

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
MAESTRÍA EN DERECHO CORPORATIVO

“EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL Y LOS BENEFICIOS DE SU PROMOCIÓN Y
DESARROLLO EN GUATEMALA”

TESIS DE POSGRADO

ANDREA ALEJANDRA ESTRADA PÉREZ
CARNET 10604-04

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, FEBRERO, 2016
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
MAESTRÍA EN DERECHO CORPORATIVO

“EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL Y LOS BENEFICIOS DE SU PROMOCIÓN Y
DESARROLLO EN GUATEMALA”

TESIS DE POSGRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y
SOCIALES

POR
ANDREA ALEJANDRA ESTRADA PÉREZ

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN DERECHO CORPORATIVO

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, FEBRERO, 2016
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. EDUARDO VALDÉS BARRIA, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LICDA. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

DECANO: DR. ROLANDO ESCOBAR MENALDO
VICEDECANA: MGTR. HELENA CAROLINA MACHADO CARBALLO
SECRETARIO: MGTR. ALAN ALFREDO GONZÁLEZ DE LEÓN
DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. AÍDA DEL ROSARIO FRANCO CORDÓN

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

MGTR. MARTHA ANNABELLA BRUNI

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

DRA. CYNTHIA MARIELA SALAZAR MUÑOZ

MGTR. WERNER IVÁN LÓPEZ GÓMEZ

MGTR. ANGÉLICA YOLANDA VASQUEZ GIRÓN

Guatemala, 19 de enero de 2016

HONORABLE CONSEJO
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES DE LA
UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

Estimados Señores que integran el Honorable Consejo

Con un cordial saludo, nos dirigimos a Ustedes a fin de hacer de su conocimiento que con fecha 8 de septiembre de 2015 se celebró la defensa privada de tesis en la Maestría en Derecho Corporativo de la alumna **Andrea Alejandra Estrada Pérez**, que por recomendación de la terna se titula "**EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL Y LOS BENEFICIOS DE SU PROMOCIÓN Y DESARROLLO EN GUATEMALA**", y no "La cultura de entrepreneurship y las implicaciones económicas de su desarrollo en Guatemala" como se había titulado.

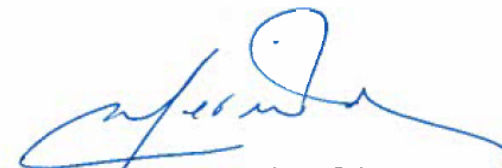
Habiendo atendido las recomendaciones dadas por la terna la misma se da por aprobada

Con altas muestras de consideración y estima, nos suscribimos

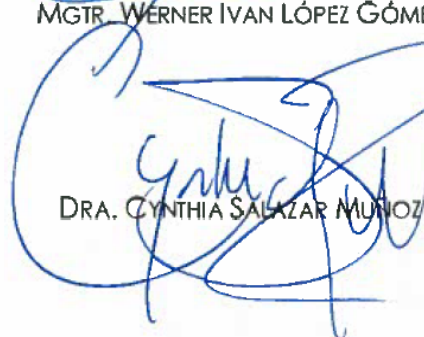
Atentamente



MGTR. ANGÉLICA YOLANDA VÁSQUEZ



MGTR. WERNER IVAN LÓPEZ GÓMEZ



DRA. CYNTHIA SALAZAR MUÑOZ



**Universidad
Rafael Landívar**
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
No. 07833-2015

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Posgrado de la estudiante ANDREA ALEJANDRA ESTRADA PÉREZ, Carnet 10604-04 en la carrera MAESTRÍA EN DERECHO CORPORATIVO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 07590-2015 de fecha 13 de diciembre de 2015, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

**"EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL Y LOS BENEFICIOS DE SU PROMOCIÓN Y
DESARROLLO EN GUATEMALA"**

Previo a conferirsele el grado académico de MAGÍSTER EN DERECHO CORPORATIVO.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 2 días del mes de febrero del año 2016.


MGTR. ALAN ALFREDO GONZÁLEZ DE LEÓN, SECRETARIO
CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
Universidad Rafael Landívar



**RESPONSABILIDAD: LA AUTORA SERÁ LA ÚNICA RESPONSABLE DEL
CONTENIDO Y CONCLUSIONES DE LA PRESENTE TESIS**

LISTADO DE ABREVIATURAS

CEPAL	Comisión Económica de Naciones Unidas para América Latina
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IDEAS	Dirección Delegada de Emprendimiento y Empleo
IEEE	Instituto de Ingenieros Eléctricos y Electrónicos
INTECAP	Instituto Técnico de Capacitación y Productividad
ISO	Organización Internacional para la Estandarización
MIPYME	Microempresa, Pequeñas y Medianas Empresas
PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas
SICA	Sistema de Integración Centroamericana
UFM	Universidad Francisco Marroquín
URL	Universidad Rafael Landívar
UVG	Universidad del Valle de Guatemala

DEDICATORIA

A DIOS: por regalarme una vida llena de oportunidades y bendiciones.

A MIS PAPÁS: por su amor, por apoyarme en la realización de mis sueños y por ayudarme a convertirme en la mujer que soy.

A MIS HERMANAS: por ser mis eternas y más fieles compañeras de viaje.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	13
INTRODUCCIÓN	14

CAPÍTULO 1

EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

1.1 Antecedentes del emprendimiento	17
1.2 Definición de emprendimiento	22
1.3 Mitos sobre el emprendimiento	28
1.3.1 Empezar un pequeño negocio	28
1.3.2 El emprendimiento es un evento que sucede	28
1.3.3 Emprender no es una cuestión de “cualquiera”	29
1.3.4 La empresariedad implica asumir riesgos desproporcionados e injustificados	29
1.3.5 Se nace emprendedor	30
1.3.6 Existe sólo un tipo de emprendedor	30
1.3.7 Para ser emprendedor se necesita tener mucho dinero	30
1.3.8 La motivación del emprendedor es el dinero únicamente	31
1.3.9 La empresariedad es sobre individuos	31
1.3.10 La empresariedad sólo se aplica a un nuevo producto	32
1.4 Los emprendedores	33
1.4.1 Definición de emprendedor	33
1.4.2 Ideas sobre los emprendedores	35
1.4.2.a) El reconocimiento del individuo como elemento importante y vital en la creación de un nuevo valor	35
1.4.2.b) Es necesario tener claro que las personas no son simples máquinas	35
1.4.2.c) Influencia de los recursos del ambiente	36
1.4.3 Tipos de emprendedores	37
1.4.3.a) Emprendedor vocacional	37

1.4.3.b) Emprendedor pasional	38
1.4.3.c) Emprendedor casual	38
1.4.3.d) Emprendedor interno	38
1.5 Proyectos internacionales de emprendimiento: el papel de los emprendedores en la sociedad	40
1.5.1 Consideraciones generales	40
1.5.2 Proyectos emprendedores	43
1.5.2.a) El instituto IDEAS	43
1.5.2.b) Steve Jobs, y el iPod	44
1.5.2.c) The Silicon Valley	46
1.5.2.d) Juan Trippe, el fundador de Pan American World Airways	47
1.5.2.e) Leonora Monroy de Porres; Cerámica las Marías	47
1.6 La mujer emprendedora	49
1.7 La innovación empresarial como elemento del emprendimiento	54
1.7.1 Innovación de producto o servicio	57
1.7.2 Innovación de procesos	58
1.7.3 Innovación en el sistema de gestión	59

CAPÍTULO 2

EL EMPRENDIMIENTO Y LA ECONOMÍA MUNDIAL

2.1 Consideraciones generales	63
2.1.2 La organización de las empresas y la economía	67
2.1.2.a) Las pequeñas y medianas empresas son menos eficientes	68
2.1.2.b) Las empresas innovadoras aún son jóvenes	68
2.1.2.c) Relación entre el tamaño de la empresa y la remuneración de los empleados	69
2.1.2.d) Los incentivos	69
2.2 Emprendimiento internacional	71
2.3 El emprendimiento y las pequeñas y medianas empresas (pymes)	78
2.4 Organizaciones guatemaltecas que intervienen en el desarrollo Empresarial	84

2.4.1 Invest in Guatemala	84
2.4.2 Instituto Técnico de Capacitación y Productividad –INTECAP-	85
2.4.3 iTEC UVG (Universidad del Valle de Guatemala Programa Tecnológico 4 Grados Norte	86
2.4.4 Viceministerio MIPYME (de desarrollo de la microempresa, pequeña y mediana empresa	87
2.4.5 Cámara de Industria de Guatemala	88
2.5 Impacto de los modelos emprendedores	89

CAPÍTULO 3

MOTIVACIÓN Y EDUCACIÓN AL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

3.1 Motivación a la empresarialidad	94
3.1.1 Las incubadoras de negocios	98
3.2 Emprendimiento y la tecnología	99
3.2.1 Componentes de la empresarialidad tecnológica	102
3.2.1.a) Componente empresarial	102
3.2.1.b) Componente de administración	102
3.2.1.c) Componente ambiental	102
3.3 Emprendimiento como medida para combatir el desempleo y tecnificar al trabajador	104
3.4 Educación al emprendimiento	109
3.4.1 Programa de emprendedores de la Universidad Rafael Landívar	114
3.4.2 Centro de Emprendimiento Kirzner –KEC- Universidad Francisco Marroquín	115
3.4.3 IE Business School	116
3.4.4 The Learning Group	117

CAPÍTULO 4

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 Presentación de resultados de los cuestionarios hechos a empresarios guatemaltecos	120
4.2 Legislación y políticas sobre el emprendimiento	129

4.2.1 Países latinos con leyes específicas sobre el emprendimiento	129
4.2.2 Países con leyes tendientes a la empresarialidad	130
4.2.3 Países centroamericanos con políticas de emprendimiento vigentes	132
CONCLUSIONES	138
RECOMENDACIONES	140
REFERENCIAS	141
ANEXOS	148

RESUMEN EJECUTIVO

El emprendimiento empresarial es una herramienta económica actual que presenta la organización de empresas basadas principalmente en la toma de riesgos y la innovación.

El objetivo general planteado fue analizar los aspectos que componen el emprendimiento empresarial, para determinar los beneficios de su promoción y desarrollo en Guatemala; siendo los objetivos específicos desarrollar el concepto y elementos principales del emprendimiento; analizar la relación del emprendimiento, la economía mundial y las pequeñas y medianas empresas, y determinar los factores de motivación para promover la empresarialidad en Guatemala.

Es una monografía jurídica descriptiva. El trabajo de campo se dirigió a empresarios guatemaltecos mediante entrevistas y en el aspecto jurídico se realizaron cuadros de cotejo para exponer la legislación y políticas públicas vigentes de emprendimiento, para concluir determinando los beneficios de promover y desarrollar empresarialidad en el país.

INTRODUCCIÓN

En un mundo progresivamente competitivo son las ideas innovadoras las que ofrecen una ventaja; una idea que abra nuevas puertas empresariales, una nueva técnica que ayude a resolver un problema o un punto de vista que de una perspectiva diferente, son elementos que pueden favorecer el crecimiento económico de un país.

*“La palabra entrepreneurship (raíz francesa, derivación inglesa) se traduce al idioma español como emprendimiento, empresarialidad, desarrollo empresarial o espíritu empresarial que va dirigido a la creación de nuevas empresas y de implementar la innovación como motor económico.”*¹ La presente investigación se titula “El emprendimiento empresarial y los beneficios de su promoción y desarrollo en Guatemala”.

El emprendimiento empresarial es un tema de antaño que se ha vuelto de actualidad por las necesidades y exigencias de la economía mundial. En los últimos años el concepto de emprendimiento ha captado la atención de los sectores tanto público como privado de la mayoría de países altamente desarrollados, actualmente hay políticas regionales creadas con el objeto de exponer la importancia de realizar acciones conjuntas con el fin de promover la creación de nuevas empresas con espíritu empresarial y así renovar el tejido económico de los países.

La investigación presenta el tema del emprendimiento empresarial como una nueva forma de hacer negocios, planteándose como pregunta de investigación ¿Qué beneficios tiene la promoción y desarrollo del emprendimiento empresarial en Guatemala?, que se encuentra fundamentada en el objetivo general de la investigación que fue analizar los aspectos que componen el emprendimiento empresarial, para determinar los beneficios de su promoción y desarrollo en Guatemala.

Los objetivos específicos planteados fueron: desarrollar el concepto y elementos principales del emprendimiento; analizar la relación del emprendimiento, la economía

¹ Comisión de las comunidades europeas. *Libro verde: El espíritu empresarial en Europa*. Bruselas, documento basado en COM (2003) 27, versión final, Pág. 7.

mundial y las pequeñas y medianas empresas; y determinar los factores de motivación para promover la empresariedad en Guatemala.

La investigación se trabajó como una monografía jurídico descriptiva, ya que se realizó un análisis que permitió descomponer la figura del emprendimiento en sus diversos aspectos, estableciendo relaciones y niveles que ofrece para determinar los beneficios de su promoción en el país.

En Guatemala los planes de apoyo al emprendimiento son relativamente nuevos y no hay legislación específica de emprendimiento; lo que resalta la importancia de la investigación que es poner el foco en temas que revitalicen las sociedades de países como Guatemala, que tienen un gran nivel de desempleo, lo que establece la necesidad de innovar, crecer, auto emplearse, pensar en grande y poner en práctica nuevas ideas para poder avanzar.

El emprendimiento empresarial es un tema que ha adquirido importancia en los últimos años en el país; esta investigación pretende ser punto de partida y servir como fuente de estudio para futuros proyectos que busquen la innovación empresarial guatemalteca. Los elementos de estudio son el emprendimiento y todos sus elementos; tomando en cuenta los comportamientos emprendedores y la oportunidad de utilizar la innovación como fundamento de nuevas empresas. También se pretende determinar el beneficio de promover el emprendimiento en Guatemala y las herramientas necesarias para desarrollar la empresariedad en el país.

La relevancia del tema radica en que en Guatemala no ha sido estudiado a profundidad el emprendimiento, además que no es un tema de conocimiento general de la población, lo que significa que, de implementarse en el estudio universitario, podría cambiar la perspectiva de la empresariedad y la innovación.

Desde el punto de vista jurídico, un tema importante es que dentro del Derecho Corporativo los profesionales que sean consultores de empresas tanto nacionales como internacionales, deberán tener conocimientos sobre los elementos de las nuevas formas de hacer negocios, sobre todo en países más desarrollados industrialmente, para poder brindar la asesoría necesaria a los clientes, a los inversionistas, al sector gobierno, entre otros, y así destacarse en el plano profesional.

Tomar el concepto de emprendimiento y aplicarlo en la economía guatemalteca puede cambiar paradigmas sobre la forma de hacer negocios y organizar las empresas en el país y podría ayudar a desarrollar nuevas formas de funcionamiento y relaciones entre empresas.

Se utilizaron como instrumentos de investigación, en primer lugar, una entrevista dirigida a empresarios, comprendidos entre las edades de 25 a 45 años, guatemaltecos, dueños de empresas o que ocupan cargos de dirección dentro de estas; se recabó la información de personas con empresas pequeñas, medianas y grandes, para determinar si existe un conocimiento del emprendimiento como forma de hacer negocios y obtener información adquirida de la experiencia sobre el tema propuesto.

Por otro lado, para establecer los lineamientos jurídicos actuales sobre el tema, también se hizo la presentación de las instituciones que intervienen en el desarrollo empresarial del país y cuadros de cotejo sobre la legislación y las políticas emprendedoras.

Como sujetos de estudio se propuso a los empresarios guatemaltecos, ya que este sector será el primer beneficiado del desarrollo de la empresarialidad en el país; una vez seleccionado el tema y realizado el índice temático de la investigación, se preparó el marco teórico apoyado en las diversas fuentes documentales sobre el tema, para poder desarrollar cada capítulo que presenta las generalidades del tema propuesto.

Por último, se realizó el capítulo sobre la presentación, discusión y análisis de resultados en el que se presenta gráficamente los resultados de las entrevistas hechas, así como la presentación de los cuadros de cotejo realizados, con el fin de exponer la realidad actual sobre el tema de emprendimiento en Guatemala.

Una vez recabados los datos, producto del trabajo de campo realizado, se procedió a la elaboración de las conclusiones pertinentes según la investigación efectuada y los datos obtenidos.

CAPÍTULO 1

EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

1.1 Antecedentes del emprendimiento

“La iniciativa de un emprendedor es tratar de obtener algo de la nada, si sólo se logra tener la visión de lo que se puede lograr”² “La última década está marcada por la creciente preocupación de crear empleo relacionado con la actividad emprendedora y se ha manifestado como uno de los temas más significativos en el ámbito del diseño de políticas públicas de los países desarrollados.”³

La importancia de presentar los antecedentes de éste fenómeno empresarial, radica en exponer aquellas actividades que han existido a lo largo del tiempo y que ahora son consideradas y encuadradas en el fenómeno emprendedor, pero que siempre han existido y se han ido alimentando de las necesidades de los seres humanos.

“Los motivos parecen ser claros, el incremento de la esperanza de vida y el envejecimiento de las poblaciones de los países industrializados, especialmente en Europa, han producido cierto estancamiento en el mercado laboral, ya que los profesionales buscan puestos permanentes en empresas establecidas, que sean bien remunerados y es la minoría de la población económicamente activa la que busca innovar en negocios propios; en el centro de este fenómeno aparece una figura muy antigua, pero que siempre se actualiza conforme la sociedad lo ha necesitado: la del empresario.”⁴

Considerar la posibilidad de convertirse en empresario constituye muchas veces una alternativa profesional que permite la libertad de poder auto emplearse: si el mercado laboral es hostil y poco favorecedor, la posibilidad de convertirse en su propio jefe en un momento donde la falta de empleo y la crisis económica es tan palpable, resulta un elemento imprescindible para dinamizar la economía, lo que deriva en el estudio de un fenómeno tan antiguo como el comercio mismo, pero que en la sociedad actual se torna como una posible solución a una economía débil: *el emprendimiento empresarial*.

² Haugaard, Soren. *The Business Idea: The early stages of entrepreneurship*. Alemania. Editorial Springer. 2005. Pág. 23.

³ Corduras Martínez, Alicia. *Estudios de Economía Avanzada*. Madrid, España. Instituto de Empresa, Business School. Vol. 24-2. 2006. Pág. 568

⁴Loc. Cit.

“Históricamente, el emprendimiento es una de las actividades más antiguas. Descubrir o identificar nuevas posibilidades de negocios y explotarla en nuevas empresas con fines lucrativos, siempre ha sido un punto importante en la vida humana. Las actividades empresariales en la sociedad son mencionadas desde la antigua Grecia; un ejemplo es el filósofo Jenofonte (aproximadamente 430-354 AC) quien reconoció la aventura de crear y la oportunidad de tomar nuevas actividades a mercaderes del otro lado del océano.”⁵

“Tan profundo es su amor por el maíz que al recibir informes de que es abundante en cualquier lugar, los comerciantes viajarán en busca de él, cruzarán el Egeo, el Ponto, el mar de Sicilia, y cuando hayan conseguido tanto como sea posible, lo llevan a través del mar, y lo guardan en el mismo barco en el que navegan ellos mismos. Y cuando quieren dinero, no tiran el maíz a ninguna parte al azar, sino lo llevan al lugar donde se enteran de que el maíz es más valorado y el premio de la gente que es el más alto, y entregarlo a ellos allí.”⁶

La cita anterior muestra como a través de la historia han existido siempre actividades que ahora son catalogadas como emprendedoras, pero que se han llevado a cabo durante décadas para desarrollar sociedades enteras basadas en el comercio y construir ciudades prósperas; a lo largo del tiempo han surgido estrategias de negocios que se basaban en encontrar el punto débil de un mercado y llenar el vacío con los nuevos productos y servicios.

“A través de la historia se observan muchos ejemplos de actividades empresariales que en la actualidad se vinculan con la idea de emprendimiento; una de ellas se sitúa durante los años noventa en donde existieron grandes cambios estructurales en la sociedad global, como las crisis del petróleo, recesiones económicas, progreso tecnológico con el auge del internet, la globalización, entre otros. Desde una perspectiva histórica, el término entrepreneur o emprendedor ha tenido cambios sustanciales; en el siglo XII era sinónimo

⁵ Landström, Hans. *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research*. Boston. Institute of Economic Research, Lund University School of Economics. Springer Science+ Business Media, Inc. 2005. Págs. 3 y 4.

⁶Loc. Cit.

de buscapleitos, posteriormente en el siglo XVII ya se habla de personas que emprendieron, mejoraron procesos y dirigieron una acción militar.”⁷

Lo que muestra que este fenómeno ha evolucionado como la sociedad misma, y aunque en el pasado no era un concepto que se buscaba incorporar en la organización de las empresas, hoy en día se ha convertido en la clave para rescatar economías locales, para reformar el modo de pensar de los empresarios e implementar elementos de empresariedad en todos los ámbitos productivos de la sociedad.

“Aunque la palabra emprendedor, es parte del idioma francés desde el siglo XII, la economía europea permaneció estancada en el sistema feudal por mucho tiempo, lo que significó un obstáculo para el emprendimiento y la innovación. Sin embargo, durante la edad media la situación fue cambiando gradualmente, en especial en países como Italia, Francia y el sur de Alemania, que fueron las fuerzas económicas de Europa en ese tiempo.”⁸

“El surgimiento de las grandes ciudades trajo consigo el fundamento de la empresariedad, especialmente con la clase industrial que proporcionaba la materia prima para el mercado que ensamblaba los productos finales que se vendían. Para el siglo XVIII el feudalismo ya había desaparecido y las condiciones legales e institucionales habían cambiado, estos cambios favorecían el emprendimiento y la innovación; los economistas fueron los primeros en intentar crear un concepto de empresariedad.”⁹

Que el sector económico sea el primero en intentar conceptualizar este fenómeno es hasta cierto punto lo más lógico, ya que su naturaleza es económica, el emprendedor busca desarrollar un proyecto generalmente con el ánimo de lucrar, como el comercio mismo, por lo que en el sector de la economía se inicia la búsqueda de definir la empresariedad, los elementos que la componen y el impacto de implementar el emprendimiento en las empresas.

“El emprendimiento como fenómeno económico ha cambiado drásticamente en los últimos cincuenta años, y se ha considerado como el suceso más influyente y proactivo del

⁷ Barrios Marcelo.et. al. *Entrepreneurship*. Buenos Aires, Argentina. Temas Grupo Editorial SRL. 2004. Pág. 30

⁸ *Ibid.* Pág. 27

⁹ *Loc. Cit.*

contexto cultural de la competitividad empresarial. En efecto, tanto las nuevas compañías como las ya en operaciones, han introducido a su organización actividades emprendedoras que han resultado en expansión, progreso tecnológico y éxito empresarial.”¹⁰

Se interpreta que el cambio surge como respuesta a las necesidades de las empresas de adaptarse rápidamente a los cambios empresariales y ser más competitivos, aprovechándose de los recursos con los que se cuentan para generar empresas y productos que puedan irse adaptando a las nuevas necesidades del mercado y de sus clientes.

“En la última década, miles de nuevas empresas se establecieron alrededor del mundo y billones de dólares se invirtieron en nuevas aventuras capitalistas; la visión tecnológica, un espíritu empresarial e historias de emprendedores e inversionistas, han cambiado la perspectiva global de la economía, con herramientas como el internet se acelera el desarrollo de las nuevas empresas, lo que ha hecho posible convertir una gran idea en un negocio lucrativo invirtiendo menor cantidad de recursos y obteniendo mayores resultados.”¹¹

Las nuevas herramientas tecnológicas, como se tratará más adelante, son en la actualidad uno de los elementos del emprendimiento aplicado a las empresas, que utilizan los nuevos instrumentos que se encuentran a su disposición para aprovechar de mejor manera los recursos que se tienen y tener mejores resultados; lo anterior genera crecimiento económico en las empresas.

“Hasta finales del siglo pasado, la estructuración de una teoría sobre la empresarialidad estaba enmarcada por la búsqueda de una explicación al fenómeno, que al final logra sintetizarse en la idea de la oportunidad emprendedora, que reúne todos los fundamentos

¹⁰Garzón Benítez, María Dolores. *Entrepreneurship y el Papel de los Emprendedores en la Sociedad: El caso del Instituto de Ideas como Pionero Universitario*. Tesis Doctoral Universidad Politécnica de Valencia. Valencia, 2010. Pág. 32.

¹¹Fuerst, Oren. et. al. *From Concept to Wall Street*. New Jersey, New York. Financial Times Prentice Hall, Pearson Education, Inc. 2003. Pág. 14.

de la empresarialidad y a la vez la concretiza en el fenómeno de aprovechar los recursos con los que se cuentan y convertirlos en circunstancias favorecedoras de una empresa.”¹²

Lo anterior muestra cómo los elementos del emprendimiento deben de cumplir con ciertas funciones dentro de las empresas que provoquen el cambio y se refleje tanto en su productividad a nivel interno, como en su proyección a nivel regional.

“En años recientes los emprendedores han sido objeto de discusiones alrededor del mundo, tanto en la academia como en la política; en parte, esta fascinación con el tema se ha reflejado en la creencia que el emprendimiento es una forma de obtener un status social y movilidad económica. Mucha de la literatura sobre el tema se basa en los beneficios de los individuos emprendedores, y en cómo emprender aumenta la calidad de vida y crea un fenómeno conocido como el auto-empleo que permite a la persona desarrollarse y crear su propia fuente de ingresos.”¹³

En la actualidad, y sobre todo en países como Guatemala, se hace necesario encontrar nuevas formas y modelos económicos que permitan generar empleo y proporcionen nuevas oportunidades en especial en el área rural que presenta más índices de analfabetismo y poca escolaridad que limitan las opciones para optar a trabajos que les permitan tener una vida digna.

“Es interesante recordar que hasta mediados del siglo pasado, la economía mundial estaba dominada por las grandes empresas, se tenía la idea que era necesario un gran tamaño organizacional para mantenerse actualizado sobre las nuevas oportunidades tecnológicas; la tendencia empezó a invertirse cuando las empresas se racionalizaron, reestructuraron y subcontrataron, así redujeron su tamaño estructural, pero se diversificaron y lograron abarcar más mercados.”¹⁴

De lo anterior se desprende que el tamaño de la empresa no es necesariamente proporcional al nivel de tecnología y actualización que maneja, ya que como se tratará más adelante, los modelos de emprendimiento y las políticas de empresarialidad van

¹² Loc. Cit.

¹³ Holtz-Eakin y Harvey S. Rosen (comp). *Public Policy and the Economics of Entrepreneurship*. Londres, Inglaterra. 2004. Massachusetts Institute of Technology, Cambridge. Pág. 8

¹⁴ Barrios Marcelo. et. al. *Op. Cit.* Pág. 27.

encaminadas a la promoción de pequeñas empresas, que mantengan altos niveles de innovación en todos los ámbitos.

Diferentes investigadores han utilizado varias definiciones del emprendimiento, y existen tantas como estudiosos sobre el tema, lo importante, más que definirlo, es entenderlo y tomar la idea básica del por qué ser un emprendedor y aplicar la innovación como la pieza fundamental en los planes y en las estrategias de negocios, se presenta como la posible solución de muchos de los problemas sociales y económicos de Guatemala, ya que de ser aplicada esta herramienta podría ser clave para activar el estancamiento financiero y cultural del país, además de darle notoriedad a nivel internacional y provocar la inversión extranjera.

1.2 Definición de emprendimiento

“El emprendimiento está conectado con el cambio, pero hay muchas clases de cambio, y por lo tanto muchos conceptos de la función empresarial”¹⁵

“El espíritu empresarial es la actitud y el proceso de crear una actividad económica combinando la asunción de riesgos, la creatividad y la innovación con una gestión sólida en una organización nueva o en una ya existente”¹⁶

Uno de los primeros en estudiar el concepto de emprendimiento fue Joseph A. Schumpeter, quien representa un punto de referencia, siendo uno de los autores más citados al discutir este tema. Para Schumpeter, relacionado con la perspectiva neoclásica, *“en el fenómeno de la empresarialidad son los emprendedores quienes poseen de forma única la voluntad de introducir, de una forma no programada, irregular y espontánea, nuevas y revolucionarias combinaciones de productos, técnicas de producción, mercados, servicios o formas organizacionales.”¹⁷*

Para Shumpeter, el fenómeno del emprendimiento nace de la actividad de los emprendedores que buscan romper paradigmas y cambiar los parámetros conocidos, para crear nuevas formas de hacer negocios y de dirigir empresas.

¹⁵ Harper, David A. *Foundations of Entrepreneurship and Economic Development*. New Fetter Lane, Londres , Inglaterra. 2003. Taylor & Francis e-Library. Pág. 5

¹⁶ Comisión de las comunidades europeas. *Op. Cit.* Pág. 7

¹⁷ Bojica Ana María. *Entrepreneurship a nivel organizacional: Influencia del conocimiento desde una perspectiva relacional*. Granada, España. Marzo, 2009. Tesis de Doctorado en Organización de Empresas. Universidad de Granada. Pág. 13

“Estas nuevas combinaciones producen un cambio en las bases fundacionales de las empresas, y destruyen los paradigmas y marcos actuales de equilibrio del mercado. Según Schumpeter, la innovación es abrirse a las oportunidades que emergen de un proceso de ‘destrucción creativa’, de la disposición interna del emprendedor para provocar un cambio en la economía. El beneficio radica en que estas actividades de innovación empresarial atraen a imitadores y conduce al final a un nuevo equilibrio económico.”¹⁸

La introducción de nuevas ideas a procedimientos establecidos, permite abarcar nuevos mercados y crear un nuevo equilibrio dentro de la economía lo que la hace más dinámica y a su vez crea un nuevo equilibrio económico.

“El proceso emprendedor de Schumpeter parte de la idea del equilibrio que se destruye con la innovación y crea un nuevo orden, su perspectiva propone el estudio del emprendimiento como un fenómeno de inestabilidad. Lo que significa que introducir una idea radical a un sistema económico establecido lo desequilibra y esto provoca un movimiento dentro del sistema, que es lo que lo hace avanzar y evolucionar.”¹⁹

En determinada manera los elementos del emprendimiento tienden a crear inestabilidad, ya que proponen nuevas formas de hacer las cosas, lo que exige un cambio de pensar, sobretudo en sociedades como la guatemalteca en que existe tanta resistencia al cambio; sin embargo, de lo anterior se infiere que introducir la empresarialidad en la economía impone el crear nuevas oportunidades derivadas de la innovación que al ser absorbidas generarán un nuevo equilibrio.

“La crítica a este modelo radica en que la armonía es el punto de partida; en un sistema equilibrado se asume que ya se han considerado todas las opciones y se han elegido las mejores, por tanto no habría necesidad de una destrucción creativa. Por otro lado, el énfasis de Schumpeter pone la voluntad humana a expensas del subjetivismo de la mente, no explica la creatividad emprendedora; por lo tanto expone la propagación de lo nuevo pero no la necesidad del mismo.”²⁰

¹⁸Loc. Cit.

¹⁹Loc. Cit.

²⁰Loc. Cit.

El punto de equilibrio va evolucionando por las necesidades de la economía misma, como lo demuestra un reporte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), que busca promover el mejoramiento del bienestar económico y social de sus países miembros, *“en los años entre 1972 a 1998 el número de propietarios de empresas en países integrantes pasó de 29 a 45 millones.”*²¹ Lo anterior demuestra que en menos de tres décadas las pequeñas y medianas empresas (PYME) pasaron a ser protagonistas en la economía mundial.

De lo expuesto se infiere que la sociedad ha creado fenómenos en forma de pequeñas y medianas empresas que han ayudado a cambiar el punto de equilibrio económico, las pequeñas empresas pasan a ser las protagonistas de las sociedades industrializadas y son una herramienta esencial para el avance económico como se profundizará más adelante.

Por otra parte, la llamada escuela austriaca ofrece otros elementos para desarrollar una teoría adecuada para el emprendimiento, se le considera la escuela de pensamiento heterodoxa en emprendimiento por excelencia. *“Esta escuela desmarca de forma decisiva la premisa del equilibrio al asumir que el conocimiento no está distribuido uniformemente en la sociedad y que las decisiones se toman con base al conocimiento idiosincrásico que cada individuo u organización posee.”*²²

Dos son las principales perspectivas promovidas por esta escuela en cuanto a la distribución no uniforme del conocimiento en la sociedad y el fenómeno emprendedor:

*“La primera, iniciada por Hayek y desarrollada por Kirzner, trata el entrepreneurship como alerta para descubrir oportunidades que existen de forma objetiva en el mercado; la segunda, apunta al subjetivismo individual en la interpretación de las oportunidades: el entrepreneurship como juicio de valor se refiere al proceso mediante el cual los emprendedores realizan estimaciones de eventos futuros cuyas finalidades son generalmente desconocidas; por lo tanto, se basa en expectativas subjetivas.”*²³ Esta perspectiva fue desarrollada por Foss.

²¹Loc. Cit.

²²Bojica Ana María. *Op. Cit.* Pág. 14.

²³*Ibid.* Pág. 15.

Según el planteamiento anterior hay dos puntos de vista, el primero que se enfoca en descubrir nuevas oportunidades e ir tras ellas; y el segundo que convierte la oportunidad en un proceso y en una expectativa. Sin embargo, en ambas perspectivas se mantiene que el emprendimiento está ligado al proceso de visualizar una oportunidad y desarrollarla antes que nadie o de una mejor forma, con los recursos tanto intelectuales como materiales que cada empresario posee.

“La teoría de la escuela austriaca es la que ha relacionado de forma más sistemática y ha entrelazado más los conceptos de subjetivismo y emprendimiento. El primero hace referencia al hecho que cada individuo tiene diferentes preferencias, conocimientos y expectativas y la acción de interpretar la información recibida, representa una genuina actividad de solución de problemas en la que interviene la creatividad.”²⁴

De lo anterior se establece que esta escuela relaciona la interpretación y creación de las oportunidades con el entorno del emprendedor, que lo hace tomar decisiones con base a los conocimientos y expectativas previamente adquiridas, el resultado de ese análisis es lo que provoca emprendimiento y cambio.

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que el planteamiento anterior ha descuidado un aspecto importante: *“que el conocimiento de los emprendedores, sus expectativas y las formas de combinar los recursos cambian permanentemente, debido, en parte, al acceso a la nueva información obtenida a través de sus interacciones con otros emprendedores y actores del mercado.”²⁵*

Por lo anterior, se puede establecer que, a pesar de que cada persona tiene una visión distinta, basada en su experiencia personal, esta puede contaminarse por la interacción del emprendedor con la tecnología y con otros emprendedores lo que hace que el subjetivismo no sea puro. Muchas veces la competencia en el mercado obliga al empresario a copiar las ideas que han sido efectivas para otros, en ese momento deja de ser un emprendedor y se convierte en un imitador.

²⁴*Ibid.* Pág. 16.

²⁵*Loc. Cit.*

La definición y elementos del emprendimiento pueden ser aplicados desde lo político a lo cultural; las definiciones se encuentran desde los años ochenta hasta la fecha, ya que más que un fenómeno económico, se vuelve parte del estilo de vida del sector empresarial.

Por ejemplo, Landström, en su libro *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research*, cita algunos autores:²⁶ en el año de 1985 Drucker, definió el emprendimiento como un acto de innovación que envuelve los recursos existentes con nuevos medios de producir riquezas; para Stevenson, en el mismo año, es un proceso por el cual los individuos persiguen y explotan oportunidades, independientemente de las fuentes que controlan. Ya en los años noventa, se menciona a Timmos, que define la empresarialidad como una manera de pensar, razonar y actuar, que está impulsado por la oportunidad, un enfoque holístico y el liderazgo equilibrado.

Para Marcelo Barrios, *“es una disciplina que analiza la creación de nuevas empresas y el surgimiento de nuevos empresarios.”*²⁷ Y para Terrence Brown, *“el emprendimiento es el proceso de explotación de oportunidades que existen en un ambiente o que son creadas mediante la innovación, con el fin de crear un valor. Muchas veces incluye la creación y manejo de nuevas empresas por un individuo o un equipo.”*²⁸

Así habrán tantas definiciones como investigadores sobre el tema, y no solamente quienes investigan sobre la industria, también tendrán su definición quienes estudian la economía y la empresa, o las grandes comunidades de negocios, por lo que, para lograr una definición propia hay que considerar varios factores, tomando en cuenta que más allá de formar una definición es importante entender cómo su aplicación podrá marcar una diferencia en la economía actual de Guatemala.

“En el marco mundial, la empresarialidad se relaciona frecuentemente con un resultado exitoso, por lo tanto al ver el emprendimiento en función de la economía, sólo se tomarán en cuenta aquellas actividades que puedan afectar el mercado de manera positiva, es decir, sólo el emprendimiento exitoso se reconoce. Desde este punto de vista la

²⁶ Landström, Hans. *Op. Cit.* Pág. 11.

²⁷ Barrios Marcelo. *et. al. Op. Cit.*. 26

²⁸ Brown, Terrence E. Jan Ulijn. *Innovation, Entrepreneurship and Culture*. Cheltenham, UK. Edward Elgar Publishing, Inc. 2004. Pag. 5.

*empresarialidad podría definirse como la introducción de nuevas actividades económicas que producen un cambio en el mercado y crean una oportunidad emprendedora.*²⁹

Se debe considerar que uno de los elementos más importantes al momento de definir el emprendimiento, es reconocer aquellas actividades que son consideradas diferentes que pueden implementar dentro de la empresa nuevos conceptos, procesos y prácticas que optimicen los recursos con los que se cuentan y se reflejen en el producto final.

Para Rafael Vesga, el emprendimiento y la innovación se realizan en tres niveles: *“en primer lugar a nivel país y el entorno; en segundo lugar a nivel intermedio a nivel organizacional de las empresas; y por último a nivel personal y básico de los individuos. Es una actitud en las personas, una capacidad en las empresas y una característica del entorno de los países. Para que exista un crecimiento económico, estos tres fenómenos deben funcionar al mismo tiempo, pues cada uno de ellos se alimenta de las personas; para lograr una sociedad emprendedora, es necesario activar el potencial de las personas, de las empresas y del país.*³⁰

De lo anterior puede sintetizarse que emprender es un proceso que debe motivarse desde lo personal, para poder generar empresarialidad a nivel organizacional en las empresas y que lo anterior genere un cambio en la economía de los países; la motivación y la aplicación del emprendimiento deberá fusionarse en los tres niveles para que se logre crear una cadena de valor que produzca un impacto real.

Se puede concretar entonces que el concepto de emprendimiento y oportunidad emprendedora trasciende todas las definiciones desarrolladas en torno al concepto de emprendimiento, para definirlo no basta una descripción conceptual, es necesario tomar en cuenta creencias falsas que existen en torno a la empresarialidad.

²⁹ Landström, Hans. *Op. Cit.* Pág. 12

³⁰ Vesga, Rafael. *Emprendimiento e Innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta?* Facultad de Administración, Universidad de los Andes. Colombia. Pág. 1.

1.3. Mitos sobre el emprendimiento

Morris, citado por Marcelo Barrios, cataloga los diferentes mitos entorno al emprendimiento de los cuales se realiza un breve análisis con el objeto de establecer la importancia y la relación del emprendimiento empresarial y las ideas que lo han rodeado a lo largo del tiempo y cómo esto se constituye en la base para su entendimiento y aplicación.

1.3.1 “Empezar un pequeño negocio: *Esta idea conceptualiza que el emprendimiento se refiere únicamente a empezar un nuevo y pequeño negocio. Morris considera que este no es un requisito sine qua non para la empresarialidad; el emprendimiento implica innovación y acercamiento provocativo hacia los desafíos, la toma de decisiones, correr riesgos, necesidad, obstáculos y oportunidades. El emprendimiento es una construcción universal aplicable a cualquier persona, organización o nación.*³¹

Es importante establecer que no sólo se es emprendedor en el momento que se inicia una empresa, y que el tamaño de la misma no influye en los elementos de empresarialidad que se apliquen en ella, tener una visión empresarial involucra a la empresa desde su concepción hasta su desarrollo a lo largo del tiempo y toma en cuenta todos los factores que componen la empresa.

1.3.2 “El emprendimiento es un evento que sucede: *La empresarialidad no es un evento fijo que ocurre en un momento determinado, es un proceso que tarda en desarrollarse; se basa en etapas específicas que empiezan con la identificación de una oportunidad y terminan con el éxito o fracaso del concepto implementado. El emprendimiento no es algo mágico, es un proceso, aplicable a cualquier organización, que identifique y sepa aprovechar e innovar sobre las oportunidades que se le presenten.*³²

Se debe considerar que emprender es una decisión que se toma, son elementos que se aplican dentro de una empresa y van encaminados a obtener un resultado específico que

³¹ Barrios Marcelo.et. al. Op. Cit Págs. 38-45.

³² Loc. Cit.

genere mayores beneficios y el mejor uso de los recursos empresariales con los que se cuenta.

1.3.3 “Emprender no es una cuestión de “cualquiera”: *el concepto de emprendimiento no puede verse en términos de blanco o negro, ser emprendedor o no; la empresarialidad ocurre en distintas intensidades, toda persona realiza tareas emprendedoras en algún momento, sólo que algunos tienden a conceptualizar ideas más innovadoras y tomar más riesgos.*³³

Aunque existen características propias del actuar de un emprendedor, que lo distingue de un empresario, como se analizará más adelante; todas las personas tienen determinados actos que pueden ser considerados emprendedores y que pueden aplicarse en los diferentes ámbitos en los que una persona se desenvuelve.

1.3.4 “La empresarialidad implica asumir riesgos desproporcionados e injustificados: *se suele considerar a los emprendedores como apostadores, sin miedo a perder todo, personas que descubren una oportunidad y se dirigen apasionadamente hacia ella sin tomar precauciones; aunque para ser emprendedor es necesario tener una gran visión y no paralizarse por el miedo al fracaso, los emprendedores no son amantes de los riesgos sin causa, están dispuestos a asumir el peligro de innovar, pero no indiscriminadamente. El riesgo es un factor controlado, estudiado y justificado.*³⁴

Toda actividad que genere un cambio implica determinado riesgo, de ser así puede que el empresario se quede estancado en su zona cómoda, por lo que parte de tener una visión empresarial es analizar los posibles riesgos que se está dispuesto a tomar en beneficio de la empresa, para poder controlarlo y utilizarlo como una herramienta de crecimiento económico.

³³Loc. Cit.

³⁴Loc. Cit.

1.3.5 “Se nace emprendedor: *el término emprendedor muchas veces se relaciona con el de ‘superhombres’, como que se contara con cualidades extraordinarias y distintas a la mayoría de personas; por esta razón se han llevado a cabo varios estudios acerca de los rasgos psicológicos y sociológicos de los emprendedores, así, Morris concluye que un emprendedor no está genéticamente determinado para innovar, todas las personas tienen un cierto potencial de desarrollar la habilidad de crear, siempre condicionado al ambiente en el que se desenvuelve.*”³⁵

Este punto refleja la importancia que tiene la educación, tanto académica como práctica, que es el factor que puede marcar la diferencia entre un empresario y un emprendedor; en la actualidad entre más capacitado esté un emprendedor, tiene más recursos a su disposición para poder generar cambio en su empresa y en la economía.

1.3.6 “Existe sólo un tipo de emprendedor: *a pesar de que los grandes emprendedores tienen características en común, no hay un prototipo de emprendedor; los hay de todo tipo y representan una mezcla de diversos grupos de edad, razas, religiones, culturas, géneros y ocupaciones. Muchos de los grandes emprendedores se han lanzado tras una gran oportunidad, luego de haber tenido una carrera sólida durante toda su vida.*”³⁶

Así como existen diferentes tipos de empresarios, existen diferentes emprendedores y motivaciones para emprender, que aunque pueden ser agrupados en distintos tipos, que se expondrán más adelante, pero de igual manera, cada emprendedor, aunque el objetivo de todos sea crear empresariedad, buscará la manera única de hacerlo, desde su conocimiento y experiencia.

1.3.7 “Para ser emprendedor se necesita tener mucho dinero: *los emprendedores son guiados por la oportunidad y no por los recursos económicos; no limitan su visión a la cantidad de dinero o recursos relacionados que posean. Muchos proyectos que fallan no*

³⁵Loc. Cit.

³⁶Loc. Cit.

*están directamente relacionados con la falta de dinero, sino con la falta de directrices e innovación en el negocio.*³⁷

Para ser emprendedor es necesario enfocarse en aprovechar de la mejor manera los recursos con los que se cuenta, no es indispensable contar con un gran capital monetario desde el principio, si no saber aprovecharlo de la mejor manera.

1.3.8 “La motivación del emprendedor es el dinero únicamente: *A un emprendedor lo que lo impulsa es el deseo de superarse, de hacer la diferencia y alcanzar lo que los demás creyeron que no podía hacerse, con todos los obstáculos que esto conlleva. Obviamente se crea una empresa con el ánimo de lucro, pero esto no es la motivación única que hace a un emprendedor.*³⁸

Lo anterior se demuestra ya que existen empresas dedicadas al emprendimiento social y organizaciones que tienen programas de responsabilidad social empresarial; que no es el tema al que va encaminado este trabajo de investigación, pero que es importante considerar que el emprendimiento como fenómeno también tiene una corriente social.

1.3.9 “La empresarialidad es sobre individuos: *los proyectos empresariales tienen una fuerza creadora de un visionario que se atrevió a asumir un riesgo y que persiste en hacer los cambios necesarios para ver más allá de lo que los demás observan. Por su naturaleza el emprendimiento implica un grado de autonomía y propiedad sobre un concepto innovador, rara vez implica un proceso democrático; aun así no es posible que una gran idea se convierta en una gran empresa sin el trabajo de un equipo, que comparta la visión del emprendedor y formen parte del proceso de formación.*³⁹

El emprendimiento implica no sólo actividades empresariales típicas, también se enfoca, como se tratará más adelante, en crear un tipo de empresario-emprendedor dispuesto a desarrollar diferentes habilidades que lo hagan único y lo diferencien de los demás.

³⁷ Loc. Cit.

³⁸ Loc. Cit.

³⁹ Loc. Cit.

1.3.10 “La empresarialidad sólo se aplica a un nuevo producto: este es uno de los mayores errores al tratar de conceptualizar este fenómeno, y se vuelve importante considerar que el emprendimiento no comienza con el producto, sino con la oportunidad de ver cómo desarrollar la empresa más allá, ya que muchos que desean convertirse en emprendedores crean un concepto novedoso que no es justificable en el mercado.”⁴⁰

Este enfoque se refiere a que existen empresarios que desean innovar pero que no buscan un mercado de oportunidad que cubrir, simplemente buscan innovar en algo que no existe, para incrementar su fama frente a sus competidores, esto puede llevar al fracaso de la empresa ya que se están invirtiendo recursos en proyectos que no tienen un mercado específico.

De lo anterior se desprende que la falta de conocimiento real del fenómeno ha llevado a crear ciertos mitos alrededor de un emprendedor y del concepto de emprendimiento, que va ligado no solamente a tener un negocio exitoso, si no a tener la capacidad emprendedora de tomar el riesgo de ir hacia donde nadie ha ido, tomar una idea y desarrollarla al máximo, aprovechando la oportunidad que nadie más tomó.

Se puede concretar en que hay tantas definiciones del fenómeno como investigadores sobre el tema; sin embargo, la investigadora considera que el emprendimiento es una herramienta económica que abarca el proceso de creación y descubrimiento de oportunidades dentro del ámbito de los negocios, la política y la empresa; en donde una persona, el emprendedor, toma la decisión de ampliar su visión empresarial y se arriesga a innovar para crear y mantenerse vigente en la necesidad de los clientes a quienes se dirige.

Luego de definirlo es necesario estudiar a los emprendedores y ver la forma en que esta herramienta y crear un nuevo perfil del empresario, pueden aplicarse en la economía guatemalteca para que produzca un beneficio palpable a largo plazo.

⁴⁰Loc. Cit.

1.4 Los emprendedores

1.4.1 Definición de emprendedor

“Los empresarios emprendedores que labran sus fortunas con su propio esfuerzo deben ser admirados por nuestra sociedad”⁴¹ “A la luz del incremento del uso del concepto de emprendimiento o emprendedor para denotar a una persona que tiene la capacidad técnica y la responsabilidad creativa de innovar y crear, se hace necesario introducir al emprendedor desde el origen del concepto como tal.”⁴²

Los protagonistas de la empresarialidad son los emprendedores, el diccionario de Oxford define al emprendedor como *“una persona que emprende un negocio con probabilidad de ganancia o pérdida. (...) del francés entreprendre, employer.”⁴³*

“La fuerza impulsora del proceso de mercado no la dan ni los consumidores, ni los dueños de los medios de producción como lo son la tierra, el capital, bienes y mano de obra, sino por la promoción de los emprendedores. Se trata de personas que se han empeñado en beneficiar sus empresas mediante el aprovechamiento de las diferencias de precios y necesidades del mercado, tienen una visión del futuro que los demás ignoran, lo que ha tenido un impacto en las economías en las que se desenvuelven.”⁴⁴

De lo anterior se puede inferir que, en la actualidad, el emprendimiento y la empresarialidad se han vuelto punto de partida para estudiar el desarrollo de la economía mundial; si se estudian los diferentes proyectos exitosos en los diferentes ámbitos, se puede encontrar que algunos individuos resaltan más que otros; lo que plantea las siguientes preguntas: ¿cuál es el perfil que atrae la atención a invertir en nuevos fenómenos y territorios?, ¿qué cualidad tiene un empresario para ser considerado emprendedor?

⁴¹ *Ibid.* Pág. 25

⁴² Landström, Hans. Pág. 9

⁴³ Barrios, Marcelo. et. al. *Opt. Cit.* Pág. 33.

⁴⁴ Harper, David A. *Op. Cit.* Pág. 19.

“La teoría moderna de emprendimiento de la Escuela Austriaca tiene sus orígenes en los trabajos de Mises y Hayek; del primero los austriacos aprendieron a ver el mercado como un proceso empresarialmente motivado. Siguiendo los fundamentos de esta escuela, se maneja principalmente la perspectiva en función emprendedora, partiendo de la premisa de asimetría de la información de mercado; los emprendedores descubren oportunidades en aquellos círculos que se encuentran en desequilibrio, y por lo tanto, poseen información considerada irregular.”⁴⁵

“Esta asimetría hace que los individuos tengan percepciones diferentes sobre el valor de los recursos, constituyéndose como una fuente de nuevas oportunidades de empresarialidad. El acto de un emprendedor nace cuando ciertos individuos capitalizan su conocimiento diario y son capaces de discernir oportunidades únicas de mercado, sobre la base de descubrir las necesidades y deseos de los consumidores, enfocándose tanto en bienes y servicios demandados como en el precio que se está dispuesto a pagar. Al explotar estas oportunidades los emprendedores reducen las asimetrías de información y llevan a la economía hacia el equilibrio.”⁴⁶

Esto se refiere a que el emprendedor es capaz de elegir un mercado y analizar las discrepancias entre la necesidad del consumidor y la oferta, se apropia de este vacío empresarial y lo convierte en un negocio exitoso que, a la vez, ofrece cierta estabilidad al sector industrial en el que se desarrolla y a la economía en general.

Analizando lo que plantea la escuela austriaca se puede establecer que la información necesaria para reconocer cualquier oportunidad no está igualmente distribuida en la sociedad, dada la especialización de la información; ningún individuo tiene exactamente la misma información que otro y, para reconocer una oportunidad, un emprendedor tiene que poseer no solo la información al azar, sino que deberá poseer los conocimientos y experiencia necesarios que sean complementarios a la información.

El reconocimiento de nuevas oportunidades es el resultado de procesos de análisis económicos y de las propias empresas que incluye aspectos como las interacciones con

⁴⁵ Bojica Ana María. *Op. Cit.* Pág. 15.

⁴⁶ *Loc Cit.*

otros empresarios, con otros emprendedores, su familia y con el mercado en sí. Ser un emprendedor exige tener la visión de encontrar en la generalidad, algo a lo que nadie más le está poniendo atención y fundar su negocio en ello.

El concepto de empresario es más antiguo que el de innovación o innovador. Para Garter, citado por Ulijn, la definición regresa a la utilizada por Britain's J.A. *“El agente que une todos los medios de producción y encuentra el valor de los productos... el restablecimiento del total del capital que utiliza, y el valor de los salarios, el interés y la renta que paga, igual que las ganancias que le pertenecen.”*⁴⁷

Esta es una definición de la norma, de la actividad común de una persona a cargo de una empresa o bien del comportamiento que se espera de un empresario y las acciones que debe realizar, pero el ser un emprendedor va más allá de las gestiones que realiza en su empresa.

1.4.2 Ideas sobre los emprendedores

Existe un debate, por ser un tema nuevo y poco explorado en países como Guatemala; por lo que pueden plantearse algunas ideas y conceptos que se han utilizado sobre del tema:

1.4.2.a) “El reconocimiento del individuo como elemento importante y vital en la creación de un nuevo valor: *los emprendedores no son ciertamente los únicos en crear nuevo valor para la sociedad a través de la constitución de empresas, en el sentido económico o a través de innovaciones de diferentes formas; sin embargo, sí forman un alto porcentaje del valor nuevo creado, que es necesario en el sistema económico.”*⁴⁸

Esto se refiere a que dentro de la aplicación del emprendimiento, se debe reconocer la importancia de potenciar el ser emprendedor y generar autoempleo y nuevas empresas que generen valor para la sociedad.

1.4.2.b) “Es necesario tener claro que las personas no son simples máquinas: *las personas que trabajan y crean no son “simples mecanismos” que reaccionan a un estímulo*

⁴⁷ Brown, Terrence E. Jan Ulijn. *Op. Cit. Pág.6.*

⁴⁸ Barrios, Marcelo. *et. al. Op. Cit. Pág. 32*

*del ambiente. Toda persona tiene la habilidad de entender, innovar y emprender desde las funciones que ejerza dentro de una empresa.*⁴⁹

Este es un factor que puede marcar una diferencia en el desempeño de los colaboradores de una empresa, ya que darle el valor que merecen y motivarlos a aprender a hacer las cosas bien y de manera diferente, dónde se reconozca la importancia del trabajo desempeñado y se les motive a capacitarse y tecnicarse dentro del ambiente en el que se desarrollan, crea una identificación del trabajador con la empresa y trabaja porque cree en lo que hace y no sólo por la remuneración que recibirá.

1.4.2.c) “Influencia de los recursos del ambiente: *los recursos que se proporcionen a una persona pueden jugar un rol facilitador o estimulador para el incremento de emprendedores.*⁵⁰

De lo anterior puede establecerse que los recursos que el emprendedor provee a sus trabajadores deberán ser no solamente materiales, si no que se deberá buscar estimular el intelecto y la imaginación de las personas desde edades tempranas. Hay que tomar en cuenta que el sentimiento de frustración y las malas prácticas laborales, pueden actuar en detrimento del buen funcionamiento de la empresa, ya que el recurso humano no es aprovechado en función del mejoramiento personal y empresarial en conjunto.

Algunos estudios han destacado ciertas características que tienen los emprendedores; por ejemplo, un estudio de Naciones Unidas hecho en 2010 por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), en Chile, tomó como muestra las empresas incubadoras que crearon formalmente Chile INCUBA A.G., Asociación Gremial de Incubadoras de Empresas, según los antecedentes de este informe se puede destacar que:

- *“La edad promedio de los emprendedores es de 35 años;*
- *Que un 70% de los emprendedores son hombres;*
- *70% de los emprendedores posee estudios universitarios;*

⁴⁹Loc. Cit.

⁵⁰Loc. Cit.

- *100% tiene capacidades tecnológicas y utilizan el internet como principal herramienta;*
- *El 70% se ha involucrado en el emprendimiento para buscar mejores oportunidades;*
- *Un 40% tiene un nivel de inglés medio, para poder comunicarse.*⁵¹

Estas estadísticas reflejan algunas de las características de los emprendedores, destacándose que este tema, sobretudo en la región latinoamericana, aún está dominado por los hombres, que tienen cierto nivel académico y capacidades para poder tomar riesgos empresariales, no solamente de carácter académico sino también empíricos. Muchos emprendedores empiezan sus proyectos en los llamados “*nichos de mercados*”, en los que se toma una pequeña idea o producto y se desarrolla un negocio desde su innovación.

1.4.3 Tipos de emprendedores

Teresa Gómez en la tesis “*La capacitación como herramienta para el impulso del emprendimiento de las productoras de artesanías de la comunidad Los Morales del Municipio de Sololá, en el Departamento de Sololá*” explica que no existe un prototipo único de emprendedor, pero si hay algunos rasgos comunes en los que pueden agruparse, los cuales se analizan a continuación:

1.4.3.a) “Emprendedor vocacional: *es el prototipo de empresario común en las empresas familiares, representado en la figura del fundador. Es una persona motivada y obsesionada por crear algo propio y verlo crecer, si el negocio fracasa lo re plantea y monta otro. Es una persona generalmente independiente, no le gusta trabajar para otros, soñador y con gran energía.*⁵²

Se refiere a aquellos emprendedores que tienen una idea clara sobre sus negocios y que son empresarios desde jóvenes, que no buscan ser empleados de otros, sino formar sus propias empresas.

⁵¹ Santibañez, Edgardo. *Desarrollo competitivo de un clúster biotecnológico: el Biopolo de Santiago. Competitividad nacional y regional para la investigación, desarrollo e innovación en Chile. Atributos determinantes para el desarrollo de industrias intensivas en conocimiento. Volumen I.* Santiago de Chile. Impreso en Naciones Unidas. Julio, 2010. Pág. 28

⁵² Gómez Ramos, Teresa. *La capacitación como herramienta para el impulso del emprendimiento de las productoras de artesanías de la comunidad Los Morales del Municipio de Sololá, en el Departamento de Sololá.* Tesis de Licenciatura en Mercadotecnia, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Rafael Landívar. Guatemala. Junio 2010. Pág. 34

1.4.3.b) “Emprendedor pasional: *Motivado por una pasión en concreto y emprende para poder seguir alimentándola; este tipo de emprendedor no se implica en un negocio que no esté estrechamente vinculado a su pasión.*⁵³

Este tipo de emprendedor se involucra en un proyecto porque cree firmemente en el objeto del mismo y porque se siente identificado con la empresa.

1.4.3.c) “Emprendedor casual: *dentro de este tipo pueden encontrarse los herederos de empresas familiares, personas que quedan a cargo de una actividad ya fundada y estructurada y continúan su desarrollo. El emprendedor casual también puede ser el que se encuentra envuelto en una iniciativa empresarial sin pretenderlo, pero con visión la convierte en una empresa de éxito.*⁵⁴

Este es el emprendedor nato que no siempre buscan crear un negocio, sino que se ven involucrados en proyectos con los que se identifican y son exitosos al desarrollarlos.

1.4.3.d) Emprendedor interno: según Lorange, citado por Teresa Gómez, *“se ubican dentro del grupo de empleados creativos dentro de una empresa, que buscan su realización personal, distinguiéndose claramente por su visión de negocios, capaces de concebir una idea y convertirla en realidad, aunque la empresa no sea propia. Dentro del tema de emprendimiento se maneja también el término de ‘intrapreneur’, que se refiere a aquella persona que dentro de una organización más grande, utiliza habilidades empresariales para desarrollarse dentro de la empresa a la que pertenece, aprovechando de mejor manera los recursos que le son entregados.*⁵⁵

Se puede establecer que este tipo de emprendedor es una persona por lo general curiosa y de mente abierta, que por su habilidad busca integrarse en la empresa en donde se desarrolla y tecnificarse, además de procurar que dentro del ejercicio de sus funciones, su

⁵³Loc. Cit.

⁵⁴Loc. Cit.

⁵⁵Loc. Cit.

trabajo genere valor para la empresa en la que presta sus servicios, muchas veces esta actividad es el resultado de la motivación y el sentido de pertenencia que el trabajador tiene de la empresa donde trabaja.

Por otra parte, Edgardo Santibañez presenta el perfil de un emprendedor exitoso, que expone rasgos generales aplicados a todos los emprendedores, sin importar el tipo en el que puedan agruparse según la clasificación presentada con anterioridad:

- “Creativos e Innovadores, personas abiertas a experimentar nuevas formas de hacer las cosas, capaces de reconocer las oportunidades cuando las ven. Utiliza su creatividad para resolver los problemas a su manera.
- Enfocados a concretar, son individuos motivados con la habilidad de puntualizar lo que se proponen.
- Líderes, son personas influyentes con credibilidad, que influyen en los demás para lograr fines comunes.
- Perseverantes y tolerantes a la frustración; la gran mayoría de los que hoy consideramos emprendedores exitosos fallaron en algún momento, aprendieron de sus errores, corrigieron el camino e intentaron de nuevo hasta encontrar la fórmula del éxito.
- Interesados en el desarrollo personal y profesional continuo, un emprendedor reconoce la capacitación como inversión, lee todo lo que puede sobre su negocio y su industria en particular, asiste a la mayor cantidad posible de eventos relacionados con su giro y se actualiza constantemente.”⁵⁶

Roberts and Berry, citados por Ulijin, explican que: *“la vida normal del negocio exitoso se dirige hacia el incremento de innovaciones tanto tecnológicas como de mercado, estrategias corporativas, adquisiciones de otras compañías y asesorías externas, entre otros; un buen emprendedor tiene la visión de planear la evolución de su empresa de manera constante y conforme a las necesidades del mercado en el que se desarrolla, teniendo estos elementos como claves en el diario desarrollo del negocio y no espera a que el cambio sea la última salida para salvarlo.”*⁵⁷

⁵⁶ Santibañez, Edgardo. *Op. Cit.* Pág. 38.

⁵⁷ *Ibid.* Pág 6.

Un emprendedor es aquel que no se conforma con tener un negocio promedio, si no que implementa en él una serie de procesos creativos e innovadores y toma las oportunidades que se le presentan para ser un competidor real en el mundo empresarial. Cualquier persona puede llegar a ser empresario, pero no todo empresario es un emprendedor.

“Crear oportunidades de mercado es el resultado de un proceso analítico-creativo; la perspectiva del mercado creativo es distinto al análisis del producto, deberá llevarse un proceso o secuencia de preguntas concretas que lleven a la necesidad del negocio y a la forma de venderlo; esa es la función del emprendedor.”⁵⁸

Se debe tomar en cuenta, según lo expuesto, que la empatía con el consumidor debe ser una prioridad en la empresarialidad, para asegurar el éxito de un negocio; se puede establecer que hasta cierto punto la función de un emprendedor es precisamente descubrir ese mercado que ha sido ignorado por los demás y revelarlo hacia una audiencia que ha sido subestimada. El emprendedor tiene la capacidad y la intuición de producir una idea y crear la posibilidad de orientarla a las necesidades del mercado elegido; lo anterior dará como resultado un impacto en la economía y en el ambiente en que el emprendedor se desenvuelve.

1.5 Proyectos internacionales de emprendimiento: el papel de los emprendedores en la sociedad.

1.5.1 Consideraciones generales

El emprendimiento empresarial está relacionado con la innovación, pro actividad y la asunción de riesgos, que en estos días muchos empresarios se han enfocado en cruzar fronteras, y no limitar sus negocios al plano local en el que se desarrollan; los nuevos empresarios crean sus negocios con vistas de entablar relaciones comerciales no sólo con el mercado nacional, si no de expandirse.

“Promover una conciencia emprendedora y actitudes positivas sobre el emprendimiento se encuentran en las prioridades de muchas economías desarrolladas, que son consideradas como potencias económicas, la idea evoluciona a partir de que el individuo mantenga una

⁵⁸ Haugaard, Soren. *Op. Cit.* Pág. 47.

*amplia recepción sobre las ideas de empresarialidad y cómo aventurarse en este fenómeno puede afectar a un empresario no sólo a nivel personal, sino el impacto en la sociedad que tendrá su éxito.*⁵⁹

Es importante tomar en cuenta que a pesar de que la empresarialidad y las ideas de emprendimiento se han vuelto esenciales, no todas las historias de emprendedores tienen un final feliz, ya que muchas veces intervienen factores externos como la falta de incentivos estatales, barreras legales o poco apoyo, falta de innovación y motivos personales como miedo al fracaso cuando se trata de empezar un nuevo negocio y las consecuencia que esto conlleva.

El desafío de una nueva agenda de desarrollo en América Latina y el Caribe, según CEPAL, ha cobrado fuerza en la actualidad y está sujeto a debate en distintos ámbitos, sobretudo el económico, ya que *“en los últimos cinco años, las economías latinoamericanas crecieron a una tasa anual promedio de más del cinco por ciento, la inflación general se mantuvo baja, el crédito se expandió (...). Nuevas realidades mundiales, tratados internacionales de libre comercio, entre otros, aparecen frente a la crisis financiera internacional; La inserción internacional ha sido una de las principales estrategias de desarrollo en las economías de la región.*⁶⁰

El emprendimiento como fenómeno económico, en Guatemala es un tema que ha tomado relevancia recientemente, sin embargo, hay estudiosos internacionales han dedicado esfuerzos para explorar los fenómenos emprendedores que han dado pie a grandes cambios en la economía mundial, que deberán ser tomados en cuenta por el sector económico guatemalteco como ejemplo para implementar el emprendimiento.

Uno de los grandes estudiosos internacionales del tema es David Birch, citado por Landström; entre sus aportes está la presentación de su trabajo *The Job Generation Process* en 1979, que *“refleja el tiempo de transición en la sociedad norteamericana, la gran escala del sistema económico y corporaciones gigantes que empezaron a ser cuestionadas, la estructura de la industria sufrió varios cambios y las pequeñas empresas*

⁵⁹ Loc. Cit.

⁶⁰ Heller, Lidia. Op. Cit. Pág. 7

*empezaron a surgir, el desempleo fue un factor que enfocó a los pequeños negocios que tenían potencial.*⁶¹

Su contribución al tema fue demostrar que las pequeñas compañías dominaban la mayoría de nuevos trabajos en Estados Unidos, es por eso la importancia de generar proyectos que ofrezcan nuevas oportunidades no sólo para quien las crea, si no que desarrollarlas signifique un progreso en el sector trabajador y en la economía empresarial.

Es fácil establecer que la fase inicial de una nueva empresa, o bien un proceso de actualización de la misma, está caracterizada por el caos y la incertidumbre, riesgo y experimentación; el papel de los emprendedores debería enfocarse a mantener un sentido de legitimidad en la operación de sus negocios, aunque el periodo de experimentación sea largo el emprendedor deberá creer en su idea y tener una visión a futuro de lo que quiere lograr y no perder de vista el objetivo.

Las personas más exitosas, como las compañías a su cargo, evolucionan con el tiempo; en una economía como la actual muchos empresarios guatemaltecos se encuentran ante la situación de renovarse o morir, y esto ha dado como resultado que grandes emprendedores tomen la decisión de arriesgarse a implementar dentro de sus empresas elementos de empresarialidad e innovación.

*“En las primeras épocas de experimentación de crear nuevos negocios utilizando la tecnología como base, se desarrollaron centenares de nuevas empresas, muchas de ellas sin un método concreto de negocio que se fueron perdiendo por el paso del tiempo, sin embargo, algunos negocios como Amazon, eBay y Google, a la fecha de los más importantes en su género, han desafiado el éxito de la industria del internet. Jeff Bezos de Amazon, Meg Whitman and Pierre Omidayr de eBay y Larry Page & Sergey Brin de Google, crearon negocios modelo que han sido copiados por muchos y adaptados por otros creando éxito de la fórmula establecida.”*⁶²

El impacto de una idea novedosa va diluyéndose por el paso del tiempo y sirve como base para las nuevas empresas y las nuevas tecnologías. *“Casi cien años antes del ahora*

⁶¹ Landström, Hans. *Op. Cit.* Pág. 159.

⁶² Mayo, Anthony J. y otros. *Entrepreneurs, Managers, and Leaders. What the Airline Industry Can Teach Us About Leadership.* Estados Unidos. Palgrave Macmillan. 2009. Pág. 17.

*conocido como el Silicon Valley of entrepreneurship en California, existía una comunidad en Battle Creek, Michigan, donde se fundó la empresa Postum Cereal y Kellog's; quienes introdujeron la nueva idea del desayuno con Corn Flakes que dio paso a una era de innovación e imitación. Para el año 1902 el valle de Battle Creek ya tenía 35 compañías dedicadas a la elaboración de cereales que se crearon para alimentar el mercado estadounidense; muchas de estas compañías no han sobrevivido, sin embargo, la visión de vender ya no la innovación sino la tradición de Kellog's la ha mantenido a la fecha, como un gran competidor en ese mercado.*⁶³

Lo anterior muestra que el emprendimiento no consiste únicamente en tener una buena idea y aplicarla, es necesario generar innovación empresarial a lo largo de la ejecución del proyecto para mantenerlo vigente y que el mismo se vaya adaptando a las nuevas necesidades del mercado.

1.5.2 Proyectos emprendedores

A continuación se presentan algunos ejemplos de proyectos emprendedores en distintos ámbitos que demuestran cómo modificar la visión empresarial y enfocarse en ideas novedosas y arriesgadas han dado frutos a muchos emprendedores y el impacto que estas ideas han tenido no sólo en la economía, sino en la sociedad:

1.5.2.a) El Instituto IDEAS⁶⁴ de la Universidad Politécnica de Valencia: *“creado en 1992 es un pionero de la educación no tradicional y es responsable de la creación y desarrollo de empresas con base tecnológica. La evolución del instituto en su larga trayectoria ha permitido la transición paulatina y la incorporación de nuevos servicios a la universidad. La misión del instituto es fomentar y desarrollar la idea emprendedora desde la educación formal universitaria y dinamizar la comunidad de estudiantes, creando un soporte de nuevas empresas, con la única condición que sean innovadoras y que cumplan con la misión del instituto.*⁶⁵

⁶³ Loc. Cit.

⁶⁴ Dirección Delegada de Emprendimiento y Empleo, por sus siglas en Catalán, Universidad Politécnica de Valencia, España.

⁶⁵ Garzón Benítez, María Dolores. *Entrepreneurship y el Papel de los Emprendedores en la Sociedad: El caso del Instituto de Ideas como Pionero Universitario*. Tesis Doctoral Universidad Politécnica de Valencia. Valencia, 2010. Pág. 86

Las instituciones académicas que se comprometen con la educación en nuevas tecnologías y formas de emprendimiento, provocan un cambio en el modo de pensar de los estudiantes que a su vez generarán más cambios y mayores ventajas empresariales para las nuevas generaciones.

1.5.2.b) Steve Jobs, y el iPod: *“el reproductor de música portable que Apple introdujo al mundo en el año 2001 se mantiene hasta la fecha como uno de los productos más adquiridos por los consumidores de tecnología, y es un ejemplo de la innovación de la marca Apple que en la actualidad sigue dominando el mercado tecnológico con el iPad y el iPhone.”*⁶⁶

*“Apple fue cofundado y manejado por un estudiante que abandonó la universidad y en general no emplea universitarios con master en ciencias para desarrollar la tecnología de sus productos, en especial en sus inicios con el iPod, pero cuenta con una estrategia de mercado concreta y mantiene una visión emprendedora que vende la idea del futuro en la simplicidad de sus productos.”*⁶⁷

*“El iPod no fue el primer reproductor de música en su clase, en Singapur utilizando tecnología creativa, se vendía el nomad jukebox o la caja nómada, por lo menos dos años antes a que Apple introdujera el iPod al mercado mundial; sin embargo, la revolución fue creada por ésta última con un aparato que presentaba la idea del nuevo siglo y las nuevas formas musicales junto con iTunes.”*⁶⁸

“El ejemplo de Apple es claro en el tema de empresarialidad ya que el atractivo de la marca va enfocado no sólo en vender nueva tecnología si no en presentarla de manera simple, inteligente y popular, crear diseños que son grandes obras industriales que procuran un estilo único lo que la pone en ventaja sobre sus competidores. Steve Jobs, el talento detrás de la marca, tuvo la visión de crear y mejorar un concepto que ya estaba en

⁶⁶ Bhidé, Amar. *The Venturesome Economy: How Innovation Sustains Prosperity in a More Connected World*. Estados Unidos de América. Princeton University Press. 2008. Pág 20.

⁶⁷ *Loc. Cit.*

⁶⁸ *Loc. Cit.*

*el mercado y volverlo accesible mercadeando la idea como parte de la cultura popular que ahora ha sido imitada por empresas como Samsung y Nokia.*⁶⁹

Apple es el fenómeno mundial que es, por la capacidad de las personas que se encuentran encabezando la organización de ser emprendedores y de presentar al cliente e integrar sus productos a los fenómenos económicos actuales, creando y actualizando la marca según las exigencias de los consumidores; han pasado ya más de trece años desde que se revolucionó el mercado de la música con el iPod, la marca ha ido evolucionando con el tiempo y tiene como carta de presentación la tecnología, que tal vez no es superior a la de sus competidores, pero con una estrategia y un mercado específico: los estudiantes universitarios fans de la tecnología, la han convertido en la marca líder de la materia por la confianza que los clientes tienen y el estatus social que la misma refleja.

“Aunque el mercado de Apple es mundial, su punto fuerte es los Estados Unidos; conforme ha ido madurando el mercado la estrategia ha sido introducir la versión simple de cada producto en la versión 1.0 y mientras todos los seguidores de la marca adquieren el producto ya se está creando la estrategia de sacar al mercado la versión 2.0, 3.0, etc., que mantiene vivo el interés del consumidor hasta llegar a la versión definitiva y con menos deficiencias que todos los consumidores de tecnología quieren poseer.”⁷⁰

El foco de la explosión comercial de una empresa como Apple, cobra importancia en la economía estadounidense, desde el punto de vista no rastreado o que no es previsible a simple vista, con la cantidad de nuevos empleos creados tanto por de la manufactura de los productos, por el desarrollo de las tecnologías que utiliza, el mantenimiento de las tiendas iStore, el equipo de mercadeo, entre otros, también en el tiempo de crisis económica de Estados Unidos fue una marca estable como Apple que mantuvo la fe en que la economía se recuperaría.

⁶⁹Ibid. Págs. 21-23

⁷⁰Loc. Cit.

1.5.2.c) The Silicon Valley: El valle del silicio en español, “es el nombre que recibe la zona del sur de la Bahía de San Francisco California, Estados Unidos; la región es sinónimo de la tecnología, debido al rápido aumento de los puestos de trabajo relacionados con empresas tecnológicas en el área metropolitana. Esta zona geográfica, aloja la mayor cantidad de corporaciones de tecnología en el mundo, especializados en chips de silicio y miles de pequeñas empresas que se han formado alrededor de este concepto con gran número de innovadores que se desarrollan en la zona.”⁷¹

“La imitación es la más grande forma de admiración, en este caso el autor Rob Koepe estudia el fenómeno de los valles de silicón del mundo y cita como ejemplos los llamados Silicon Alps en Austria, Silicon Tundra en Canadá y Silicon Fen en Inglaterra, que es la forma en que se le ha denominado a ciertos puntos en donde varias compañías especializadas en la producción de tecnología y silicona usada para la elaboración de esta tecnología.”⁷²

La importancia de este concepto en la economía, es que introduce la idea de los cluster económicos, que son “una colección de compañías con objetos relacionados que se centralizan en una pequeña área geográfica especializada. Los clúster económicos, afectan la competitividad en los países incluso fuera de sus fronteras, por lo tanto llevan a la creación de nuevas políticas para los ejecutivos que quieran competir a nivel global.”⁷³

De lo anterior se puede establecer que los negocios en bloque⁷⁴ representan una nueva forma de pensar y especializar una locación, retando el modo convencional de hacer negocios de las compañías que buscan ocupar el mercado por si solas; al reunir un grupo de empresas novedosas en el mismo punto se produce un fenómeno económico más estable, que permite expandir una idea en conjunto.

⁷¹ Koepp, Rob. *Clusters of Creativity*. Gran Bretaña. John Wiley & Sons, LTD. 2002. Pág. 1

⁷² *Loc Cit.*

⁷³ *Loc. Cit.*

⁷⁴ El término asociación surge como uno de los mecanismos de cooperación entre las empresas pequeñas y medianas que están enfrentando un proceso de globalización de las economías nacionales. La globalización económica está redefiniendo los procesos de manufactura al localizar las fábricas en diferentes partes del mundo (...) García Cairoli, Andrés. *Globalización y Estrategias Alternativas para PyMES*. Argentina. Universidad Nacional de La Plata. Julio, 1998. Pág.8

1.5.2.d) Juan Trippe, el fundador de Pan American World Airways: *“dedicó su carrera a crear, proteger y defender el monopolio del aire por el gobierno estadounidense por décadas. Trippe fue tan exitoso en crear una línea aérea internacional, que Pan American fue considerada como una forma de diplomacia americana y una representante del país a nivel mundial por décadas.”*⁷⁵

*“Trippe aprendió dos lecciones muy importantes; la primera que la reacción de ser el primero en impactar tiene más frutos y la segunda hacer conexiones con otros empresarios, que le sirvió para dejar a los competidores fuera del mercado. Trippe utilizó sus conexiones para tener el primer contrato de correo aéreo de Key West, Florida hacia la Habana Cuba en 1927.”*⁷⁶

Sin embargo, este es un ejemplo de como una buena idea puede ser muy exitosa pero si no se tiene un plan a largo plazo y no se va actualizando y adaptando al tiempo puede perderse, ya que Trippe se fue quedando atrás en satisfacer las necesidades que el cambio exigía y se tuvo que enfrentar a la competencia y eventualmente su compañía dejó de existir.

Aunque en Guatemala el tema del emprendimiento ha tomado relevancia hasta en la última década, también existen emprendedores que han desarrollado proyectos empresariales exitosos y han creado valor para la economía guatemalteca:

1.5.2.e) Leonora Monroy de Porres; Cerámica las Marías: propiedad de una guatemalteca, es una empresa que inició en 2006 en su casa⁷⁷, como una idea de negocio, quien formó parte del *“primer encuentro de mujeres emprendedoras guatemaltecas, hacia el empoderamiento económico”* organizado por el Ministerio de Economía llevado a cabo en la ciudad de Guatemala el veintidós de octubre del año dos mil catorce; y quien en el evento recalcó la importancia de la educación al emprendimiento como herramienta básica para el auto empleo y el mejoramiento de la economía familiar, Leonora fue acreedora de

⁷⁵ Mayo, Anthony J. y otros. *Op. Cit.* Pág. 19.

⁷⁶ *Loc. Cit.*

⁷⁷ <http://lasmariasceramica.com/programa-desafio-las-marias-ceramica.php> consultado el 25 de octubre de 2015

una beca en la Universidad de Texas, en la que aprendió a desarrollar un plan de trabajo que puso en práctica para lograr que sus productos actualmente se distribuyan en cadenas a nivel nacional como lo son Cemaco y Walmart.

Lo anterior es un claro ejemplo de como una idea llevada a la práctica de manera innovadora, puede significar la diferencia entre una mujer dependiente y una independiente económicamente, este negocio le permitió no sólo destacarse como mujer comerciante y afianzar una empresa, también le dio la oportunidad de hacer emprendimiento social, que es una forma de responsabilidad social de las empresas emprendedoras, ya que se dedicó a adiestrar a jóvenes, que corren el riesgo de pertenecer a maras, en el arte de la cerámica de su negocio y ahora ellos son personas económicamente activas dentro de la sociedad.

Entre otros ejemplos se pueden mencionar:

- Francisco Viteri, en el sector agropecuario;
- Marcos Andrés Ántil, quien dirige XumaK-enq'anjob'al⁷⁸, que es una empresa con oficinas en Estados Unidos, Guatemala, Colombia y México, fundada por un guatemalteco, que ofrece servicios de tecnología y es empresa líder en el mundo. En el año 2012 fue nombrado como el único centro de entrenamiento autorizado de Adobe- CQ/AEM Adobe; y además que recientemente ha hecho una alianza con la entidad Edulibre para ayudar a niños guatemaltecos de nivel primario a que tengan acceso a la educación.
- Emilio Méndez Bonneto, cuyos negocios incluyen tiendas de ropa y cadenas de café, fruto de la creatividad esfuerzo y optimismo. Quien en un artículo de uno de los diarios de mayor circulación, Prensa Libre⁷⁹, afirmó que más que dinero para emprender un negocio, se debe tener un sueño, una visión y poner el alma en lo que se quiere emprender.
- Luis Von Ahn, creador de Duolingo, Captcha, ReCaptcha, cuyo trabajo fue reconocido por el Presidente de los Estados Unidos de América.
- Walter de la Cruz, creador de Café Barista

⁷⁸ Xumak <http://www.xumak.com/site/es.html> Consultado el 4 de octubre de 2014.

⁷⁹ Prensa Libre, digital. Revista Empresarial. http://www.prensalibre.com/revista_d/Emilio_Mendez-empresario_0_1045695641.html Consultada el 4 de octubre de 2014.

- Mario Lopez Estrada, dueño de TIGO, una de las empresas de telefonía más representativas, cuyo trabajo ha colocado a Guatemala en el primer puesto a nivel mundial de cobertura de teléfonos móviles y ha generado riqueza al país; considerado como el primer billonario guatemalteco según la revista Forbes⁸⁰ Centroamérica.

1.6 La mujer emprendedora

“Allí donde las mujeres tienen educación y poder, las economías son más productivas y sólidas. Allí donde las mujeres están plenamente representadas, las sociedades son más pacíficas y estables”⁸¹

“El crecimiento de mujeres emprendedoras en las últimas décadas ha sido descrito como un fenómeno increíble para muchos y lo que ha colaborado es el número de mujeres que son dueñas de sus propios negocios y son en esencia grandes emprendedoras, que se han involucrado desde la concepción de la idea y la han desarrollado hasta hacerla negocios exitosos.”⁸²

Lo anterior es consecuencia del cambio del papel de la mujer en la sociedad y en el mundo, en la actualidad hay mujeres dirigiendo no sólo grandes empresas sino también Estados, lo que refleja la capacidad de este sector de la población y abre otra ventana de oportunidad para el desarrollo social.

“El emprendimiento femenino y la diferencia de género empresarial en las pequeñas y medianas empresas ha sido uno de los temas más investigados en muchos de los países desarrollados; muchos han concluido que en el contexto de un mercado maduro e innovador se debe identificar el papel de la mujer y las características del género femenino como factores que ayudan a la promoción del emprendimiento, la motivación, la educación y el rol de las mujeres en la nueva sociedad y en el mundo de los negocios han transformado el ambiente empresarial, por lo que es importante tomar este factor como una herramienta para el crecimiento económico de los países.”⁸³

⁸⁰<http://www.forbes.com.mx/los-12-millonarios-mas-importantes-de-centroamerica/> Consultada el 7/8/2015

⁸¹Ban Ki-Moon, Secretario General de la Organización de Naciones Unidas

⁸²Heller, Lidia. *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Santiago de Chile. Comisión Económica para América Latina. Publicación de Naciones Unidas. Enero de 2010. Pág. 23.

⁸³*Ibid.* Pág. 32

“Hacer especial énfasis en el análisis de estrategias que tienden a fortalecer la capacidad emprendedora de las mujeres, como lo son el aporte del trabajo en redes, incorporación de nuevas tecnologías de la información, mecanismos de acceso al crédito, financiamiento, etc., todo con el fin de elaborar políticas orientadas a mejorar el acceso de las mujeres a los recursos productivos y a la incorporación de estrategias colectivas.”⁸⁴

En muchos países las mujeres se han visto obligadas a volverse empresarias para sacar a su familia adelante, no es extraño para nadie que la situación económica en países como Guatemala cada día está más difícil y se ha vuelto imperativo que las mujeres sean tan económicamente productivas como los hombres en todos los ámbitos, lo que le da al país un número mayor de personas económicamente activas, que si se desarrollan en un ámbito de organización empresarial podrán proporcionar el dinamismo que la economía necesita.

“La creciente participación laboral de las mujeres, el incremento en la actividad académica, modificaciones de las relaciones familiares, el acceso a la toma de decisiones públicas, entre otros, son logros que han transformado el escenario en lo que se refiere al plano de igualdad empresarial entre hombres y mujeres.”⁸⁵

En este tema se puede plantear una de las situaciones actuales más aparentes y preocupantes en el tema empresarial, ya que aún en el año 2015 y a nivel mundial, la remuneración en proporción al trabajo realizado varía entre hombres y mujeres, por lo que es importante reforzar el papel de la mujer y motivarla a emprender y al mismo tiempo promover políticas de productividad que implementen en el sector empresarial la equidad.

“En países como Estados Unidos estudios indican que aproximadamente 10.6 millones de negocios, el equivalente al 48% de las empresas del país, son propiedad o son dirigidas por mujeres. Este fenómeno en las últimas décadas es visto como impresionante; sin embargo, las mujeres emprendedoras no son noticia nueva, de hecho existen datos de mujeres que operaban sus propios negocios desde el año 1795.El fenómeno de mujeres

⁸⁴*Ibid.* Pág. 6.

⁸⁵*Loc. Cit.*

*en la economía empezó a tomar auge en los años setenta y ha crecido significativamente en el nuevo siglo, como uno de los sectores que afectan más la economía y el desarrollo mundial.*⁸⁶

Lo anterior es una muestra que los países más desarrollados industrialmente han reconocido la importancia de la inclusión de las mujeres en el sector empresarial décadas antes que en Latinoamérica, lo que constituye un reto para la región.

*“La llegada de las mujeres a las pequeñas y medianas empresas, como fundadoras o socias, ha provocado interés en conocer cuáles son las características y tipo de emprendimiento que desarrollan las mujeres empresarias y sobretodo analizar el aporte que pueden dar al crecimiento productivo de la sociedad. La habilidad de la emprendedora se basa en la capacidad de una mujer en tomar e identificar una oportunidad que le permita iniciar un emprendimiento, desarrollar una red de contactos, recursos económicos y otros activos necesarios para hacer crecer un negocio innovador y convertirse en ejecutivas exitosas.*⁸⁷

En la región latinoamericana muchas veces las mujeres se convierten en emprendedoras por la misma necesidad de sobrevivir, ya que en la actualidad muchas familias dependen económicamente de las mujeres, sin importar el ambiente social en el que se desarrollan. Proyectos de superación personal e igualdad de oportunidades para desarrollarse en el ámbito profesional, ayudan a que las mujeres se conviertan en ejes centrales en la economía, no quitando la participación del hombre, si no fortaleciéndola.

Hasta el momento en la región, las características particulares y distintivas de las mujeres emprendedoras han sido poco exploradas, en parte se debe a que en la cultura latinoamericana y a lo largo del tiempo, ha existido poca participación de la mujer dentro del ámbito empresarial, político y social.

⁸⁶ Smith-Hunter, Andrea E. *Women Entrepreneurs Across Racial Lines, Issues of Human Capital Financial Capital and Network Structures*. Northampton, MA, USA. Edward Elgar. 2006. Pág. 1-6.

⁸⁷ Heller, Lidia. *Op. Cit.* Pág. 19 y 20.

Por otra parte, la segmentación del mercado laboral aporta elementos importantes para analizar la desigualdad de sexos a nivel ejecutivo, como establece Lidia Heller *“Si bien, no resulta suficiente para comprender totalmente los procesos de segregación de actividades y ocupaciones masculinas y femeninas, permite apreciar que persisten determinados sectores donde la presencia de mujeres es muy escasa”*.⁸⁸

Lo anterior refleja que a pesar de que la sociedad en general ha avanzado mucho, en temas de igualdad de género, se sigue luchando a nivel mundial por el respeto a la mujer como profesional y como ciudadana económica y socialmente activa.

En la actualidad existen redes sociales y blogs especializados en las mujeres emprendedoras, que dan tips para las mujeres que desean emprender y sirven como herramienta de información para quienes desean empezar su propio negocio o compartir experiencias vividas, como ejemplos están: emprendedoras.com; mujeresemprendedoras.cl; mujeremprendedora.net; e-empresarias.net; entre otros. Todos estos sitios están dedicados a promover la interacción entre mujeres que son empresarias, independientemente del giro del negocio al que se dediquen, pero que comparten características, obstáculos y se consideran emprendedoras.

Las políticas de empresariedad deberán estar enfocadas no sólo en el modelo empresarial pre existente, una gestión que promueva el emprendimiento dará pie a que el desarrollo empresarial sea global y se dirija no sólo a los emprendedores tipo, sino a todos los que tengan la motivación de emprender, ya que la sociedad necesita más personas que sean económicamente activas y dependan menos del Estado y de grandes corporaciones; en sociedades como la guatemalteca, en la que las mujeres todavía luchan por tener independencia económica y respeto profesional, sin importar su preparación académica y posición social, es necesario crear una estructura política que sirva para fomentar el desarrollo de este sector de la población que lejos de ser débil, constituye un potencial determinante para el crecimiento económico y social del país.

⁸⁸*Ibid.* Pág. 21

El Acuerdo Gubernativo 178-2011 crea el Viceministerio de Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa en Guatemala; como parte de las funciones asignadas a dicha Institución gubernamental que forma parte del Ministerio de Economía, el veintidós de octubre de dos mil catorce, se llevó a cabo el *“primer encuentro de mujeres emprendedoras guatemaltecas, hacia el empoderamiento económico”*, organizado por el Ministerio, el cual es uno de los esfuerzos de la institución para promover la empresarialidad de la mujer guatemalteca.

De lo expuesto resalta la importancia de educar en el emprendimiento a las mujeres, en especial en el área rural del país, ya que el contacto social permite a las personas progresar y acceder a nuevas oportunidades.

“En países en vías de desarrollo, la mayoría de las mujeres se relacionan únicamente en el círculo familiar y no poseen mayores conexiones con el sector empresarial; sin embargo en la actualidad, incluso en el área rural, se ha vuelto más común que la mujer sea quien salga del hogar y atienda algún tipo de negocio, proyecto comunitario o se mantenga en constante capacitación.”⁸⁹

Lo anterior no es un tema extraño para las guatemaltecas, ya que por las exigencias familiares y por la situación económica del país en las familias se ha vuelto necesario que tanto hombres como mujeres sean económicamente activos; lastimosamente en Guatemala todavía existen poblaciones rurales en las que no se les permite a las mujeres ser parte activa de la sociedad, educarse y desarrollarse personal y profesionalmente, lo que hace necesario un cambio de pensamiento a nivel país sobre el papel de las mujeres emprendedoras en la economía guatemalteca.

Uno de los elementos principales del emprendimiento es la innovación, que se tiene que aplicar tanto en los productos y servicios de la empresa, como en la manera de gestionarla, innovar va encaminado a encontrar una forma diferente de hacer las cosas que genere mejores resultados con los mismos recursos que se tienen a disposición.

⁸⁹ Amorós, José Ernesto. *Op. Cit.* Págs. 85-97.

1.7 La innovación empresarial como elemento del emprendimiento

*“Un momento de inspiración a veces vale más que la experiencia de toda una vida”*⁹⁰

Al hablar de empresarialidad resalta un elemento que se vuelve parte fundamental de cualquier estructura emprendedora, la innovación; que envuelve no sólo los productos y servicios de la empresa, sino que va encaminada a crear dentro de las organizaciones nuevas y mejoradas formas de actuar empresarialmente que tengan resultados acordes a las nuevas exigencias del mercado y la economía.

“En un inicio el espíritu empresarial era visto como un asunto de índole social, pero el nuevo milenio se ha caracterizado por el énfasis que se le ha dado al emprendimiento como la fórmula que busca incorporar en una empresa no sólo hacer las cosas bien, si no hacerlas de forma diferente. El reconocimiento del espíritu empresarial como la capacidad de organizar creativamente los recursos de una empresa, focalizándose en la oportunidad, justifica la necesidad de implementar este fenómeno en un negocio, darle ese toque extra que lo haga nuevo y atractivo para diferentes mercados.”⁹¹

De lo anterior se desprende que a pesar que el emprendimiento y la innovación empresarial son temas de antaño que se han vuelto de actualidad, ya que se ha convertido en una herramienta fundamental dentro del desarrollo de las empresas que buscan mantenerse vigentes en un entorno cada vez más dinámico en donde las necesidades del mercado son cada vez más exigentes. En la mayoría de casos la innovación es un factor ineludible para la sobrevivencia y el éxito de la empresa.

Pero ¿qué es la innovación?; la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en el manual de Oslo del 2005 la define como *“la implementación con éxito de un producto o proceso nuevo (innovación radical), significativamente mejorado (innovación incremental) en el mercado o en una empresa, o la implementación de*

⁹⁰ Haugaard, Soren. *The Business Idea: The early stages of entrepreneurship*. Alemania. Editorial Springer. 2005. Pág. 43

⁹¹ Varela V, Rodrigo. *Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial*. Volumen I. Cali, Colombia. Universidad Icesi- Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial. 2011. Pág. 133.

cambios organizativos o de marketing de la empresa.⁹² Por su parte la Real Academia Española define la innovación como la *“creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado”*.⁹³

Muchas veces un concepto que pareciera tan común, es difícil de definir; así dentro del contexto de la empresarialidad, la innovación tiene varias definiciones, la más simple según Ulijn y Weggeman sería: *“Innovación es crear algo nuevo e implementarlo en un mercado exitosamente”*.⁹⁴

“A partir de la década de los noventa estudiosos como Humphrey y Schmitz, citados por CEPAL, impulsaron el desarrollo de un enfoque sistémico de la competitividad que interpreta la innovación como un proceso de aprendizaje, que se da por la interacción entre la empresa y su entorno social, productivo e institucional. Interpretar la innovación como un proceso de aprendizaje va encaminado a reconocer que innovar es un fenómeno interactivo que no se aplica exclusivamente sobre las características y acciones individuales de una empresa, si no que requiere un análisis del entorno donde se desarrolla la misma.”⁹⁵

“La innovación contempla procedimientos, productos, servicios y tecnología, el proceso de innovar lleva varias etapas y es el resultado de un esfuerzo generalmente colectivo, en el que participan factores internos, desde la concepción de la idea, hasta factores externos como la participación de terceros que ayuden a desarrollarla. Esto sugiere que la innovación empresarial puede ser un proceso evolutivo y revolucionario.”⁹⁶

De lo expuesto la investigadora como concepto propio de innovación, en el contexto de la empresarialidad, la define como todo proceso novedoso que se implementa dentro del mercado que le da una nueva perspectiva, que lo hace diferente a lo que existe o que introduce un nuevo procedimiento, generalmente mejorado, de métodos previamente

⁹² Galicia, Bic. *Innovación empresarial: Manuales prácticos de la PYME*. Santiago de Compostela. C.E.E.I. GALICIA, S.A. 2010. Pág. 11.

⁹³ Real Academia Española. <http://lema.rae.es/drae/?val>= Consultada el 8 de abril de 2014.

⁹⁴ *Ibid.* Pág. 2.

⁹⁵ Dini, Marco y Giovanni Stumpo. *Políticas para la innovación de las pequeñas y medianas empresas en Latino América*. Santiago de Chile. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) Naciones Unidas. Junio 2011. Pág. 12

⁹⁶ *Ibid.* Pág. 14

existentes. Dentro del mundo de los negocios la innovación va relacionada con todo aquello que le da frescura a una empresa, a un producto o servicio y que la separa de las demás, porque se presenta en forma atractiva, distinta y dinámica, que se va alimentando del entorno en que la empresa se desarrolla y que se va actualizando conforme a la demanda del mercado hacia el cual va dirigido el negocio.

“Mientras los economistas y políticos alrededor del mundo han reconocido la importancia del crecimiento tecnológico para los países industrializados, es en años recientes que la relación entre la innovación y el emprendimiento ha tomado auge, en la actualidad una gran porción de la literatura sugiere que los empresarios tienen el rol más importante en el fomento de la innovación y viceversa.”⁹⁷

Schumpeter, citado por Varela, tenía una perspectiva muy particular sobre la economía y la forma en que la destrucción creativa “era el punto de partida para la empresa, su punto de vista puede resumirse en encontrar y llevar a cabo nuevas combinaciones como procesos impulsados empresarialmente, lo que prueba que la vida económica nunca es estática lo que promueve y constituye la naturaleza del desarrollo.”⁹⁸

Lo anterior muestra la importancia del espíritu innovador del empresario, el emprendedor deberá estar en constante movimiento, atendiendo a las necesidades de su negocio conforme estas vayan surgiendo, la capacidad de mantenerse en el gusto del mercado hacia el que va dirigido, le da una ventaja sobre sus competidores, siempre y cuando se presente como algo diferente que no tienen sus rivales.

“No todas las innovaciones tecnológicas concluyen en una nueva empresa, sin embargo un estimado del 75% de nuevos empleos surgen con este tipo de innovaciones. La fórmula sería sencilla: tener una *idea novedosa* + *volverse empresario* = *negocio exitoso*, a prueba de fallas; la realidad es que no toda la innovación se convierte en empresa, muchos de estos proyectos fallan.”⁹⁹

⁹⁷ Lerner, Josh. *Op. Cit.* Pág. 8.

⁹⁸ Varela V, Rodrigo. *Op. Cit.* Pág. 163.

⁹⁹ Brown, Terrence E. Jan Ulijn. *Op. Cit.* Pag. 1.

Sin embargo, y considerando lo anterior, no puede dejarse de lado que las probabilidades de ser exitoso y mantenerse en la cima, sin ir actualizando los esquemas empresariales, con el tiempo se van reduciendo ya que la innovación no se da sólo en los inicios de una empresa, es necesario reinventarse e irse adaptando a las realidades sociales, políticas y tecnológicas en las que el negocio se desenvuelve, ser creativo e inventivo no garantiza el éxito, sin embargo, un empresario que no es innovador perderá su importancia en el mercado en un plazo menor, por lo tanto lo colocará fuera de la demanda del público; lo anterior muestra la importancia de implementar la innovación como parte de la política empresarial, desde su organización y como proceso sistemático dentro de un negocio, que le permita irse adaptando a los cambios necesarios.

En el desarrollo de las estrategias informales de innovación de un negocio, la interacción de la empresa con su entorno y con otras empresas, es uno de los principales factores, ya que esta relación influencia de manera directa la capacidad de la empresa de interpretar y crear oportunidades favorables.

Existen tres tipos de innovación que pueden implementarse dentro de las políticas de una empresa:

1.7.1 Innovación de producto o servicio

“Incluye la estrategia encaminada a ganar competitividad en el mercado, las políticas de producción y distribución, aumento de ventas, de cuota de mercado, entre otros. Busca la diferenciación de productos, si son nuevos trata de presentar características fundamentales distintas en comparación a los productos ya existentes. Se trata de comercializar nuevos productos o servicios con los que no se había trabajado.”¹⁰⁰

Se puede inferir que en el perfeccionamiento de nuevos productos hay que tomar en cuenta que su implementación y desarrollo necesita la colaboración de todas las áreas funcionales de la empresa, además toda empresa necesita de la introducción periódica de nuevos productos y de mantener un esfuerzo innovador continuo. Esto significa que tener una política innovativa debe ser una estrategia que implemente la innovación como una

¹⁰⁰ Galicia, Bic. *Op. Cit.* Pág.14.

constante del negocio y como parte fundamental para promover la productividad dentro de la empresa.

La innovación es uno de los elementos básicos dentro del concepto de emprendimiento, pero por si misma no constituye empresarialidad, para que sea parte del proceso de creación de oportunidad empresarial, un emprendedor aprende de sus errores y desarrolla una mentalidad diferente frente a la oportunidad y el riesgo de aventurarse en lo no explorado.

1.7.2 Innovación de procesos

“Se centra en las diferentes etapas de concepción, creación, investigación, desarrollo, producción y comercialización de los productos dentro de la empresa y la forma en que se articulan.”¹⁰¹

“La innovación organizacional comprende la alteración de los procesos y estructuras para desarrollar nuevas capacidades y establecer una clara ventaja contra los competidores. Este tipo de innovación tiene como requisito esencial rejuvenecer la organización de la empresa, para causar un impacto, no sólo tecnológico sino de estrategias de mercado y de mejores formas de dirección de los procesos administrativos y humanos.”¹⁰²

De lo anterior se puede establecer que es en la innovación de procesos donde el emprendedor debe utilizar todas las herramientas que tenga a su disposición, ya que deberá encontrar nuevas formas y modelos empresariales que se puedan implementar en su negocio, pero que le permitan irse renovando periódicamente sin perder la estructura.

“La innovación de un proceso afecta las formas de realización del trabajo lo que debe buscar la mejora en el producto o servicio final, esta forma de innovación supone la mezcla de tecnología de información con la gestión de los recursos y capital humano. Esta clase de innovación empieza con la toma de decisiones y la reestructuración de las empresas,

¹⁰¹ *Ibid.* Pág. 15.

¹⁰² Elfring, Tom. *Corporate Entrepreneurship and Venturing*. New York. Estados Unidos. Springer Science+Business Media, Inc. 2005. Pág.23.

que permita analizar cuáles son los puntos necesarios que deberán actualizarse e irse adaptando a los cambios del mercado y la tecnología.”¹⁰³

La innovación de procesos va íntimamente ligada con la era tecnológica, ya que las nuevas tecnologías dan la oportunidad de realizar trámites y gestiones de forma más ágil y dinámica, lo que representa que los empresarios puedan producir más en menos tiempo y de manera más flexible, además de que se puedan utilizar de mejor manera los recursos de la empresa, tanto materiales como humanos.

“Lo que aparta a las organizaciones con espíritu empresarial de las demás, es la habilidad de generar innovación y utilizarla como herramienta a su favor con relación a otras empresas en el mercado. Mucho antes de la era tecnológica, autores como Schumpeter tenían la idea, ahora considerada errónea, de que únicamente las grandes corporaciones pueden generar avances tecnológicos en la sociedad.”¹⁰⁴

Se puede resaltar que los nuevos procesos que implementen las empresas deberán satisfacer no sólo cuestiones tecnológicas al azar en cuanto a la cantidad de los productos, sino también en cuestiones de adquisición de servicios e incorporación de sistemas de calidad, se vuelve necesario que los procesos permitan que se cumplan con las necesidades del mercado en cuestión de sus clientes y de los requerimientos tanto nacionales como internacionales en cuestión empresarial, ya que en la actualidad se exige como parte de la innovación de una empresa, como elemento del emprendimiento, que sea socialmente responsable y ofrezca productos y servicios de calidad para mantenerse en el gusto de los clientes a quien se dirige y no ser absorbida por empresas más sólidas que dominen el mercado.

1.7.3 Innovación en el sistema de gestión

La tercera posibilidad de innovación está en la forma de administración de la empresa, en la forma de gestionarla. “Con este tipo de innovación se favorece la capacidad de la persona que coordina o del emprendedor que está a cargo, con el fin de que se consiga un mejor rendimiento y se cumplan más rápido las exigencias de los clientes. Este tipo de

¹⁰³ *Loc. Cit.*

¹⁰⁴ Lerner, Josh. *Op, Cit.* Pág. 8.

innovación permite transformar una empresa y el modelo de negocio, a modo que tenga un nuevo enfoque y se apliquen nuevos diseños para satisfacer las demandas de los clientes.”¹⁰⁵

Se entiende que este tipo de innovación se aplica directamente a los modelos de negocio y planes de funcionamiento de la empresa, procurando mantener y crear procesos que tiendan al mejor aprovechamiento de los recursos de la empresa en menor tiempo y con mayor calidad.

“Este tipo de innovación va relacionada con las características del emprendedor y las cualidades que desarrolle, ya que deberá de procurar que la empresa y el personal a su cargo, estén actualizados y las políticas de trabajo dentro de la empresa tiendan a favorecer el desarrollo personal y profesional del recurso humano de la empresa, para que sea él y quienes estén a su cargo, quienes promuevan la formulación de nuevos procesos y productos en pro del crecimiento de la organización.”¹⁰⁶

Se puede inferir que la reestructuración de procesos y la implementación de nuevos modelos de negocios como parte de la innovación en los sistemas de gestión, permiten que las empresas tengan métodos y modelos de negocios más flexibles, siempre dentro del esquema legal y comercial necesario, pero que a la vez puedan desarrollarse de forma más dinámica, con el objetivo de aumentar la competitividad y la productividad de la empresa; el cambio debe generarse desde lo interno de la organización y ser promovido por quien la dirige, para que el proceso de innovación sea constante e involucre a todos los componentes del negocio.

Lo anterior va ligado a la capacitación de todas las personas que están involucradas en el funcionamiento de la empresa, no solamente de quienes la dirigen, es importante establecer mecanismos de desarrollo profesional para todos los trabajadores que permitan que los cambios que se den en la empresa sean más fáciles e involucren a todos; además que quien dirige una empresa deberá mantenerse actualizado tanto en las prácticas empresariales nacionales e internacionales, como en las prácticas y políticas de trabajo.

¹⁰⁵ Galicia, Bic. *Op. Cit.* Pág. 16.

¹⁰⁶ *Loc. Cit.*

“Una de las relativamente pocas regularidades empíricas que sugieren los estudios sobre la innovación tecnológica es el papel fundamental que desempeñan las pequeñas empresas y los nuevos negocios emprendedores que entran en ciertas industrias. El rol de los participantes típicamente de nueva creación en industrias emergentes es destacado, autores como Acs y Audretsch documentaron que la contribución de las pequeñas empresas a la innovación es una función de la industria, y que se genera en ambientes con industrias menos concentradas, las pequeñas empresas tienen la ventaja que innovar muchas veces significa menor costo de reestructuración comparándolo con una gran corporación y mayor facilidad de adaptarse al cambio.”¹⁰⁷

Como se expondrá más adelante, las pequeñas y medianas empresas tienen un rol fundamental en la empresarialidad actual y se constituyen en herramientas de desarrollo empresarial, sobre todo en los países menos industrializados y con economías menos estables.

“El Banco Mundial, en el informe de emprendimiento en América Latina *Muchas empresas y poca innovación*, enfatiza que se ha creado en Latinoamérica una idea de motivación a la empresarialidad, dejando de lado a la innovación. Según el estudio realizado, y contra la creencia popular, América Latina se ha caracterizado en últimos años por la vitalidad de su emprendimiento, según el número de empresas per cápita; el porcentaje actual de emprendedores en la población es mayor que en otras regiones, además de prevalecer las empresas en el sector formal.”¹⁰⁸

“No obstante, la región está rezagada en cuanto a la naturaleza de las empresas y el motor que las mueve que no es la innovación. Hay muchas posibles razones por las que las empresas en Latinoamérica crecen tan lentamente como lo hacen y una de las causas principales es la falta de innovación, así las empresas en este sector introducen productos nuevos con menos frecuencia que empresas en economías más industrializadas.”¹⁰⁹

¹⁰⁷ Loc. Cit.

¹⁰⁸ Lederman, Daniel et. al. “El emprendimiento en América Latina: Muchas empresas y poca innovación”. Resúmen. Washington, DC. Estados Unidos. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/ Banco Mundial. Estudios del Banco Mundial sobre América Latina y El Caribe. Creative Commons Attribution CC BY 3.0. 2014. Pág. 8.

¹⁰⁹ Ibid. Pág. 9

“Otra de las situaciones que han disminuido la productividad de las empresas latinoamericanas es la falta de seguridad jurídica y que la protección en materia de patentes está por debajo de los niveles que se manejan en los países más desarrollados, además que en la región no se ha reforzado el tema de protección en materia de propiedad intelectual. La inversión en innovación y las patentes son medidas aproximadas de la intensidad y la calidad de la innovación, pues revelan de manera indirecta cual es el desempeño de las empresas en el ámbito innovador; otro de los puntos que debe evaluarse es la calidad de las prácticas de gestión dentro de la empresa.”¹¹⁰

Se establece entonces que, la empresarialidad no termina en promover nuevas empresas, sino que también incluir en las mismas modelos innovadores de gestión y prácticas tanto empresariales como laborales, que estén encaminadas al aprovechamiento de los recursos y a generar innovación dentro de la empresa para mantenerse en el gusto y exigencias del mercado al que se dirige.

El rol de la innovación a nivel pequeña y mediana empresa, no ha recibido la atención que merece, ya que a pesar de que es el foco de muchos estudios internacionales, las políticas nacionales, sobre todo en países como Guatemala, no están orientadas a crear distinción y apoyo para este sector; el entendimiento de la innovación empresarial a nivel de las llamadas pymes es el punto de partida para iniciar un proceso de dinamismo económico, como se planteará más adelante.

¹¹⁰*Ibid. Pags. 10-12*

CAPÍTULO 2

EL EMPRENDIMIENTO Y LA ECONOMÍA MUNDIAL

2.1 Consideraciones generales

“Posterior a la década de los noventa entró en Europa una de las peores recesiones económicas desde la Segunda Guerra Mundial, que repercutió en el incremento del desempleo, lo que trajo como consecuencia una serie de estrategias arriesgadas que se encaminaron a impulsar los negocios y el crecimiento económico. Con la Proclamación de Lisboa, Romano Prodi, presidente de la Comisión Europea se comprometió a que la Unión Europea sería el líder mundial en emprendimiento para el año 2020, para asegurar prosperidad y elevar los niveles de vida en todo el continente.”¹¹¹

En la actualidad la Unión Europea ha enfrentado grandes retos económicos, que se han reflejado en la nueva forma de hacer negocios, especialmente con los tratados que se han celebrado con países como Guatemala y con la región americana.

Como puede verse en la actualidad, la carga económica de varios países europeos los ha obligado a acercarse a la región americana para dinamizar sus empresas, la estrategia se ve clara en el tipo de acuerdos que existen actualmente¹¹² que no se centran sólo en negociar con un país, sino con un sector o región económico; esta estrategia, como ya fue mencionado, se conoce como negocios en bloque o clústeres y permite ampliar el espectro de una empresa no sólo a un nuevo continente, sino a tener beneficios comerciales a nivel regional.

“La función del emprendimiento es reformar el patrón económico explotando una invención o una idea no explorada del todo para producir un nuevo negocio o mejorar y actualizar uno en marcha, dándole otro enfoque no sólo al funcionamiento de la empresa, sino a todo el concepto de la misma tanto a nivel interno como externo. Llevar a cabo este tipo de cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta; en primer lugar porque se encuentran fuera de lo ordinario y de la rutina que todo el mundo entiende, y en

¹¹¹ Audretsch, David B. et. al. *Entrepreneurship and Economic Growth*. New York. Oxford University Press, Inc. 2006. Pág. 3

¹¹² Ejemplos: El Acuerdo de Asociación (AdA) con la Unión Europea; Tratado de Libre Comercio con América del Norte SICE; Acuerdo de la UE y el MERCOSUR; Acuerdo de libre comercio entre la UE y la Comunidad Andina de Naciones (CAN: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú).

*segundo lugar, porque el ambiente se resiste de muchas maneras.*¹¹³

*“Existen elementos en el concepto de emprendimiento que se derivan de un contexto tanto social y económico, como de conductas adquiridas; existe un nexo entre la creatividad y la innovación con los nuevos mercados, productos, procesos y tecnología. El emprendimiento abarca acciones competitivas para llegar a nuevos mercados, acciones para explotar al máximo las oportunidades y actores dispuestos a tomar el reto. La relación entre el emprendimiento y la economía, es necesaria para estudiar los mercados, la motivación empresarial y social, la ciencia de administrar y el comportamiento organizacional, dentro del componente de la innovación en la empresarialidad.”*¹¹⁴

La empresarialidad va ligada directamente a la economía, ya que el impacto de las nuevas empresas con modelos emprendedores genera empleo, oportunidades e innovación que tiene un impacto proporcional en la economía local.

“El rol del emprendimiento en la economía ha cambiado drásticamente en los últimos años, en el pasado la importancia de los pequeños negocios era nula, mientras que en la actualidad las pequeñas y medianas empresas suelen ser protegidas por razones tanto sociales como políticas ya que contribuyen a la eficiencia y desarrollo de la sociedad, además que se han convertido en motores del desarrollo económico en los países menos desarrollados.”¹¹⁵

De lo anterior se establece que las llamadas pequeñas y medianas empresas -pymes- cuya importancia se desarrollará más adelante, se vuelven el centro de atención para las economías modernas, ya que las empresas más pequeñas brindan mayor dinamismo al comercio y por el tamaño de su estructura, suelen ser más flexibles, con tendencia a tomar más riesgos y a ser más innovadoras.

“Estados Unidos de América, es el foco principal de varios estudios sobre emprendimiento

¹¹³ Audretsch, David B. et. al. *Op. Cit.* Pág. 11

¹¹⁴ Brown, Terrence E. Jan Ulijn. *Op. Cit.* Pág. 5

¹¹⁵ Audretsch, David B. et. al. *Op. Cit.* Pág. 13

ya que es uno de los países industrialmente más desarrollados y donde varias empresas han alcanzado grandes proporciones y valor económico. Los años noventa marcaron una prosperidad inesperada y no vista en el mercado de Wall Street y de las acciones, esa fue la época de las inversiones financieras en empresas de capital y en compañías prometedoras e innovadoras a lo largo del mundo; este fue el tiempo en donde una cantidad inmensurable de dinero fue inyectado al sector empresarial.”¹¹⁶

“La severa crisis económica que atacó el mercado global empezó en el año 2008 y simbolizó para muchos el fin de una era de inversiones y empresariedad. Para otros significó el inicio de la euforia del mercado, la época de la tecnología y la industria que dio paso a innovar para sobrevivir en una economía en picada; se convirtió en una oportunidad de crear, de emprender nuevos proyectos, sistemas empresariales, producción y en general buscar mejorar la calidad de vida de los ciudadanos alrededor del mundo.”¹¹⁷

Se podría decir que muchas veces el crecimiento se genera luego de una crisis, lo anterior muestra cómo una economía en picada provocó que se buscaran nuevas soluciones a antiguos problemas para generar bienestar por medio del emprendimiento.

“A pesar de que la economía sufrió un paro global y los procesos económicos perdieron fuerza en muchos países, los avances tecnológicos son continuos y el progreso en esta materia es visible en cualquier campo, como en la comunicación, electrónicos, hardware, software, tecnología de la información, biotecnología, etc.; todos estos avances han permitido renovar todos los campos de negocio y en todas las ramas, desde la manufactura de los productos hasta su marketing para la venta, como la legislación alrededor de los nuevos procesos tecnológicos, económicos y empresariales.”¹¹⁸

Es posible determinar que el impulso tecnológico se fundamenta en la innovación y ha dado lugar a que pequeñas empresas con grandes ideas, con bajos costos de producción y con una nueva estrategia de mercado, que utiliza redes sociales y la tecnología como principal soporte, se constituyan en los principales motores de la economía, tanto en

¹¹⁶ Fuerst, Oren. *et. al. Op. Cit.* Pág. 14

¹¹⁷ *Loc. Cit.*

¹¹⁸ *Ibid. Pág. 15*

países industrializados, como en países en desarrollo como Guatemala, en donde en años recientes se ha empezado a concientizar sobre la importancia del emprendimiento y se ha iniciado a promover espacios para jóvenes con grandes ideas, esto da la pauta a que si estos nuevos proyectos son bien encaminados podrían significar que economías estancadas encuentren nuevamente dinamismo.

“En Latinoamérica los procesos económicos se mueven a un ritmo distinto al de las grandes potencias; durante los últimos años por la fluctuación económica de la región han existido esfuerzos políticos de institucionalización económica, que buscan fortalecer la capacidad de la región para competir internacionalmente; se ha buscado consolidar las políticas en materia macroeconómica y financiera, que es uno de los principales desafíos para la región.”¹¹⁹

Un factor que debe considerarse en la región es que la mayoría de la población en países como Guatemala y Centroamérica sufren de altos índices de analfabetismo y pobreza, lo que trunca los procesos de crecimiento ya que es la minoría de la población la que se encuentra económicamente activa en el comercio formal y que tiene empresas capaces de competir a nivel internacional.

“Grandes estudios realizados, buscan demostrar el cómo estimular la economía de los países desde lo bajo, es decir, buscando el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, puede ayudar a desarrollar la economía de un país desde su gente, aumentar la productividad y la educación económica de la población, lo anterior se traduce en incrementar la competitividad y diversidad de los mercados de toda la región latinoamericana; por lo que es necesario diseñar nuevos pactos multilaterales de carácter económico, educativo, fiscal, entre otros, que ayuden a promover el emprendimiento, como también crear nuevas políticas nacionales e internacionales que estimulen la empresarialidad y la innovación de los pequeños y medianos empresarios.”¹²⁰

Es aquí en donde el papel de los emprendedores entra en juego, ya que los pactos y convenios no se dan sólo entre Estados, en la actualidad es muy común que empresas

¹¹⁹ Heller, Lidia. *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Santiago de Chile. Comisión Económica para América Latina. Publicación de Naciones Unidas. Enero de 2010. Pág. 7

¹²⁰ *Ibid.* Pág. 8.

afines decidan aventurarse en nuevos proyectos de innovación empresarial, las empresas ya sea nacionales o internacionales crean acuerdos de cooperación con el fin de desarrollarse en mercados saturados por grandes empresas, o de aprovechar en conjunto los recursos de los que se dispone, lo que les da cierta presencia en el mercado, un ejemplo es en las cadenas de hoteles, que se aprovechan de todos los pequeños negocios a su alrededor (artesanías, flores, comida, turismo, entre otros) para promocionarse unos con otros, hacer acuerdos comerciales y obtener beneficios para todos los involucrados.

“La política del crecimiento económico en un principio se enfocó en la macroeconomía y la primacía del capital como factor de producción, lo que tuvo consecuencias a nivel microeconómico en la forma de organización de las pequeñas y medianas empresas. La industria y los argumentos teóricos sugieren que en la organización de la actividad económica a gran escala, pero en especial en los micro negocios, es importante tanto el factor capital como la llamada mano de obra y trabajo de hormiga que hace un empresario, desde que funda el negocio hasta en la forma en que instruye a sus empleados, para hacer crecer la empresa que se originó, muchas veces, de una simple inquietud o curiosidad.”¹²¹

Se puede inferir que en la actualidad las organizaciones grandes que abarcan ciertos mercados en su totalidad, son capaces de agotar las economías más industrializadas ya que el mercado se concentra y depende de la importancia económica de un sector muy reducido; mientras que una economía que dependa de varias pequeñas y medianas empresas sólidas no pierde el equilibrio tan fácilmente.

“Al analizar el enfoque sobre el papel de las grandes corporaciones, el oligopolio y la concentración económica, la organización industrial produjo una serie de ideas clave sobre la eficiencia y el impacto de los derechos económicos y el rendimiento asociado con las empresas nuevas y pequeñas.”¹²²

2.1.2 La organización de las empresas y la economía

A continuación una serie de ideas que han rodeado la organización de las empresas a lo largo del tiempo en las grandes economías, que sirven para analizar como la idea de empresa y la forma de integrarla ha cambiado con el paso del tiempo y cómo las

¹²¹ Audretsch, David B. et. al. *Op. Cit.* Pág 14.

¹²² *Ibid.* Pág. 15.

necesidades del mercado han exigido que las empresas se reestructuren y cambien su forma de organización:

2.1.2.a) Las pequeñas y medianas empresas son menos eficientes. “Se tiene la idea que las pequeñas y medianas empresas, por lo general, son menos eficientes y que sus niveles de producción son más bajos, sin embargo, Weiss, citado por Adretch, concluyó que muchas veces son las pequeñas empresas las que realizan el mayor porcentaje de los envíos de producción cubiertos por las grandes corporaciones. Lo que indica que muchas veces los grandes conglomerados acuden a las pequeñas empresas para cumplir con la demanda industrial.”¹²³

Esto se refiere a que muchas veces las grandes empresas para poder cumplir con la demanda requieren de sub contratar a empresas más pequeñas, no sólo para promocionar sus productos, sino también para abastecerse de los mismos. No es extraño encontrar en países como Guatemala a extranjeros que se acercan a pequeñas comunidades originarias que se dedican a la producción de artesanías locales, para después ofrecerlas en mercados europeos o norteamericanos, beneficiándose de los recursos que las grandes empresas tienen a su disposición, en contraposición a las pequeñas empresas que subsisten del mercado local.

2.1.2.b) Las empresas innovadoras aún son jóvenes. “Analizando la empresa desde la teoría de Shumpeter, muchas nuevas industrias que incluyen los servicios médicos, telecomunicaciones, software entre otros, se han convertido en líderes de la mano de empresas relativamente jóvenes pero que han ido creciendo y convirtiéndose en sólidas ante el ojo público como lo son Cisco, Intel y Microsoft, que han utilizado de cierta forma el fenómeno de la innovación y la destrucción creativa para colocarse como líderes en su rubro.”¹²⁴

“En particular pareciera que las nuevas empresas no sólo han contribuido a una gran parte del desarrollo académico y económico, sino que también han influenciado e introducido al mundo corporativo las nuevas tecnologías y modelos de negocios. Josh Lerner cita como ejemplo el sitio *Craigslist* (de anuncios por internet) que rápidamente ha modificado el

¹²³ Loc. Cit.

¹²⁴ Lerner, Josh. *Innovation, Entrepreneurship and Financial Market Cycles*. Paris, Francia. OECD Publications. 2010. Pág. 10

modelo de los clasificados de los periódicos y se convirtió en un negocio exitoso y pionero en desarrollar una forma de marketing rápido, seguro y novedoso.”¹²⁵

Lo anterior demuestra que ser emprendedor está ligado no sólo a crear nuevas empresas que llenen vacíos de productos en determinado nicho de mercado, sino también el emprendimiento incluye crear nuevas formas para procesos y circunstancias tradicionales, como lo es en este caso los anuncios de mercadería, e introducirlos a mercados más amplios con menores recursos, aprovechando la tecnología como vehículo de la innovación.

2.1.2.c) Relación entre el tamaño de la empresa y la remuneración de los empleados.

“Las pequeñas empresas, generalmente mantienen una relación sistemática y positiva entre la remuneración de los empleados y el tamaño de la empresa; al igual que las relaciones interpersonales entre los empleados.”¹²⁶

“Estudios más recientes han enfocado sus esfuerzos no sólo en entender el fracaso de grandes compañías por dejar de innovar y relacionar el fenómeno tamaño de empresa-innovación; en cambio en la actualidad la información se centra en entender los patrones de la innovación, cómo introducirlos a los ciclos económicos, las líneas de incentivos, el conocimiento, la capacidad del personal y la estructura organizacional de una empresa.”¹²⁷

Esto comprueba que el tamaño ya sea en infraestructura física u organizacional de una empresa y el número de empleados, no está íntimamente ligado al éxito, ya que es común que los pequeños empresarios estén dispuestos a tomar más riesgos con sus negocios, que muchas veces suele ser la decisión correcta, una empresa pequeña es más fácil de adaptar a las nuevas tecnologías y los procesos de actualización son más rápidos.

2.1.2.d) Los incentivos. “Una herramienta que utilizan muchos empresarios modernos son los incentivos; las empresas motivan a sus empleados en todos los ámbitos de la vida económica. En los últimos años, los economistas han concluido que los sistemas de incentivos para las tareas innovadoras difieren del que normalmente se utiliza para las

¹²⁵ *Loc. Cit.*

¹²⁶ *Loc. Cit.*

¹²⁷ *Ibid.* Pág. 11.

tareas cotidianas de la empresa; esto se da porque la innovación puede representar una ventaja empresarial.”¹²⁸

Que un empresario brinde la oportunidad a sus empleados de que sean parte activa de la innovación empresarial, mediante la capacitación continua en tecnología según sus funciones dentro de la empresa, permite no sólo el desarrollo personal y profesional del trabajador, sino que también da cierto sentido de pertenencia a todas las personas que forman parte de la organización, esto ayuda a que todos los involucrados participen activamente en el crecimiento del negocio; lo que se convierte en un incentivo concreto a la empresarialidad desde las relaciones laborales dentro de la misma empresa.

Para un emprendedor la motivación suele ser intrínseca, es parte de su personalidad, pero el proceso de un proyecto innovador es una actividad que se desarrolla en equipo, para lo que se necesita establecer incentivos que generen la necesidad y la emoción de emprender y sobresalir en el giro de su negocio.

“Holmstrom, citado por Lerner, ofrece una serie de razones que hacen la provisión de incentivos para la innovación una tarea difícil, sobre todo para las grandes empresas. En primer lugar, los proyectos de innovación llevan consigo cierto nivel de riesgo y sus resultados suelen ser impredecibles; en segundo lugar, un proyecto innovador es a largo plazo y se compone de múltiples etapas que en las empresas grandes con estructuras cerradas se vuelve un proceso burocrático y tedioso. Otro aspecto que hay que tomar en cuenta es que por la novedad puede que la idea en principio no sea concreta y requiera de ir la ajustando y comparando con otros proyectos.”¹²⁹

Es importante resaltar que la motivación no debe ser solamente del emprendedor-patrono a sus trabajadores dentro de las empresas, como se verá más adelante, la motivación al emprendimiento viene de diversas fuentes, una de ellas son los incentivos estatales que se pueden implementar para generar emprendimiento a nivel país.

El emprendimiento y la economía van de la mano, no se puede desarrollar una sin tener un impacto en la otra, ya sea positivo o negativo. El paso del tiempo y las nuevas exigencias

¹²⁸ *Ibid.* Pág. 12.

¹²⁹ *Loc. Cit.*

económicas ha hecho que las políticas se vayan modificando y enfocando en encontrar métodos de autoempleo que permitan que una sociedad salga a flote aunque las grandes empresas quiebren; un ejemplo claro es la crisis inmobiliaria que enfrentó Estados Unidos a principios de siglo, la economía se vio afectada, pero el país ha logrado nivelarse mediante el desarrollo de nuevas empresas con base tecnológica y nuevas formas de hacer negocios emprendedores.

En años recientes organizaciones empresariales y gobiernos latinoamericanos han optado por políticas que promueven el emprendimiento en los países menos industrializados con el objeto de cerrar la brecha entre las regiones en desarrollo y las más desarrolladas; el emprendimiento suele tomarse a la ligera en las regiones pobres, si la idea es conocida, se piensa que sólo se refiere a un individuo con iniciativa y capacidad de crear un proyecto lucrativo de ésta idea; la empresariedad va más allá y puede ser la herramienta clave para inyectarle movilidad y dinamismo a la economía del país; desarrollar y generar emprendimiento es el reto para Guatemala.

2.2 Emprendimiento internacional

Se podría definir el emprendimiento internacional como un fenómeno empresarial que sobrepasa las fronteras del mercado local, como bien lo establece Marian Jones, “El emprendimiento internacional como campo de estudio no está necesariamente limitado a la internacionalización de un fenómeno, varios autores lo definen como la combinación de innovación, pro actividad y búsqueda de riesgos, que cruzan las fronteras nacionales y pretenden dar un valor agregado a las organizaciones y empresas locales. Se enfatiza en el comportamiento general que crea un valor a una empresa que trasciende el mercado nacional.”¹³⁰

El emprendimiento es un término que se ha esparcido por todo el mundo; muchas de las piezas clave de las sociedades actuales, como las políticas locales e internacionales, en el plano académico y el sector empresarial en sí mismo se ha contagiado del querer emprender, asociando el tema con desarrollo tanto económico como personal.

¹³⁰ V. Jones, Marian, Pavlos Dimitratos. *Emerging Paradigms in International Entrepreneurship*. Northhampton, MA. Estados Unidos. Edward Elgar Publishing Inc. McGill University 2004. Pág. 3.

“El proceso de creación de empresas ha tomado importancia en el plano de la política económica internacional, desde la empresarialidad y la innovación, siendo considerado el proceso de emprender como un fenómeno complejo y vinculado con factores sociales, culturales y económicos, cuya importancia está en la contribución al dinamismo económico y el desarrollo de nuevos mercados para diversificar cadenas de valor y clústeres, o negocios en bloque, la creación de empleos y el fortalecimiento de procesos de innovación y cambio generacional del empresario.”¹³¹

En países como Guatemala en donde existen empresas que dominan los mercados y hay lo que se considera en la doctrina como oligopolio, en algunos sectores muy marcados, se vuelve difícil conceptualizar la idea de que promoviendo pequeñas empresas se pueda crear estabilidad económica en el país y que a su vez las mismas puedan sobrevivir en un mercado tan competitivo y liderado por muchos años por grandes corporaciones; sin embargo, un emprendedor que está consciente de su entorno y organiza su empresa de tal manera que prevé activamente las necesidades del mercado a quien va dirigido, reconoce las posibles oportunidades o las crea y es capaz de implementar mecanismos empresariales de respuesta que cubran las exigencias del mercado, lo que le da mayores posibilidades de ser exitoso a largo plazo.

“La economía norteamericana es una de las más destacadas en la ideología empresarial; la expansión de las ideas de emprendimiento y los estudios sobre la materia han sido dominados por académicos estadounidenses. Sin embargo, el emprendimiento en los pequeños negocios y algunos de los estudios tienen su origen teórico en Europa; aunque por un largo tiempo el tema de la empresarialidad fue ignorado como objeto de investigaciones, en los últimos años del Siglo XX la empresarialidad y las pequeñas y medianas empresas -pymes- resurgieron en la agenda política de la Unión Europea, en especial en los años noventa.”¹³²

¹³¹ Ascúa, Rubén. *La importancia del proceso emprendedor en la Argentina post-crisis 2002 y las asimetrías en la evaluación de factores influyentes en el financiamiento de empresas jóvenes*. Santiago de Chile. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) Naciones Unidas. 2009.

¹³² Aidis, Ruta, Friederike Welter. *The Cutting Edge. Innovation and Entrepreneurship in New Europe*. Gran Bretaña. MPG Books Ltd, Bodmin. 2008. Pág. 1.

Aunque en el tema de empresarialidad se encuentran varios estudios y proyectos estadounidenses, no son los únicos que han buscado nuevas formas de acelerar la economía y provocar cambios empresariales notorios.

“Los primeros años del nuevo milenio han probado que el centro de la economía, por lo menos en lo que se refiere a la manufactura y la tecnología, se ha transferido del mundo occidental de los Estados Unidos y Europa a Asia, que figura como una de las potencias más imponentes de la economía actual. Aunque el mundo occidental sigue dominando la economía mundial y el mercado financiero, mercados como el de Hong Kong, Singapur y Shanghai han crecido exponencialmente en la carrera de convertirse en mayores competidores en un futuro cercano.”¹³³

A pesar de que Estados Unidos a la fecha sigue dominando muchos mercados comerciales, es en los países asiáticos en donde se ha buscado hacer la competencia al mercado americano, y adaptando los productos a nuevas necesidades, sobretodo tecnológicas.

“Los empresarios en el este de Asia influenciados por la cultura china, como es el caso de la República de Corea, se han aprovechado de la adaptabilidad, flexibilidad y del conocimiento genuino del emprendedor chino, enriquecido por la herencia cultural; en efecto, la forma de hacer negocios de la cultura oriental en la empresarialidad mundial y en la economía global ha sido muy copiada ya que está íntimamente ligada con el avance tecnológico y la innovación en todos los aspectos, tomando en cuenta que esta cultura se desarrolla y alimenta independientemente del lugar donde se encuentren estos empresarios.”¹³⁴

De lo anterior se podría mencionar como ejemplo a las comunidades coreanas que se encuentran en Guatemala, responsables del fenómeno de la maquila en el país, bajo estándares distintos a la cultura latinoamericana, pero no por eso fallida, en el contexto estrictamente económico generador de riqueza para estos empresarios.

¹³³Yago Glenn y otros. *Entrepreneurship in Emerging Domestic Markets*. Milken Institute. Santa Mónica, California. Springer. 2008. Pág. 45-51

¹³⁴Sin-Kwok Wong, Raymond. *Chinese Entrepreneurship in a Global Era*. New York, Estados Unidos. Routledge. 2008. Pág. 3.

“Por los grandes cambios globales, regionales y locales en los que los empresarios orientales se han desarrollado, se han visto en la necesidad de actualizar e introducir su forma de organización a grandes corporaciones, que han respondido favorablemente a esta forma de hacer negocios; en otras palabras el entendimiento de la cultura contemporánea oriental, que tiene como principal característica el emprendimiento familiar o el involucramiento de toda la familia en el negocio, es ahora uno de los modelos empresariales más copiados.”¹³⁵

En Guatemala también existen muchas empresas que se han mantenido porque se han vuelto negocios familiares, en los que generación con generación se han ido incorporando al funcionamiento de las mismas, como la Cervecería Centroamericana, entre otras.

“Por varios años, miles de empresarios del este y sur este de Asia han creado una organización económica distintiva basada en la creación de redes familiares que han dominado la economía de la región, que se encuentra intrínsecamente enraizada en las normas y valores tradicionales de la cultura oriental; sin embargo, como toda organización económica ha ido evolucionando y adaptándose al contexto tanto cultural como político donde se desarrolla.”¹³⁶

El modelo que presenta la cultura asiática, es considerado tradicional, pero a la vez es utilizado como un nuevo modelo de organización de empresas que buscan fortalecer el negocio de generación en generación; en Guatemala los negocios familiares, sobretodo en el área rural, son comunes y sirven como fuente de educación a la empresarialidad desde la el núcleo familiar.

En el tema de emprendimiento desde el punto de vista internacional existe una herramienta de investigación específica sobre el tema: el Global Entrepreneurship Monitor, GEM por sus siglas en inglés.

“El GEM es producto de un proyecto internacional tendiente a estudiar la compleja relación entre el emprendimiento empresarial y el crecimiento económico. El resultado es un

¹³⁵*Ibid.* Pág. 29.

¹³⁶*Loc. Cit.*

informe que analiza la actividad empresarial en varios países, con la aspiración de establecer el estado y la variación del nivel de emprendimiento de país en país.”¹³⁷

En Guatemala, la Universidad Francisco Marroquín cuenta con el informe más reciente hecho por el GEM en el país.

“Con el fin de estudiar las interacciones de los individuos en su entorno de restricciones, el GEM utiliza dos herramientas: la primera es la Encuesta Nacional sobre Participación y Actitudes hacia el Emprendimiento (APS, por sus siglas en inglés), que sirve de vehículo para recolectar un mínimo de 2,000 entrevistas a personas entre los 18 y 64 años (seleccionados al azar) en cada país. Con esta encuesta lo que se busca es obtener la información necesaria sobre las actitudes, actividades y aspiración de los emprendedores.”¹³⁸

“La otra herramienta que se utiliza es la Encuesta Nacional de Expertos, que permite conocer la opinión de al menos 36 expertos agrupados en subgrupos de 4 integrantes para evaluar la situación de los 9 componentes del Marco de Condiciones para el Emprendimiento.”¹³⁹

Estos instrumentos permiten recabar información en cada país relacionada con el nivel de emprendimiento, para tomarla como base de nuevos proyectos e iniciativas tanto a nivel empresarial como gubernamental.

Resultados del informe 2013 muestran la situación actual en la variación de la actividad empresarial de región en región:

- “El GEM coloca a países como Argentina, Brasil, Barbados, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, Jamaica, México, Panamá, Perú, Surinam y Uruguay, como países con economías impulsadas por eficiencia.

¹³⁷ Amorós, José Ernesto. Niels Bosna. *Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report*. Universidad del Desarrollo and Global Entrepreneurship Research Association (GERA) 2014. Pág. 1.

¹³⁸ Facultad de Economía, Universidad Francisco Marroquín. *Global Entrepreneurship Monitor:Reporte Nacional de Emprendimiento. Guatemala 2014-2015*. Noviembre, 2014. Introducción.

¹³⁹ *Loc. Cit.*

- Mientras que países como Puerto Rico, Estados Unidos, Canadá, Italia, Portugal, España, El Reino Unido, Francia, Taiwán, Japón, Corea, Alemania, Finlandia, Suecia, entre otros, son considerados países con economías impulsadas por la innovación.
- En la última clasificación, economías impulsadas por factores de producción tradicional, se encuentran países como India, Irán, Nigeria, Uganda, Vietnam, entre otros.
- Los individuos de las economías impulsadas por factores de producción tradicional, responden de una manera más positiva a las medidas emprendedoras que brinden la oportunidad de empezar negocios basados en las habilidades manuales, en comparación con las economías impulsadas por la eficiencia o la innovación.
- Los resultados del GEM y varios estudios muestran como la actividad empresarial varía dependiendo de la etapa económica de desarrollo de cada país, aunque no es un factor determinante. Un dato interesante es que los emprendedores de regiones con mayor nivel de emprendimiento desarrollan un sentido de bienestar más alto que los individuos que no están relacionados con el proceso de empezar su propio negocio o emprender e innovar.
- En las economías latinoamericanas las estadísticas de negocios establecidos y con estabilidad económica son menores a comparación de aquellos países o economías impulsadas por la innovación.”¹⁴⁰

Estos resultados reflejan las diferencias y el rol que juega el emprendimiento dependiendo del país que se estudie, ya que para los países altamente industrializados es un tema aplicado constantemente, mientras que en economías como la guatemalteca es un tema reciente.

“Un ejemplo latinoamericano es Argentina, que entre los años 2003 al 2007 incrementó el número de empresas formales, el aumento de la creación de empleos cuyos principales protagonistas han sido las empresas jóvenes e innovadoras. Además que el impacto en la

¹⁴⁰ Amorós, José Ernesto. *Op. Cit.* Págs. 10-15.

economía es inmediato, al existir más empresas dentro de la economía formal, el país controló la carga fiscal que generan las mismas.”¹⁴¹

Según el reporte del Global Entrepreneurship Monitor del año 2014, “en Guatemala el 12% de la población se encuentra en una fase emprendedora donde todavía no está generando ingresos estables; mientras que el 16.7% de la población guatemalteca se encuentra en una fase emprendedora con ingresos estables. El 60% de los emprendimientos en una etapa temprana están liderados por jóvenes, personas con una edad máxima de 35 años; que es una de las características más importantes y refleja las pocas oportunidades que tiene la población joven para encontrar y ubicar un empleo estable en un mercado laboral poco eficiente.”¹⁴²

El resultado que arroja esta herramienta internacional para medir el emprendimiento en el país, es un parámetro de las principales motivaciones a la empresarialidad en Guatemala, tema que se tratará más adelante, que incluye la inestabilidad laboral, sobre todo para el sector de la población menor a los 30 años, lo que constituye una motivación a emprender como respuesta a las políticas actuales de trabajo.

“Ascúa estudia que en años de crecimiento en Argentina registrados desde el año 2002, se verificó que las empresas nuevas fueron sumadas a las concentraciones jóvenes, cerca del 41% del total de empleo hasta el 2007, a su vez las empresas jóvenes argentinas generaban más empleo y por ende produjeron un mayor impacto sobre el tejido productivo del país. Dentro de las empresas jóvenes, se destacan un conjunto dinámico de pequeñas y medianas empresas denominado Gacela, cuyos integrantes son empresas con menos de siete años de antigüedad y que aumentaron un 30% del empleo argentino.”¹⁴³

Lo anterior es una muestra de la proliferación de pequeñas empresas que están organizadas de una forma que puede considerarse menos estructurada o no tradicional, pero a la vez con mayor visión empresarial y con tendencia a la implementación de nuevas tecnologías y modelos de negocio que producen mayor impacto económico, ya que dan la opción a los jóvenes emprendedores de ser sus propios empleadores y estar en control.

¹⁴¹ Ascúa, Ruben. *Op. Cit.* Pág. 16.

¹⁴² Facultad de Economía, Universidad Francisco Marroquín. *OP. Cit.* Pág. 13

¹⁴³ *Ibid.* Pág. 17.

“En el plano del emprendimiento internacional como objeto de estudio, no se refiere necesariamente a la internacionalización del fenómeno, sino que va ligado a los avances en el campo que se refieren a establecer parámetros que no han sido explorados en profundidad aún. Wright, citado por Marian Jones, sugiere que el emprendimiento en el plano internacional, representa una forma de extraer de las fronteras la investigación y los conocimientos sobre los negocios, es enfocarse en la habilidad de pequeñas empresas de convertirse en competidores mundiales, un proceso en donde los contactos de la empresa en el exterior se vuelven la pieza clave del éxito.”¹⁴⁴

Se puede establecer entonces que el emprendimiento internacional no se refiere únicamente a los fenómenos empresariales que suceden fuera de Guatemala, esta fase del emprendimiento se lleva a cabo cuando las empresas ya consolidadas en el plano local buscan ampliar sus mercados, hacer conexiones con otras empresas como colaboradores y exploran nuevas posibilidades de clientes e inversionistas extranjeros, todo con miras a fortalecer su actuación empresarial y crear valor para sus empresas.

2.3 El emprendimiento y las pequeñas y medianas empresas (pymes)

“La pequeña industria, surge años antes de que se originara lo que en la actualidad se conoce como capitalismo industrial, tenía como fuente creadora las necesidades básicas del hombre como el trabajo en piedra, metales, manufactura de prendas de vestir, ornamentos, etc. En este sentido se creó no sólo como fuente de abastecimiento de bienes para el consumo, sino como activador de fuentes productivas, siendo en estas pequeñas industrias donde tuvo mayor apoyo la Revolución Industrial.”¹⁴⁵

Se establece que la importancia de las pequeñas y medianas empresas en cualquier país sin importar el grado de industrialización que tenga, no es sólo a nivel económico, sino también tiene implicaciones a nivel social, ya que incorporan la fuerza del trabajo, desde el sector manufacturero hasta las empresas basadas en la tecnología, que están tomando

¹⁴⁴ Jones Marian V., Dimitratos Pavlos. *Op. Cit.* Pág. 3.

¹⁴⁵ Rodríguez Valencia, Joaquín. *Administración de Pequeñas y Medianas Empresas*. México, Distrito Federal. Thomson Editores, S.A. de C. V. 2002. Pag. 32

gran importancia, ya que las nuevas estructuras empresariales han empezado a inyectar dinamismo a economías estancadas como la guatemalteca.

“La pequeña y mediana empresa contribuyen al incremento en el rango social de un sector de personas que hasta hace poco se consideraban inactivas o desocupadas, que por medio de sus propios negocios se han vuelto económicamente productivas y se han auto empleado; por otra parte, en países en vías de desarrollo las pequeñas empresas se constituyen en centros educativos de mano de obra de tareas manuales, en donde se capacitan a futuros empresarios de pequeños negocios que no tienen los recursos para recibir una formación académica formal y avanzada, pero que han adquirido el conocimiento empírico necesario.”¹⁴⁶

En Guatemala es común que sea en las pequeñas empresas, muchas veces familiares, en donde se capaciten a la mayor parte de personas del área rural, ya que desde muy pequeños empiezan a trabajar en las empresas de la familia y aprenden todo lo relacionado con el negocio; este es un recurso que deberá aprovecharse para crear empresariedad y motivar la educación no sólo práctica, sino tecnificar a estos trabajadores con la educación formal, que les dará más oportunidades.

“Las pequeñas y medianas empresas en Latinoamérica representan un conjunto heterogéneo de agentes económicos que contribuyen de manera importante a la generación del empleo y al producto interno bruto de la región; para superar la heterogeneidad estructural, una de las políticas más importantes de los últimos años ha sido alrededor de las PYMES y la necesidad de generar un incremento de productividad en su conjunto, que les permita reducir la brecha que existe con las grandes corporaciones. Todo lo anterior se logrará toda vez que aunque la empresa empiece siendo pequeña, crezca lo suficiente para generar empleo y no estancarse.”¹⁴⁷

De lo anterior se destaca que la importancia de promover la creación y desarrollo de pequeñas empresas en la economía guatemalteca, que radica en la opción de la flexibilidad que estas pueden presentar, ya que una pequeña empresa tiene mayor

¹⁴⁶ *Loc. Cit.*

¹⁴⁷ Dini, Marco y Giovanni Stumpo. *Op. Cit.* Pág. 11.

movilidad y dinamismo versus una corporación que puede presentar mayor dificultad de modificar políticas que se vayan adaptando más rápidamente a las necesidades del mercado.

“En el término general de “pymes”, pequeñas y medianas empresas, se puede agrupar una gran variedad de organizaciones industriales y comerciales con grandes capacidades de competitividad y eficiencia; aunque la idea es que una empresa es pequeña porque no es competitiva o porque no se encuentra posicionada en el mercado y posee baja productividad.”¹⁴⁸

Se entiende entonces que hay empresas que aunque no sean consideradas monstruos transnacionales son altamente competitivas e innovadoras, y que utilizan una estrategia industrial centrada en la promoción de las fuerzas del mercado en un contexto internacional, con un mercado dinámico incrementando así su eficiencia y promoviendo el crecimiento económico.

“La administración de empresas ha entrado en una nueva fase de su evolución, debido a la complejidad, la globalización, la especialidad de las actividades y las operaciones, así como el ininterrumpido crecimiento de las empresas, de la competencia, etc., obligan a los empresarios a analizar dónde se encuentran situados actualmente y dónde quieren estar en un futuro cercano. El gran reto que se plantea una empresa moderna es utilizar los recursos disponibles para conseguir con la máxima efectividad y eficiencia los bienes y servicios que ofrece y que sus potenciales clientes necesitan, para hacer frente a la necesidad del consumidor que demanda poner en práctica una gran variedad de actividades empresariales.”¹⁴⁹

En este sentido se puede inferir que es necesario tomar en cuenta que dadas las especificidades del proceso de innovación en las pequeñas y medianas empresas, es necesario orientar las políticas públicas y empresariales, hacia la utilización de instrumentos que permitan mejorar la capacidad de estos negocios para relacionarse con las grandes empresas, participar en las redes productivas nacionales e internacionales,

¹⁴⁸ *Ibid.* Pág. 13

¹⁴⁹ Rodríguez Valencia, Joaquín. *Op. Cit.* Prefacio, Pág. Vii.

establecer vínculos con el entorno social y productivo local, promocionarse tanto en empresas de gran escala como en las pequeñas que pueden ser clientes constantes.

“Por lo tanto, en el caso de las pymes es importante encontrar los instrumentos que pueden llamarse “indirectos” porque su objetivo principal no es la innovación y modernización, sino crear redes sociales y abarcar nuevos territorios; este tipo de instrumentos se deben usar en la organización de las empresas para inducir un conjunto de cambios importantes desde su interior, como lo son las nuevas tecnologías, generar el cambio de información, colaboración con otras instituciones y otros negocios que puedan dar un aporte a la organización y funcionamiento de la empresa.”¹⁵⁰

En la actualidad la tecnología y las redes sociales permiten utilizar nuevas herramientas de mercado que van dirigidas a más personas en menos tiempo, la interacción con otras personas afines a las empresas, lo que se conoce como networking, y la capacitación pueden ser consideradas como instrumentos indirectos a la empresariedad, ya que no crean emprendimiento pero lo refuerzan.

“Miller, citado por Ana María Romero, introduce el concepto de la iniciativa emprendedora como concepto multidimensional, es decir, que el emprendimiento no es algo que practica únicamente el emprendedor, sino que es una política empresarial de la que debe de estar impregnada toda la empresa, que conlleva la elección de productos y mercados, la innovación tecnológica y la proactividad; es decir que una empresa con espíritu emprendedor lleva acabo innovaciones de producto y mercado, realiza negocios arriesgados y es la primera en realizar innovaciones proactivas, aventajando a los competidores”¹⁵¹

De lo expuesto se infiere que los elementos del emprendimiento deben ser parte de todo el funcionamiento de la empresa, generar empresariedad comprende todas las acciones de una corporación, lo que supone un cambio de estructura a lo tradicionalmente usado y una nueva forma de hacer negocios que impacta la economía por medio de las nuevas empresas emprendedoras.

¹⁵⁰ Dini Marco y Giovanni Stumpo (comp). *Op. Cit.* Pág. 6.

¹⁵¹ Romero Martínez, Ana María. *Cambios en la iniciativa emprendedora de las empresas privatizadas en España*. Madrid, España. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid. 2005. Pág. 69.

El impacto que ha tenido la relación entre el emprendimiento en las pequeñas empresas en el mundo, se orienta entonces a aquellas que están motivadas por el espíritu empresarial y la innovación que se ha convertido en uno de los campos más estudiados en los últimos años. El interés surge porque es en las pequeñas y medianas empresas en donde los emprendedores suelen arriesgarse más; se ha promovido en las grandes industrias el tener negocios propios e innovadores tendientes a adaptar los mercados a las nuevas necesidades, ya que están en continuo cambio y adaptación a la era tecnológica.

“La importancia de la pequeña y mediana empresa no sólo puede medirse por el número de establecimientos de este tipo dentro de una economía, también hay que tomar en cuenta factores como el capital invertido que representan, el valor de su producción, el valor agregado, la materia prima, la formación de capital fijo, los nuevos empleos que generan y la capacidad de compra que dan a la población trabajadora.”¹⁵²

Esto se refiere sobre todo a la capacidad que tienen estas empresas, que no compiten en tamaño con grandes corporaciones, pero están creando nuevos empleos y dan la oportunidad a personas que tienen grandes proyectos de desarrollarse en un ambiente más flexible y donde los riesgos que se corren pueden sostenerse más por el tamaño del negocio; los cambios de dirección pueden ser más rápidos, la toma de decisiones es más ágil.

Las pequeñas y medianas empresas deben verse como una herramienta crucial en economías como la guatemalteca, la diversidad y dinamismo que estas ofrecen a la economía, además de las oportunidades que brindan a otros sectores de la población, deben ser vistos como puntos clave que deben promoverse, si hay más personas dispuestas a emprender y arriesgarse, habrán más puntos focales que generen oportunidades y empleo que impacten la economía del país.

En la actualidad, la inversión en promover en la economía guatemalteca en pequeñas y medianas empresas, también es hecha por los grandes empresarios con negocios sólidos y establecidos, ya que esta forma de inversión les permite aventurarse en nuevos negocios

¹⁵² Rodríguez Valencia, Joaquín. *Op. Cit.* Pág. 33.

invirtiendo menos capital y recursos, lo que puede significar menos pérdidas, pero que si son proyectos exitosos, se abren las puertas a nuevos mercados, con estructuras menos complicadas de reorganizar, que les permiten abarcar más de lo que sus grandes empresas consolidadas en un mercado tienen capacidad y en menor tiempo.

“A nivel internacional, las pequeñas y medianas empresas tienen un rol fundamental para los países en desarrollo ya que muchas de las inversiones para empezar a implementar una mayor parte de actividades de agregación de valor en estos países vienen del extranjero, muchos inversionistas buscan la capacidad de las empresas de organizarse con una orientación a la exportación, lo que se constituye en un elemento clave del proceso de internacionalización.”¹⁵³

De lo anterior se puede hacer la relación de como los negocios en bloque que se realizan en la actualidad, que van orientados a crear acuerdos de cooperación entre empresas afines, se han convertido en la herramienta principal para atraer la inversión extranjera, ya que grandes corporaciones internacionales que desean introducirse en países en desarrollo como Guatemala, se aprovechan del recurso de las pequeñas y medianas empresas, asociadas para un fin común que les permita cumplir con determinado proyecto, sin necesidad de convertirse en una sola empresa.

La asociación en bloque, “tiene como finalidad que las empresas que formen un acuerdo de cooperación entre ellas, se puedan aprovechar de la fama, el mercadeo, la solidez etc., de otras empresas de similar giro en países distintos, para diversificar sus negocios y ampliar sus mercados; muchas veces la aplicación de los llamados negocios en bloque trae consigo un modelo corporativo en forma de consorcios que crean una entidad nueva y a veces temporal, para cumplir con determinado objetivo; esta cooperación se puede establecer para múltiples propósitos desde el financiamiento, la negociación, el desarrollo del proyecto, entre otros.”¹⁵⁴

De lo anteriormente expuesto se desprende que este tipo de participación comercial le da más flexibilidad a las empresas y les permite ser más innovadoras en la forma de hacer

¹⁵³ García Cairoli, Andrés. *Op. Cit.* Pág. 15.

¹⁵⁴ *Ibid.* Pág.9

negocios, ya que se aprovechan de los puntos fuertes de las compañías con las que forman un acuerdo de cooperación comercial, pero mantienen su independencia; el saber crear alianzas comerciales es parte también de ser emprendedor, ya que le permite a la empresa expandirse con ayuda de otras de la misma naturaleza. Esta manera de organizar las políticas de mercadeo y comercialización es mucho más fácil entre las pequeñas y medianas empresas que tienen una organización que se adapta más a los cambios sociales, políticos y comerciales, además de ser dirigidas por emprendedores que tengan una política de espíritu empresarial.

2.4 Organizaciones guatemaltecas que intervienen en el desarrollo empresarial

A pesar de que en Guatemala el emprendimiento no es un tema tan desarrollado, existen entidades dedicadas al apoyo empresarial y al desarrollo tecnológico y de inversión en el país, que generan proyectos tanto empresariales como educativos, que se pueden utilizar como herramientas para la aplicación y promoción del emprendimiento. Algunas de estas instituciones están involucradas directamente con el desarrollo económico, ahí la importancia de apoyarse en ellas para crear proyectos de desarrollo en pro de la economía del país. A continuación algunas instituciones que promueven la empresarialidad y el espíritu emprendedor en Guatemala.

2.4.1 Invest in Guatemala

“Invest in Guatemala es una Agencia de Promoción de Inversiones en Guatemala, creada en 1997 con el apoyo del Gobierno y la iniciativa privada guatemalteca. Ofrece a los inversionistas en busca de oportunidades de inversión en el país, servicios como una extensa red de contactos, agilización al inicio de operaciones, asistencia práctica y respaldo operativo, información, entre otros.”¹⁵⁵

“Guatemala se ha posicionado como el centro de la economía centroamericana, representando un 35% del sector empresarial; Invest in Guatemala, presenta a posibles inversionistas extranjeros las ventajas competitivas de invertir en el país, ya sea para aprovechar las ventajas geográficas, la infraestructura, tecnología, sectores crecientes, políticas de libre comercio, etc., para dar la oportunidad a empresarios de otros países que

¹⁵⁵ Invest in Guatemala. Agosto, 2013. <http://www.investinguatemala.org/>. Consultada el 31 de agosto de 2013.

tengan interés en comerciar con empresas guatemaltecas o de formar negocios en bloque.”¹⁵⁶

El contar con una institución dedicada al apoyo de inversionistas extranjeros, facilita y centraliza la información sobre empresas guatemaltecas, lo que canaliza los recursos en un solo lugar y permite la exposición de varias empresas medianas y pequeñas que estén relacionadas con la institución.

2.4.2 Instituto Técnico de Capacitación y Productividad –INTECAP-

“El Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (INTECAP) es una Institución con estructura propia y con capacidad jurídica. Su misión es difundir tecnología de punta, proporcionando conocimientos teóricos y prácticos para ayudar a que en el país se desempeñen eficientemente las diversas ocupaciones y oficios de aquellos que no tengan una formación académica formal; se pretende desarrollar sistemáticamente un conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes al sector trabajador del país en todos los sectores de la actividad económica y los niveles ocupacionales.”¹⁵⁷

El analfabetismo es uno de los retos más grandes al desarrollar el tema de la oportunidad emprendedora, ya que no todas las personas con grandes ideas tienen acceso a una educación integral que les proporcione herramientas para desarrollarse en el mundo de los negocios; por lo que se hace necesario tener instituciones que ayuden al sector que posee poca o ninguna instrucción académica para que puedan adquirir conocimientos y habilidades que puedan poner en práctica para crear sus propios negocios y auto emplearse.

El INTECAP es una de las principales instituciones guatemaltecas que generan autoempleo al permitir a las personas tecnificarse en determinados oficios, lo que presenta la importancia de no sólo mantener y procurar el buen funcionamiento de la misma, sino de crear otras instituciones, sobretudo en el área rural que puedan servir de apoyo a quienes no pueden capacitarse académicamente pero que tienen deseos de desarrollarse en áreas específicas.

¹⁵⁶ *Loc. Cit.*

¹⁵⁷ Instituto Técnico de Capacidad y Productividad. <http://www.intecap.edu.gt/index.php/acerca-de-nosotros/135-quienes-somos>. Consultado el 31 de agosto de 2013.

2.4.3 Universidad del Valle de Guatemala Programa Tecnológico 4 Grados Norte - ITEC UVG-

“La Universidad del Valle de Guatemala ha creado un programa de estudios que tiene como compromiso formar a nivel técnico a profesionales del área de tecnologías de la información y comunicación para cubrir las necesidades del mercado a nivel operativo.”¹⁵⁸

“El campus tecnológico 4 Grados Norte forma parte del primer proyecto de país de un Parque Tecnológico, que integra empresas e instituciones académicas, de emprendimiento y financiamiento. Tiene un plan de estudios que ofrece formación en estándares internacionales como el IEEE¹⁵⁹ e ISO¹⁶⁰, buscando cubrir los requerimientos del mercado tecnológico. En la actualidad este centro educativo es el encargado del desarrollo de la tecnología en el país, lo que demuestra que se está implementando la formación empresarial e innovativa desde la academia, lo que le da a los nuevos profesionales herramientas de emprendimiento.”¹⁶¹

Como se expondrá más adelante el desarrollo del emprendimiento empieza con la educación, para implementar el espíritu empresarial en Guatemala, se debe contar con programas educativos como este, que pongan en el mapa al país como un centro tecnológico y capaz de tener profesionales emprendedores.

El reto está en que se implemente el emprendimiento a nivel país en cualquier profesión, y que desde la formación académica se le dé a las nuevas generaciones las herramientas básicas para ser emprendedores de éxito con vistas a crear nuevas formas y no conformarse con la estructura económica que existe en la actualidad, y que ha estado estancada por tanto tiempo.

En el plano académico también se encuentra el Programa de Emprendedores de la Universidad Rafael Landívar, que se expondrá más adelante, que desde la academia busca crear espacios para generar y promocionar el emprendimiento de los estudiantes landivarianos a través de cursos específicos y ferias de emprendimiento.

¹⁵⁸ ITEC Universidad del Valle de Guatemala Programa Tecnológico 4 Grados Norte. <http://www.itec4gn.uvg.edu.gt/> Consultada el 31 de agosto de 2013

¹⁵⁹ Institute of Electrical and Electronics Engineers/Instituto de Ingeniería Eléctrica y Electrónica

¹⁶⁰ International Organization for Standardization /Organización Internacional de Normalización

¹⁶¹ *Loc. Cit.*

2.4.4 Viceministerio de desarrollo de la microempresa, pequeña y mediana empresa – MIPYME-

Dentro de las instituciones encargadas de generar un avance empresarial, se encuentra dentro de la estructura del Organismo Ejecutivo de Guatemala, parte del Ministerio de Economía, el Viceministerio de desarrollo de la microempresa, pequeña y mediana empresa, “que es el encargado de facilitar el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa de manera competitiva, facilitando el acceso a servicios de desarrollo empresarial y financieros, ágiles y oportunos dentro de un marco de fomento adecuado.”¹⁶²

“Esta institución actúa como rector y coordinador del Sector Público, de acuerdo a las políticas nacionales y cuenta con programas de apoyo e información para los pequeños empresarios. El apoyo del sector MIPYME, y dentro de los programas que ofrece el Ministerio de Economía, se encuentra uno específico de apoyo al emprendimiento, que en los últimos años ha consistido en brindar información y motivación a pequeños empresarios, para cambiar su forma de hacer negocios y volverse emprendedores.”¹⁶³

“Este Viceministerio cuenta también con programas de desarrollo económico desde lo rural –PDER- que está dirigido a fortalecer encadenamientos productivos en Guatemala; apoyando a grupos y asociaciones rurales con fuerte participación tratando de encaminar el conocimiento de las comunidades a la empresarialidad.”¹⁶⁴

Tener una entidad estatal que tenga dentro de sus objetivos de gobierno la promoción del emprendimiento es una herramienta que debe utilizarse para promocionar la empresarialidad en Guatemala desde el Estado, sobretodo utilizando los recursos para incluir en la economía activa al sector rural.

“Recientemente el Ministerio de Economía realizó una competencia para fomentar el emprendimiento en el país, la cual tenía como premio principal capital semilla para los emprendedores seleccionados. La competencia consistió en tres fases en donde se

¹⁶² Organismo Ejecutivo, Ministerio de Economía. Viceministerio de desarrollo de la microempresa, pequeña y mediana empresa. Guatemala. <http://www.mineco.gob.gt/desarrollo-de-la-mypime> Consultada el 24 de octubre de 2014.

¹⁶³ *Loc. Cit.*

¹⁶⁴ *Loc. Cit.*

convocó a más de 600 proyectos emprendedores, de los cuales fueron elegidos 300 para iniciar la competencia.”¹⁶⁵

“En la fase dos se seleccionaron 150 proyectos que debieron validar el modelo de negocio que habían diseñado y demostrar que con un producto mínimo viable, la idea de negocio podría ser exitosa en el mercado. Finalmente en la tercera fase, los emprendedores realizaron *pitch*s de sus hallazgos y validación de modelo ante una terna evaluadora internacional.”¹⁶⁶

La competencia tuvo gran participación de emprendedores guatemaltecos, lo que refleja la necesidad de proyectos de apoyo a la empresarialidad en el país. Lo que pone foco en nuevas formas de motivar la empresarialidad en Guatemala, tomando en consideración que en estas competencias se debe procurar la participación de personas de todos los sectores económicos.

2.4.5 Cámara de Industria de Guatemala

“Fundada en 1958, la Cámara de Industria de Guatemala trabaja con la misión de desarrollar un país moderno, productivo y competitivo por medio de la industrialización. Para ello, desarrolla herramientas que apoyan estratégicamente el fortalecimiento del gremio, entre las cuales están la formación de Federaciones de Cámaras y Asociaciones Industriales Centroamericanas, la promoción y apoyo a las leyes vigentes, promoción de iniciativas del Mercado Común Centroamericano; así como el impulso para la incorporación de Guatemala a la Organización Mundial del Comercio, y acciones que buscan fomentar la inversión como la INDUEXPO, la feria industrial más grande de Centroamérica.”¹⁶⁷

“La Cámara de Industria de Guatemala, tiene el proyecto “Guatemala Emprende” que es un programa dedicado a los emprendedores y apoya a aquellos que desean iniciar un negocio ofreciendo capacitación, acompañamiento, asesoría personalizada con expertos y vinculación con otros emprendedores, empresarios e inversionistas. Este programa tiene

¹⁶⁵ Wordpress. <https://emprendedoresurl.wordpress.com/2013/10/07/landivarianos-ganan-capital-semilla/> Consultada el 23 de octubre de 2015

¹⁶⁶ *Loc. Cit.*

¹⁶⁷ Cámara de Comercio de Guatemala. <http://industriaguatemala.com/historia-cig>. Consultada el 19 de octubre de 2015

una duración de 17 semanas de capacitación en donde el emprendedor desarrolla su modelo y plan de negocios, además de participar en eventos de networking y foros.”¹⁶⁸

Proyectos como este permiten que todas las personas interesadas en emprender puedan focalizarse en un lugar y no sólo participar en programa, sino también conocer a personas interesadas en ser emprendedores, lo que genera alianzas comerciales además de conocimiento sobre la empresariedad.

2.5 Impacto de los modelos emprendedores

“Un modelo de intervención de la empresariedad está asociado con un gran número de factores que afectan a la empresa, desde lo social, cultural, psicológico, jurídico, político y lo económico; estas variables contribuyen al conocimiento de organización de conformidad con el desarrollo de la empresa y con la competencia, con el fin de maximizar las posibilidades de que los emprendedores se conviertan en individuos exitosos, capaces de generar riqueza económica y social y desarrollarse no sólo ellos si no también crear espacios para los colaboradores de su negocio.”¹⁶⁹

Cuando el emprendimiento interviene en la organización de una empresa afecta todos los aspectos que están relacionados con la misma, en especial los modelos emprendedores impactan las relaciones laborales si el emprendedora sabe aprovechar las oportunidades que se presenten y distinguiendo aquellas grandes ideas que son factibles y aquellas ideas que se convierten en sueños intangibles.

“Hay muchas ideas que aunque son innovadoras, son completamente innecesarias o no producen un impacto en la economía lo suficientemente fuerte como para desarrollar un negocio tomando como punto de partida esa idea. Esta idea debe ser factible, y si la necesidad en el mercado por esta innovación es visible se posicionará de tal manera que la inversión y el riesgo puedan valorarse en corto plazo. Las mejores ideas son aquellas que predicen una necesidad a futuro y se fundamentan en cubrirla a lo largo del tiempo.”¹⁷⁰

¹⁶⁸ Cámara de Industria de Guatemala. <http://www.industriaguatemala.com/guatemala-emprende> Consultada el 4 de octubre de 2014.

¹⁶⁹ Varela, Rodrigo y otros. *Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial Basado En Competencias*. Volumen 22, issue 100.España. Estudios Gerenciales Universidad ICESI. 2006. Págs 21-27.

¹⁷⁰ Fuerst, Oren. *et. al. Op. Cit.* Pág. 25.

Un emprendedor debe saber reconocer una idea que sea esa *llave del éxito* para poder crearle un espacio dentro del mercado al que va a lanzarse, no puede aventurarse a innovar sin analizar primero las necesidades del mercado, por lo que es importante ir ajustando la idea y los planes de negocios a la realidad empresarial en la que la empresa se va a desenvolver, para que tenga mayores probabilidades de ser exitosa.

“La idea debe ser producto de un proceso que mejore algo que ya existe en el mercado, cuyo valor financiero va a repercutir como un beneficio a la inversión o crear nuevos procesos de organización o de administración de la empresa, que permitan establecer nuevas líneas empresariales de innovación y tecnología dentro del esquema administrativo del negocio.”¹⁷¹

De lo expuesto es importante establecer que no toda idea tecnológica es factible, y aunque lo sea, no necesariamente hay una necesidad para desarrollarla, es decir, que si no es un proyecto que realmente sea necesario dentro de la economía; también puede pasar que una idea sea tanto factible como necesaria pero inapropiada para fundar una compañía en Guatemala.

“Un sistema organizacional basado en el emprendimiento es una herramienta que ayuda a alcanzar metas en los lugares de trabajo, logrando el desarrollo empresarial de la entidad; si un empleado se siente importante y capaz, si está educado a buscar soluciones a los diferentes problemas en el funcionamiento de la empresa, si se implementa una organización en la que todos los trabajadores estén motivados a emprender y desarrollarse dentro de su lugar de trabajo, se está aprovechando al capital humano como un activo de la empresa. Innovar no es responsabilidad únicamente del empresario que desarrolla la idea, un negocio no prospera si todos los involucrados no son también emprendedores en el desempeño de las funciones asignadas.”¹⁷²

Con lo anterior se resalta que el conocimiento tanto académico como empírico le da a cada persona una cualidad que lo distingue de los demás, por lo tanto tiene un valor único; la

¹⁷¹Loc. Cit.

¹⁷² Iandoli, Luca, et. al. *Entrepreneurship, Competitiveness and Local Development Frontiers in European Entrepreneurship Research*. Gran Bretaña. Editorial Edward Elgar Publishing, Inc. 2007. Pág. 255

razón es que vivimos en una época de constante cambio, una época tecnológica, donde ningún empresario se puede quedar estancado en procesos y temas pasados y no estar en constante actualización; todos los días surge algo nuevo que se puede aprovechar dentro de una empresa o puede ayudar a desarrollar mejor un proyecto, y estas innovaciones deberán ir actualizando la estructura de la empresa, hasta tener la posibilidad de mantenerse lo más actualizado posible con relación a sus competidores.

Un tema que se expone es que el impacto de un modelo de emprendimiento en una organización corresponde a la relación del empresario con sus colaboradores, al mismo tiempo el emprendedor deberá crear ese sentido de pertenencia en cada uno de sus trabajadores por lo que deberá incluir dentro de su estructura empresarial métodos de capacitación y motivación constante adecuado a las funciones que ejerce cada persona dentro de la empresa; el ser parte de lo nuevo que la empresa tiene que ofrecer, le da a cada trabajador la seguridad de que es importante, por lo tanto, es imperativo que todas las personas que conforman la empresa estén capacitadas de acorde a sus funciones, además que esa ventana les da la oportunidad de desarrollarse tanto profesional como personalmente, una empresa no crece si quienes trabajan en ella están estancados, tanto económica, tecnológica, emocional y profesionalmente.

“Otro punto importante es entender que la internacionalización no es solamente una opción para tener un negocio exitoso, en la actualidad es fundamental, un requisito indispensable. Los emprendedores han desarrollado una tendencia de cambiar el concepto de independencia empresarial y volcarla a una colaboración de empresas, en donde todas se benefician de un esfuerzo en conjunto”¹⁷³ como los llamados negocios en bloque tratados con anterioridad.

“En la actualidad es difícil hablar de empresas exitosas, y prescindir de las alianzas estratégicas como herramienta competitiva. Estos nuevos modelos de colaboración se utilizan para iniciar o mantener los procesos de internacionalización a que están sometidos muchos sectores y la rapidez del proceso tecnológico que obligan a que las empresas

¹⁷³ V. Jones, Marian, Pavlos Dimitratos. *Op. Cit.* Pág. 19

utilicen alianzas entre ellas para cumplir objetivos comunes que les permitan abarcar más mercados y crear una mejor reputación nacional, regional e internacional.”¹⁷⁴

Lo anterior presenta otra área en la que impactan los modelos emprendedores dentro de las empresas, ya que la empresarialidad exige que se modifiquen los puntos de vista tradicionales de hacer negocios, por nuevos modelos que incorporan como parte esencial la capacitación y motivación a la empresarialidad dentro de las organizaciones, la constante adaptación de los procesos a la era tecnológica y a las nuevas exigencias económicas.

De igual forma se puede establecer que un modelo empresarial que incluya dentro de las políticas internas del negocio, la posibilidad de hacer alianzas estratégicas con otras empresas afines, para cumplir determinados objetivos, en especial de expansión del negocio, es parte de la innovación que aplica el emprendedor, que tiene un punto de vista diferente y más amplio para encontrar nuevas formas de mejorar su empresa y utilizar todos los recursos que se tengan y generar nuevas oportunidades de empresarialidad, en este caso haciendo negocios clústeres, contratos de participación, entre otros, con la finalidad de crear ciertas cooperaciones empresariales que le permitan ampliar su mercado y tomar riesgos de manera compartida.

“Convertir las ideas en valores económicos o en proyectos empresariales, incluye tanto los conceptos que forman parte de la empresarialidad, como la administración, así como el entorno social y político donde se estén desarrollando las empresas. Para crear un modelo emprendedor es necesario un cambio en el pensamiento convencional, desde la perspectiva conceptual hasta la organizacional, es decir, tomar en cuenta siempre la dualidad que trascienda las limitaciones de disciplina y especialización. Para muchos la empresarialidad es considerada más un arte que una ciencia.”¹⁷⁵

El impacto de las actuaciones emprendedoras en una organización radica en:

- *“La creación de algo nuevo (negocio, producto, proceso, sistema, mercadeo, la explotación de nueva tecnología, entre otros).*

¹⁷⁴ *Ibid.* Pág. 21

¹⁷⁵ Petti, Claudio. *Cases in Technological Entrepreneurship: Converting Ideas into Value*. Northampton, MA, Estados Unidos. Edward Elgar Publishing Inc. 2009. Pág. viii

- *Debe generar aprendizaje, tanto en la creación como en la implementación, para desarrollar nuevas competencias y capacidades organizativas.*
- *El nuevo producto o servicio, se espera que genere valor económico a largo plazo.*
- *Las ganancias financieras se espera mejoren en comparación al desarrollo actual de los recursos.*¹⁷⁶

Es por eso que el emprendimiento y las nuevas estructuras organizacionales basadas en la tecnología y la innovación son elementos clave para los nuevos modelos de empresariedad en los negocios, que ayudan al empresario a tener un negocio con miras al futuro y preparado para sobrellevar el paso del tiempo que es igual a estarse renovando constantemente y actualizarse, renovar constantemente su empresa y el conocimiento de sus colaboradores, todo esto como giro habitual del que hacer y no como medida que se tome cuando la empresa ya esté en problemas.

¹⁷⁶ Romero Martínez, Ana María. *Cambios en la iniciativa emprendedora de las empresas privatizadas en España*. Madrid. Tesis de Doctoral. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Departamento de Organización de Empresas. 2003. Pág. 68.

CAPÍTULO 3

MOTIVACIÓN Y EDUCACIÓN AL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

3.1 Motivación a la empresarialidad

“El espíritu emprendedor varía por las condiciones que le moldean; la facilidad con que un emprendedor pone en marcha un nuevo negocio es diferente conforme al sector económico en que se desenvuelve, la cantidad de personas que emprenden, los rasgos de condición demográfica, de calidad de vida y el marco institucional del país. Es decir que se espera que las actividades emprendedoras evolucionen en la medida en que los países avanzan en su senda de desarrollo”¹⁷⁷

“La motivación emprendedora es un factor importante para contribuir con el desarrollo de una sociedad, lo que hace importante proveer instrumentos para canalizar las acciones de los posibles emprendedores para obtener el éxito.”¹⁷⁸

La empresarialidad es un tema que debe de trabajarse no sólo como un elemento de actualidad, sino que debe generarse un cambio de pensamiento y valores que generen emprendimiento, tomar en consideración cuáles son las necesidades reales del país y de los empresarios guatemaltecos como punto de partida para crear políticas emprendedoras que sean coherentes con la situación económica actual.

“Tanto en los países con economías emergentes, como en los países más desarrollados, la empresarialidad es uno de los temas que mayor atención ha recibido por parte de los sectores tanto político como académico. Las nuevas empresas dinámicas contribuyen al desarrollo económico en tres formas: la primera como canal de conversión de ideas innovadoras; la segunda como base de la competitividad a través del rejuvenecimiento del tejido productivo y una última como fuente de nuevos puestos de trabajo y aumento de productividad.”¹⁷⁹

¹⁷⁷Facultad de Economía, Universidad Francisco Marroquín. *Op. Cit.* Pág. 27

¹⁷⁸Sastre, Raquel F. *La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento, en Ciencias Administrativas, Revista Digital Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional de la Plata. Año 1-Nro. 1, Buenos Aires Argentina. Pág. 1*

¹⁷⁹ Kantis, Hugo y Masahilo Ishida Masahiko Komori. *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia.* Banco Interamericano de Desarrollo Social, Departamento de Desarrollo Sostenible. Biblioteca Felipe Herrera. Marzo, 2002. Pág 4

De lo anterior se destaca que existe un movimiento internacional de promoción a la empresarialidad tanto en políticas públicas de emprendimiento, como en proyectos académicos que buscan implementar el desarrollo empresarial, su promoción tendrá impacto no sólo en las empresas, si no en la economía y en el sector laboral, como se tratará más adelante.

“La motivación emprendedora, en mayor o menor medida, ha estado presente a lo largo de la historia y parece intensificarse y florecer principalmente en los periodos de globalización. Es curioso como el ímpetu para emprender negocios propios se manifiesta con mayor intensidad, tanto en los momentos que se “abren” oportunidades como consecuencia de procesos globalizadores de intercambio, como cuando se “cierran” o limitan las ofertas de trabajo como consecuencia de una recesión económica.”¹⁸⁰

Como fue mencionado con anterioridad, muchas veces luego de las grandes crisis económicas es que resurge la economía con nuevas ideas, muchas personas al encontrarse en situaciones precarias deciden emprender y aventurarse a ser sus propios empleadores para solventar su situación económica y salir adelante.

“Todo emprendedor debe de estar consiente que la mayoría de nuevas empresas, sin embargo, en muchos casos los emprendedores que han fallado pero se han reenocado y reinvertido en el recurso humano de su empresa, asumiendo las probabilidades de éxito y fracaso, ha funcionado a su favor y estas experiencias han mejorado su relación con el éxito de sus proyectos.”¹⁸¹

La motivación a la empresarialidad tiene que enfocarse en crear proyectos a futuro, no se puede pretender tener resultados inmediatos, por lo que parte de la motivación al emprendimiento es la educación a la empresarialidad como se expondrá posteriormente.

Se puede establecer que el fenómeno global del esparcimiento tecnológico y las actividades científicas junto con la disminución de nuevos productos que se van adaptando rápidamente a las necesidades reales del mercado, obligan a países como Guatemala a crear incentivos al emprendimiento y la concepción de nuevos modelos empresariales,

¹⁸⁰Sastre, Raquel F. *Op. Cit.* Pág. 2

¹⁸¹Fuerst, Oren. *et. al. Op. Cit.* Pág. 116

como lo son las alianzas estratégicas para la exportación de productos artesanales locales, materia prima, entre otros.

“El rol gubernamental en la economía nacional actual, debe apuntar a políticas de dinamismo comercial que hagan propensa no solo la inversión extranjera, sino que consideren la innovación como factor determinante para constituirse como competidores a nivel mundial, además de brindar seguridad comercial y legal. Por lo que las políticas de estado deberán de ir encaminadas a promover el conocimiento innovador y el emprendimiento empresarial.”¹⁸²

Estimular el emprendimiento en Guatemala no se traduce en legislar un tema que a la fecha carece de una ley específica, sino velar por la seguridad y certeza jurídica en el entorno nacional en general y sobretodo en el ámbito comercial, para que la inversión extranjera se haga con seguridad y el riesgo de emprender sea sólo el de la naturaleza de un nuevo negocio y no de luchar contra un sistema corrupto.

En el tema de promoción del emprendimiento debe considerarse que si se pretenden desarrollar políticas empresariales, estas tienen que ser congruentes con la realidad nacional; en Guatemala se deberán crear políticas de inclusión tendientes a motivar el emprendimiento no sólo en los emprendedores promedio, sino también y con más urgencia a los emprendedores rurales. Por lo anterior, el tema de motivación a la empresarialidad debe de ser coherente con las necesidades del país, para que realmente se promueva un emprendimiento posible.

“En el reporte del GEM del año 2014, se destaca que en la población guatemalteca entre 18 y 64 años, un 20.4% se encuentra en las etapas iniciales de emprendimiento, mientras que un 7.5% son emprendedores con larga trayectoria. Esto da como resultado que la cifra total de la población involucrada en alguna actividad emprendedora sea de un elevado 27.9%, estos datos son relativamente mejores a los observados en años anteriores.”¹⁸³

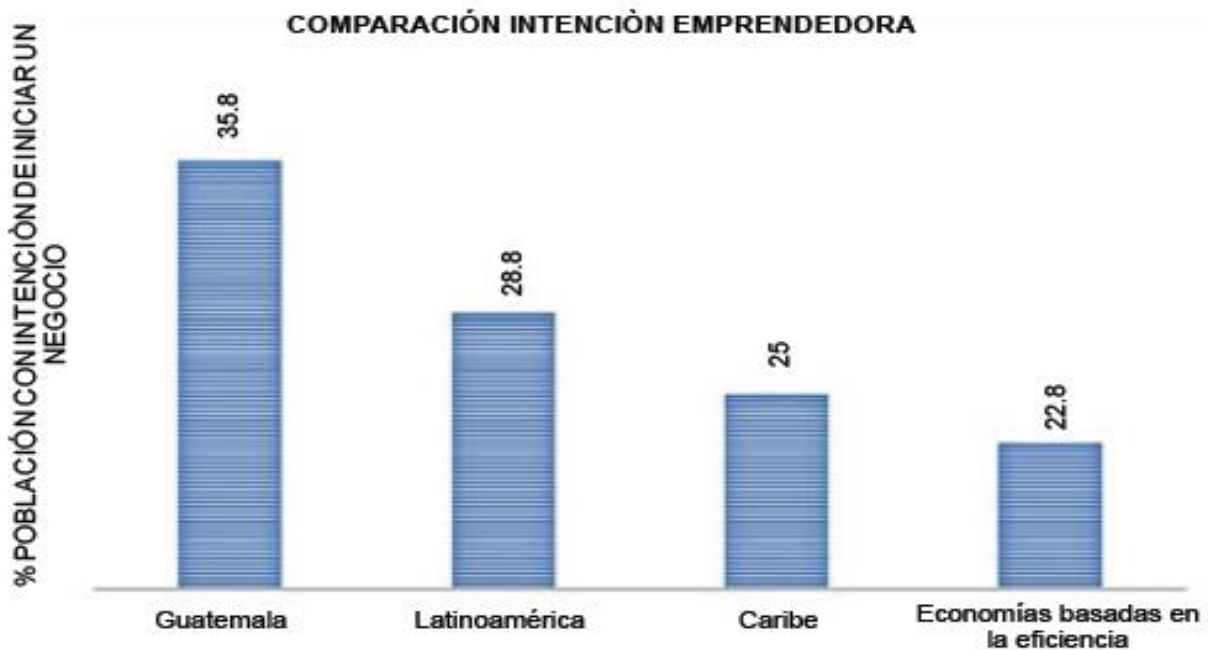
¹⁸² Petti, Claudio. *Cases in Technological Entrepreneurship: Converting Ideas into Value*. Northampton, MA, Estados Unidos. Edward Elgar Publishing Inc. 2009. Págs. 38-45.

¹⁸³ Facultad de Economía, Universidad Francisco Marroquín. *Op. Cit.* Pág. 27

De lo anterior se puede establecer que esta es la época ideal para iniciar políticas que promuevan el emprendimiento en el país, ya que tanto por las circunstancias económicas como políticas, por lo que es necesario aprovechar la ventana de oportunidad y generar un cambio.

Otros datos del informe de emprendimiento del GEM en Guatemala establecen que “además de destacarse por su elevada tasa de empresarialidad, Guatemala sobresale en su intención emprendedora. Los datos muestran cómo, también en esta rúbrica, Guatemala adelanta a otras economías con similares características.”¹⁸⁴

A continuación se muestra un gráfico obtenido del reporte GEM Guatemala,¹⁸⁵ que muestra la intención emprendedora comparada:



Fuente | *Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report*

La gráfica anterior refuerza la idea de que este es el momento justo para iniciar un proceso de cambio de pensamiento generacional, que motive a la empresarialidad y cree oportunidades de emprendimiento en el país.

¹⁸⁴Ibid. Op. Cit. Pág. 31

¹⁸⁵Loc. Cit.

3.1.1 Las incubadoras de negocios

“El movimiento de las incubadoras de empresas inicia en la década de los años treinta en la Universidad de Standford, en Estados Unidos. A través de estas incubadoras se estimula la creación de empresas o productos intensivos en tecnología, a partir del conocimiento generado y del capital humano formado en universidades y centros de investigación.”¹⁸⁶

“Las incubadoras de empresas son centros generadores de negocios, creados para acompañar, asesorar y capacitar a los emprendedores con el fin de transformar ideas en productos y servicios; además, se brinda una infraestructura que les permita desarrollar su propio negocio en un entorno que promueva la empresarialidad y la innovación mediante técnicas gerenciales que fortalezcan y desarrollen las capacidades.”¹⁸⁷

Se entiende que las incubadoras de negocios son centros especializados en generar y promover empresas, que brindan tanto información como asesoría en temas empresariales. La importancia radica en que estos centros se vuelven en los primeros promotores del emprendimiento ya que están especializados en temas empresariales y trabajan en función del emprendedor.

“Los países y regiones al atravesar momentos difíciles en materia de desarrollo económico han visualizado en las incubadoras, un instrumento de apoyo complementario a políticas públicas o privadas, puesto que permiten tener un vínculo con el sector empresarial, educativo y gubernamental, logrando con ello fusionar recursos materiales y humanos que fortalezcan el desarrollo económico y social.”¹⁸⁸

De lo anterior puede inferirse que las incubadoras de negocios han surgido como respuesta a las crisis económicas de los países, con el fin de asistir, capacitar y apoyar a los emprendedores y por medio de la empresarialidad generar bienestar y recuperar el equilibrio económico.

¹⁸⁶ García Amaya, Judith Azucena. *La incubadora de empresas, una alternativa para fomentar el desarrollo empresarial en el Estado de Oaxaca*. Tesis de Licenciatura, Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad Tecnológica de la Mixteca. Huajuapán de León, Oaxaca. Abril, 2003. Pág. 10

¹⁸⁷ Vinculación y desarrollo empresarial. Colección catálogos UEJED 2014. <http://vyde.ujed.mx/index.php/publico/incubadora/contenido/incubacion>
Consultada el 23 de octubre de 2015

¹⁸⁸ García Amaya, Judith Azucena. *Op. Cit.* Pág. 11

Con el objeto de apoyar y dar mejor seguimiento a los proyectos de emprendedores se ha creado un modelo de incubación de empresas que consta de tres etapas, aunque el mismo puede variar dependiendo del proyecto de incubación de negocios:

- “Etapa de preincubación: se ofrecen los servicios integrales de asesoría, capacitación e información sobre oportunidades de negocios, para la elaboración, desarrollo y terminación del plan de negocios.
- Etapa de incubación: ofrece los servicios integrales de asesoría especializada, consultoría, capacitación, información, orientación y enlaces de negocios, vinculados con las fuentes de financiamientos.
- Etapa postincubación: etapa de consolidación de la empresa.”¹⁸⁹

En Guatemala se tiene que aprovechar del momento generacional y político actual, además de la proliferación de programas emprendedores de las instituciones académicas en el país para fomentar no sólo el emprendimiento sino la creación de incubadoras de negocios, tanto en las universidades privadas como en la Universidad de San Carlos de Guatemala, con el fin de que la empresariedad sea un tema conocido y desarrollado en todos los sectores y niveles tanto económicos como sociales del país.

3.2 Emprendimiento y la tecnología

Un tema de actualidad que está relacionado con el emprendimiento y que genera empresariedad es el de la tecnología, que permite aprovechar de mejor manera los recursos con los que se cuenta, por lo que puede ser una motivación indirecta a generar un espíritu emprendedor en el país.

“Hace algún tiempo se asumía que las nuevas tecnologías sólo estaban a disposición de las grandes corporaciones y que solamente los productos y servicios ofrecidos por ellos podían cruzar las fronteras del comercio internacional, esta es una idea errada, ya que cada empresa por grande o pequeña que sea deberá de buscar las herramientas que le

¹⁸⁹ Vinculación y desarrollo empresarial. Colección catálogos UEJED 2014. <http://vyde.ujed.mx/index.php/publico/incubadora/contenido/incubacion>
Consultada el 23 de octubre de 2015

ayuden a construir y mejorar las ideas; la innovación no pertenece a un sector económico.”¹⁹⁰

“La nueva tecnología de productos y servicios incorpora el conocimiento desarrollado en varios niveles, desde la concepción principal del conocimiento básico (know how) hasta la ejecución del producto; por ejemplo, los archivos de música de MP3 para dispositivos como el iPod incorporan algoritmos matemáticos de alto nivel que se utilizan para la compresión del audio y el video, utilizan tecnología a nivel medio en la técnica para la producción de codificadores rotatorios *encoders* y tecnología en el nivel básico para implementar el codificador en el sistema de hardware usado para generar el archivo. Varios componentes para un solo producto sugieren que la tecnología es de espectro amplio dentro de una corporación, entre más niveles de tecnología maneje una empresa más actualizada estará.”¹⁹¹

El emprendimiento está relacionado directamente con este tema, ya que en la era tecnológica en la que se vive los cambios de mercado y de organización son dictaminados por los avances tecnológicos que hay, y una empresa para mantenerse vigente tiene que dinamizarse y actualizarse constantemente para no quedarse atrás en comparación con sus competidores.

“El nuevo ambiente socioeconómico es marcado y moldeado por la incesante introducción de nuevas tecnologías que están relacionadas con la innovación. En estos días los emprendedores están asociados con la capacidad de identificar las diferentes y potenciales tecnologías emergentes y conectarlas a los negocios y las ideas de empresas que se tengan, oportunidades que posiblemente otros empresarios no vean. Esta capacidad se vuelve una necesidad al hablar de empresarialidad, aunque el emprendimiento no gira únicamente en torno a la tecnología, es un elemento que puede determinar el éxito o no de una empresa, en especial marcará la rapidez de su crecimiento económico y de sus redes sociales a nivel local e internacionalmente.”¹⁹²

¹⁹⁰ Bhidé, Amar. *The Venturesome Economy: How Innovation Sustains Prosperity in a More Connected World*. Estados Unidos de América. Princeton University Press. 2008. Pág. 272.

¹⁹¹ Bhidé, Amar. *Op. Cit.* Pág. 60.

¹⁹² Fuers, Oren. Et. Al. *Op. Cit.* Pág. 25.

Puede establecerse que la tecnología juega un papel importante en el desarrollo de las empresas innovadoras ya que aún si un producto es necesario o se espera que lo sea en el futuro, el emprendedor debe de analizar si es realizable y la tecnología que se utilizará cumple con los requisitos para lograrlo. De nada sirve crear un negocio o producto que cuando salga al mercado no alcanzará a llenar las expectativas de los clientes a los que va dirigido, la tecnología va marcando el de actitudes que son necesarias en el mercado, por lo que las empresas deberán crear políticas de organización y producción que estén relacionadas con los nuevos avances e innovaciones y sobre esa línea crear nuevos patrones empresariales.

Se puede inferir también que, la viabilidad tecnológica es uno de los factores más importantes en un proyecto empresarial, ya que si se va a invertir una gran cantidad de dinero y tomará mucho tiempo en producirse y desarrollarse, los inversionistas pueden desanimarse y a largo plazo se puede perder la financiación del proyecto o bien invertir más de lo que puede recuperarse a corto plazo.

“El *“technological entrepreneurship”* o emprendimiento tecnológico es un proceso que une la tecnología, el desarrollo y la creación de nuevas empresas que utilizan las herramientas más actualizadas para desarrollar la innovación, desde el reconocimiento de la idea hasta la creación del negocio potencial que tengan gran valor y aporte económico y a su vez utilicen los nuevos descubrimientos para mejorar el mercado y transformar las oportunidades comerciales, los servicios y los negocios.”¹⁹³

Además de lo anterior en el tema de tecnología además es necesario tomar en cuenta que dejar pasar mucho el tiempo vuelve obsoletos los productos, por lo que el emprendedor debe ir siempre un paso adelante de lo nuevo, para ir abriendo brecha y marcar la diferencia y no conformarse con ser uno más, no sólo hacer las cosas bien, si no posicionarse como competidores únicos.

Este campo es uno de los más desarrollados y más importantes en la actualidad, ya que el mundo de la información y el internet han creado nuevas formas de comunicación que los

¹⁹³ Petti, Claudio. *Op. Cit.* Pág. Xii.

emprendedores deberán de utilizar para estar conectados al mercado y saber en qué sector deberán buscar las nuevas oportunidades de negocio.

3.2.1 Componentes de la empresarialidad tecnológica

Tomando varios aspectos en consideración, la empresarialidad tecnológica tiene tres componentes esenciales:¹⁹⁴

3.2.1.a) Componente empresarial: que es el conjunto de acciones que los individuos y empresas desempeñan para identificar aquellas situaciones distintivas que poseen potencial de emerger y de ser sujetas de convertirse en negocios que nadie más tuvo la visión de desarrollar.

3.2.1.b) Componente de administración: que se refiere a las acciones que toman los empresarios para desarrollar un valor atractivo y capaz de atraer e introducirse al mercado rápidamente, incluso con un modelo de mercado ya usado, pero aplicado al negocio propio de manera innovadora.

3.2.14.c) Componente ambiental: que se enfoca al conjunto de acciones formales e informales que la empresa utiliza para colaborar con instituciones y recursos que mejoren la tecnología pero sean socialmente responsables. Estas acciones incluyen políticas públicas, reglamentos y regulaciones, estándares de trabajo, recursos físicos, humanos, comunitarios y culturales.

“Un aspecto importante que brinda la tecnología en estos tiempos, es lo que se conoce como *networking* o la gestión de redes sociales; la creciente influencia y el esparcimiento de las pequeñas y medianas empresas en la economía global, se alimenta de las redes sociales que permiten expandirse más allá del mercado doméstico, ya que con la mínima inversión en tecnología un negocio puede expandirse en el mercado internacional con más rapidez. El éxito de una empresa orientada sólo al mercado local puede verse estancado

¹⁹⁴ Loc. Cit.

en el momento que sean incapaces de competir y establecer su mercado en varios lugares a la vez.”¹⁹⁵

Aprovecharse de los recursos que en la actualidad brinda la tecnología se vuelve parte vital para una empresa, un emprendedor que está actualizado utiliza herramientas como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, entre otros, para promocionar su empresa y para llegar a clientes más diversos en menor tiempo e invirtiendo menos recursos.

“En el tema de tecnología y empresarialidad es usual encontrar las empresas llamadas “*venture capital backed businesses*” que son empresas respaldadas por capital de riesgo, que es un modelo muy utilizado en negocios con base en la innovación tecnológica. Las llamadas empresas VC, son uno de los componentes en el juego de la innovación, de hecho varias empresas dedican sus recursos en innovar y desarrollar nuevos productos y procesos.”¹⁹⁶

“Las empresas de capital de riesgo manejan o concentran la mayoría de innovación tecnológica y tienden a focalizar su inversión en la tecnología más compleja; este tipo de empresas tienen el poder e incentivos necesarios en el mercado para maximizar sus ganancias basadas en el área tecnológica. Las empresas VC se dedican a financiar a otras que son nuevas y que necesitan inversionistas para desarrollar nuevas invenciones y negocios basados en la tecnología.”¹⁹⁷

No importa el objeto con el cual se cree una empresa, para poder desarrollar la empresarialidad y posicionarse dentro del mercado como emprendedor exitoso, es necesario que los empresarios inviertan sus recursos no solamente en el momento de crear el negocio, la innovación es una necesidad constante y latente, y su principal vehículo es la tecnología. El emprendimiento no es exclusivo de las empresas de base tecnológica, sin embargo, esta herramienta es fundamental para el desarrollo del emprendimiento en el mundo actual, ya que forma parte del modelo empresarial, tanto la

¹⁹⁵ V. Jones, Marian, Pavlos Dimitratos. *Op. Cit.* Pág. 217

¹⁹⁶ Bhidé, Amar. *Op. Cit.* Pág. 25.

¹⁹⁷ *Op. Cit.*

forma de negociar como la concretización de contratos y alianzas estratégicas van ligadas con las nuevas tecnologías.

Se puede establecer entonces que proyectos de incentivos tecnológicos para las nuevas generaciones son el futuro del mercado ya que cada día se crean nuevas formas de tecnología que con el paso del tiempo se vuelven indispensables, por lo que parte de ser un emprendedor es utilizar la tecnología para innovar y reconocer como implementarla dentro de su estructura de mercado y administración.

3.3 Emprendimiento como medida para combatir el desempleo y tecnificar al trabajador

“Los países industrializados han tenido una larga experiencia en la implementación de políticas de mercado de trabajo, estos programas se han vuelto relevantes también en las economías en transición, como respuesta a los problemas de desempleo.”¹⁹⁸

“En América Latina, los países han abierto sus economías y han implementado un número de reformas económicas que han aumentado el grado de interdependencia con el resto del mundo. Este proceso ha potenciado nuevas oportunidades de crecimiento, pero al mismo tiempo ha generado incertidumbre, ¿será que las políticas de emprendimiento combatirán el desempleo o hay un mayor riesgo? Lo anterior pone en evidencia la importancia de contar con instrumentos eficaces de protección al trabajo para evitar las pérdidas económicas y sociales asociadas con este proceso económico.”¹⁹⁹

Fomentar el emprendimiento no se refiere únicamente a tener programas aislados que promuevan actividades empresariales e innovadoras, se deberá tomar en cuenta que el impacto en el modelo emprendedor abarca mucho más que sólo el sector comercial, por lo que las políticas que tiendan a la empresarialidad deberán de integrar todos los sectores de productividad del país. Generando posibilidades de emprendimiento, se generarán nuevos empleos que a su vez pueden contribuir a la estabilidad laboral del país, que en la actualidad es uno de los fenómenos más debilitantes en las sociedades latinoamericanas y en especial en Guatemala.

¹⁹⁸ Velásquez Pinto, Mario D. *La protección frente al desempleo en América Latina*. Santiago de Chile. Comisión Económica para América Latina. Publicación de Naciones Unidas. 2005. Pág. 11

¹⁹⁹ *Ibid.* Pág. 9

“Como todo nuevo modelo que es implementado tanto a nivel nacional como corporativo, una organización deberá tomar en cuenta que para ser emprendedor exitoso es necesario el capital humano, que se considera como un conjunto de aptitudes físicas e intelectuales, que pueden verse modificadas por las condiciones en que se desarrollen los empleados, la alimentación y la salud dentro y fuera de la empresa; se irá construyendo a lo largo de la vida de la persona y se refuerza con la educación formal y la educación informal y se vuelve un activo para la empresa por medio de la experiencia.”²⁰⁰

Entender que el capital humano es importante para la empresa es una cualidad que debe de desarrollar el emprendedor, ya que potencializar el recurso humano de su empresa, le permite aprovechar de mejor manera los recursos con los que cuenta y motivar a la empresarialidad interna en su favor.

“A nivel microeconómico, las empresas con políticas emprendedoras deberán integrar dentro de su organización no sólo programas innovadores, si no que deberán tomar en cuenta que cada nuevo negocio o proyecto que se implemente puede significar la mejora o creación de nuevos empleos, por lo que se deberá de capacitar a los trabajadores sobre la empresarialidad y las nuevas tecnologías.”²⁰¹

Las oportunidades y posibles complicaciones que conlleva el proceso emprendedor exigen la formulación de objetivos más ambiciosos dentro de la empresa, que se traducen en cambios radicales para la organización y la implementación de un proceso constante de aprendizaje y perfeccionamiento tanto del emprendedor como de su equipo de trabajo, que debe incluir a todos los que desarrollan las actividades en una empresa.

“Durante los últimos años el emprendimiento se ha convertido en el foco de las políticas económicas globales, muchos estudios han identificado la contribución del emprendimiento a la reducción del desempleo y a la promoción del crecimiento económico. Sin embargo, muchos consideran que el desempleo es uno de los antecedentes de la empresarialidad; la

²⁰⁰ Giménez, Gregorio. *La dotación de capital humano de América Latina y el Caribe*. Revista de la CEPAL 86. Agosto 2005. Pág. 106

²⁰¹ Kantis, Hugo y Masahilo Ishida Masahiko Komori. *Op. Cit.* Pág. 17

relación entre ambos está en que la necesidad provocada por uno lleva a la búsqueda de nuevas ideas y proyectos que desarrollan el segundo de ellos.”²⁰²

La clave de utilizar el emprendimiento como herramienta para combatir el desempleo está en estimular la creación de nuevas empresas o motivar a las ya existentes a tomar riesgos y generar nuevas posibilidades, que a su vez generarán nuevas oportunidades de empleo; otro punto importante es que el emprendedor tomará las oportunidades y las convertirá en negocio, lo que le da más independencia a los trabajadores y la oportunidad de auto emplearse y generar más innovación.

Como ya fue comentado, las pymes pueden tener estructuras organizacionales que les permitan ser más flexibles e irse adaptando al cambio; aprovecharse de proyectos como el iTec de la Universidad del Valle de Guatemala o capacitarse en instituciones como el INTECAP, para poder ser independientes, generan nuevas posibilidades de empleo, lo que hace que las personas se vuelvan menos dependientes de grandes corporaciones y del Estado.

“En contraposición, Latinoamérica no tiene ni ha tenido un estado de bienestar como se constituyó en el continente europeo hace algunas décadas, tras el avenimiento de la globalización, el gran reto europeo ha sido mantener una economía competitiva que imponga objetivos a largo plazo en materia de educación, innovación y tecnología distribuidos equitativamente en toda la Unión Europea y que a la vez, ofrezca oportunidades y supere desafíos.”²⁰³

Se puede mencionar que en países como España, que cuenta con una ley específica de emprendimiento, están apuntando a políticas y normas que incentiven a los pequeños y medianos empresarios a crear e innovar; muchas empresas europeas son las que en la actualidad se han dedicado a la internacionalización y han formado alianzas estratégicas con regiones enteras como la centroamericana o con empresas en la región; a nivel local estas empresas buscan aliados comerciales en países menos desarrollados con otras oportunidades de mercado o que ofrezcan beneficios para expandirse comercialmente, lo

²⁰² Landoli, Luca, *et. al. Op. Cit.* Pág. 44.

²⁰³ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) Organización de las Naciones Unidas. *Superar la pobreza mediante la inclusión social.* Publicación de Naciones Unidas, New York, City. Febrero de 2008. Págs. 8 y 9.

que puede funcionar a la inversa para los emprendedores locales si se fomenta una cultura empresarial fuerte y se crea un apoyo al emprendedor pequeño para que busque acuerdos de cooperación con empresas extranjeras.

En un país como Guatemala el desafío es más complejo, ya que los empresarios están obligados a competir en la economía globalizada y al mismo tiempo afrontar los altos índices de pobreza y desempleo que atacan al país, además de la desigualdad salarial y la corrupción del sistema político y empresarial.

“La globalización despierta incertidumbre a nivel comercial, al mismo tiempo existe una heterogeneidad estructural de la economía que abarca la informalidad laboral, inestabilidad en el crecimiento profesional y personal, bajo nivel de protección y previsión social, la inequidad social y la poca preparación académica de la mayoría de la población.”²⁰⁴

De lo anterior se destaca que el bajo nivel de protección al desempleo obliga a que las políticas de Estado se enfoquen en este sector tan conflictivo y se motive no solo a emprender, sino el aprendizaje hacia la empresarialidad y se proporcionen herramientas académicas, empíricas, corporativas, tributarias, culturales, entre otras, que promuevan la estabilidad y el desarrollo.

“El principal rol del gobierno debería ser el de reunir las condiciones necesarias para reforzar los derechos de los ciudadanos en todos los niveles; a nivel de derechos de propiedad, de libertad individual y el desarrollo de las instituciones apropiadas que en la actualidad son vulnerados sin discriminación. Las intervenciones del gobierno en el contexto emprendedor no sólo pueden refrenar la acción creativa, sino que pueden generar incentivos y externalidades negativas que afectan más, en lugar de beneficiar a los emprendedores.”²⁰⁵

*“Las políticas de mercado de trabajo son aquellas destinadas a enfrentar o evitar el desempleo y apoyar a la fuerza de trabajo en riesgo de desocupación, mediante una intervención directa a través de políticas activas y pasivas”.*²⁰⁶

²⁰⁴ Loc. Cit.

²⁰⁵ Facultad de Economía. Universidad Francisco Marroquín. Op. Cit. Págs. 22-24.

²⁰⁶ Velásquez Pinto, Mario D. Op. Cit. . Pág 10.

“Las políticas activas incluyen los programas de capacitación, que son fundamentales para la empresarialidad, ya que en muchos casos la falta de conocimiento académico, puede compensarse con el desarrollo de oficios que puedan servir de herramientas para los pequeños y medianos empresarios; las políticas activas también incluyen los servicios de intermediación laboral o servicios de empleo, generando nuevas oportunidades de trabajo.”²⁰⁷

Las políticas de trabajo son una herramienta que deberán utilizar los Estados para promover el emprendimiento, creando programas de apoyo a los emprendedores que brinden información y capacitación, para generar nuevas oportunidades de empleo.

“Las políticas de mercado de trabajo pasivas, incluyen aquellas destinadas a quienes han perdido su empleo, creando programas sociales que tienen como finalidad capacitar y servir de intermediarios en aquellos periodos de desempleo y que motiven la innovación y la creación de nuevas empresas.”²⁰⁸

En Guatemala actualmente no existe un programa gubernamental dirigido a apoyar a las personas desempleadas, por lo que debe establecerse no sólo apoyo económico ante el desempleo, sino también generar nuevas oportunidades de autoempleo para este sector.

Mario Velásquez, en su artículo para CEPAL afirma “*En definitiva, avances significativos de la protección frente al desempleo están condicionados no sólo a la incorporación de programas no contributivos que permitan ampliar la protección a grupos no considerados en los diseños convencionales, sino que también con la aplicación de políticas activas de mercados de trabajo (...). Y es esta combinación entre políticas activas y pasivas, la que presenta el potencial de lograr resultados mayores que el posible de obtener con cada instrumento individualmente considerado, teniendo en cuenta que la combinación óptima de ellos, dependerá de las características económicas e institucionales de cada uno de los países.*”²⁰⁹

²⁰⁷ Loc. Cit.

²⁰⁸ Loc. Cit.

²⁰⁹ Ibid. Pág. 6.

De lo anterior resalta que una política de promoción al emprendimiento debe de contemplar también políticas de trabajo, ya sea activas para aprovechar el recurso humano como elemento importante de la empresa que es parte del modelo de empresariedad; o bien utilizar la promoción del emprendimiento como política de trabajo pasiva para combatir el desempleo.

“Centrándose en la región latinoamericana muchos estudios recientes realizados por la CEPAL, han reflejado que en estos países no existe un Estado de bienestar; el aparato productivo de la región es heterogéneo y se caracteriza por la importancia significativa del sector informal de bajo nivel de productividad, que da como consecuencias: en primer lugar a nivel social, que este sector de trabajadores carezcan de seguridad social; y a nivel estatal significa la falta de contribución al sistema y la no aportación tributaria se traduce a la imposibilidad del Estado de sostener los esquemas no contributivos del sector; lo que repercute en la falta de programas estatales de ayuda al desempleado o de ayuda al emprendedor.”²¹⁰

Por lo tanto, una política estatal que esté dirigida a la protección del empleo y a la lucha contra el desempleo deberá otorgar a sus ciudadanos la oportunidad de desarrollarse como individuos útiles, independientemente de su nivel social y/o académico, en sociedades como la de Guatemala, es importante fomentar acciones de emprendimiento que permitan luchar contra este vicio que ataca a la mayoría de la población que carece no sólo de recursos, sino de educación formal que les permita aspirar a un mejor nivel de vida dentro de sus posibilidades, lo que generará una economía nacional más estable.

3.4 Educación al emprendimiento

“Las barreras que dificultan el crecimiento de la productividad de las pequeñas y medianas empresas en Latinoamérica son diversas, pero se reconoce como esencial para entender la productividad de una economía la vinculación con la dotación de capital humano y las capacidades de su sector productivo. La explicación de la baja productividad de este

²¹⁰ Comisión Económica para América Latina. *Superar la pobreza mediante la inclusión social*. Santiago de Chile. Publicación de Naciones Unidas. 2008. Pág. 5.

segmento empresarial se encuentra relacionado también con los grandes desafíos educativos y formativos que enfrenta la región.”²¹¹

De lo anterior se infiere que uno de los más grandes retos para el emprendimiento, no solo en Guatemala sino a nivel región, es la falta de educación; en los países con altos índices de analfabetismo y poca cobertura educativa, se hace más difícil promover herramientas como la empresarialidad, ya que es la minoría de la población la que tiene acceso a la educación básica y el porcentaje de personas que tienen una educación universitaria es mínima a comparación de las economías más desarrolladas.

“Por un lado en América Latina persiste un atraso considerable en relación a otras regiones del mundo en términos del acceso, cobertura y número de años de escolaridad que acumula la población; a pesar de los avances importantes hechos en los últimos años en materia de educación, este rezago se manifiesta en los niveles educativos de la fuerza de trabajo, que se encuentran sustancialmente por debajo de los resultados de los países más desarrollados; otro problema que enfrenta la región son las altas tasas de deserción escolar y la temprana edad de inicio al mercado laboral.”²¹²

“El creciente interés académico en torno a la creación de empresas se basa en la evidencia de su contribución al desarrollo económico como impulsor de los procesos innovadores y a la generación de nuevos empleos. Esto ha llevado a los gobiernos e instituciones públicas, principalmente a las universidades, a establecer programas para apoyo a la creación de nuevas empresas y la promoción empresarial.”²¹³

Se puede establecer que la base del creciente interés al emprendimiento y a fomentarlo en las sociedades latinoamericanas se encuentra en el terreno académico, ya que las principales fuentes de información sobre temas empresariales nacen de la investigación universitaria.

“En el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas de base tecnológica, el sector universitario juega un papel crucial, una gran proporción de las nuevas empresas

²¹¹ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). *Perspectivas económicas de América Latina 2013*. OCDE/CEPAL 2012. Pág. 142

²¹² *Loc. Cit.*

²¹³ Vásquez Villalpando, José Ángel. *Creación de empresas en torno a las universidades por los ex alumnos de las mismas: análisis del ITESO*. Tesis Doctoral, Universidad Ramon Llull. Centro IQS School of Management. Barcelona. Pág. 20

tecnológicas que han surgido en los últimos años, son resultado de las investigaciones científicas realizadas dentro de las universidades. La orientación tecnológica adoptada por los Estados Unidos, ha sido utilizada como ejemplo de la participación activa de las universidades como incubadoras de empresas.”²¹⁴

“La relación entre la creación de empresas, el desarrollo económico regional y el empleo, ha hecho que las universidades dentro de sus actividades impulsen la generación y fortalecimiento de emprendedores. Para alentar el potencial emprendedor de las universidades se requiere tener innovación en los procesos de formación y entrenamiento de las habilidades críticas para el emprendedor, como lo son el liderazgo, el trabajo en equipo, la habilidad creativa para conseguir recursos de financiamiento, reconocimiento de oportunidades y un medio ambiente favorable para la creación de empresas.”²¹⁵

El número de Universidades a nivel mundial que ofrecen programas para emprendedores ha incrementado en los últimos años; como ejemplo, en Guatemala la Universidad Rafael Landívar y la Universidad Francisco Marroquín cuentan con programas dedicados exclusivamente a emprendedores, la Universidad San Pablo ofrece maestrías en entrepreneurship; y como se mencionó en el capítulo anterior, el iTEC UVG de la Universidad del Valle de Guatemala que ha implementado un programa de por sí innovador, con un objetivo emprendedor para las nuevas generaciones.

Lo anterior es resultado del cambio de perspectiva global en cuanto a la forma de hacer negocios en la actualidad, ser un buen empresario no es suficiente, no se trata de saber hacer bien los negocios, sino además aprender a hacerlos de forma diferente y el enfoque va dirigido a reforzar la educación sobre el emprendimiento.

“En Guatemala, en general el nivel educativo de los emprendedores es mayor al resto de la población guatemalteca; el porcentaje de la población con diversificado como mínimo es de

²¹⁴ Comisión Económica para América Latina y el Caribe y Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. *Reunión regional OMPI-CEPAL de expertos sobre el sistema nacional de innovación: propiedad intelectual, universidad y empresa*. Santiago, 1 al 3 de octubre de 2003.

²¹⁵ Vásquez Villalpando, José Ángel. *Op. Cit.* Pág.10

40.4% la dificultad de los emprendedores guatemaltecos de educarse y generar valor, también se relaciona con la incapacidad de generar empleo.”²¹⁶

“Del total de negocios de actividad emprendedora temprana TEA en Guatemala, el 35.9% son llevados a cabo por personas por un nivel bajo de educación formal, que no pasa de la primaria completa, de esta ponderación el 8.8% tienen nula escolaridad, el 10.7% primaria incompleta y el 16.7% primaria completa. En el nivel básicos el 10.7% completó el nivel, un 3.4% incompleto, diversificado un 31.2% de emprendedores que completaron el ciclo y un 1.9% que no terminó; a nivel de estudios superiores únicamente el 4.6% de emprendedores de negocios completó la universidad, mientras que el 12.6% interrumpió sus estudios.”²¹⁷

Una educación para el emprendimiento implica crear un ambiente empresarial positivo que promueva la innovación y la creatividad; la educación en este sentido no será solamente formal, ya que en un país como Guatemala una gran parte de empresarios no se han formado académicamente, sin embargo, eso no ha condicionado el éxito o fracaso de sus empresas. La educación deberá de ser tanto formal como cultural, promover el emprendimiento a nivel nacional y apoyar proyectos que impulsen la innovación y el emprendimiento tanto dentro como fuera de las aulas.

“Históricamente el concepto de familia ha estado asociado al desarrollo económico de las sociedades, está inmerso dentro de la sociología y la economía, ya que en muchas ocasiones los negocios se vuelven “*family affairs*” o asuntos de familia. Sin embargo, en la actualidad la teoría de la empresa se ha encargado de hacer la diferenciación entre familia y negocio, en los cuales se pueden observar determinadas características:”²¹⁸

“En primer lugar los negocios familiares son predominantes en la sociedad a nivel mundial, especialmente las pequeñas y medianas empresas, aunque muchos critiquen este tipo de organizaciones empresariales. Por otro lado, el aspecto negativo se refiere a que

²¹⁶ Facultad de Economía, Universidad Francisco Marroquín. *Op. Cit.* Pág. 13

²¹⁷ *Ibid.* Págs. 14-16

²¹⁸ Minniti, Maria. *Entrepreneurship: The Engine of Growth, Volumes 1-3 Volume 1 PEOPLE*. Londrés. Praeger. 2007. Pág. 81.

usualmente por la dinámica de la familiaridad las relaciones de trabajo se vuelven desordenadas y problemáticas.”²¹⁹

Sin embargo, en países como Guatemala, en este tipo de empresas es donde más se promueve o se incentiva el emprendimiento, ya que generalmente en las familias que tienen empresas de mucho tiempo, desde pequeños se les inculca a los hijos que deberán seguir el camino del negocio para mantenerlo vigente, lo que se traduce en una educación no formal que llama a la empresarialidad.

La promoción del emprendimiento en el país deberá ir tendiente a aprovechar las herramientas que se tengan para que el negocio crezca, muchas veces los empresarios van aprendiendo en el camino lo que les beneficia o no para su negocio, sin embargo, en una era tan competitiva tener la preparación académica abre muchas puertas, estar actualizado y ser innovador se vuelven características primordiales de un emprendedor, que deberá de sacar provecho de cada oportunidad, pero además debe tener la suficiente educación formal y empírica para poder destacarse en su giro comercial.

“Por otro lado, el conocimiento puede ser creado a través del emprendedor efectivo a nivel de organización ya que las actividades formales e informales de empresarialidad crean nuevo conocimiento que se convierte en revitalización de las competencias actuales de la empresa o crea nuevas competencias y modelos de negocios como lo son las alianzas estratégicas, que en la actualidad son un elemento de importancia en la fórmula del éxito y la internacionalización de pequeñas y medianas empresas, ya que la relación con otras organizaciones y el aprendizaje organizacional está estrechamente relacionado con el emprendimiento.”²²⁰

Por lo que se deberán crear estímulos que propicien un ambiente de empresarialidad que permita no sólo tener la educación académica sobre la empresarialidad, si no que se pueda desarrollar en la práctica y generar desarrollo tanto a nivel empresa, como a nivel país.

²¹⁹ *Loc. Cit.*

²²⁰ *Loc. Cit.*

En países como Chile existen proyectos de incentivo al emprendimiento como el *Junior World Entrepreneurship Forum (JWEF)*²²¹ que es un encuentro que tiene como propósito promover y acelerar el emprendimiento juvenil, el evento tiene como sede la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI). El objetivo es promover el emprendimiento entre los jóvenes y entregar un espacio de reflexión. En Argentina existe un Centro de Entrepreneurship IAE Business School que tiene como principal objetivo contribuir a crear y consolidar el ecosistema emprendedor en Argentina, además de motivar a emprender, fomentar el espíritu emprendedor como actitud de vida y crear valor a través de la creación de empresas.²²²

Aunque en Guatemala la empresarialidad como tal es un tema nuevo, ya existen proyectos académicos específicos de apoyo al emprendimiento empresarial, los más destacados son:

3.4.1 Programa de emprendedores de la Universidad Rafael Landívar

La Universidad Rafael Landívar tiene un Programa de Emprendedores, que realiza año con año diferentes actividades de promoción y apoyo a los emprendedores guatemaltecos; esta institución también cuenta con talleres afiliados a Instituciones como el Instituto de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo (INCYTDE) con el que han creado eventos como el de Innovación Tecnológica e Inversionistas 2014.

“El programa de emprendedores de la Universidad Rafael Landívar inicia dentro de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de esa casa de estudios en el año 2001; se implementa en el año 2002 transfiriendo el modelo del Tecnológico de Monterrey, México con la cooperación entre la Universidad Rafael Landívar y GTZ.”²²³

A la fecha se han realizado 12 ediciones de ferias empresariales y 12 convenciones de emprendedores.

“Dentro de los esfuerzos por generar emprendimiento de la Universidad se ha incluido el curso de Desarrollo de Emprendedores en todas las carreras de la Facultad de Ciencias Económicas Empresariales, en algunas carreras de la Facultad de Arquitectura y Facultad

²²¹ Foro Mundial de Emprendimiento Juvenil <http://www.garageuai.cl/noticias/foro-mundial-de-emprendimiento-juvenil-se-realizara-en-la-uai/> Consultado el 26 de octubre de 2014

²²² IAE Business School. Argentina. <http://www.iae.edu.ar/pi/centros/Entrepreneurship/Paginas/Mision.aspx> Consultada el 26 de octubre de 2014

²²³ Universidad Rafael Landívar. https://www.url.edu.gt/PortalURL/Principal_01.aspx?s=221 Consultada el 17 de octubre de 2015

de Humanidades. Este curso tiene como objetivo desarrollar la competencia de espíritu emprendedor, comprendido como la capacidad de generar, evaluar y desarrollar en equipo las innovadoras propuestas de negocios o proyectos sociales, permitiendo a los estudiantes disponer de herramientas para superar los diversos obstáculos que puedan encontrar en el desarrollo de sus empresas.”²²⁴

“El curso de desarrollo de emprendedores es una de las principales actividades del Programa, al finalizar el curso los estudiantes podrán reconocer sus fortalezas y debilidades respecto a las características emprendedoras; comprender las dimensiones del emprendimiento y su papel en cada situación; y llevar a cabo proyectos personales de emprendimiento.”²²⁵

“Como parte del curso los estudiantes deben realizar una muestra empresarial que es expuesta en la Feria de Emprendedores, que es otro de los proyectos de este programa; la muestra empresarial consiste en un stand que forma cada equipo para vender sus productos o servicios en los 11 campus de la Universidad, tendiendo alcance a toda la comunidad landivariana y otros visitantes.”²²⁶

3.4.2 Centro de Emprendimiento Kirzner-KEC- Universidad Francisco Marroquín

“El centro de emprendimiento Kirzner (KEC por sus siglas en inglés) de la Universidad Francisco Marroquín, fue creado por la Facultad de Ciencias Económicas de esa casa de estudios para profundizar en el estudio del emprendimiento y contribuir al desarrollo del mismo entre los estudiantes y en el país.”²²⁷

“El centro busca ser una fuente de información y de divulgación de las diversas teorías, herramientas y procesos que fomenten el interés por el emprendimiento como habilidad personal y medio de desarrollo económico y social. Asimismo busca ser punto de encuentro de empresarios, académicos y potenciales emprendedores guatemaltecos.”²²⁸

²²⁴ *Loc. Cit.*

²²⁵ WordPress. <https://emprendedoresurl.wordpress.com/patrocinadores/> Consultada el 23 de octubre de 2015

²²⁶ Universidad Rafael Landívar. https://www.url.edu.gt/PortalURL/Principal_01.aspx?s=221 Consultada el 23 de octubre de 2015. GTZ Cooperación Alemana al Desarrollo

²²⁷ Universidad Francisco Marroquín. <http://fce.ufm.edu/kec/centro-de-emprendimiento-kirzner/> Consultada el 23 de octubre de 2015

²²⁸ *Loc. Cit.*

El centro se especializa en tres áreas:²²⁹

- Educación: busca desarrollar experiencias educativas para alumnos y profesores. En la carrera de Administración de empresas, se cuenta con una especialidad en emprendimiento; el KEC persigue que el emprendimiento se perciba interdisciplinariamente, a través de cursos, talleres, conferencias, estudio de casos y programas especiales.
- Investigación: el objetivo final de esta área es conocer más sobre el emprendimiento, especialmente en Guatemala, documentando casos locales. La UFM fue aceptada en 2009 para participar en la investigación que hacer el GEM en el país.
- Servicio y apoyo a la comunidad: el objetivo es apoyar a través de la experiencia a individuos y proyectos fuera de la Universidad, cuentan con el programa First Tuesday Guatemala, destinado a fortalecer el entorno empresarial.

3.4.3 IE Business School

“IE Business School tiene el proyecto Venture Day es una competencia entre proyectos de emprendimiento que conecta a los mejores emprendedores con inversionistas locales. En el evento participan destacados profesionales, que en sus clases magistrales y paneles de discusión aportan conocimiento experiencia y a los proyectos más prometedores les apoyan con su inversión.”²³⁰

“En el año 2015 la competencia se llevó a cabo con la colaboración de la Universidad Francisco Marroquín que sirvió como anfitrión de la segunda Jornada IE Venture Day en Guatemala el 22 de octubre, en el Auditorio Milton Friedman de esa casa de estudios. En su primera edición en el 2014, el evento convocó a más de 40 proyectos emprendedores.”²³¹

“Venture Day Guatemala, como lo informa un artículo en el periódico Prensa Libre, es un concurso a nivel centroamericano en donde son seleccionados emprendedores que compiten para conseguir el capital necesario para desarrollar sus ideas que es el principal

²²⁹ Loc. Cit.

²³⁰ <http://venture-days.ie.edu/e/octubre-guatemala-2015>? Consultada el 23 de octubre de 2015.

²³¹ Loc. Cit.

reconocimiento del concurso; otros premios incluyen becas para estudiar el Global MBA de IE Business School en España, una plaza en el Bootcamp de Heuristica, asesoría del centro de emprendimiento Kizner, entre otras asesorías.”²³²

Este proyecto es un claro ejemplo de la relevancia que está tomando el tema en país y que existen personas que ya están trabajando para promover el emprendimiento en Guatemala y hacer la diferencia.

3.4.4 The Learning Group

The Learning Group está dedicado a desarrollar el talento humano de las organizaciones a través del aprendizaje innovador impartiendo diplomados y maestrías en entrepreneurship.²³³

Esta institución cuenta con varios programas académicos de formación, en alianza con otras instituciones académicas y empresariales.

Por ejemplo cuenta con un *Master of Entrepreneurship* (maestría en emprendimiento) que es un programa de titulación en alianza con la Universidad de San Pablo de Guatemala, adscrito a la Escuela de Liderazgo y Empresariedad; que es un programa de posgrado de un año de duración, con el objetivo de desarrollar competencias emprendedoras de alto impacto.”²³⁴

The Learning Group también cuenta con el programa *Business Academy*, que es un programa de formación de futuros gerentes. Una Universidad Corporativa abierta al público para aprender las herramientas que son relevantes en el mundo empresarial. El programa cuenta con 40 módulos que pueden tomarse por completo o por academias específicas.”²³⁵

Otros programas que se ofrecen son: consultraining, construcción de equipos de alto desempeño, sistemas de compensación integral, estrategias de comunicación interna “endomarketing” y asesoría organizacional.

²³² Prensa Libre, Suplemento Digital. <http://www.prensalibre.com/economia/Emprendedores-compiten-en-el-Venture-Day-a-Guatemala-0-1208879311.html> Consultada el 4 de octubre de 2014.

²³³ The Learning Group. http://thelearninggroup.com/?page_id=36 Consultada el 26 de octubre de 2014.

²³⁴ The Learning Group. <http://thelearninggroup.com.gt/master-of-entrepreneurship> Consultada el 23 de octubre de 2015

²³⁵ The Learning Group. <http://thelearninggroup.com.gt/business-academy> Consultada el 23 de octubre de 2015

Como puede verse, la mayoría de proyectos académicos de emprendimiento en el país son promovidos por la iniciativa privada; la intervención estatal se podrá hacer por medio del Ministerio de Educación implementando proyectos prácticos de empresarialidad en las escuelas públicas de todo el país, que promuevan la innovación y premien las ideas de los niños, para motivar desde edad temprana el emprendimiento e integrar en la educación formal elementos de la empresarialidad e innovación para las nuevas generaciones.

El Ministerio de Economía además de los proyectos que ya ha implementado por medio del Viceministerio para el Desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, deberá crear políticas estables y aplicables a la situación real del país que promuevan la empresarialidad en el área rural y con la ayuda de Instituciones como INTECAP se adiestre en forma gratuita o a precios accesibles a las personas del área rural de bajos recursos y se les apoye en la implementación de nuevos modelos de negocios.

Por lo que se deberán crear políticas públicas y privadas de incentivos para la innovación empresarial, incentivos fiscales, programas educativos en todos los niveles, incorporando dentro de los pensum de estudios, desde la primaria, proyectos de innovación que fomenten la creatividad en los estudiantes desde edad temprana. Además de incluir en los programas universitarios en todas las Universidades, tanto la estatal como las privadas, programas que promuevan el emprendimiento en todos los niveles, la toma de decisiones, la incursión en la empresa y toma de riesgos, además de motivar al estudiante a crear su propio negocio. Todos estos elementos para promover el emprendimiento empresarial en Guatemala desde la educación.

CAPÍTULO 4

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la presente investigación se propuso estudiar el emprendimiento empresarial y analizar los beneficios de su promoción y desarrollo en el país. En el primer capítulo, el emprendimiento empresarial, se expusieron los antecedentes del tema, la definición y elementos del emprendimiento para poder tener una idea general de lo que es la empresarialidad para poder aplicarla y determinar los beneficios de su desarrollo.

En segundo capítulo titulado el emprendimiento y la economía mundial, se hizo la relación entre la economía mundial, el emprendimiento y las pequeñas y medianas empresas, ya que a estas últimas se dirigen varias de las políticas macroeconómicas que tienen como fin promover el emprendimiento empresarial, sobre todo en países de la región latinoamericana.

Por último, el capítulo tres, motivación y educación al emprendimiento, expuso la motivación a la empresarialidad y cuáles son los elementos que deberán fortalecerse para lograr desarrollar el emprendimiento empresarial en Guatemala, tomando en cuenta tanto los avances tecnológicos como herramientas de emprendimiento, así como el rol que juega la educación en la empresarialidad.

El marco teórico de la investigación presenta todos los elementos que se deben tomar en cuenta para poder plantear en el futuro proyectos concretos que promuevan y desarrollen el emprendimiento empresarial en Guatemala, para poder obtener beneficios a nivel país.

Tomar el concepto de emprendimiento y ponerlo en práctica, puede cambiar paradigmas sobre la forma de hacer negocios y de organizar las empresas guatemaltecas, y podría ayudar a desarrollar nuevas formas de funcionamiento y relaciones entre empresas y sus empleados, innovación en la forma de empleo y aumentar las inversiones tanto nacionales como extranjeras.

Lo anterior se reflejará también en el hecho que entre más crezcan las empresas de manera sostenible, más aumentarán las fuentes de empleo, lo que producirá más oportunidades para grandes visionarios con pocos recursos. Por ser un tema desarrollado en países industrializados que mantienen relaciones comerciales con Guatemala, el

implementar estructuras emprendedoras puede atraer inversionistas extranjeros que ayuden a proporcionar los fondos necesarios para desarrollar el emprendimiento empresarial en las pequeñas y medianas empresas.

Darle notoriedad y presentar las ideas primarias de un concepto nuevo en el país que ha tomado cierta importancia en la actualidad, pero que aún no se ha desenvuelto en su totalidad, servirá de fundamento para que en un futuro se puedan establecer y desarrollar grandes planes e investigaciones sobre el mismo.

Para poder tener una noción real de la aplicación práctica del tema en el ámbito empresarial y legal de Guatemala, se utilizaron como instrumentos de investigación: en primer lugar entrevistas que fueron realizadas a veinte empresarios, comprendidos entre las edades de 25 a 45 años, guatemaltecos, dueños de empresas o que ocupan cargos de dirección dentro de las mismas; se recabó la información de personas con empresas pequeñas, medianas y grandes, para determinar si existe un conocimiento del emprendimiento como forma de hacer negocios. Todos los entrevistados tienen sus empresas en el Departamento de Guatemala.

Para estudiar la perspectiva jurídica del emprendimiento en la actualidad se realizaron cuadros de cotejo que comparan las distintas leyes y políticas que existen en la región que promueven el emprendimiento ya que como profesionales del Derecho es importante no sólo tener conocimiento de las leyes y políticas locales, sino que deberán de estudiarse las normas internacionales relacionadas con el emprendimiento para poder dar una asesoría empresarial completa.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

4.1 Presentación de resultados de las entrevistas hechas a los empresarios guatemaltecos

La primera pregunta planteada a los entrevistados fue: ***¿Ha escuchado del emprendimiento empresarial?*** El 85% de la muestra tomada contestó afirmativamente a la pregunta, mientras que el 3% contestó de manera negativa.

La gráfica contenida en el **Anexo 1.1** del presente trabajo de investigación, identificada como **Gráfica 1**, refleja que en la actualidad el tema del emprendimiento es bastante promocionado en cierto sector de la población y que ya no es un tema reservado para las economías más desarrolladas, sino existen en países en desarrollo como Guatemala, inicios de una tendencia emprendedora; como se observó también en la investigación, datos del GEM muestran que en Guatemala sí existe emprendimiento, y hay ciertas conductas que pueden ser tomadas como empresarialidad que son utilizadas por los empresarios aún sin saber que están aplicando elementos emprendedores en sus empresas.

Por lo que el conocimiento sobre el tema existe, lo importante es generalizarlo y promoverlo como una conducta aplicada por todas las personas en todo el territorio nacional.

Seguidamente se les preguntó ***Si la respuesta es afirmativa ¿dónde escuchó del emprendimiento empresarial?*** Los resultados se exponen en el **Anexo 1.2, Gráfica 2** y son los siguientes: el 80% de la muestra tomada contestó que ha escuchado del emprendimiento empresarial por fuentes académicas, el 15% en medios de comunicación y el 5% por otros medios.

De la muestra tomada, el 80% de los empresarios tiene estudios universitarios por lo menos a nivel licenciatura, de los cuales 60% a asistido a una universidad privada, por lo que el resultado que la mayoría tenga conocimiento del tema por factores educativos es congruente, ya que en la actualidad en Guatemala la mayoría de programas sobre el emprendimiento está dirigido a determinado sector de la población, el que tiene acceso a la educación superior.

Es importante consultar la fuente del conocimiento sobre el emprendimiento, ya que esa es la forma de determinar qué sectores deberán fortalecerse en temas empresariales para provocar un cambio real en el país.

Los resultados del cuestionario hecho a empresarios evidencia que la mayoría de profesionales o de dueños de negocios que poseen un nivel alto de escolaridad, cuentan

con conocimientos teóricos sobre el tema de empresarialidad, algunos incluso han sido parte de programas, posgrados, foros y actividades dedicadas a los emprendedores, impartidos por instituciones educativas; sin embargo, la importancia promocionar y desarrollar el emprendimiento empresarial en Guatemala radica en que por las condiciones del país, es vital brindar a la población rural, que constituye la mayoría, la oportunidad no sólo de aprender sobre la empresarialidad y la innovación, sino apoyar concretamente al desarrollo de los emprendedores guatemaltecos del área rural.

Que el tema de emprendimiento sea hasta cierto punto un tema académico en la actualidad ofrece beneficios porque se está enseñando una técnica empresarial aplicable, sin embargo es importante considerar que Guatemala es un país que posee un alto índice de analfabetismo y que la mayoría de la población no tiene acceso a la educación; si se toma en consideración además que los programas académicos emprendedores en la actualidad están dirigidos por las universidades privadas del país, el sector de la población con acceso a una educación al emprendimiento se reduce aún más.

Otro tema que salta a la vista es que si la información se adquiere mayormente por medios académicos, los proyectos de emprendimiento no son desarrollados a nivel país, ya que de la muestra solo uno de los entrevistados ha escuchado del emprendimiento por un programa llevado a cabo en la Cámara de Comercio de Guatemala, y otro de los entrevistados asistió a una feria de emprendedores. Lo anterior refleja que aunque ya hay una cantidad importante de esfuerzos en el tema de emprendimiento guatemalteco, esta información no se encuentra generalizada, por lo que implementar el emprendimiento como herramienta de desarrollo económico y social, debe de crearse estrategias que abarquen a toda la población independientemente de su nivel social, económico y académico.

La tercera pregunta hecha fue *¿Se considera emprendedor?*, la gráfica identificada en el apartado de anexos como **Anexo 1.3 Gráfica 3**, muestra que el 85% de los entrevistados se considera tanto empresario como emprendedor, el argumento utilizado por la mayoría es la visión que han tenido de emprender nuevos proyectos, investigar, conocer y tomar nuevas oportunidades de negocio. Mientras que el 15% de la muestra tomada no se considera emprendedor

El cuarto cuestionamiento fue, ***Si la respuesta es afirmativa ¿Por qué?***, según la información obtenida los que se consideran emprendedores coinciden en que los que los distingue como tales es el riesgo que tomaron en formar sus empresas y aventurarse en los negocios. Se consideran emprendedores porque han buscado aplicar nuevos conceptos en sus empresas que los distinguen de los demás.

Otros mencionaron que se consideran emprendedores porque son innovadores en sus empresas y están buscando la actualización constante de sus negocios para estar vigentes en el gusto de los clientes a quienes se dirigen. Ser emprendedores significa que están en actualización constante de su negocio y estar al tanto de las nuevas tecnologías para implementarlas en las empresas.

Promover el emprendimiento con su equipo de trabajo y aplicar nuevas prácticas laborales, también fue considerado como un punto que diferencia a los empresarios comunes de los emprendedores, ya que el emprendimiento se puede aplicar en todos los sectores de la empresa y ser innovador también se debe procurar tener formas innovadoras de hacer negocios y de dirigir las empresas.

El quinto planteamiento hecho fue: **¿Cuáles considera las 3 características más importantes de un emprendedor?**, según la gráfica contenida en el **Anexo 1.4, Gráfica 4**; los resultados obtenidos fueron: el 95% de los entrevistados mencionó entre las características más importantes la toma de riesgos, el 80% de los entrevistados mencionó como característica primordial de los emprendedores la innovación y para el 75% de la muestra es importante la capacitación; estas tres características fueron las más mencionadas por el total de la muestra.

Las tres características mencionadas por los empresarios entrevistados son los elementos principales de la empresariedad, lo que demuestra que la muestra posee conocimientos previos del emprendimiento y lo que esto conlleva.

En cuanto a las distinciones de un emprendedor, los entrevistados destacaron que sus empresas son exitosas por la calidad de las personas con las que trabajan y el tiempo que se invierte en tratar de distinguir su empresa de las demás ofreciendo calidad de productos y contando con un equipo humano capacitado y motivado; entre los requisitos que consideraron indispensables para ser emprendedor se encuentran: potenciar el recurso humano, la investigación sobre la competencia, definir una misión y visión clara, esfuerzo, dedicación e innovación, conocimiento del mercado, constancia y resiliencia.

En sexto lugar se preguntó: **¿Qué elementos de empresarialidad aplica en su empresa?** y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Los empresarios más jóvenes de la muestra tomada, que se consideran además emprendedores, tienen claro que la innovación es necesaria porque el entorno de negocios cambia y la empresa debe ser parte del cambio o ser el motor que lo provoque, ya que ir un paso adelante de la competencia da la ventaja. Sin embargo, este pensamiento para algunos de los empresarios entrevistados con más años en el negocio, no es el punto focal de su estrategia, se tiene la idea que la innovación es esencial cuando se inicia un negocio, sin embargo al tener una empresa consolidada, adaptarse significa hacer unos pequeños cambios a la fórmula que ya dio éxito.

Para los empresarios que formaron parte de la muestra emprender implica iniciar un proyecto y estar dispuesto a asumir los riesgos que conlleva y tener la confianza en las habilidades y recursos con los que se cuenta para poder tener éxito; y el dirigir una empresa en marcha lo convierte en empresario. Para un emprendedor es importante tanto la actividad individual como la motivación que promueva un ambiente laboral estable y el emprendimiento en su equipo de trabajo.

Como séptimo cuestionamiento se planteó **¿Considera que es necesario promover el emprendimiento empresarial en Guatemala?** De los resultados obtenidos que se muestran como **Anexo 1.5 Gráfica 5**, se destaca que para el 85% de la muestra sí es necesario promover el emprendimiento empresarial en Guatemala, mientras que para el 15% no es prioridad.

La mayoría de los entrevistados considera importante promover en Guatemala el emprendimiento empresarial, lo que refleja que en la actualidad los temas de empresarialidad ya son necesarios para los empresarios, y desarrollarse en un ambiente empresarial que apoye el emprendimiento y las pequeñas y medianas empresas en el país.

Seguidamente se hizo la consideración ***Si su respuesta fuera positiva ¿Por qué?*** y dentro la información obtenida se destaca que los entrevistados concuerdan en que en Guatemala es importante promover el emprendimiento para crear nuevos espacios de oportunidad empresarial que impacten la economía del país.

Algunos consideran que tener un país que promueva el emprendimiento influye en la percepción internacional de las empresas guatemaltecas y les permite abarcar mercados internacionales más fácilmente, además de que son mejor vistas por los inversionistas extranjeros.

Sobre la misma línea, otros entrevistados mencionaron que es importante tener una sociedad emprendedora ya que en la actualidad las nuevas empresas están generando más empleo y oportunidades en el país, y fomentar el emprendimiento ayuda a que sean menos las personas desempleadas e inactivas económicamente, por lo que generará un beneficio a nivel país.

Como punto nueve se preguntó ***¿De qué manera cree que se puede promover el emprendimiento en Guatemala?*** Y los resultados obtenidos muestran que para los entrevistados la manera de promover el emprendimiento en el país es empezar por la educación, que desde el nivel diversificado se lleven cursos de emprendimiento y se refuercen en los programas educativos universitarios, en todas las carreras.

El conocimiento académico está al alcance de la minoría de la población que tiene acceso a una educación superior, ya que los fundamentos de la empresarialidad están enfocados a personas de cierto nivel académico y social, por lo que el tema a nivel nacional es nuevo y no es aplicado, por lo que enfocarse en proporcionar a nivel general no sólo las herramientas académicas, sino también las empíricas y la motivación para aprender,

emprender e innovar pueden marcar la diferencia entre un país que avance y un país que se encuentra estancado, en donde la mayoría de la población sufre de desempleo y analfabetismo y la brecha entre la clase alta y la baja es abismal.

Otro tema que se resaltó fue el apoyo a los empresarios por parte del Gobierno, creando incentivos fiscales de ayuda, sobre todo a las pequeñas empresas en los años de formación y crecimiento, aminorando las cargas fiscales para que estas empresas puedan consolidarse y al mismo tiempo existan menos empresarios informales en el país.

Para algunos es importante utilizar los medios de comunicación como herramienta de promoción para los distintos programas emprendedores que existen en el país, para propagar la información sobre el tema, sobretodo en el área rural y utilizar las redes sociales para llegar a más personas.

La investigadora opina que, la intervención estatal también se podrá hacer por medio del Ministerio de Educación implementando proyectos prácticos de empresariedad en las escuelas públicas de todo el país, que promuevan la innovación y premien las ideas de los niños, para motivar desde edad temprana el emprendimiento e integrar en la educación formal elementos de empresariedad e innovación para las nuevas generaciones.

El Ministerio de Economía además de los proyectos que ya ha implementado por medio del Viceministerio para el Desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, deberá crear políticas estables y aplicables a la situación real del país que promuevan la empresariedad en el área rural y con la ayuda de Instituciones como INTECAP se adiestre en forma gratuita o a precios accesibles a las personas de bajos recursos y se les apoye en la implementación de nuevos modelos de negocios.

Cómo décima planteamiento se solicitó a los entrevistados: ***Mencione 3 beneficios que considera traerá para el país promover el emprendimiento***; los resultados se muestran en el **Anexo 1.6, Gráfica 6**, en la que se refleja que para el 95% de los entrevistados promover el emprendimiento traerá crecimiento económico; el 85% mencionó de igual manera el desarrollo social; y por último el tercer beneficio en el que coincidió un 80% de la muestra tomada fue en que existirá menos desempleo.

Con la respuesta de los entrevistados se resuelve la incógnita preliminar a este trabajo de investigación de manera muy concreta, ya que enfocarse en promover el emprendimiento en el país, se traducirá en más fuentes de trabajo, no sólo para el sector empresarial actualmente consolidado en el país, sino que también para el área rural que es la más marginada y la que sufre más el costo de la inflación y de las nuevas tecnologías que van reemplazando la necesidad del recurso humano, lo que se traduce en crecimiento económico.

Los beneficios de tipo económico: promover la empresarialidad y la innovación, permitirá darle dinamismo a la economía nacional, por medio de nuevas empresas y proyectos que se atrevan a hacer las cosas de manera diferente y dará la libertad profesional de no depender de una empresa que los contrate. Implementar el emprendimiento e innovación proporcionará una herramienta de auto empleo para aquellas personas que tengan ideas novedosas y tomen el riesgo de emprender y al mismo tiempo generará empleo para los colaboradores de los mismos, por lo que se creará una cadena de valor que active la economía y se vuelva un motor para los pequeños y medianos empresarios, que en la actualidad no son reconocidos como fundamento de la economía guatemalteca.

Otro factor considerado por los empresarios entrevistados es el desarrollo social que se provocará con la promoción del emprendimiento en el país. Este tema va ligado al crecimiento económico como consecuencia del mismo, ya que mejorar la economía tanto nacional como personal, genera desarrollo en el país.

Lo expuesto con anterioridad traerá implicaciones de tipo social, ya que el disminuir la tasa de desempleo y aumentar la calidad de vida de las personas, sobretodo en el área rural, reducirá la brecha entre clases sociales y aminorará el descontento general de la clase trabajadora mal remunerada. Otro tema de tipo social es que el introducir una forma de pensar y acciones innovadoras a una cultura como la guatemalteca, ayudará a cambiar paradigmas pre establecidos y a fomentar en las nuevas generaciones el espíritu emprendedor.

Como fue mencionado ya otro beneficio es aminorar la tasa de desempleo ya que generar oportunidades empresariales repercutirá en un sector de la población que se encuentra

inactivo económicamente. El generar emprendimiento tiene que ir ligado también a la creación de empresas formales ya que de esta manera la empresarialidad beneficiará no sólo al empresario, sino al país, ya que se reflejará en la recaudación tributaria, lo que le permitiría al Estado promover no sólo el emprendimiento sino también reforzar políticas públicas para combatir el desempleo y la desocupación.

Para determinar la opinión sobre el aspecto legal de la promoción de emprendimiento en Guatemala como pregunta once se planteó **¿Cree que es necesario tener una ley de emprendimiento en Guatemala?**; los resultados que se muestran en el **Anexo 1.7, Gráfica 7**, se indica que para un 30% de la muestra sí es necesario tener un cuerpo legal que regule el emprendimiento; mientras que para un 70% de la muestra no se necesita una ley de emprendimiento en Guatemala.

Al cuestionar como punto 12 a los entrevistados **¿Por qué?** consideran necesario o no tener una ley de emprendimiento, los resultados obtenidos muestran que para la mayoría no es necesario tener una ley de emprendimiento en Guatemala, porque existe la creencia que las leyes no se cumplen, sólo crean barreras al comercio y a la inversión por lo que una ley no mejorará la situación; además que muchas veces la intervención estatal entorpece los procedimientos.

Otros opinaron que sí es necesaria una ley, pero que la misma sea eficiente y se cumpla, de no ser así no vale la pena contemplar una ley que promueva la empresarialidad. Para otro empresario es necesario tener una ley que regule el emprendimiento y la competencia para dar certeza jurídica a las transacciones que se hacen con otras empresas fuera de Guatemala.

Todos los entrevistados concuerdan además que en Guatemala el sistema se ha corrompido tanto que el problema no se mejorará sólo con hacer una ley, deberá de procurarse que se cumplan todas las leyes existentes y que además las leyes que ya no se acoplen a la realidad nacional o entorpezcan el comercio sean derogadas o modificadas.

Se puede concluir entonces que estimular el emprendimiento en Guatemala no se traduce en legislar un tema que a la fecha carece de una ley específica, sino velar por la seguridad

y certeza jurídica en el entorno nacional en general y sobretodo en el ámbito comercial, para que la inversión extranjera se haga con seguridad y el riesgo de emprender sea sólo el de la naturaleza de un nuevo negocio y no de luchar contra un sistema corrupto.

Fortalecer el marco jurídico mercantil del país promoverá el emprendimiento en todos los sectores; fomentar y mantener un sistema legal y de control que promueva la regularización de los empresarios informales y cree incentivos emprendedores, beneficiará al país desde la perspectiva fiscal e impulsará la inversión en proyectos empresariales tanto a nivel local como internacional.

4.2 Legislación y políticas sobre el emprendimiento

Para tener el enfoque del emprendimiento desde el punto de vista jurídico se desarrollaron cuadros de cotejo que exponen la legislación vigente sobre el emprendimiento a nivel nacional, las leyes de promoción empresarial a nivel regional y las políticas vigentes de promoción al emprendimiento a nivel centroamericano, para desarrollar desde el punto de vista jurídico la intervención estatal para la promoción del emprendimiento.

Se tomaron como muestra los países centroamericanos, ya que es importante analizar la región centroamericana que en la actualidad tiene muchos proyectos de emprendimiento en común; además de España y México, por ser los países que influyen la mayoría de las políticas y normas en el país. Ver **Anexo 1. Cuadro 1.**

4.2.1 Países latinos con leyes específicas sobre el emprendimiento

Analizando la información expuesta en el **Anexo 2.2 Cuadro 2**, se puede determinar, en primer lugar que Guatemala no es un país con una ley de emprendimiento y que son los países con economías más desarrolladas que cuentan con leyes específicas de emprendimiento.

Cómo se reflejó en la primera parte de la presentación, análisis y discusión de los resultados obtenidos, el sector empresarial no considera necesario tener una ley de emprendimiento en Guatemala, lo anterior se debe a que en la actualidad el país cuenta con muchas leyes que regulan todos los aspectos de la sociedad guatemalteca, pero que no todos son instrumentos normativos congruentes con las necesidades del país.

En Guatemala a la fecha no existe una ley de emprendimiento que defina los elementos esenciales de la empresarialidad y los procesos aplicables para las empresas innovadoras en el país; sin embargo, la investigadora considera que no es necesario emanar una ley de emprendimiento como tal, que pueda limitar la empresarialidad en el país en lugar de promoverla, sino que debe reforzarse el marco jurídico vigente actual, sobretodo en la rama mercantil.

También es importante considerar que un Abogado Corporativo necesita tener conocimiento sobre la legislación internacional en temas relacionados, ya que existen además de las normas ordinarias locales, tratados o acuerdos con otros países que sí tienen legislación sobre el emprendimiento, que puede ser beneficioso para el negocio de los clientes a los que se asesora, por lo que la función del Abogado debe expandirse y tecnificarse en todos los temas relacionados con la empresa, en especial con el emprendimiento.

4.2.2 Países con leyes tendientes a la empresarialidad

A pesar de que en muchos países no existen leyes específicas de emprendimiento, sí se ha contemplado dentro su legislación, normativas que fomentan de forma indirecta el emprendimiento y las pequeñas y medianas empresas como lo muestra el cuadro contenido en el **Anexo 2.3 Cuadro 3**; sin embargo, por la misma naturaleza y el fin primordial de la empresarialidad, el comercio y la productividad, no se puede restringir en un solo cuerpo normativo todo lo relacionado con el emprendimiento, ya que en lugar de promoverlo, puede limitar la empresarialidad en el país.

La estrategia debería de estar orientada a crear normas que promuevan la empresarialidad y creen incentivos, que faciliten el acceso a la tecnología y a la educación, que premien la innovación para beneficio nacional, además que brinden seguridad jurídica en el momento de realizar acciones comerciales.

Guatemala es un país que tiene una gran cantidad de leyes que regulan todos los ámbitos de la sociedad, sin embargo, muchas de esas leyes no son congruentes con las necesidades actuales del país, en especial en temas relacionados con la empresarialidad, la inversión extranjera y la colaboración comercial. Sobre legislar un tema, no siempre

contribuye al avance porque puede limitar los procesos emprendedores en lugar de promoverlos, por lo que deberá de procurarse tener políticas y normas concretas que ayuden al emprendedor y creen estímulos directos, sin sujetar la empresarialidad y el actuar de las empresas a trámites burocráticos innecesarios que puedan ser más perjudiciales que beneficiosos.

Habrá que tomar en cuenta que por la misma naturaleza del Derecho Mercantil, entre más formalismos se pretendan implementar, existe menos dinamismo comercial y por ende se desnaturalizan las relaciones mercantiles y en lugar de promover la empresarialidad se desmotiva la inversión. Se tendrá que hacer un análisis de la legislación existente en la materia para determinar si esta es coherente con las necesidades comerciales actuales, ya que en Guatemala hay un Código de Comercio que no se ajusta a las nuevas formas internacionales de hacer negocios y eso puede significar un impedimento para fomentar el emprendimiento en empresas nacionales con miras a internacionalizarse y también puede repercutir en la inversión extranjera en negocios locales; otro tema en cuanto a la legislación mercantil es la correcta aplicación de los Tratados internacionales vigentes en pro de las empresas guatemaltecas en general y no orientado al beneficio de un sector específico en el país. .

De conformidad con lo anterior, otro factor que deberá de analizarse en el tema de las leyes con tendencia a la empresarialidad, es que en Guatemala se encuentran vigentes Convenios y Tratados internacionales que requieren ciertos compromisos a nivel país; es necesario fortalecer el marco jurídico ordinario para poder implementar las exigencias que nacen de estos convenios internacionales; lo anterior para garantizar que en Guatemala existan leyes que respalden el comercio tanto dentro como fuera del país y permitan realmente aplicar elementos emprendedores en las empresas y educar a la empresarialidad en el país.

Otra forma de promover el emprendimiento es por medio de la creación de estímulos fiscales, beneficios en la tributación pueden ser una manera de incentivar a las pequeñas y medianas empresas a innovar y arriesgarse a emprender. En muchos países la forma de estimular directamente el emprendimiento es a través de estímulos fiscales; en la

legislación guatemalteca no existe a la fecha una norma fiscal tendiente a la promoción de empresas innovadoras, ni para la inversión en pequeñas y medianas empresas que sirva como estímulo directo a la empresarialidad en el país.

En cuanto a las leyes relacionadas con el emprendimiento y la inversión extranjera en pequeñas y medianas empresas, en agosto del año 2014 el Instituto de Derecho Mercantil del país, indicó que Guatemala es el único país en Latinoamérica que no posee Ley de Competencia, y según los compromisos adquiridos dentro del Acuerdo de Asociación con la Unión Europea se tiene hasta el 30 de noviembre de 2016 para cumplir, según lo aseguró Ricardo Sagastume, presidente del Instituto y aunque existe una iniciativa de ley que tuvo sus detractores, a la fecha no se ha concretado. Que el tema de competencia aún no esté regulado en comparación con otros países provoca incertidumbre jurídica frente a posibles inversionistas extranjeros, lo que se hace necesario para poder promover el emprendimiento y hacer alianzas comerciales internacionales.

Lo anterior refleja la necesidad actual de evaluar el marco jurídico vigente en el país para fortalecer la normativa que favorezca la empresarialidad, y tener en cuenta que no sólo se necesita una ley de competencia para cumplir con una exigencia que nace de un acuerdo internacional, sino que además esta ley deberá ser coherente con la realidad nacional y debe enfocarse en promover el comercio interno y externo y la inversión en nuevas empresas, sin que se restrinja el actuar comercial y por lo tanto se perjudique la empresarialidad en el país.

4.2.3 Países centroamericanos con políticas de emprendimiento vigentes

Las políticas presentadas en el **Anexo 2.4 Cuadro 4**, son aquellas que se encuentran vigentes en la región centroamericana y nacen como compromiso del Sistema de Integración Centroamericana y la política emprendedora regional que se está promoviendo.

Panamá aún no cuenta con un documento que presente la política de emprendimiento según los compromisos del SICA, pero si se llevó a cabo los días 30 y 31 de marzo de 2015, una reunión multianual de expertos sobre inversión, innovación y emprendimiento para el mejoramiento de la capacidad productiva y del desarrollo sostenible; con el fin de presentar el plan estratégico 2015-2019 en apoyo a las mipymes y el emprendimiento.

Tener políticas públicas que analicen la situación actual de emprendimiento en cada uno de los países y que sean congruentes con las necesidades de la región, se convierten en la herramienta más importante para los Estados, ya que la empresarialidad y la motivación al emprendimiento se vuelven en un tema de gobierno, lo que genera beneficios a nivel nacional.

Lo más importante a considerar será que las políticas se apliquen y sea entorno a ellas que los gobiernos programen sus planes de gobierno y los programas estatales, para que no se conviertan nada más en un proyecto presentado y no concretado. La etapa más difícil es la promoción y aplicación de estas políticas, que es lo que generará el cambio y marcará los beneficios del desarrollo empresarial y el emprendimiento en Guatemala.

El gobierno deberá tomar en cuenta que es necesario la promoción de políticas públicas y privadas de incentivos para la innovación empresarial, incentivos fiscales, programas educativos en todos los niveles, incorporando dentro de los pensum de estudios, desde la primaria, proyectos de innovación que fomenten la creatividad en los estudiantes desde edad temprana.

Además de incluir en los programas universitarios en todas las Universidades, tanto la estatal como las privadas, programas que promuevan el emprendimiento en todos los niveles, la toma de decisiones, la incursión en la empresa y toma de riesgos, además de motivar al estudiante a crear su propio negocio. Por lo anterior es imperativo crear un marco institucional que promueva los incentivos correctos y que los programas gubernamentales sean efectivos y proporcionen apoyo y respuestas a los guatemaltecos, además de crear parques científicos e incubadoras de negocio que apoyen efectivamente los nuevos negocios y los que están en crecimiento

Las políticas para promover el desarrollo empresarial deberán de tener en cuenta que incentivar mediante la flexibilidad de los tributos puede ser beneficioso para el aparato estatal, ya que promoviendo el sector de los pequeños y medianos empresarios de manera formal, integrará a la economía a este sector informal, que suele ser tan descontrolado en países como Guatemala, y permitirá a ambas partes beneficiarse de la empresarialidad.

Las políticas de Estado deberán estar orientadas a crear normas que promuevan la empresarialidad y creen incentivos económicos, fiscales, sociales, entre otros, que faciliten el acceso a la tecnología y a la educación, que premien la innovación para beneficio nacional y además brinden seguridad jurídica en el momento de realizar acciones comerciales dentro y fuera del país; estas normas deberán procurar la promoción del emprendimiento, no la limitación del mismo.

A lo largo de la investigación, se insistió en la importancia del emprendimiento aplicado dentro de las empresas, para generar un crecimiento económico a nivel nacional; una sociedad que promueva la empresarialidad y la innovación es una sociedad que avanza. El punto de partida para incluir políticas de emprendimiento en la cultura guatemalteca, es la educación y la motivación para el desarrollo del emprendimiento; la políticas deberán reforzar la implementación de una educación emprendedora que promueva la innovación y la creatividad, que incluya tanto la educación formal que en la actualidad es de suma importancia para mantener la competitividad, como también es necesario un cambio de pensamiento social que fomente una cultura nacional de empresarialidad, que apoye proyectos no solamente académicos sino que exista apoyo concreto para el emprendedor guatemalteco.

También es importante hacer mención que la educación a la empresarialidad no es exclusiva de carreras universitarias con base económica, ya que como fue expuesto en la investigación, cualquier persona puede ser emprendedora desde su profesión, ejerciendo la misma de manera innovadora, capacitándose constantemente y tomando en cuenta los nuevos modelos de negocios, de relaciones laborales y la organización de empresas, independientemente del giro de la misma.

La pregunta de investigación planteada al inicio fue ¿Qué beneficios tiene la promoción del emprendimiento empresarial en Guatemala?, fundamentada en el objetivo general planteado que fue: analizar los aspectos que componen el emprendimiento empresarial, para determinar los beneficios de su promoción y desarrollo en Guatemala.

Los beneficios que traería la país desarrollar y motivar al emprendimiento se pueden concretar en: crecimiento y desarrollo a nivel general; en el aspecto económico, generar

nuevas empresas con modelos emprendedores le dará mayor competitividad a las empresas guatemaltecas, ya que es un tema de impacto internacional y adicionalmente creará más oportunidades tanto de autoempleo, como la generación de nuevos empleos en el país; lo anterior provoca un desarrollo social en el país ya que brindará nuevas oportunidades de crecimiento personal y profesional a todos los sectores de la población, lo que a su vez promoverá un ambiente de bienestar nacional.

Por otra parte el impacto del emprendimiento en Guatemala se reflejará también tanto en la forma de hacer negocios como en la forma de enseñarlos, implementar el emprendimiento desde la educación temprana brindará más opciones a los guatemaltecos frente a los mercados internacionales y tecnificará al trabajador en todos los ámbitos, si se aprende a utilizar el emprendimiento como herramienta económica de desarrollo; lo que marca un beneficio a nivel cultural que se reflejará a largo plazo, fundamentado en la educación.

Por lo anterior es imperativo crear un marco institucional que promueva los incentivos correctos y que los programas gubernamentales sean efectivos y proporcionen apoyo y respuestas a los guatemaltecos, además de crear parques científicos e incubadoras de negocio que apoyen efectivamente los nuevos negocios y los que están en crecimiento. Este es un beneficio tal vez parecerá intangible pero el promocionar y desarrollar el emprendimiento en el país, a nivel jurídico exige llevar a cabo un análisis de las leyes aplicadas al comercio y a la empresa, para determinar si existe realmente en Guatemala un marco jurídico que apoye al emprendimiento; de la misma manera exige el cumplimiento de la normativa vigente tanto para los empresarios guatemaltecos como los inversionistas extranjeros y las entidades relacionadas en la actividad comercial.

Lo anterior beneficiará al país al generar modelos de leyes que sean congruentes con la situación política y social actual de Guatemala, que sirvan como herramientas de aplicación de la política *Guatemala Emprende*; a la vez, sugiere la creación de estímulos fiscales concretos para las empresas innovadoras, y aquellas que sean consideradas pymes que estén promoviendo el emprendimiento en el país, con el fin de que estas empresas sean parte del comercio formal y se cree un beneficio tanto estatal, por la recaudación tributaria de las nuevas empresas, como de desarrollo empresarial por la protección a las mismas.

Dentro del tema laboral, el emprendimiento marca nuevas formas de motivación a los emprendedores, tanto estimulando el autoempleo por medio de la creación de nuevas empresas, para combatir el desempleo en el país; como también muestra como las ideas empresariales actuales consideran al recurso humano de las empresas como un activo que puede utilizarse en favor de las mismas, generando políticas de trabajo estables tanto activas como pasivas, además de procurar la capacitación constante de los trabajadores, la introducción a las nuevas tecnologías y la educación al emprendimiento para mejorar la función del trabajador dentro de la empresa.

Los objetivos específicos trazados fueron:

- Desarrollar la definición y elementos principales del emprendimiento;
- Analizar la relación del emprendimiento, la economía mundial y las pequeñas y medianas empresas; y
- Determinar los factores de motivación para promover la empresarialidad en Guatemala.

Se alcanzaron los objetivos planteados al inicio de esta investigación ya que se desarrolló tanto la definición como los elementos del emprendimiento y el papel de los emprendedores en la sociedad, lo que permitió tener una noción de la empresarialidad como herramienta económica de aplicación en las empresas, para establecer los beneficios de su promoción y desarrollo en Guatemala.

De igual manera se analizó la relación del emprendimiento, la economía mundial y las pequeñas y medianas empresas, con el fin de determinar el impacto de los modelos emprendedores en estas empresas y establecer la importancia de tener políticas empresariales y públicas, que busquen reforzar el actuar de las llamadas pymes con espíritu empresarial para utilizarlas como herramienta que genere crecimiento económico en el país.

Se hizo una relación de los factores que motivan la empresarialidad, para determinar las áreas en las que deberá de promoverse el emprendimiento en el país para provocar dinamismo en la economía guatemalteca y promover el bienestar de la población en general por medio de la implementación del emprendimiento en Guatemala. Además se

resaltó la importancia de utilizar la educación como herramienta para la empresarialidad a nivel país.

Por lo tanto, si se cumplieron con los objetivos planteados y además se establecieron los principales beneficios de promover y desarrollar el emprendimiento en Guatemala.

Los nuevos conceptos siempre son retos que se deben de afrontar y sacar lo mejor de ellos, y el introducir a Guatemala un cambio en el punto de vista empresarial y tomar los fundamentos de la empresarialidad como bases para el desarrollo de cualquier empresa y además educarse en el emprendimiento y la innovación será uno de los retos más grandes a nivel nacional y el trabajo deberá ser consiente y constante; pero el cambio es la llave que necesita el país para iniciar nueva época de prosperidad, activar la economía guatemalteca no beneficia sólo a un sector del país, beneficia a todos.

Guatemala necesita inspiración, una inspiración emprendedora.

CONCLUSIONES

1. De la investigación realizada se puede determinar que el emprendimiento es una herramienta económica actual que representa una nueva forma de ver y organizar las empresas, tomando los elementos de riesgo e innovación como parte de las nuevas formas de organización empresarial, desde los productos, servicios, procesos y la misma gestión de las empresas.
2. Los emprendedores son los protagonistas de la empresarialidad, y juegan un rol importante en la creación de valor empresarial en la sociedad, pero no son personas extraordinarias genéticamente propensas a emprender, sino son aquellos que se atreven no sólo a hacer las cosas bien, sino a hacerlas de forma diferente y a crear oportunidades para el desarrollo económico personal y nacional; cualquier persona puede implementar elementos de empresarialidad en el giro de su negocio, sin importar cuál sea.
3. La empresarialidad y los elementos del emprendimiento son aplicados en las economías más desarrolladas, y van encaminadas a crear nuevas formas de hacer negocios principalmente enfocados en las alianzas comerciales, los negocios en bloque y la internacionalización de las empresas, desde el punto de vista de trascender las fronteras locales tanto en relaciones comerciales como en colocación de productos y servicios; lo anterior considerado desde la misma organización de la empresa.
4. En la actualidad, muchas políticas latinoamericanas se han desarrollado en torno al fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas en la sociedad, como factor de crecimiento económico, motivando la creación de empresas emprendedoras que cambien los paradigmas establecidos y además promuevan la empresarialidad a nivel interno y externo.
5. La motivación al emprendimiento es un tema que abarca varios aspectos de las empresas desde el uso de la tecnología en todas las áreas de la empresa, como herramienta de crecimiento y aplicación de la empresarialidad, hasta la creación de incubadoras de negocios, especializadas en la promoción de las nuevas empresas con espíritu emprendedor.

6. A pesar de que en Guatemala el emprendimiento ha tomado auge hasta en los últimos años, existen en el país entidades tanto públicas como privadas, empresariales como académicas, especialmente en el sector de la educación privada universitaria, de apoyo a los emprendedores, que son el principal medio para la promoción del emprendimiento en el país.
7. Guatemala no cuenta con una ley ordinaria específica de emprendimiento, como existe en algunos países más desarrollados, sin embargo, la promoción y desarrollo del emprendimiento en el país no se hará mediante la promulgación de una ley específica que pretenda normar el emprendimiento; es necesario reforzar el marco jurídico existente, analizar el Código de Comercio vigente y fortalecer las normas tendientes a la empresarialidad, que sean congruentes con la política actual de emprendimiento en el país.
8. La participación en políticas públicas de promoción de la empresarialidad en la región, en especial, Guatemala Emprende, son un esfuerzo a nivel país de fomentar el emprendimiento en Guatemala y generar un cambio económico nacional.
9. Los beneficios de la promoción del emprendimiento en las empresas guatemaltecas son: el crecimiento económico, desarrollo social, una herramienta para combatir el desempleo, cambio en las prácticas laborales actuales y cambio en la educación del país como instrumento de capacitación profesional empresarial; lo anterior no enfocado a un sector específico, sino que sirva como herramienta de desarrollo empresarial a nivel país, sobretodo se estimule el crecimiento económico en el área rural.

RECOMENDACIONES

1. Para el sector gubernamental: el Estado de Guatemala debe garantizar a los ciudadanos la seguridad jurídica en la actividad mercantil en el país, para promover el emprendimiento y las alianzas comerciales internacionales; teniendo un marco jurídico sólido y congruente con las necesidades actuales de los guatemaltecos. Además se deberá de incluir dentro de los planes de gobierno la creación tanto de políticas activas y pasivas de empleo orientadas a la capacitación sobre el emprendimiento, como programas específicos de promoción y desarrollo del emprendimiento empresarial a nivel país, para promover el autoempleo y el apoyo a las pequeñas y medianas empresas locales.
2. Para el gremio de Abogados y Notarios, dedicados al Derecho Corporativo: exigir el cumplimiento de la legislación vigente en el país, en materia comercial; además de procurar mediante la asesoría jurídica de sus clientes, proyectos de emprendimiento que fortalezcan el sector empresarial guatemalteco.
3. Para el sector educativo en Guatemala: El tema educación está ligado al emprendimiento ya que para que realmente se genere un cambio en Guatemala es necesario fomentar la empresarialidad desde la academia y utilizar este elemento como herramienta principal de promoción al emprendimiento tanto dentro como fuera de las aulas; la empresarialidad deberá de motivarse en todos los niveles académicos y sociales.
4. Para el sector empresarial: es necesario el apoyo tanto a este sector, como que el gremio empresarial consolidado en Guatemala, promocióne acciones de emprendimiento en el país, con la finalidad de que toda la población tenga acceso no sólo a la información sobre el tema, sino además se cuenten con programas concretos de emprendimiento empresarial guatemalteco, que no dependan únicamente del Estado.

REFERENCIAS

Referencias bibliográficas

1. Acúa, Rubén. *La importancia del proceso emprendedor en la Argentina post-crisis 2002 y las asimetrías en la evaluación de factores influyentes en el financiamiento de empresas jóvenes*. Santiago de Chile. Colección de Proyectos CEPAL. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Naciones Unidas. Julio 2009.
2. Aidis, Ruta, Friederike Welter. *The Cutting Edge. Innovation and Entrepreneurship in New Europe*. Gran Bretaña. MPG Books Ltd, Bodmin. 2008.
3. Amorós, José Ernesto. Niels Bosna. *Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report*. Universidad del Desarrollo and Global Entrepreneurship Research Association (GERA) 2014.
4. Audretsch, David B. et. al. *Entrepreneurship and Economic Growth*. New York. Oxford University Press, Inc. 2006.
5. Barrios Marcelo. et. al. *Entrepreneurship*. Buenos Aires, Argentina. Temas Grupo Editorial SRL. 2004.
6. Bhidé, Amar. *The Venturesome Economy: How Innovation Sustains Prosperity in a More Connected World*. Estados Unidos de América. Princeton University Press. 2008.
7. Bojica Ana María. *Entrepreneurship a nivel organizacional: Influencia del conocimiento desde una perspectiva relacional*". Granada, España. Tesis de Doctorado en Organización de Empresas. Universidad de Granada. Marzo, 2009.
8. Comisión de las Comunidades Europeas. Libro verde: *El espíritu empresarial en Europa*. Bruselas, documento basado en COM (2003) 27, versión final.
9. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) Organización de las Naciones Unidas. *Superar la pobreza mediante la inclusión social*. Publicación de Naciones Unidas, New York, City. Febrero de 2008.
10. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). *La actividad de las mujeres ante el desempleo del cónyuge*. Montevideo. CEPAL Marco del Convenio

- de Cooperación Técnica entre la CEPAL y el Gobierno de Uruguay-Ministerio de Economía y Finanzas. Septiembre 2002.
11. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). *Perspectivas económicas de América Latina 2013*. OCDE/CEPAL 2012
 12. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). *Superar la pobreza mediante la inclusión social*. Santiago de Chile. Publicación de Naciones Unidas. Febrero, 2008.
 13. Comisión Económica para América Latina y el Caribe y Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. *Reunión regional OMPI-CEPAL de expertos sobre el sistema nacional de innovación: propiedad intelectual, universidad y empresa*. Santiago, 1 al 3 de octubre de 2003.
 14. Corduras Martínez, Alicia. *Estudios de Economía Avanzada*. Madrid, España. Instituto de Empresa, Business School. Vol. 24-2. 2006.
 15. Dini Marco y Giovanni Stumpo (comp). *Políticas para la innovación en las pequeñas y medianas empresas en América Latina*. Santiago de Chile. Colección de Proyectos CEPAL. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Naciones Unidas. Junio, 2011.
 16. Dini, Marco *et. al.* *Pymes y articulación productiva. Resultados y lecciones a partir de experiencias en América Latina*. . Santiago de Chile. Colección de Proyectos CEPAL. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Unidad de Desarrollo Industrial y Tecnológico Naciones Unidas. Noviembre, 2007.
 17. Dini, Marco y Giovanni Stumpo. *Políticas para la innovación de las pequeñas y medianas empresas en Latino América*. Santiago de Chile. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) Naciones Unidas. Junio 2011.
 18. Elfring, Tom. *Corporate Entrepreneurship And Venture*. New York. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data; Springer Science+ Business Media Inc. 2005.
 19. Elizalde Hevia, Antonio. *Planificación estratégica territorial y políticas públicas para el desarrollo local*. Santiago de Chile. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES). Febrero, 2003.

20. Facultad de Economía, Universidad Francisco Marroquín. Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional de Emprendimiento. Guatemala, 2014-2015. Noviembre, 2014.
21. Fuerst, Oren. *et. al., From Concept to Wall Street*. New Jersey, New York. Financial Times Prentice Hall, Pearson Education, Inc. 2003.
22. Galicia, Bic. *Innovación empresarial: Manuales prácticos de la PYME*. Santiago de Compostela. C.E.E.I. GALICIA, S.A. 2010.
23. García Amaya, Judith Azucena. *La incubadora de empresas, una alternativa para fomentar el desarrollo empresarial en el Estado de Oaxaca*. Tesis de Licenciatura, Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad Tecnológica de la Mixteca. Huajuapán de León, Oaxaca. Abril, 2003. Pág. 10
24. Garzón Benítez, María Dolores. *Entrepreneurship y el Papel de los Emprendedores en la Sociedad: El caso del Instituto de Ideas como Pionero Universitario*. Tesis Doctoral Universidad Politécnica de Valencia. Valencia, 2010.
25. Giménez, Gregorio. *La dotación de capital humano de América Latina y el Caribe*. Revista de la CEPAL 86. Agosto 2005.
26. Gómez Ramos, Teresa. *La capacitación como herramienta para el impulso del emprendimiento de las productoras de artesanías de la comunidad Los Morales del Municipio de Sololá, en el Departamento de Sololá*. Tesis de Licenciatura en Mercadotecnia, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Rafael Landívar. Guatemala. Junio 2010.
27. Harper, David A. *Foundations of Entrepreneurship and Economic Development*. New Fetter Lane, Londres, Inglaterra. Taylor & Francis e-Library. 2003.
28. Haugaard, Soren. *The Business Idea: The early stages of entrepreneurship*. Alemania. Editorial Springer. 2005.
29. Heller, Lidia. *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Santiago de Chile. Comisión Económica para América Latina. Publicación de Naciones Unidas. Enero de 2010.
30. Hjorth, Daniel y Chris Steyaert. *Aesthetics of Entrepreneurship*. Cheltenham Uk. Northampton, MA, Estados Unidos. Edward Elgar. 2009.

31. Holtz-Eakin, Douglas y Harvey S. Rosen (comp). *Public Policy and the Economics of Entrepreneurship*. Londres, Inglaterra. Massachusetts Institute of Technology, Cambridge. 2004.
32. Landoli, Luca, et. al. *Entrepreneurship, Competitiveness and Local Development Frontiers in European Entrepreneurship Research*. Gran Bretaña. Editorial Edward Elgar Publishing, Inc. 2007.
33. Jiménez, Juan Pablo y Andrea Podestá. *Inversión, incentivos fiscales y gastos tributarios en América Latina*. Santiago de Chile. Comisión Económica para América Latina. Publicación de Naciones Unidas. Marzo 2009.
34. Jones Marian V., Dimitratos Pavlos. *Emerging Paradigms in International Entrepreneurship*. Gran Bretaña. Edward Elgar; McGill International Entrepreneurship. 2004.
35. Kantis, Hugo y Masahilo Ishida Masahiko Komori. *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Banco Interamericano de Desarrollo Social, Departamento de Desarrollo Sostenible. Biblioteca Felipe Herrera. Marzo, 2002.
36. Koeppe, Rob. *Clusters of Creativity*. Gran Bretaña. John Wiley & Sons, LTD. 2002.
37. Landström, Hans. *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research*. Boston. Institute of Economic Research, Lund University School of Economics. Springer Science+ Business Media, Inc. 2005.
38. Lederman, Daniel et. al. *“El emprendimiento en América Latina: Muchas empresas y poca innovación”*. Resumen. Washington, DC. Estados Unidos. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/ Banco Mundial. Estudios del Banco Mundial sobre América Latina y El Caribe. Creative Commons Attribution CC BY 3.0. 2014
39. Lerner, Josh. *Innovation, Entrepreneurship and Financial Market Cycles*. Paris, Francia. OECD Publications. 2010.
40. Mayo, Anthony J. y otros. *Entrepreneurs, Managers, and Leaders. What the Airline Industry Can Teach Us About Leadership*. Estados Unidos. Palgrave Macmillan. 2009.
41. Minniti, María. *Entrepreneurship: The Engine of Growth, Volumes 1-3*. Estados Unidos de America. Praeger. 2007.

42. Organization for Economic CO-Operation and Development. *Removing Barriers to SME Access to International Markets*. Singapore. OECD. 2008.
43. Petti, Claudio. *Cases in Technological Entrepreneurship: Converting Ideas into Value*. Northampton, MA, Estados Unidos. Edward Elgar Publishing Inc. 2009.
44. Políticas para la innovación de las pequeñas y medianas empresas en Latino América. Santiago de Chile. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) Naciones Unidas. Junio 2011.
45. Rodríguez Valencia, Joaquín. *Administración de Pequeñas y Medianas Empresas*. México, Distrito Federal. Thomson Editores, S.A. de C. V. 2002.
46. Romero Martínez, Ana María. *Cambios en la iniciativa emprendedora de las empresas privatizadas en España*. Madrid. Tesis de Doctoral. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Departamento de Organización de Empresas. 2003.
47. Santibañez, Edgardo. *Desarrollo competitivo de un clúster biotecnológico: el Biopolo de Santiago. Competitividad nacional y regional para la investigación, desarrollo e innovación en Chile. Atributos determinantes para el desarrollo de industrias intensivas en conocimiento. Volumen I*. Santiago de Chile. Impreso en Naciones Unidas. Julio, 2010.
48. Sastre, Raquel F. *La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento, en Ciencias Administrativas*, Revista Digital Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional de la Plata. Año 1-Nro. 1, Buenos Aires Argentina.
49. Silver, Robert Mark. *Doing Business in Minority Markets*. New York. Garland Publishing, Inc. 2000.
50. Sin-Kwok Wong, Raymond. *Chinese Entrepreneurship in a Global Era*. New York. Routledge, Taylor & Francis Group, 2008.
51. Varela V, Rodrigo. *Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial*. Volumen I. Cali, Colombia. Universidad Icesi- Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial. 2011.
52. Vázquez Villalpando, José Ángel. *Creación de empresas en torno a las universidades por los ex alumnos de las mismas: análisis del ITESO*. Tesis Doctoral, Universidad Ramon Llull. Centro IQS School of Management. Barcelona.

53. Velásquez Pinto, Mario D. *La protección frente al desempleo en América Latina*. Santiago de Chile. Colección de Proyectos CEPAL. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Naciones Unidas. Diciembre, 2005.
54. Vesga, Rafael. *Emprendimiento e Innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta?* Facultad de Administración, Universidad de los Andes. Colombia.
55. Yago Glenn y otros. *Entrepreneurship in Emerging Domestic Markets*. Milken Institute. Santa Mónica, California. Springer. 2008.

Referencias legales

1. Asamblea Nacional. *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Costa Rica. 21 de diciembre de 2010
2. Congreso de Colombia. *Ley 1014 de 2006, de fomento a la cultura del emprendimiento*. 26 de enero de 2006.
3. El Senado y Cámara de Diputados de la Nación de Argentina reunidos en Congreso. *Creación del Programa Nacional de Apoyo al Empresario Joven*. 6 de febrero de 2004.
4. Jefatura de Estado. Juan Carlos I Rey de España. *Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internalización*. Publicada el 28 de septiembre de 2013 en el Boletín Oficial del Estado. Preámbulo.
5. Viceministerio de Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa. *Guatemala Emprende*. Ágora Consulting. Guatemala, 2015.
6. Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, Ministerio de Economía. *Política Nacional de Emprendimiento El Salvador*. CONAMYPE. El Salvador, 2014.
7. Gobierno de la República de Honduras, Secretaría de Desarrollo Económico. *Estrategia de Fomento al Emprendimiento de Honduras*. Honduras, 2014.
8. Ministerio de Economía, Industria y Comercio. *Política Nacional de Emprendimiento*. Administración Chinchilla Miranda 2010-2014. Costa Rica, diciembre 2010. Págs.

Referencias electrónicas

1. Cámara de Industria de Guatemala. <http://www.industriaguatemala.com/guatemala-emprende>.

2. Forbes Centroamérica, versión digital <http://www.forbes.com.mx/los-12-millonarios-mas-importantes-de-centroamerica/>
3. Foro Mundial de Emprendimiento Juvenil <http://www.garageuai.cl/noticias/foro-mundial-de-emprendimiento-juvenil-se-realizara-en-la-uai/>
4. <http://lasmariasceramica.com/programa-desafio-las-marias-ceramica.php>
5. <http://venture-days.ie.edu/e/octubre-guatemala-2015?>
6. IAE Business School. Argentina. <http://www.iae.edu.ar/pi/centros/Entrepreneurship/Paginas/Mision.aspx>
7. Instituto Nacional de Estadística de Guatemala. <http://www.intecap.edu.gt/oml/images/publicos/ENEI.pdf>
8. Instituto Técnico de Capacidad y Productividad. <http://www.intecap.edu.gt/index.php/acerca-de-nosotros/135-quienes-somos>.
9. Invest in Guatemala. Agosto, 2013. <http://www.investinguatemala.org/>.
10. iTEC Universidad del Valle de Guatemala Programa Tecnológico 4 Grados Norte. <http://www.itec4gn.uvg.edu.gt/>
11. Organismo Ejecutivo, Ministerio de Economía. Viceministerio de desarrollo de la microempresa, pequeña y mediana empresa. Guatemala. <http://www.mineco.gob.gt/desarrollo-de-la-mypime>
12. Prensa Libre, Suplemento Digital. http://www.prensalibre.com/economia/Emprendedores-compiten-en-el-Venture-Day-a-Guatemala_0_1208879311.html
13. Real Academia Española. <http://lema.rae.es/drae/?val=>
14. Universidad Francisco Marroquín. <http://fce.ufm.edu/kec/centro-de-emprendimiento-kirzner/>
15. Universidad Rafael Landívar. https://www.url.edu.gt/PortalURL/Principal_01.aspx?s=221
16. Vinculación y desarrollo empresarial. Colección catálogos UEJED 2014. <http://vyde.ujed.mx/index.php/publico/incubadora/contenido/incubacion> Consultada el 23 de octubre de 2015
17. WordPress. <https://emprendedoresurl.wordpress.com/patrocinadores/>
18. Xumak <http://www.xumak.com/site/es.html>

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de instrumento (entrevista)



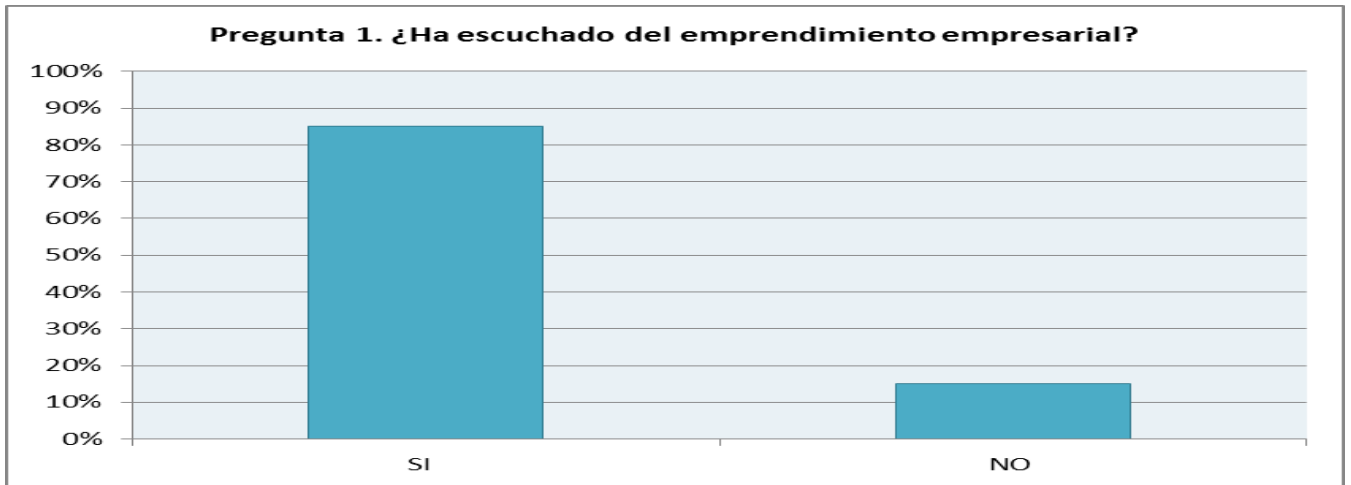
Universidad Rafael Landívar
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Maestría en Derecho Corporativo

Nombre o Cargo que desempeña _____

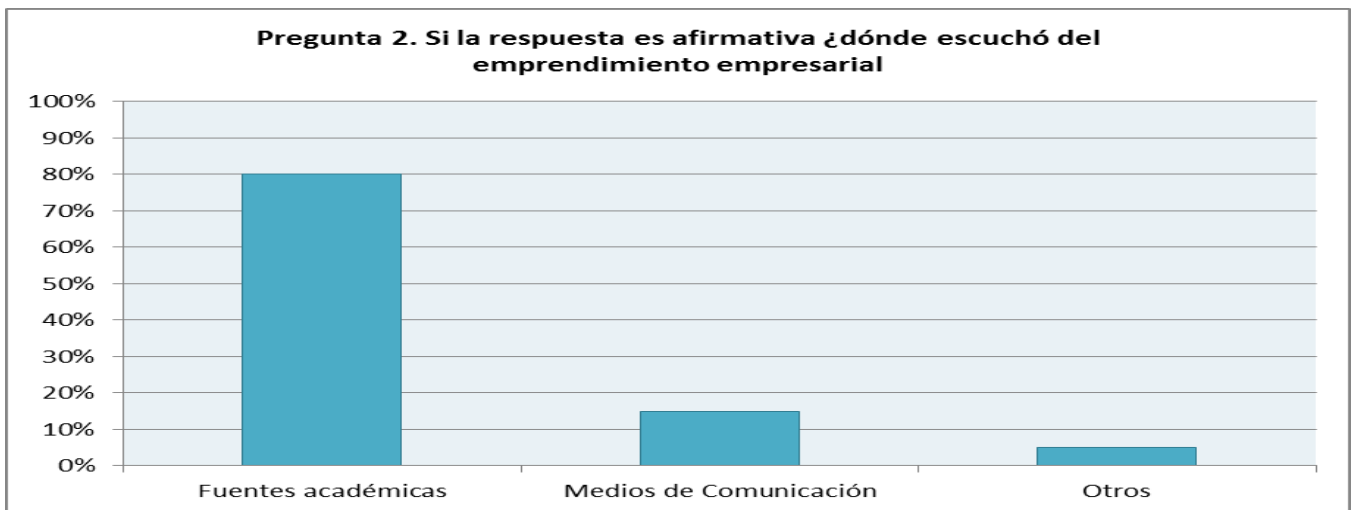
Empresa o Institución _____

1. Ha escuchado del emprendimiento empresarial
Sí No
2. Si la respuesta es afirmativa ¿dónde escucho del emprendimiento empresarial?
 - a. Fuentes académicas
 - b. Medios de comunicación
 - c. Otros
3. Se considera emprendedor
Si No
4. Si la respuesta es afirmativa ¿Por qué?
5. ¿Cuáles considera las 3 características más importantes de un emprendedor?
6. ¿Qué elementos de empresarialidad aplica en su empresa?
7. Considera que es necesario promover el emprendimiento empresarial en Guatemala
Sí No
8. Si su respuesta fuera positiva ¿Por qué?
9. ¿De qué manera cree que se puede promover el emprendimiento en Guatemala?
10. Mencione 3 beneficios que considera traerá para el país promover el emprendimiento
11. ¿Cree que es necesario tener una ley de emprendimiento en Guatemala?
Sí No
12. ¿Por qué?

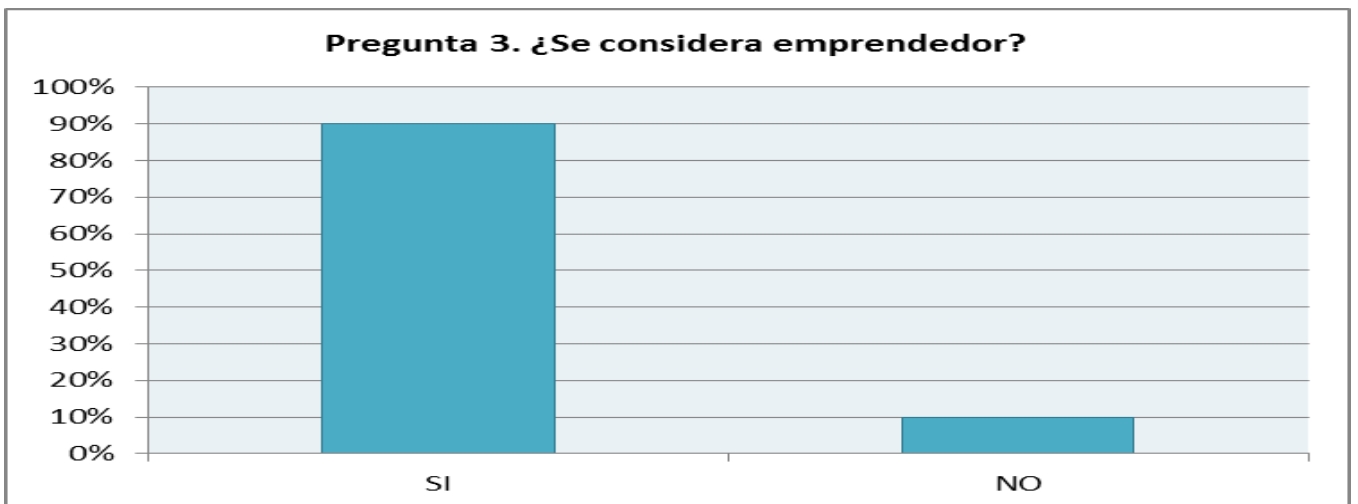
Anexo 1.1 Gráfica 1



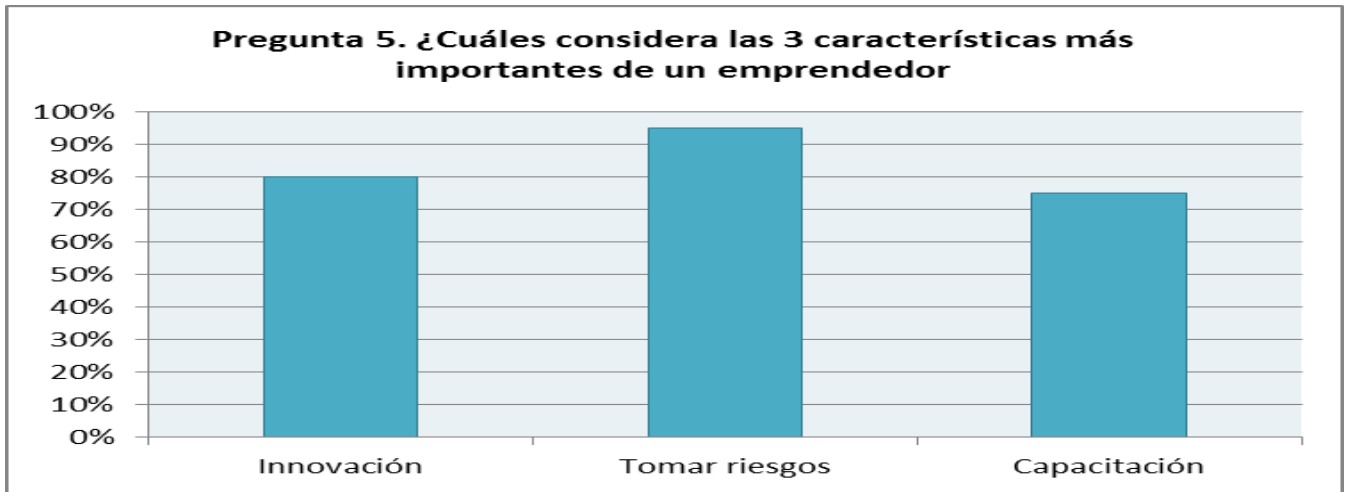
Anexo 1.2 Gráfica 2



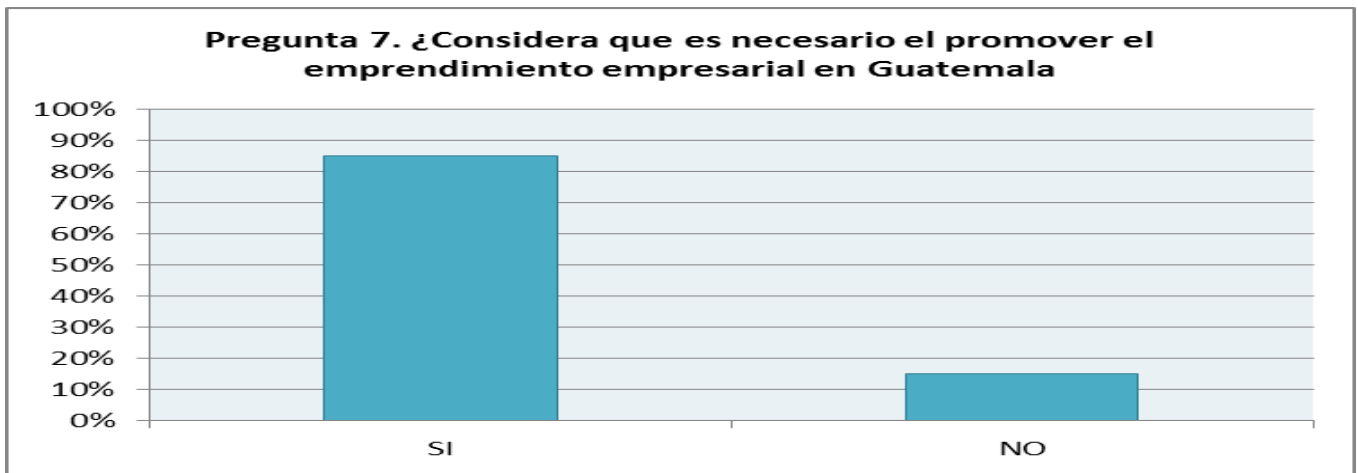
Anexo 1.3 Gráfica 3



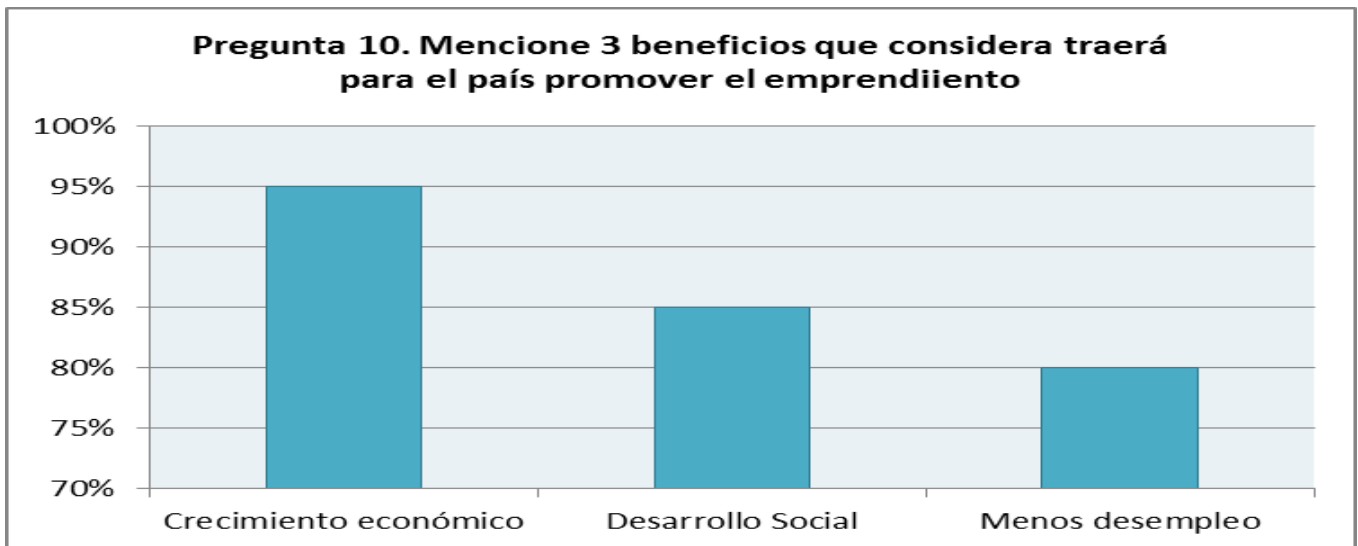
Anexo 1.4 Gráfica 4



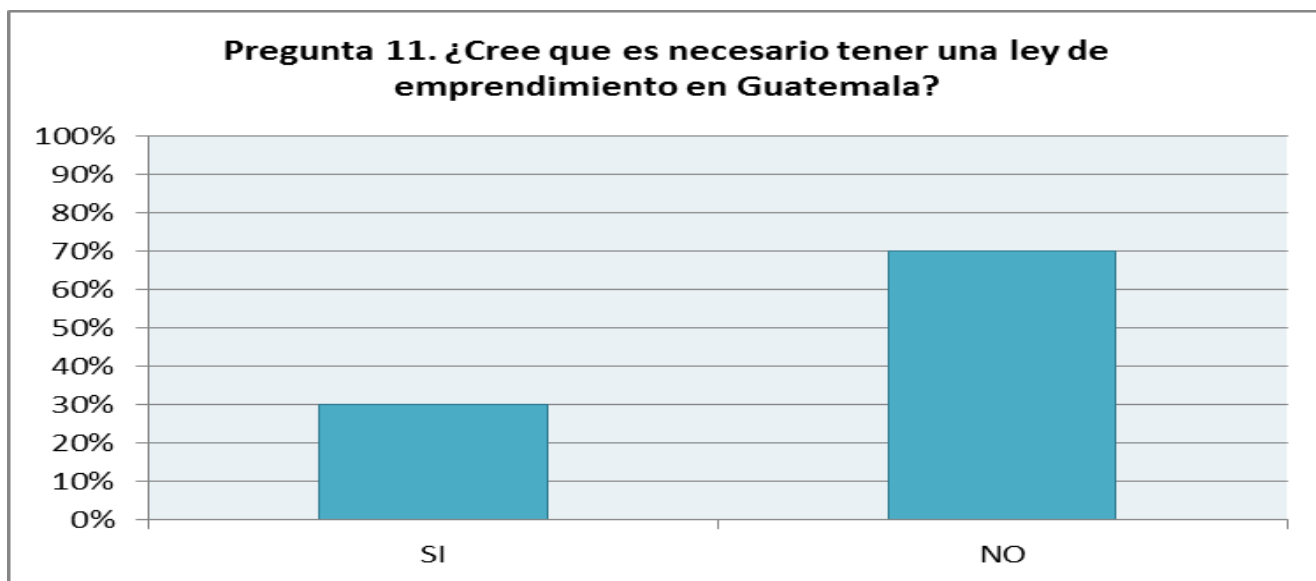
Anexo 1.5 Gráfica 5



Anexo 1.6 Gráfica 6



Anexo 1.7 Gráfica 7



Anexo 2. Modelos de cuadros de cotejo

Anexo 2.1 Cuadro 1

País	Cuenta con Ley de Emprendimiento	Cuenta con política vigente de emprendimiento	Cuenta con leyes tendientes a la empresarialidad
España			
México			
Guatemala			
El Salvador			
Honduras			
Nicaragua			
Costa Rica			
Panamá			

País	Cuenta con Ley de Emprendimiento	Cuenta con política vigente de emprendimiento	Cuenta con leyes tendientes a la empresarialidad
------	----------------------------------	---	--

España	X	X	X
México			X
Guatemala		X	X
El Salvador		X	X
Honduras		X	
Nicaragua			
Costa Rica		X	X
Panamá			X

Anexo 2.2 Cuadro 2

Países latinoamericanos con leyes específicas sobre el emprendimiento

País	Ley	Objeto

País	Ley	Objeto
España	Ley 14/2013 de 27 de septiembre, <i>de apoyo a los emprendedores y su internacionalización</i> ²³⁶	Apoyar al emprendedor y la actividad empresarial, favorecer su desarrollo, crecimiento e internacionalización y fomentar la cultura emprendedora y un entorno favorable a la actividad económica, tanto en los momentos iniciales al comenzar la actividad, como en su posterior desarrollo,

²³⁶ Jefatura de Estado. Juan Carlos I Rey de España. *Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización*. Publicada el 28 de septiembre de 2013 en el Boletín Oficial del Estado. Preámbulo.

		crecimiento e internacionalización. ²³⁷
Colombia	Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento	Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre principios y valores que establece la Constitución y la ley. ²³⁸
Argentina	Ley 25.872 Creación del Programa Nacional de Apoyo al Empresario Joven	Fomentar el espíritu emprendedor en la juventud; promoviendo la creación y consolidación de empresas nacionales. Brindar herramientas fiscales y financieras en el marco de las políticas de Estado (...). ²³⁹

Anexo 2.3 Cuadro 3

Países con leyes tendientes a la empresarialidad

País	Leyes

²³⁷ *Ibid.* Artículo 1.

²³⁸ Congreso de Colombia. *Ley 1014 de 2006, de fomento a la cultura del emprendimiento*. 26 de enero de 2006. Artículo 3.

²³⁹ El Senado y Cámara de Diputados de la Nación de Argentina reunidos en Congreso. *Creación del Programa Nacional de Apoyo al Empresario Joven*. 6 de febrero de 2004. Artículo 2.

País	Leyes
Guatemala	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdo Gubernativo No. 253-94, de Fomento a la Microempresa. • Acuerdo Gubernativo No. 178-2011, que crea el Viceministerio de Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa en Guatemala. • Acuerdo Ministerial No. 418-2011 del Ministerio de Economía, para Institucionalizar la realización anual de Foros y Ferias MIPYME's para el Desarrollo Regional.
Salvador	<ul style="list-style-type: none"> • Decreto No. 48 crea la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña empresa (CONAMYPE)
Costa Rica	<ul style="list-style-type: none"> • Ley No. 8262 Ley de fortalecimiento para las pequeñas y medianas empresas • Decreto No. 31296 Reglamento para el Programa de Fortalecimiento para la Innovación y Desarrollo Tecnológico de las PYMES (PROPYME) • Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones²⁴⁰
Panamá	<ul style="list-style-type: none"> • Ley No. 13, que crea la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (SENACYT) • Ley No. 8, de la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa • Ley No. 33 que dicta normas para el fomento a la creación y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa.
México	<ul style="list-style-type: none"> • Ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa • Ley federal para el fomento de la microindustria y la actividad artesanal

Anexo 2.4 Cuadro 4

²⁴⁰ Asamblea Nacional. *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Costa Rica. 21 de diciembre de 2010.

Países centroamericanos con políticas empresariales vigentes

País	Política	Año	Objeto
País	Política	Año	Objeto
Guatemala	Guatemala Emprende	2015	Aprobada por el Acuerdo Gubernativo 150-2015 del Presidente de la República de Guatemala. La Política Nacional de Emprendimiento en Guatemala nace de una serie de mandatos presidenciales desde el año 2011 al 2014 emanados de las reuniones de Jefes de Estado y Gobiernos de la región SICA (Sistema de Integración Centroamericana). La constitución de esta Política se justifica a partir de uno de los principales a nivel regional que plantea la estrategia SICA EMPRENDE para fomentar el emprendimiento, ya que existen deficiencias importantes en la generación de capacidades empresariales en los diferentes del sistema educativo y se requieren mejores políticas públicas, particulares, para incentivar la creación y crecimiento de nuevas empresas, específicamente la creación de instrumentos no crediticios para apoyar el financiamiento de estos emprendimientos. ²⁴¹
El Salvador	Política Nacional de Emprendimiento	2014	La Política Nacional de Emprendimiento nace en respuesta a las necesidades de articulación de las diferentes acciones que ya

²⁴¹ Viceministerio de Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa. *Guatemala Emprende*. Ágora Consulting. Guatemala, 2015. Págs. 30-35

se realizan en el país, en materia de emprendimiento, pero de forma desarticulada, dispersa y que a la fecha a pesar de muchos esfuerzos aún no se logra consolidar una cultura de emprendimiento que permita un salto cualitativo hacia emprendimientos dinámicos e innovadores. La expectativa es que esta política se acogida por instituciones públicas y privadas en todo el territorio nacional.²⁴²

Honduras	Estrategia de Fomento al Emprendimiento en Honduras	2014	Toma como punto de partida los ejes de la Estrategia Nacional de Emprendimiento, SICA Emprende. El objetivo es tener una Honduras productiva, generadora de oportunidades y empleos que aproveche de manera sostenible sus recursos y reduzca su vulnerabilidad ambiental de manera sostenible, reduciendo la pobreza y generando activos e igualdad. ²⁴³
Costa Rica	Política Nacional de Emprendimiento	2010	Asumir el reto de fomentar el emprendimiento en Costa Rica, reconociendo éste como un elemento fundamental para contribuir al desarrollo económico y social del país, mediante el incremento de procesos productivos y la generación de empleos de calidad. ²⁴⁴

²⁴² Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, Ministerio de Economía. *Política Nacional de Emprendimiento El Salvador*. CONAMYPE. El Salvador, 2014. Págs. 8-10

²⁴³ Gobierno de la República de Honduras, Secretaría de Desarrollo Económico. *Estrategia de Fomento al Emprendimiento de Honduras*. Honduras, 2014. Págs. 15-17

²⁴⁴ Ministerio de Economía, Industria y Comercio. *Política Nacional de Emprendimiento*. Administración Chinchilla Miranda 2010-2014. Costa Rica, diciembre 2010. Págs. 1-5.