorama con la gradual reactivación y reestructuración inherentes a la nueva normalidad. De hecho, se tiene una proyección de USD 943.3 millones de IED para el 2021. En efecto, de acuerdo con Fundesa (2020), la meta del gobierno es incrementar en USD 300 millones la IED a finales del 2021, y alcanzar los USD 1 mil 200 millones. El coordinador general del comité ejecutivo del Programa Nacional de Competitividad de Guatemala (Pronacom), Rolando Paiz, prevé conseguir un incremento del 35 % en el 2021 en comparación con el 2020, un año marcado por la pandemia. En efecto, en los dos primeros meses del 2021, Guatemala percibió más de 201 millones de dólares en inversión extranjera directa. A su vez, la Pronacom identificó cuatro sectores prioritarios para atraer la inversión: medicamentos, dispositivos médicos, aparatos electrónicos y centros de atención al cliente. En cuanto al turismo, uno de los sectores más golpeados por la crisis de la pandemia y los confinamientos, Pronacom también busca reactivarlo (Pronacom, 2021, p. 1, p. 14, p. 17).

Si bien Guatemala experimentó un gradual descenso en los flujos de IED, los cuales se acentuaron con la pandemia, es evidente que el país tiene un alto potencial. En efecto, se deben crear diversas estrategias y alianzas que permitan que el país aproveche al máximo todas las oportunidades que se generarán con la reactivación y reestructuración económica. Ante una nueva geografía productiva global pos pandemia y la reorganización de las cadenas globales de valor, Cepal (2020, p. 16) indica que existen áreas claves sobre las cuales los países de América Latina y el Caribe deben trabajar tales como: mejorar la seguridad, potenciando las infraestructuras productivas; fortalecer la innovación y las capacidades tecnológicas de las empresas, especialmente de aquellas relacionadas con las tecnologías digitales y potenciar los procesos de integración económica y política a nivel regional. Si Guatemala es capaz de incorporar estas áreas claves en su reestructuración y reactivación económica, la IED no solo se estabilizará, sino también empezará a presentar aumentos graduales como los que se proyectan para el 2021.

Referencias

- Fundesa. (octubre de 2020). *Fundación para el Desarrollo de Guatemala*. Plan «Guatemala no se detiene» - Vamos por empleo, inversión y prosperidad - Presentación de resultados. https://www.fundesa.org.gt/content/files/publicaciones/Guatemala_No_se_Detiene_20201218.pdf
- Banco de Guatemala. (2021). *Estadísticas Macroeconómicas - Sector Externo - Inversión Extranjera Directa*. <https://www.banguat.gob.gt/es/page/inversion-extranjera-directa-ied>
- Cepal. (2020). *La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe*. Santiago. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/ie>
- _____. (febrero de 2021). *Naciones Unidas* -. Obtenido de Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe 2020 - Guatemala. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46501/102/BP2020_Guatemala_es.pdf
- Consejo Monetario Centroamericano. (2020). *Sistema de Información Macroeconómica y Financiera de la Región - Sector Externo*. Recuperado en abril de 2021, de 7.2 Inversión extranjera directa-sentido direccional - 7.2 Inversion extranjera directa anual. En el país, en el exterior y neto. Niveles y relacion con el PIB. <http://www.secmca.org/simafir.html>
- Ministerio de Economía-Pronacom. (2018). *Programa Nacional de Competitividad de Guatemala*. Obtenido de Política Nacional de Competitividad 2018-2032. <https://www.pronacom.org/politica-nacional-de-competitividad-2018-2032/>
- Pronacom. (1 de febrero de 2021). *Programa Nacional de Competitividad de Guatemala*. Obtenido de Iniciamos el 2021 con nueve proyectos de inversión y reinversión. <https://www.pronacom.org/2021/02/01/iniciamos-el-2021-con-nueve-proyectos-de-inversion-y-reinversion/>

EL CRÉDITO DE RESCATE PARA LAS MIPYME

Donald Rodas, docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (FCEE)

Está por demás contextualizar los problemas de salud física que ha traído la pandemia por la COVID-19, además de los problemas socioeconómicos y de salud mental derivados de las medidas de prevención y el encierro de muchos, que redujeron sus salidas de casa desde hace ya más de un año.

Además del colapso de los sistemas de salud en el mundo, el impacto en sectores como la educación, las empresas, instituciones, entre otros, han enfrentado fuertes golpes ante la necesidad de mantener distanciamiento social, realizar la mayor cantidad de actividades desde casa, así como salir lo menos posible. Todo esto ha puesto en riesgo el sistema económico en general.

Uno de los sectores más vulnerables ha sido el de las micro, pequeñas y medianas empresas. En Guatemala, según el Acuerdo Gubernativo 211-2015, las microempresas tienen entre 1 y 10 empleados y hasta USD 500 000.00 en ventas¹; las pequeñas empresas tienen entre 11 y 80 empleados y niveles de venta de hasta USD 1.2 millones; y las medianas tienen entre 81 y 200 empleados y niveles de venta de hasta USD 5.0 millones (Ministerio de Economía, 2015). Tres segmentos de empresas condensados en la definición de mipyme, pero que en su realidad tienen necesidades muy distintas y formas de operar y alcanzar sus mercados diferentes, por lo cual la estrategia de apoyo y abordaje debe ser adecuadamente diseñado.

En adición a las afecciones económicas regulares, la situación económica particular de las mipyme es vulnerable ante la crisis que se enfrentó en el 2020 y continua este 2021, por diversas razones a exponer. Primero, es un sector que no está plenamente identificado en el país. Mas allá de un esfuerzo aislado por la cooperación internacional, se tienen ciertas estadísticas del sector para el 2015 (Ministerio de Economía, 2017); cuyo esfuerzo no se abandonaría si se desarrollan periódicamente estadísticas para el sector, hallazgos que permitirían perfilar su situación y condiciones generales y, por tanto, proyectar apoyo presupuestario.

¹ Aproximación de volumen de ventas por número de salarios mínimos.

En la actualidad, otra razón es la falta de programas y políticas regulares de asistencia técnica para las mipyme, por parte del Viceministerio de Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana empresa del Ministerio de Economía. Por ello, muchas empresas del sector no canalizan adecuadamente sus resultados y no alcanzan el crecimiento y sostenibilidad deseados.

Con un sector poco perfilado y monitoreado, una institucionalidad débil sin planes continuos de desarrollo y crecimiento, y ante la abrumadora situación que se vislumbraba para todos al inicio de la pandemia, el gobierno central, sin contar con un análisis y estrategia desarrollada conocida, facilitó fondos a través del Crédito Hipotecario Nacional (CHN) para apoyar al sector empresarial en dos programas denominados «Programa de Protección de Capitales» y «Crédito para capital de trabajo».

El «Programa de Protección de Capitales» es un fondo destinado para capital de trabajo con condiciones blandas para profesionales, comerciantes individuales, empresas, emprendedores, cooperativas de ahorro y crédito, entre otros. Los beneficios que CHN ofrece son amplios plazos de financiamiento, un período de gracia de 12 meses para capital con intereses pagaderos mensualmente. De este fondo han colocado ya Q243.88 millones, el 50 %, y solo pendiente otorgar un 1.85 %.

Por otro lado, el «Crédito para capital de trabajo» fue creado con exclusividad para el otorgamiento de créditos con condiciones blandas, para mantener la capacidad productiva y la continuidad en las operaciones de los negocios; por un monto máximo de doscientos cincuenta mil quetzales (Q250 000.00) por crédito, destinado a personas individuales o jurídicas con el fin de financiar capital de trabajo. Bajo esta línea especial, el CHN ha colocado Q1989.54 millones respectivamente, haciendo un total de Q2233 millones colocados en ambos programas (Crédito Hipotecario Nacional, 2021).

Económicamente es innegable que el crédito da fluidez al sistema productivo de un país, y al mismo tiempo debe existir un sistema productivo receptivo que dará un uso de este en favor de su propio crecimiento. En una época de crisis tan incierta como la que vivimos, y con el conocimiento del perfil empresarial de las mipyme guatemaltecas, es un riesgo facilitar crédito sin asistencia técnica especializada, dado que se asume que las empresas tienen planes de negocios para invertir y aprovechar el flujo recibido por el crédito.

La realidad es que el sector mipyme es rudimentario en su experiencia administrativa y con inexperiencia en planeación financiera, lo que hace poco probable que las empresas acudan por un crédito con un plan a ejecutar rigurosamente y que generará el éxito para sobrevivir esta época de crisis en pandemia.

El sector mipyme, en especial el guatemalteco, tiene muchas debilidades y una de ellas es la administración financiera. Muchos emprendedores ingresan al mercado con grandes necesidades económicas y su éxito empresarial ha dependido de la bondad de sus productos y de un sostenimiento más o menos orgánico de sus finanzas.

Como un caso de buenas prácticas que podrían ser tomadas como referencia, cualquier crédito empresarial en los Estados Unidos, dirigido a una mipyme, tiene que ser referido a un Centro de Desarrollo de mipyme, denominados *Small Business Development Centers* (SBDC's, por sus siglas en inglés), quienes brindan servicios, sin costo, de asesoría, formación técnica y administrativa y vinculación comercial, a los empresarios, con el objetivo de orientar de mejor forma los esfuerzos que las empresas deben hacer en su administración (America's SBDC, 2021). El saber que una empresa cuenta con una institución de apoyo estratégico de respaldo incluso ayuda a reducir los riesgos de impago en el crédito.

Este mecanismo de apoyo, dentro de muchos programas y políticas de atención a las mipyme, en el mundo, ha demostrado ser uno de los más efectivos, ya que estas empresas frecuentemente no cuentan con equipos

de profesionales que les puedan apoyar a formar planes de negocios, programas de financiación, estrategias de *marketing*, análisis de procesos de producción, entre otros problemas recurrentes; siendo uno de ellos la falta de planeación financiera al momento de recibir créditos.

Guatemala, al igual que los otros países centroamericanos, implementó la estrategia de los centros SBDC desde el 2012 hasta el 2018, gracias al apoyo de programas del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y de la Unión Europea, pero lastimosamente, luego de que se acabaran los fondos de cooperación internacional, el financiamiento ha sido escaso y sobrevive solamente la oficina localizada en la sede de Chiquimula de la Universidad de San Carlos de Guatemala. La experiencia, el conocimiento y la confianza con el sector logrado entre el 2012 y el 2018, hoy están perdidos, y de implementarlo es necesario empezar nuevamente desde cero.

El sector mipyme es y ha sido siempre altamente vulnerable a las crisis económicas, proveer a este sector empresarial de crédito, sin una guía especializada y apoyo profesional para garantizar el éxito en la utilización de los fondos, puede ser más contraproducente que beneficioso. Hace muchos años, un empresario representante del sector mipyme comentaba en son de broma, «los créditos deberían de tener una etiqueta como la que se le obliga a poner a la cerveza *El consumo inadecuado de este producto, puede causar daños a la salud financiera de su empresa*»; una frase que cabe analizar en este contexto y alberga mucha razón en ella.

Si el Gobierno dispone de crédito empresarial sin un respaldo de servicios de desarrollo especializados, para coadyuvar en la ejecución de los planes financieros de las mipyme, se limitan las posibilidades de que las empresas logren salir avantes de la crisis, y puede ser que se le genere un nuevo problema a largo plazo, que si puede conducir a la muerte de muchas de ellas.

Referencias

- America's SBDC. (25 de marzo de 2021). *Americas Small Business Development Centers*. <https://americassbdc.org/>
- Crédito Hipotecario Nacional. (25 de marzo de 2021). *Banco CHN*. <https://www.chn.com.gt/tableros-programas-covid-19/>
- Ministerio de Economía. (2015). Acuerdo Gubernativo 211-2015. *Diario de Centroamérica*.
- Ministerio de Economía. (2017). *Sistema Nacional de Información Mipyme*. Guatemala: OCSE mipyme Guatemala.

ESTRUCTURA Y PODER DE MERCADO EN LOS SECTORES DE LA GENERACIÓN DE ELECTRICIDAD Y TELEFONÍA CELULAR

Guillermo Díaz, vicedecano de la FCEE¹

La alta concentración de mercados limita la competencia e incentiva la fijación de precios al consumidor en niveles mayores, a los que se podrían observar en situación de competencia. Ante la falta de una política y legislación de esta naturaleza, los mercados pierden su libertad y son más restringidos al acceso de nuevos competidores. En este artículo se abordarán los sectores de electricidad y de telefonía celular.

En el marco de las reformas económicas impulsadas por organismos internacionales, hacia finales de la década de 1990, se emitió un nuevo marco legal para regular el mercado de electricidad en Guatemala y de la telefonía. En el primer caso, el artículo 1 de la Ley General de Electricidad dividió el mercado en actividades de generación, transporte, distribución y comercialización. El artículo 4 de la ley creó la Comisión Nacional de Energía Eléctrica, con funciones de determinar las tarifas de transmisión y distribución, según la metodología de cálculo que defina. El artículo 7 estableció que pueden efectuarse de manera simultánea actividades de generación y transporte o distribución, pero a través de empresas diferentes. Esto con el propósito de garantizar la competencia en dicho mercado. Respecto al precio al consumidor, el artículo 71 estableció que la tarifa se constituye con la suma del precio ponderado de las compras del distribuidor, referidas a la entrada de la red de distribución y del valor agregado de distribución (VAD). Este corresponde al costo medio de capital y operación una empresa eficiente de distribución de referencia (Congreso de la República, 1996).

En el caso de la telefonía, el artículo 1 de la Ley General de Telecomunicaciones indica que dicha ley tiene, entre otros, el objeto de promover el desarrollo

¹ Vicedecano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, de la Universidad Rafael Landívar.

eficiente y la competencia en el servicio de telecomunicaciones. El artículo 22 de la ley establece la libertad de competencia.

En la práctica el mercado guatemalteco de electricidad es la actividad de generación que tiene mayor número de competidores, un poco más de cien. Dicho número de competidores y la imposibilidad de cada uno de ellos de ellos de acaparar el mercado e influir en el precio, le da al mismo la característica de mercado de competencia funcional, conocido en la literatura económica como mercado de competencia perfecta. En la fase de distribución, la estructura de mercado es de oligopolio, integrada por tres distribuidoras regionales y empresas municipales, que, en la práctica, constituyen monopolio local, cuyo poder de mercado es limitado por el establecimiento del precio al consumidor final por parte de la Comisión Nacional de Energía Eléctrica.

El sector de telefonía celular tiene solo tres competidores, por lo que constituye un oligopolio. En consecuencia, es más probable que la competencia sea limitada y los competidores puedan ejercer poder de mercado.

En el presente artículo se identifica la estructura del mercado de generación de energía eléctrica y de telefonía celular, a partir de la aplicación del índice de *Herfindahl-Hirschman*. También se calcula el índice de *Lerner* y el *mark-up*, con el propósito de medir el poder de mercado en ambos sectores.

Enfoque metodológico

La mayoría de los estudios de estructura de mercado, se basan en el índice de *Herfindahl-Hirschman* (IHH) que corresponde a la suma de los cuadrados de las participaciones de mercado de las empresas. En otras palabras, la cuota de mercado de cada empresa se eleva al cuadrado y luego se suman los números al cuadrado. En el caso de una sola empresa que tiene el 100 % del mercado, el resultado sería 10 000, al considerar las cuotas de mercado en valores absolutos y no en porcentajes. En la práctica, como existen diversas empresas con variadas cuotas de mercado, el valor del IHH oscila entre 0 y 10 000 Este índice es estimado más global y menos arbitrario (Flores, 2002). También es considerado mejor que otros índices de concentración porque sopesa, tanto el número como la cuota de los competidores en el mercado (Holder, 1993). La estructura de mercado se identifica de acuerdo con el valor del IHH como sigue:

Tabla 1
Estructura de mercado

Valor IHH	Estructura de mercado
< 100	Competencia perfecta
Entre 101 y 1,800	Competencia monopolística
> 1,800	Oligopolio
10,000	Monopolio

Fuente: elaboración propia con base en datos de Parkin, 2014, p. 210

El índice de *Lerner* se calcula con base en la diferencia entre el precio (P) y el costo marginal o costo adicional de una unidad más (Cmg), cuyo resultado se divide entre el precio (P). La fórmula es (P - Cmg)/P. Si las empresas compiten conforme al modelo de *Cournot*, por cantidades, como es el caso en el mercado de generación de energía eléctrica, se puede establecer una relación directa entre el índice de *Lerner* y el IHH (Dammert, García y Molinelli, 2008), conforme a la siguiente expresión:

$$L = \frac{\sum_{i=1}^N s_i^2}{\epsilon} = \frac{IHH}{\epsilon}$$

Sobre la ecuación anterior, conviene recordar que la elasticidad precio (*e*) se calcula al dividir la variación porcentual en la cantidad entre la variación porcentual entre el precio.

El cálculo del índice de Lerner (*L*) es útil para calcular el *mark-up* (*v*), que conceptualmente es la diferencia entre el precio y el costo marginal dividido entre el costo marginal. La fórmula del *mark-up* conforme el índice de Lerner es como sigue:

$$v = \frac{L}{1 - L}$$

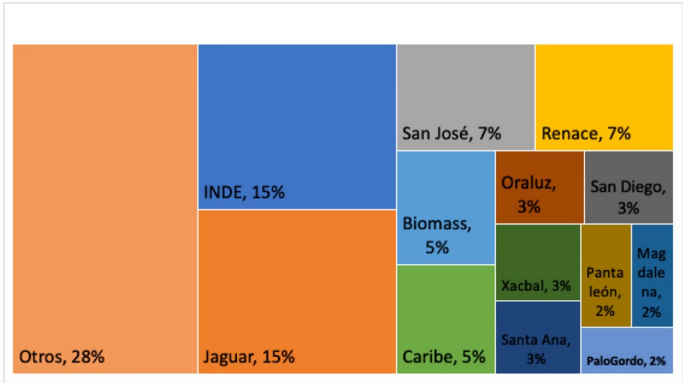
En la práctica, el *mark-up* constituye el margen de ganancia y una medida del poder de mercado de las empresas, en lo que se refiere a su capacidad de aumentar el precio, que en competencia perfecta es igual al costo marginal.

Estructura del mercado

En el mercado de la generación de electricidad existen seis grandes empresas que concentran un poco menos de la mitad de este (ver figura 1). La empresa más grande es Instituto Nacional de Electrificación (INDE), con una cuota de mercado de 15 %, seguida por San José, con 9 % y Duke, Renace y Biomass, cada una con 6 %. La otra gran empresa es Jaguar, que tiene 5 % del mercado. En total dichas empresas concentran 46 % del mercado. Alrededor de 25 empresas cubren casi 80 % del mercado, lo que significa que casi 90 empresas se disputan el restante 20 %.

El IHH es de 824, valor que, de acuerdo con Parkin (2014), indica que la estructura del mercado es de competencia monopolística, pero según Dammert, García y Molinelli (2008) el mercado es competitivo, porque tiene un valor menor de 1000.

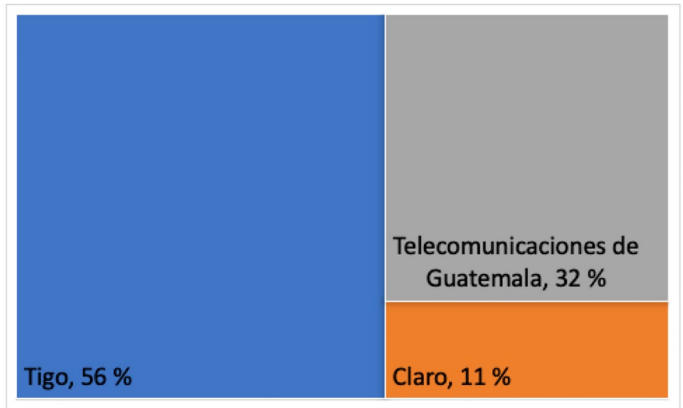
Figura 1. Distribución del mercado de generación de electricidad



Fuente: elaboración propia con datos del Administrador del Mercado Mayorista, 2019.

El mercado de la telefonía celular tiene solo tres competidores (ver figura 2), teniendo uno de ellos, Tigo, posición dominante, con una cuota de mercado de 57 %. Su alta participación de mercado es resultado de ser el primer oferente del servicio de telefonía celular en el país. Las otras dos empresas en la práctica son una, dado que la empresa Telecomunicaciones de Guatemala pertenece a los mismos accionistas de Claro.

Figura 2. Distribución del mercado de telefonía celular



Fuente: elaboración propia con datos de la Superintendencia de Telecomunicaciones, 2019.

El IHH en el sector de telefonía celular es de 4083, por lo que puede calificarse su estructura de mercado de oligopolio (Parkin, 2014). Como ya se dijo, en la práctica es un duopolio. Dada esta estructura y el alto grado de concentración, se infiere que el nivel de competencia es insuficiente (Comisión de Regulación de Telecomunicaciones, 2008).

Poder de mercado

La elasticidad precio de la demanda de la electricidad, estimada con base en los datos del anexo 1, para el 2019 fue de 0.75. Este resultado se obtuvo de dividir la variación porcentual de la demanda de electricidad en ese año, que fue 5.6 %, entre la variación en el precio, que fue 7.5 %. Dicho resultado significa que el servicio de electricidad fue inelástico en ese año. En consecuencia, de acuerdo con la fórmula antes indicada, al dividir el IHH, cuyo valor en términos relativos es de 0.0824 entre la elasticidad de la demanda, que es 0.75, el índice de *Lerner* es de 0.11, lo que significa que es bajo el poder de mercado que tienen las empresas de generación de energía eléctrica. El bajo poder de mercado también se refleja en el valor del *mark-up*, estimado según el índice de *Lerner*, que es del 12 %. Este resultado es consistente con la estructura de mercado, con un amplio número de competidores que tienen limitaciones para ejercer poder de mercado. En lo que se refiere a la distribución, el poder de mercado de la estructura oligopólica es limitado por la facultad que tiene la Comisión Nacional de Energía Eléctrica de fijar las tarifas al consumidor final, conforme la ley.

El bajo poder de mercado en el sector eléctrico se refleja en la reducción del precio por kilovatio hora, que de Q1.71 bajó a Q1.58 entre el 2013 y 2019 (Comisión Nacional de Energía Eléctrica, 2019), como resultado del aumento de la oferta, ante el ingreso de nuevos productores de energía eléctrica con tecnología hidráulica, cuyo costo es menor.

La elasticidad del servicio de telefonía celular se estimó en 0.46, para el 2019, resultado de dividir 5.8 % de variación en la cantidad de teléfonos entre 12.5 % de variación de la tarifa. El valor de 0.46 indica que este servicio también es inelástico, al igual que el de la electricidad. Al dividir el valor del IHH de 0.4083 entre el de la elasticidad (0.46), el valor del índice de *Lerner* es de 0.89, lo que significa un alto poder de mercado. Este también se observa en el cálculo del *mark-up*, cuyo valor es del 809 %. Esta situación se deriva de la alta participación de mercado que tiene la empresa líder Tigo y del insuficiente nivel de competencia. En este mercado se infiere ejercicio de posición de dominio. Tal afirmación se sustenta en un aumento en el precio de los servicios de telefonía celular en el 2019. A diciembre del 2018 dichos precios solo mostraban un aumento acumulado de 2.5 %,

respecto al 2013, lo que significa un incremento promedio de medio punto porcentual anual, cuando existía un tercer competidor. En el 2019, cuando ya solo quedaron dos competidores, el precio del servicio de telefonía celular aumentó un 12.5 % (Instituto Nacional de Estadística, 2019), valor que es seis veces el incremento observado en los cinco años previos, cuando había un competidor más en el mercado. En otras palabras, a menor competencia mayores precios.

La comparación de precios a nivel de Centro América revela que Guatemala tiene la tercer menor tarifa en electricidad y mayor en telefonía celular (Asociación Nacional de Generadores, 2019 e International Telecommunication Union, 2018). Al respecto, conviene considerar que en el mercado de distribución de electricidad existe un ente que regula las tarifas al consumidor final, con el fin de limitar el poder de mercado del oligopolio de distribución, mientras que el de telefonía celular carece de dicho ente. A la luz de esta evidencia es oportuno evaluar la conveniencia de tener una ley de competencia, para limitar el poder de mercado de la posición dominante del duopolio de la telefonía celular.

Referencias

Administrador del Mercado Mayorista. (2019). *Informe estadístico 2016*. Guatemala: Autor.

Asociación Nacional de Generadores. (2019). Comparativo de tarifas centroamericanas. <https://ang.org.gt/comparativo-de-tarifas-centroamericanas/>

Comisión de Regulación de Telecomunicaciones. (2008). *Análisis de competencia de los mercados relevantes de telecomunicaciones en Colombia*. https://www.crcom.gov.co/recursos_user/Documentos_CRC_2011/Actividades%20Regulatorias/MercadosRelevantes/AnalisisdeCompetencia.pdf

Comisión Nacional de Energía Eléctrica. (2019). *Pliegos tarifarios*. <http://www.cnee.gob.gt/Calculadora/pliegos.php>

Congreso de la República. (1996). *Ley General de Electricidad*. Guatemala: Autor.

Dammert, A, García, R. y Molinelli, F. (2008). *Regulación y supervisión del sector eléctrico*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica de Perú.

Flores, A. (2002). *Competencia y contestabilidad en el mercado bancario chileno*. Chile: Universidad de Concepción.

Holder, C. (1993). *Competitive considerations in bank mergers and acquisitions: economic theory, legal foundation, and the Fed*. http://www.frbatlanta.org/filelegacy-docs/holder_janfeb93.pdf

Instituto Nacional de Estadística. (2019). *Índice de precios al consumidor*. Guatemala: Autor.

International Telecommunication Union. (2019). *Measuring the information society report*. Geneva: Autor.

Ministerio del Energía y Minas. (2019). *Boletín estadístico*. Guatemala: Autor.

Parkin, F. (2014). *Economía*. México, D. F.: Pearson Educación.

Superintendencia de Telecomunicaciones. (2019). *Boletín estadístico*. Guatemala: Autor.

Anexos

Tabla 1.
Datos del mercado de electricidad y de telefonía celular

Año	Demanda en millones de kilovatios hora	Índice de precio de la electricidad	Número de celulares. En millones	Índice de precio de la telefonía celular
2013	8.6	109.9	21.7	100.18
2014	8.9	106.46	16.9	101.28
2015	9.4	93.63	18.7	101.28
2016	9.9	100.99	18.2	101.28
2017	10.1	98.77	19.9	101.28
2018	10.6	102.83	20.4	102.51
2019	11.2	110.63	19.2	115.40

Fuente: Ministerio de Energía y Minas, (2019), Superintendencia de Telecomunicaciones, (2019) e Instituto Nacional de Estadística, (2019).

Tabla 2.
Precios de electricidad y telefonía celular

País	Precio en USD por kwh	Precio en USD por minuto
Costa Rica	0.14	0.07
Honduras	0.15	0.17
Guatemala	0.16	0.35
El Salvador	0.21	0.12
Nicaragua	0.26	0.34

Fuente: Asociación nacional de generadores, 2019; International Telecommunication Union, 2018.



LANDÍVAR ECONOMICS

Boletín Económico 2, abril-junio de 2021

Universidad Rafael Landívar, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (FCEE)
Universidad Rafael Landívar, Instituto de Investigación y Proyección sobre Economía y Sociedad Plural (Idies)
Universidad Rafael Landívar, Departamento de Economía Empresarial
Universidad Rafael Landívar, Editorial Cara Parens

Coordinación

Astrid Beltetón Mohr, investigadora del Idies

Comité Editorial

María Antonieta de Bonilla, decana de la FCEE
Erick Coyoy, director del Idies
Oscar Herrera, director del Departamento de Economía Empresarial de la FCEE
Juan Fernando Díaz Lara, docente de la FCEE
José Gerardo Castillo Bermúdez, docente de la FCEE

Se permite la reproducción total o parcial de esta obra, siempre que se cite la fuente.

D. R. ©
Universidad Rafael Landívar, Editorial Cara Parens
Vista Hermosa III, Campus Central, zona 16, Edificio G, oficina 103
Apartado postal 39-C, ciudad de Guatemala, Guatemala 01016
PBX: (502) 2426 2626, extensiones 3158 y 3124
Correo electrónico: caraparens@url.edu.gt
Sitio electrónico: www.url.edu.gt

Revisión, edición, diseño y diagramación por la Editorial Cara Parens.

Las opiniones expresadas e imágenes incluidas en esta publicación son de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente compartidas por la Universidad Rafael Landívar.