



GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Informe nacional
El Salvador 2012

Manuel Sánchez Masferrer





GEM

GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Informe nacional
El Salvador 2012

Manuel Sánchez Masferrer

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Los resúmenes globales, nacionales y los micros-sitios de cada equipo nacional pueden ser encontrados en www.gemconsortium.org.

Agradecemos a todos los investigadores que hicieron posible la realización de este documento.

Aun cuando los datos utilizados en este reporte son reunidos por el consorcio GEM, su análisis e interpretación son de exclusiva responsabilidad del autor.

Asistencia de investigación: Laucel Muñoz
Corrección: María Tenorio
Fotografía de portada: Julio Roberto Díaz
Diseño y diagramación: Cúmulus Diseño Gráfico
Impresión: Impresos Múltiples

Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN)
Km 12 ½ carretera al puerto de La Libertad, calle nueva a Comasagua,
Santa Tecla, La Libertad, El Salvador
+503 2234 9292
contacto@esen.edu.sv

www.esen.edu.sv

Global Entrepreneurship Research Association
London Business School
Regents Park, London NW1 4SA, UK
+44 796 690 81 71
info@gemconsortium.org

www.gemconsortium.org



SOBRE EL AUTOR

MANUEL SÁNCHEZ MASFERRER

Es economista y profesor de la Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN) desde 2006. Ha trabajado también en la Universidad del Desarrollo (Chile), de donde obtuvo inspiración para importar el proyecto GEM a El Salvador. Después de ser alumno de la ESEN, estudió un doctorado en Economía en la Universidad de Stanford. Ha sido consultor para diversos organismos estatales y multilaterales, y ha conducido proyectos de investigación cuantitativa en El Salvador y Chile.

ÍNDICE

Reconocimientos.....	9
Presentación.....	11
Resumen ejecutivo.....	13
1. INTRODUCCIÓN.....	15
1.1. El proyecto GEM.....	15
1.2. Concepto y fases del emprendimiento.....	16
1.3. El modelo GEM.....	17
1.4. Metodología.....	18
1.5. Estructura del informe.....	20
2. EL EMPRENDIMIENTO EN EL SALVADOR Y EN EL MUNDO.....	23
3. LAS PERCEPCIONES Y MOTIVACIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO.....	29
3.1. Actitudes frente al emprendimiento.....	29
3.2. Motivaciones para emprender.....	33
3.3. Abandono del negocio.....	34
4. LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES EN EL SALVADOR.....	37
4.1. Características de edad.....	37
4.2. Características por sexo.....	38
4.3. Características geográficas.....	40
4.4. Emprendimiento y educación.....	41
4.5. Emprendimiento y situación laboral.....	43
4.6. Acceso al financiamiento.....	46
5. CARACTERIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS EN LA MUESTRA GEM 2012.....	47
5.1. Clasificación por sector de actividad y giro del negocio.....	47
5.2. Clasificación por número de trabajadores actual y esperado.....	49
5.3. Orientación a mercados y uso de tecnología.....	51
5.4. Formalidad de los negocios.....	54
6. LAS INSTITUCIONES Y EL ENTORNO PARA EMPRENDER.....	55
6.1. Resultados generales para las condiciones de la actividad emprendedora.....	56
6.2. Análisis detallado de las condiciones para la actividad emprendedora.....	57
6.3. Recomendaciones y percepciones de los expertos.....	58
7. LAS REDES DE NEGOCIOS Y SU IMPORTANCIA PARA EL EMPRENDEDOR.....	61
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	67
Anexos.....	69
Referencias bibliográficas.....	69

FIGURAS

1.1. Las fases del emprendimiento.....	16
1.2. El modelo GEM.....	19
2.1. Promedio de las medidas de emprendimiento, por nivel de desarrollo de los países.....	24
2.2. Actividad emprendedora temprana en El Salvador y América Latina.....	25
3.1. Actitudes sobre el emprendimiento, por nivel de desarrollo económico de los países	33
3.2. Motivaciones para los emprendedores en etapa temprana (TEA).....	34
3.3. Razones para haber abandonado el negocio, para los que tuvieron negocio en los últimos 12 meses.....	35
4.1. TEA por edad, El Salvador y América Latina, 2012.....	39
4.2. Emprendimiento establecido por edad en El Salvador, 2012.....	39
4.3. TEA total y por motivo, desagregados por sexo y edad, El Salvador, 2012.....	40
4.4. Emprendimiento por área geográfica, El Salvador, 2012.....	42
4.5. Emprendimiento por nivel educativo, El Salvador, 2012.....	43
4.6. Composición de la población, TEA y emprendedores establecidos por nivel educativo, El Salvador, 2012.....	44
4.7. Distribución de la población, TEA y emprendedores establecidos por categoría ocupacional de la encuesta GEM El Salvador 2012.....	45
5.1. Composición de la TEA por sector económico, América Latina, 2012.....	48
5.2. Composición de los negocios establecidos por sector económico, América Latina.....	48
5.3. Distribución de la TEA y negocios establecidos por giro del negocio, El Salvador, 2012.....	49
5.4. TEA y emprendedores establecidos por número de trabajadores actual y esperado en cinco años, El Salvador, 2012.....	50

TABLAS

1.1. Distribución de la muestra por área geográfica.....	20
2.1. Actividad emprendedora en los países participantes en el GEM 2012.....	26
3.1. Percepciones sobre el emprendimiento, GEM global 2012.....	31
3.2. Percepciones de los encuestados según etapa de emprendimiento (porcentaje de respuestas positivas a la pregunta).....	33
4.1. TEA por sexo y motivación. El Salvador y otras regiones incluidas en el GEM 2012.....	41
4.2. TEA y emprendedores establecidos, por nivel educativo y sexo, El Salvador, 2012.....	44
4.3. Acceso al financiamiento por tipo de emprendedor, El Salvador, 2012.....	46
5.1. Generación de empleos en países de América Latina participantes en el GEM 2012 (porcentaje de la población entre 18 y 64 años).....	50
5.2. Características de los negocios en países de América Latina participantes en el GEM 2012.....	53
5.3. Expectativas de expansión y orientación internacional de los negocios en El Salvador, 2012.....	53
6.1. Las condiciones de la actividad emprendedora según el modelo GEM.....	55
6.2. Puntajes de las condiciones para la actividad emprendedora en América Latina, 2012.....	56
6.3. Puntajes de las condiciones complementarias para la actividad emprendedora en El Salvador, 2012.....	58
7.1. Porcentaje de emprendedores que trabajan junto a otras relaciones de negocios en su operación, por etapa del emprendimiento, en países de América Latina incluidos en el GEM 2012.....	63
7.2. Porcentaje de emprendedores que trabajan junto a otras relaciones de negocios en su operación, por diferentes factores sociodemográficos, en El Salvador.....	64

RECUADROS

4.1. El empleo en El Salvador.....	37
5.1. Emprendimiento innovador en El Salvador.....	52
6.1. Las pandillas y el emprendimiento.....	59



RECONOCIMIENTOS

Este informe no se habría materializado sin los aportes y esfuerzo de muchos que trabajaron o creyeron en él. En primer lugar, se reconoce la confianza y apoyo del director general de la ESEN, José Everardo Rivera Bonilla, por creer en el proyecto y autorizar los fondos para la investigación de campo, cuando el GEM era una iniciativa desconocida en el país. También la valiosa colaboración del equipo del Centro Emprendedor ESEN, en especial de su coordinador José Ramón Candel, así como de Francisco Campos y Lucía Rengifo, quienes proveyeron del apoyo logístico y guiaron el lanzamiento de este producto de conocimiento.

Se reconoce el valioso aporte de Laucel Muñoz como asistente de investigación, quien realizó entrevistas y manipuló los datos del informe, contribuyendo a validar y elaborar los análisis acá presentados.

Y, por último, pero no menos importante, el trabajo calificado de todos los estudiantes de la ESEN que colaboraron en la recolección, tabulación, validación y control de calidad de los datos, y que hicieron de este un proyecto de toda la escuela, inyectándole alegría y entusiasmo.

PRESENTACIÓN

“Es un error capital teorizar antes de poseer datos. Uno comienza a alterar los hechos para encajarlos en las teorías, en lugar de encajar las teorías en los hechos”.

Sherlock Holmes

En El Salvador ha habido siempre escasez de datos sobre la actividad emprendedora y de negocios. Es más, muchas veces se ha actuado sin haber consenso sobre el significado de la palabra “emprendimiento” y menos aún sobre las políticas dirigidas al sector que, sin embargo, es visto como uno de los motores de desarrollo del país.

En la Escuela Superior de Economía y Negocios queremos iniciar la tradición de medir el emprendimiento de forma sistemática y coherente, con indicadores internacionalmente comparables y utilizando definiciones basadas en un marco conceptual sólido y aceptado. El proyecto Global Entrepreneurship Monitor, conocido como GEM, proporciona precisamente estas herramientas mediante una metodología que ha sido aplicada y probada en 99 países y territorios desde 1999, año de lanzamiento del primer informe. Nuestro país había estado rezagado en este esfuerzo de medición, y es ahora que decidimos poner nuestros propios recursos y energías en ofrecer datos de calidad para poder entender y fomentar el emprendimiento.

El emprendimiento es un fenómeno complejo, donde concurren distintas motivaciones, habilidades, recursos, mercados y entornos para determinar distintos tipos de negocios, con resultados y potencialidades distintas. El GEM proporciona un marco único en el que abarcar todas estas situaciones, sin confundirlas en un único indicador y perder así la riqueza de la información obtenida sobre una realidad multidimensional.

Esperamos que este informe proporcione herramientas para el diseño y ejecución de políticas públicas orientadas al desarrollo, así como información valiosa para la academia y el sector privado. Estamos convencidos de que el único camino para ser una sociedad justa y próspera pasa por permitir que cada persona aproveche su potencial, y el emprendimiento es una manera —en muchos casos la más importante— de lograr esto.

Dedicamos este informe a todas las salvadoreñas y salvadoreños emprendedores que, bajo el sol en las calles de la ciudad, en su comercio o restaurante, en su negocio, se esfuerzan cada día por salir adelante. Nuestra esperanza es que este no sea un informe más, sino que permita crear oportunidades para todos.

José Everardo Rivera Bonilla
Director general de la ESEN

RESUMEN EJECUTIVO

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el mayor proyecto de investigación internacional sobre el fenómeno del emprendimiento. Desde 1999 hasta 2012, 99 países han participado. El año 2012 es el primero en que el proyecto GEM es realizado en El Salvador, conducido por la Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN).

El GEM recopila información primaria sobre emprendimiento en el país, a través de dos instrumentos: una encuesta telefónica o presencial a la población adulta, que en nuestro caso abarcó 2180 hogares a nivel nacional, y una encuesta a expertos en temas relacionados con el emprendimiento, con 23 respondientes. Con esta metodología el GEM consigue identificar quiénes son emprendedores dentro de la población, así como sus circunstancias, tipos de negocio, etapa del emprendimiento en la que se encuentran, etc. Las cifras más conocidas dentro de la metodología GEM son dos: la actividad emprendedora temprana (TEA), referida a los negocios que no superan los 3.5 años de antigüedad, y la tasa de emprendedores establecidos, que superan ese tiempo de operación.

De acuerdo con la encuesta GEM 2012, en El Salvador, el 15.3 % de los adultos entre 18 y 64 años son emprendedores en etapa temprana (TEA). Este es un valor similar al promedio latinoamericano. Además, el 9.4 % de la misma población opera y es dueño de un negocio establecido. El GEM indaga también sobre los motivos para emprender. El 35 % de la TEA es motivada por necesidad, es decir, por no tener otras opciones laborales. Un 39 % adicional de la TEA es motivada por oportunidad de mejora.

Al preguntar acerca de las percepciones sobre el emprendimiento, se tiene que el 43 % de la población percibe oportunidades para iniciar un negocio en los próximos seis meses, y el 40 % de la población quisiera iniciar un negocio en los próximos tres años. En general, las percepciones sobre el emprendimiento son positivas en El Salvador, al igual que en otros países latinoamericanos, pero sobresale el elevado número de personas que responden que no iniciarían un negocio por miedo al fracaso (42 %, la tasa más alta en la región).

Es posible obtener un perfil sociodemográfico del emprendedor salvadoreño a partir de los datos del GEM. Para los negocios en etapa temprana (TEA), el emprendimiento es más común entre las personas de 25 a 44 años de edad, es ligeramente más común entre los hombres, es mayor en áreas urbanas grandes (área metropolitana y ciudades de más de 25 000 habitantes) y es más frecuente en personas con educación superior de mayor ingreso. La mayoría son autoempleados.

El perfil del emprendimiento establecido es más frecuente entre personas de mayor edad (45 a 64 años), ligeramente más común entre hombres, y en áreas rurales o ciudades medianas. Es común en personas con alta educación pero también en aquellas con muy poca educación. Es más prevalente en personas de mayor ingreso y la gran mayoría de ellas son autoempleadas.

Los negocios más frecuentes se encuentran en los rubros de comercio general y alimentación. El 77 % de la TEA y el 68 % de los negocios establecidos operan en el sector de servicios al consumidor. Dos tercios de la TEA esperan generar empleos o los generan ya, mientras que un tercio espera mantenerse como independiente. Solo 22 % de los negocios establecidos y 14 % de la TEA ha inscrito su negocio en el registro de comercio, que sería un primer paso para la formalidad.

En cuanto a su orientación innovadora, la mayoría de negocios salvadoreños usan tecnologías conocidas y están en mercados ya saturados. Esto es lo normal en la mayoría de países, y El Salvador no se aleja mucho del promedio latinoamericano.

El GEM 2012 tiene como tema especial indagar sobre la fuerza de las redes de negocios. En esta área, El Salvador y Brasil son los países latinoamericanos donde las redes de negocios de los emprendedores son más débiles. Esto se refiere al grado en que los emprendedores colaboran con otras empresas para producir bienes y servicios, desarrollar nuevos productos o mercados, o asegurarse suministros. Se observa que los emprendedores más educados, de áreas urbanas, y en edades entre 25 y 44 años son los que hacen más uso de las redes de negocios.

La encuesta a expertos permite conocer la percepción de personas informadas y que se desempeñan en actividades relacionadas con el emprendimiento, sobre un conjunto de características que el GEM denomina condiciones para la actividad emprendedora. En estas percepciones, El Salvador aparece con la nota más baja o la segunda más baja en la región en varios indicadores, como acceso a financiamiento, políticas específicas de gobierno que promueven el emprendimiento, transferencia de investigación y desarrollo, regulaciones de acceso a mercados, educación para el emprendimiento, y acceso a infraestructura legal y comercial.

Los expertos recomiendan potenciar la educación para el emprendimiento y el acceso al financiamiento. También sugieren políticas y programas específicos de gobierno que favorezcan el desarrollo de las empresas jóvenes.

Los datos anteriores se analizan con más detalle en el informe que se presenta. El cuadro general del emprendimiento en El Salvador es cercano al esperado por su nivel de desarrollo económico, aunque podrían detectarse déficits en el número de emprendedores (que deberían ser más, dado el nivel de ingresos del país), en el optimismo con el que se perciben las oportunidades del mercado, en el nivel educativo de los emprendedores, en el uso de redes y en la innovación, en especial en zonas rurales.

Estos datos presentan retos importantes para potenciar el rol del emprendimiento en el desarrollo del país. Es el espíritu de este proyecto que sirvan de punto de partida para crear conciencia sobre la importancia del emprendimiento, y para diseñar políticas y programas nacionales efectivos en aumentar la productividad de los emprendimientos salvadoreños.

1 INTRODUCCIÓN

1.1. El proyecto GEM

El Global Entrepreneurship Monitor o GEM es el estudio más grande sobre actividad emprendedora realizado a nivel mundial. Su peculiaridad reside en que analiza el fenómeno del emprendimiento desde el punto de vista del individuo que emprende. Entre 1999 y 2012, 99 países y territorios han participado en el GEM.

En 1999 se lanzó el primer informe global GEM, con estudios simultáneos en diez países desarrollados. Desde entonces, cada año ha aumentado el número de países que se incorporan al proyecto GEM, de modo que 99 países y territorios han realizado al menos un informe nacional con la metodología GEM. En 2012, 69 equipos condujeron el estudio en sus respectivos países, abarcando a más del 74 % de la población mundial y el 87 % del PIB global. En Centroamérica, Costa Rica y Guatemala ya realizaron sus primeros estudios siguiendo el modelo GEM, y en 2012, 13 países de América Latina y el Caribe (incluyendo por primera vez a El Salvador) lo hicieron.

El GEM es un consorcio académico de investigación, sin fines de lucro, que combina equipos de diferentes países para realizar estudios nacionales con una metodología estandarizada que garantiza la calidad de los resultados. Es un requisito que los equipos nacionales tengan representación de la academia y estén conformados por personas con experiencia y capacidad en investigación cuantitativa en temas económicos y de emprendimiento. En El Salvador, el equipo GEM está basado en la Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN), y la primera edición del estudio fue realizada aprovechando los recursos humanos y financieros propios de la institución.

Para realizar un estudio GEM es necesario, en primer lugar, recolectar datos sobre una muestra represen-

tativa de la población del país, con el objeto de descubrir los diferentes tipos de emprendedores, sus actividades y circunstancias, así como para compararlos con el resto de la población. El segundo elemento del estudio es una serie de encuestas a expertos en temas relacionados con el emprendimiento, en diferentes áreas: política pública, academia, empresarios y emprendedores.

En El Salvador, el proyecto GEM llena un importante vacío en la medición de la actividad económica. En particular, en el estudio de las condiciones en que opera el sector que genera mayor número de empleos y que, en ausencia de otros motores del desarrollo como la inversión extranjera directa o la inversión estatal, es el único con potencial para promover un crecimiento económico sostenido.

El proyecto GEM nació como iniciativa de dos instituciones académicas, el Babson College (Boston, EE. UU.) y la London Business School (Reino Unido), con el objeto de analizar el fenómeno del emprendimiento desde el punto de vista del individuo que emprende. Esto marca una diferencia fundamental con otros estudios como el *Doing Business Report* del Banco Mundial, el *Informe de competitividad global* del Foro Económico Mundial o el Índice de Libertad Económica de la Heritage Foundation, que se centran en los elementos institucionales y externos que afectan a la actividad emprendedora. Por tal razón, el GEM es el único estudio global que permite responder en cada país a las preguntas: ¿quiénes son los emprendedores?, ¿cuáles son sus características? y ¿cuáles son, desde su propia percepción, sus oportunidades, dificultades y necesidades?

De manera específica, el proyecto GEM responde a las siguientes interrogantes sobre los emprendedores en el país:

- Cuantifica el número y tipo de emprendedores dentro de la población total.
- Descubre factores asociados con la decisión de una persona de ser emprendedora y con cada tipo de emprendimiento.
- Identifica políticas y programas que fomenten el crecimiento y rentabilidad de los emprendedores, potenciando el rol del emprendimiento como motor del desarrollo del país.

El GEM, gracias a su metodología estándar, permite comparar las tasas de emprendimiento en diferentes países, posibilitando así una evaluación crítica de la situación relativa de los emprendedores y del éxito de las políticas destinadas a potenciar su actividad. En este documento, se presentan los resultados para El Salvador y se comparan con los observados en otros países de la región y el mundo.

1.2. Concepto y fases del emprendimiento

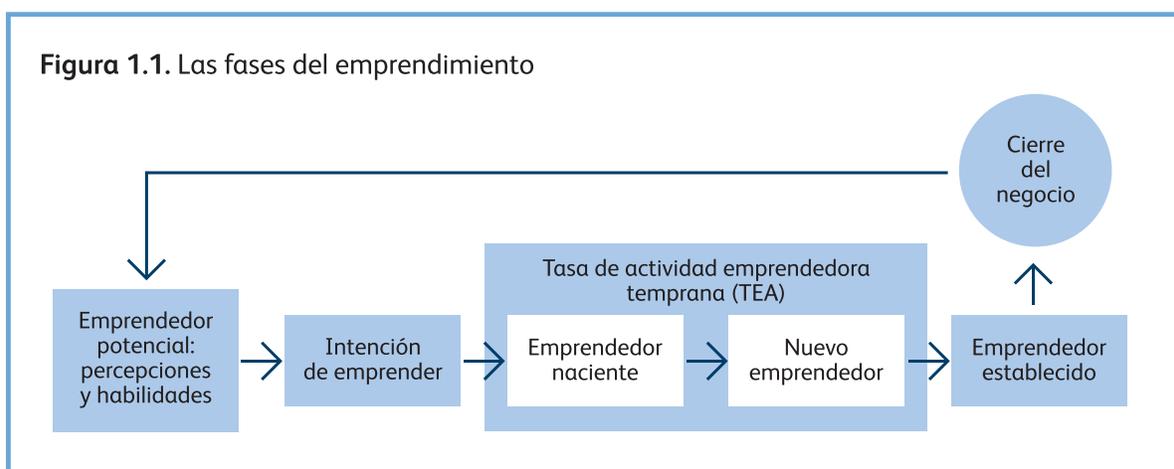
Hay muchas posibles maneras de definir quién es un emprendedor. El proyecto GEM entiende el emprendimiento de manera amplia, considerándolo un proceso que atraviesa por diferentes fases; asimismo, considera que los emprendedores son individuos con aspiraciones y percepciones diferentes. Por tal razón, se preocupa de medir las condiciones, actitudes y opiniones de emprendedores y no emprendedores, y de caracterizar la fase del ciclo de negocio en la que se encuentra cada emprendedor.

La figura 1.1 muestra las fases del proceso de emprendimiento. De acuerdo con la etapa del proceso de emprender, las personas adultas de la población del país son clasificadas en cuatro categorías.

La primera categoría está compuesta por la población que manifiesta estar desarrollando conocimientos y habilidades para emprender. Estas personas pueden estar gestando una idea de negocio o simplemente encontrarse en una situación donde perciben el emprendimiento como una etapa futura de su actividad económica. Para las personas en esta categoría, el GEM indaga sobre sus actitudes y percepciones sobre el emprendimiento, las oportunidades que ellos identifican en el entorno y sus conocimientos sobre el proceso de emprender. En la metodología GEM, estas personas son denominadas *emprendedores potenciales*.

Una segunda categoría la forman quienes se encuentran activamente tratando de iniciar un negocio, empleando tiempo y recursos para poner su idea en operación, y también aquellas que ya han realizado pagos a empleados (o a ellas mismas) por no más de 3 meses. Se entiende que estos emprendedores se encuentran en una fase de nacimiento del negocio, y por eso se denominan *emprendedores nacientes*.

La tercera categoría la componen los emprendedores con negocios nuevos, en operación, que han realizado pagos a empleados en un período de 3 a 42 meses antes de la fecha de la encuesta. Estos emprendedores se encuentran tratando de hacer sobrevivir y crecer su



Fuente: Adaptado del informe mundial GEM 2012 (Xavier et al., 2013)

negocio y se les conoce como *nuevos emprendedores* o, también, emprendedores en desarrollo.

La cuarta categoría, la de los *emprendedores establecidos*, incluye a quienes han estado al frente de un negocio por más de 42 meses. En esta etapa el negocio ha superado los grandes riesgos que supone el iniciar un nuevo emprendimiento, aunque posiblemente necesite consolidar y apuntalar su empresa para que sea rentable en períodos futuros.

La variable más conocida a partir de la metodología GEM es la tasa de actividad emprendedora temprana o TEA (por sus siglas en inglés, *total early-stage entrepreneurial activity*). Esta variable indica el porcentaje de la población adulta en edad de trabajar de un país (de 18 a 64 años) que se encuentra en las etapas de emprendedor naciente o nuevo emprendedor. El proyecto GEM enfatiza la actividad emprendedora temprana, por dos razones: primero, esta es la etapa más difícil y crucial para la mayoría de emprendedores; segundo, es de esperar que los emprendedores nuevos tengan mayor capacidad de innovar así como mayor potencial de crear nuevos empleos. Esto sugiere que los emprendedores nuevos y nacientes se cuentan entre los más importantes generadores de desarrollo económico.

Una alta incidencia de la variable TEA señala un gran dinamismo en la apertura y renovación de negocios. Esto puede ser positivo o negativo en un país, dependiendo de los factores que motivan a las personas a emprender. Por ejemplo, es positivo si refleja la existencia de nichos de mercado que están siendo aprovechados; por el contrario, si es consecuencia de un mercado laboral formal deprimido e incapaz de absorber a la mano de obra del país, señalaría la existencia de problemas estructurales en la economía y, generalmente, se asociarían con emprendimientos de bajo potencial.

Una distinción adicional del GEM para comprender los motivos que llevan a emprender es separar a la población incluida en la TEA entre *emprendedores por necesidad* y *emprendedores por oportunidad*. Los primeros son quienes carecen de otras opciones laborales y generalmente emprenden negocios de subsistencia. El segundo grupo corresponde a aquellos atraídos al emprendimiento por la promesa de mejores ganancias y oportunidades de vida.

En términos prácticos, para distinguir a los emprendedores por oportunidad, en la metodología GEM se han definido los siguientes criterios: a) búsqueda de mejorar sus ingresos, b) búsqueda de independencia sin sacrificar ingresos, y c) una combinación de la intención de aprovechar una oportunidad y la necesidad de emprender debido a la falta de alternativas de generación de ingresos. Las personas que caen en alguna de las situaciones anteriores son definidas como emprendedores por oportunidad, mientras que los que están en las categorías (a) o (b) son denominados como emprendedores motivados por oportunidad de mejora.

1.3. El modelo GEM

Es ampliamente aceptado que el emprendimiento es un elemento esencial para el desarrollo económico. Sin embargo, el rol de los emprendedores en la economía suele estar asociado con el nivel de desarrollo de un país determinado. El proyecto GEM sigue al *Informe de competitividad global* del Foro Económico Mundial en el uso de la tipología de Porter, Sachs y McArthur (2002) para clasificar a los países en tres categorías de desarrollo, según criterios de producto interno bruto (PIB) por habitante y de composición de las exportaciones:

- *Economías basadas en recursos*. Son aquellas donde la actividad económica principal es la agricultura, principalmente de subsistencia, o las industrias extractivas (pesca, minería). El recurso humano es poco calificado y la política de desarrollo se enfoca en la provisión de infraestructura y educación básica.
- *Economías basadas en la eficiencia*. Son las que han alcanzado un nivel mínimo de competitividad, cuentan con alguna base industrial y empresas que utilizan capital físico y aprovechan las economías de escala para ser rentables. La política de desarrollo busca potenciar la eficiencia mediante mejoras institucionales y el aumento de disponibilidad de capital humano y financiero.
- *Economías basadas en la innovación*. Son aquellas donde los negocios dependen fundamentalmente del conocimiento y donde el sector predominante es el de servicios. Cuentan con elevados niveles de capital humano y promueven la generación de nuevas ideas y productos con alto valor agregado.

En la clasificación arriba esbozada, El Salvador, al igual que el resto de economías latinoamericanas, se incluye entre las economías basadas en la eficiencia, que han superado la etapa de productores agrícolas o extractivos pero que enfrentan retos para incrementar la productividad y que deben mejorar los recursos productivos, en particular el capital humano. Para avanzar en el proceso de desarrollo, en el país debe pensarse también en la transición hacia una economía basada en el conocimiento, pero esto requiere de inversión sustancial en capital humano y de mejoras en el clima institucional, así como en otros elementos que potencian la eficiencia de las empresas.

Para realizar un análisis relevante de los datos que producen los estudios GEM, desde su concepción la metodología GEM incluye un modelo donde el emprendimiento se enmarca con los factores del entorno y es conceptualizado como un elemento fundamental para el desarrollo económico. La figura 1.2 esquematiza los elementos de este modelo.

En él, las actitudes, actividades y aspiraciones personales que caracterizan el emprendimiento dependen de la sofisticación y del grado de desarrollo e innovación de la economía. El marco social, cultural y político es también determinante en la construcción de las variables del emprendimiento. El emprendimiento temprano se combina con el crecimiento de las empresas ya establecidas para generar crecimiento económico y, así, impulsar el desarrollo social y económico.

Dentro de los componentes del emprendimiento, el proyecto GEM se propone recolectar información sobre:

- Actitudes emprendedoras: Las percepciones y respuestas de las personas frente a la posibilidad de emprender, que responden a la cultura y valores sociales, así como a las condiciones particulares del entorno económico. Acá se indaga tanto sobre la percepción de oportunidades en el mercado como sobre las capacidades del propio emprendedor, su red social y el acceso a recursos para emprender.
- Actividad emprendedora: Se mide la cantidad de personas involucradas en cada fase del proceso del emprendimiento, tal como se detalla en la figura 1.1.
- Aspiraciones emprendedoras: Se investiga sobre las metas y objetivos que se trazan los emprendedo-

res, en términos del potencial de generar empleos, ingresar al mercado con productos innovadores, acceder a mercados internacionales, buscar socios, emplear nuevas tecnologías, entre otros elementos.

Los elementos denominados “condiciones marco para el emprendimiento” (Bosma, Jones, Autio y Levie, 2008) resumen las características de la realidad socioeconómica que afectan el emprendimiento. La situación de cada una de esas condiciones depende de la etapa de desarrollo del país. Por ejemplo, una economía basada en recursos depende de sus requisitos básicos para la actividad productiva. En esta economía, los potenciadores de la eficiencia y los requisitos para la innovación están muy poco desarrollados, por lo que la mayoría de emprendimientos tienden a ser por necesidad. En una economía basada en la eficiencia, los potenciadores de la misma están siendo mejorados y hay mayor espacio para que surjan emprendimientos que buscan una oportunidad de crecimiento. En las economías basadas en la innovación, hay presencia de elementos para que surjan emprendimientos de alto potencial, aunque al ser economías con alto desempeño en el mercado laboral, muchos emprendedores potenciales optan por empleos fijos.

1.4. Metodología

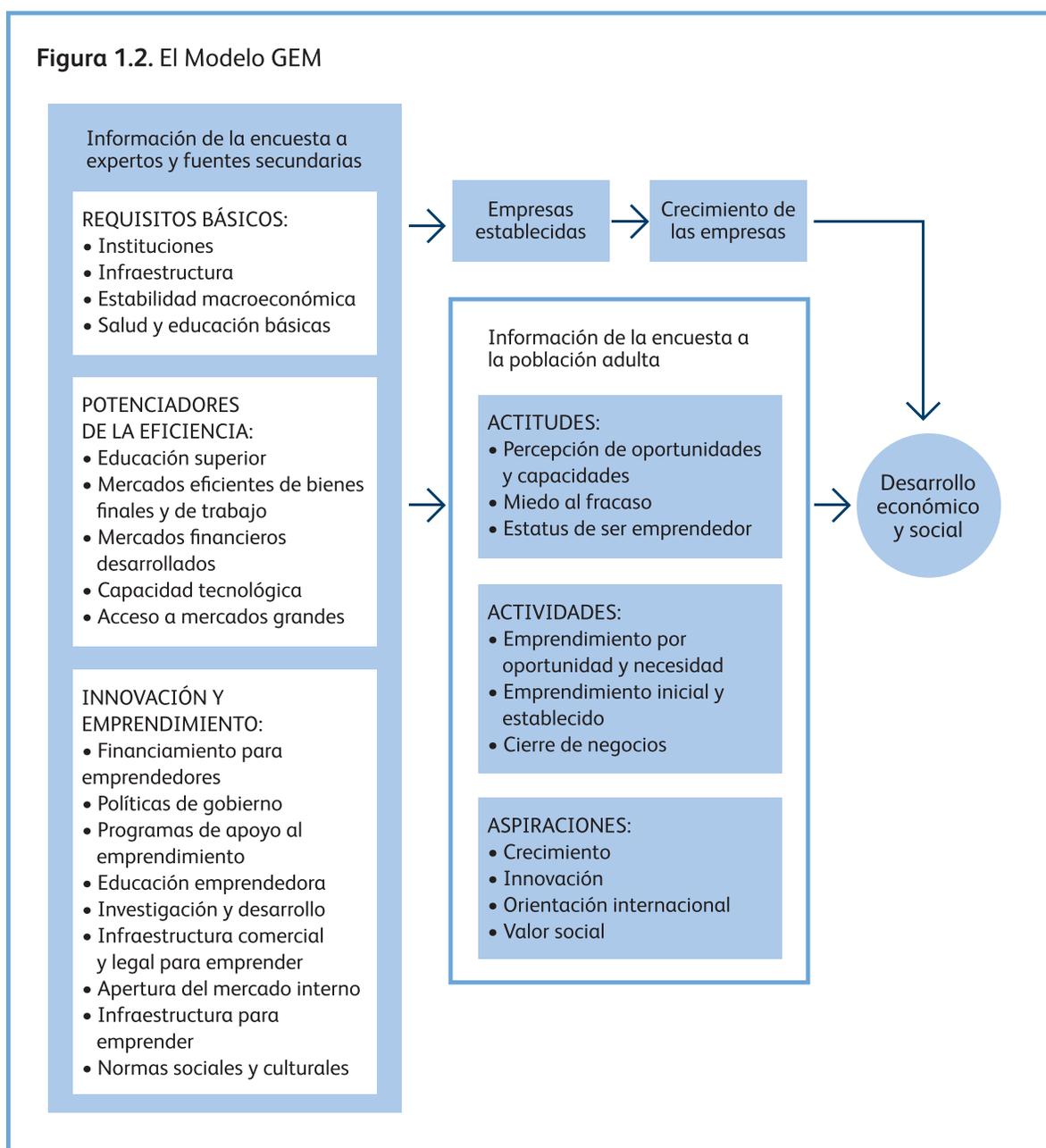
El proyecto GEM se basa en dos instrumentos para la recopilación de la información. El primero es la llamada encuesta a la población adulta o APS (por sus siglas en inglés, *adult population survey*), que consiste en entrevistas a una muestra de personas de 18 años y más, representativa de todas las regiones y de la estructura de edad y sexo del país. En El Salvador, se efectuaron 2180 encuestas válidas a personas en el rango de edad definido, las cuales fueron conducidas usando el mismo cuestionario (adaptado al lenguaje local) usado en todos los países que conducen estudios GEM, junto con algunas preguntas añadidas por el equipo investigador nacional. Este valor es superior al mínimo exigido por la metodología GEM, de 2000 encuestas válidas por país. La muestra se dividió en entrevistas telefónicas en zonas con alta cobertura de ese servicio, y entrevistas cara a cara en áreas rurales y urbanas con baja cobertura telefónica.

Para la realización de la encuesta APS, se llevó a cabo un muestreo estratificado por conglomerados. La estratificación se realizó siguiendo criterios geográficos,

mientras que el tamaño de la muestra se definió en forma proporcional a la población de cada estrato. La distribución de la muestra en los estratos se detalla en la tabla 1.1.

El segundo instrumento es la encuesta nacional a expertos o NES (por sus siglas en inglés, *national expert survey*), que consiste en la conducción de entrevistas a expertos en temas de emprendimiento, provenientes de ámbitos como la política pública, la academia, institucio-

nes relacionadas con el fomento emprendedor y el sector privado. En las entrevistas se inquiriere sobre los siguientes temas: normas sociales y culturales, financiamiento a los negocios, políticas y programas de gobierno, infraestructura física, infraestructura comercial y de servicios a empresas, educación y capacitación, transferencia de investigación y desarrollo, y apertura del mercado interno. Se realizaron 23 encuestas válidas a expertos.



Fuente: Adaptado de Kelley et al. (2011)

Tabla 1.1. Distribución de la muestra por área geográfica

Estrato	Tamaño de muestra	Porcentaje de muestra
Área Metropolitana de San Salvador (AMSS)	791	36.3
Santa Ana	133	6.1
San Miguel	80	3.7
Sonsonate	47	2.2
Usulután	43	2.0
Zacatecoluca	36	1.7
Área urbana / Zona Occidental (excluye Sta. Ana, Sonsonate)	108	5.0
Área urbana / Zona Central (excluye AMSS)	152	7.0
Área urbana / Zona Paracentral (excluye Zacatecoluca)	88	4.1
Área urbana / Zona Oriental (excluye Usulután y San Miguel)	88	4.1
Área rural / Zona Occidental	218	10.0
Área rural / Zona Central	144	6.7
Área rural / Zona Paracentral	108	5.0
Área rural / Zona Oriental	144	6.7
Total	2180	100

Fuente: Elaboración propia

1.5. Estructura del informe

Este informe incluye una comparación de los datos del proyecto GEM El Salvador con las otras 68 economías participantes en la edición 2012 del GEM, que representan un total de 198 000 adultos encuestados. Se hace especial énfasis en las comparaciones con países de la región latinoamericana y del Caribe.

En el segundo capítulo se comparan con los datos globales las principales variables relacionadas con el emprendimiento en El Salvador y se analizan los patrones observados con lo esperado para un país con ese nivel de desarrollo económico. Se encuentra que las tasas de emprendimiento temprano en el país son más bajas de lo esperado y que hay una alta presencia de emprendedores por necesidad.

El capítulo 3 indaga sobre las percepciones de los emprendedores con respecto al proceso de emprender, y a sus propias condiciones y habilidades como emprendedores. Al compararse con los datos regionales, se concluye que en El Salvador las percepciones respecto

del riesgo de ser emprendedor y de las capacidades para emprender son más negativas que en el resto de países de la región. Lo anterior, muy probablemente, se relaciona con el pobre desempeño del país en términos de crecimiento económico, así como otros factores del entorno como la inseguridad y la violencia.

El capítulo 4 presenta una caracterización del emprendedor salvadoreño, en términos de sus niveles educativos, sexo, área geográfica y nivel de ingreso, con el objeto de construir un perfil promedio del emprendedor salvadoreño y descubrir patrones en relación con los tipos de emprendimiento.

El capítulo 5 presenta los tipos de negocios en que realizan su actividad los emprendedores salvadoreños, su acceso a recursos para emprender y las condiciones del mercado. En este se descubre que los emprendedores salvadoreños tienen menor orientación innovadora e internacional que sus pares latinoamericanos.

El capítulo 6 presenta y discute las opiniones entregadas por los expertos en la encuesta NES, y articula

el mensaje principal recogido: la ausencia de una política sistemática de promoción del emprendimiento, la falta de acceso a financiamiento y de un sistema educativo que promueva habilidades necesarias son obstáculos importantes para el desarrollo de los negocios en el país. Se recogen también las recomendaciones de los expertos para superar los problemas mencionados.

El capítulo 7 recoge los resultados del módulo especial para 2012 sobre redes de negocios. Se muestra

que El Salvador es uno de los países latinoamericanos donde los emprendedores hacen menor uso de las redes de negocios. Asimismo, se identifican patrones asociados con el uso de redes, que revelan que los emprendedores más educados y residentes en el área urbana son los que se benefician de ellas con mayor frecuencia.

El capítulo 8 concluye con una breve propuesta de política organizada alrededor de las lecciones presentadas en el informe.

2 EL EMPRENDIMIENTO EN EL SALVADOR Y EN EL MUNDO

El GEM, como se indicó en el capítulo 1, mide la actividad emprendedora en las diferentes etapas del ciclo de un negocio, desde la gestación de la idea hasta el cierre del negocio. Como resultado, se construyen indicadores del porcentaje de la población adulta que se encuentra en alguna de esas etapas. La tabla 2.1 muestra los datos del informe mundial GEM 2012 para los 69 países participantes, ordenados por región geográfica, sobre las tasas de actividad emprendedora en sus diferentes etapas. Como puede verse, los niveles de actividad emprendedora varían significativamente por región y por nivel de desarrollo económico.

Los países más pobres, los pertenecientes a África subsahariana, poseen las mayores tasas de actividad emprendedora, mientras que las menores tasas se encuentran en los países europeos, en especial en aquellos de mayor nivel de desarrollo. Esta relación negativa entre desarrollo y emprendimiento ha sido documentada exhaustivamente en los informes mundiales GEM y en estudios académicos que emplean la información del GEM (por ejemplo, Bosma et al., 2008); se justifica porque en economías de bajo nivel de desarrollo económico, existen pocas oportunidades laborales y, por tanto, muchas personas se ven obligadas a emprender por necesidad, generalmente en negocios de subsistencia y con poco potencial de crecimiento (donde el bajo desarrollo de mercado refuerza esas perspectivas negativas). Por el contrario, en las economías más desarrolladas, hay buenas oportunidades laborales formales y hay menos espacio para emprender, pues existen muchas empresas establecidas de gran tamaño. Los emprendimientos en esta situación se realizan en mayor proporción buscando oportunidades de mejora. Sin embargo, algunos autores sugieren que en niveles muy altos de desarrollo, vuelve a darse un incremento en el emprendimiento gracias a que los factores que potencian la innovación son muy robustos, lo que favorece a emprendimiento por oportunidad.

En la figura 2.1 se muestra la prevalencia de los diferentes tipos de emprendimiento siguiendo las categorías de desarrollo económico que emplea el índice de competitividad global (economías basadas en recursos, en eficiencia y en innovación). El Salvador pertenece al grupo de economías basadas en la eficiencia, al igual que el resto de países latinoamericanos participantes en la edición 2012 del GEM.

Como se verá más adelante, las medidas del emprendimiento en El Salvador se acercan al promedio de los países en su nivel de desarrollo, con una incidencia mayor de emprendimiento por necesidad y mayor cantidad de adultos con negocios establecidos.

La región de América Latina y el Caribe se encuentra en una situación intermedia, como es de esperar dado su nivel de desarrollo. El Salvador muestra, en las tasas de emprendimiento, valores cercanos a los promedios de la región. La incidencia de la variable TEA es de 15.3 % de la población entre 18 y 64 años, muy cerca del promedio latinoamericano de 17 %. Una comparación detallada por país se muestra en el panel A de la figura 2.2.

Otros datos notables, relacionados con la prevalencia de la actividad emprendedora, se mencionan a continuación:

- La TEA se divide en 7.7 % de emprendedores nacientes y 7.8 % de emprendedores nuevos.
- El 9.4 % de la población entre 18 y 64 años genera un negocio establecido (con más de 42 meses de operar).
- El 7.6 % de los emprendedores con un negocio lo han abandonado en los doce meses anteriores a la encuesta, ya sea por cierre, venta o abandono de la responsabilidad de dirigirlo.
- El 24.7 % de la población total entre 18 y 64

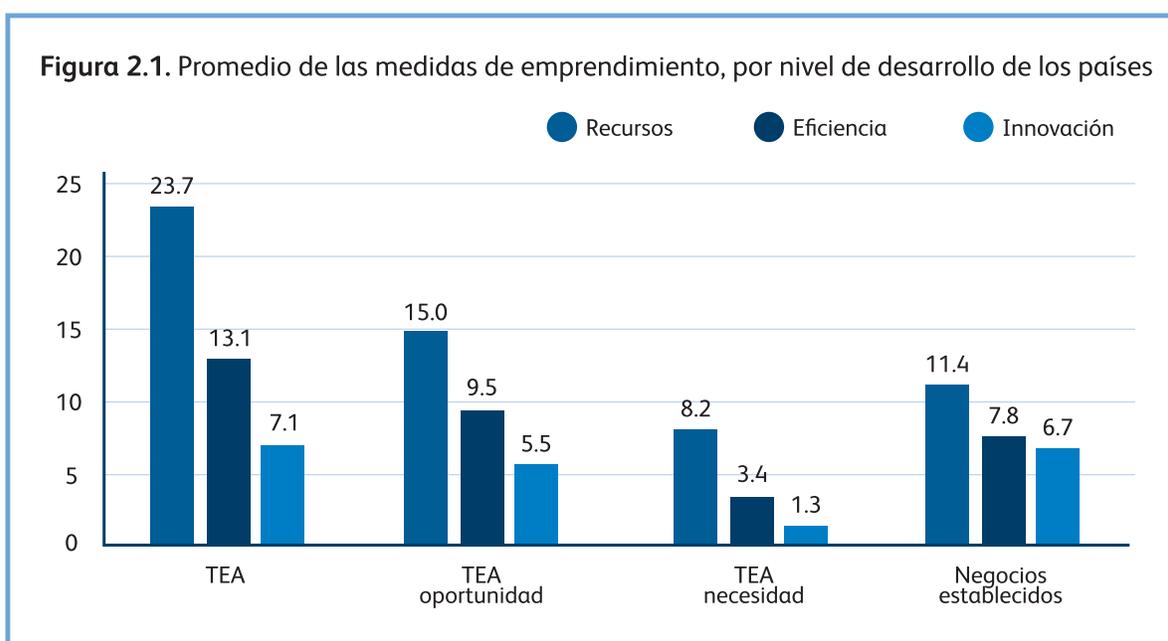
años está en alguna fase activa del proceso de emprender. Esto implica que casi la mitad de las personas económicamente activas están involucradas en el emprendimiento.

- El 35.2 % de los que están en fase temprana (TEA) lo hacen por necesidad, es decir, por la carencia de otras opciones laborales.
- El 64.8 % serían emprendedores por oportunidad. De estos, más de la mitad (39.2 % sobre el total) son emprendedores porque buscan mejores oportunidades e ingresos.

El Salvador se aleja un poco de los promedios latinoamericanos al tener una tasa de emprendimiento naciente de 8 % (comparado con 11 % promedio en la región) y se aleja más al considerar las tasas de emprendimiento por necesidad y por oportunidad con intención de mejora. En el país, el 35 % de los emprendedores lo son por necesidad, mientras que el 39 % buscan una oportunidad de mejorar. Esto se aleja de manera significativa de los promedios latinoamericanos y caribeños de 22 % y 51 %, respectivamente. También existe una tasa de negocios que han cerrado recientemente de 8 %, muy por encima del promedio regional de 5 %. La tasa de negocios establecidos es de 9.4 %, superior a la mayoría de países latinoamericanos, con las excepciones de Ecuador, Brasil y Argentina. El panel B de la figura 2.2 compara las tasas registradas en El Salvador con los promedios latinoamericanos.

La tasa de negocios establecidos es importante porque indica que un porcentaje de la población ha logrado sostener sus emprendimientos en el tiempo. Estos negocios tienen el potencial de seguir contribuyendo al desarrollo económico expandiéndose y generando ingresos para sus propietarios. Normalmente, hay una relación inversa entre la TEA y la tasa de negocios establecidos, pues en economías con bajo nivel de desarrollo, hay menor potencial de sostenibilidad de un negocio, a pesar de lo cual mucha gente se ve impulsada a emprender al observar las escasas oportunidades de empleo. En economías desarrolladas, en cambio, hay menos necesidad de emprender, y por otro lado, los negocios existentes tienen mayores posibilidades de sobrevivir porque los mercados son más estables y existe mayor acceso a recursos para expandir el negocio, incluyendo financiamiento, mano de obra calificada, protección jurídica, etc. En varios países con ingreso per cápita muy alto, la tasa de negocios establecidos es mayor a la TEA. En El Salvador, hay un porcentaje de negocios establecidos superior al promedio latinoamericano, aunque dado el nivel de desarrollo económico, se esperaría un valor aún mayor en esta variable.

El Salvador es, después de Panamá, el segundo país de América Latina y el Caribe con menor tasa absoluta de emprendedores por oportunidad (un 9.9 % de la población adulta, que se obtiene restando el porcentaje de emprendedores por necesidad, 35.2 %, al total de



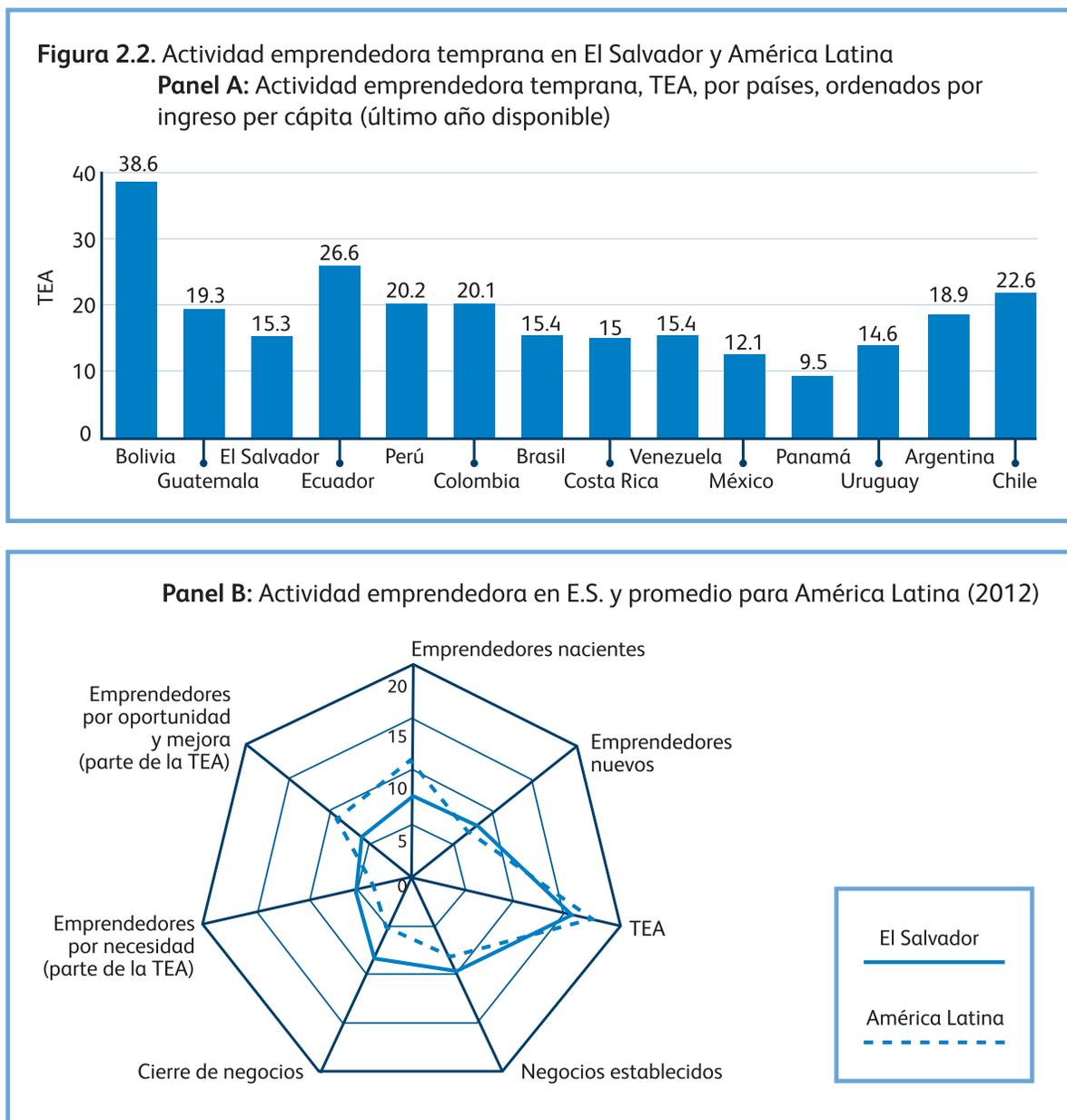
Fuente: Elaboración propia a partir de datos GEM 2012

la TEA). Este dato es preocupante, pues está muy por debajo de las tasas de los países con ingreso per cápita más cercano (Colombia, Ecuador y Perú), que se encuentran entre el 15 y el 17 %.

En este punto es apropiado hacer una advertencia con respecto a las tasas de emprendimiento por oportunidad y necesidad. Como señalan Amorós y Poblete Cazenave (2013), es posible que la metodología GEM subestime la prevalencia del emprendimiento por necesidad, ya que la pregunta del cuestionario GEM que sirve para hacer esta distinción fuerza a los encuestados

a elegir entre las opciones “no existen mejores opciones de trabajo” y “explotar una oportunidad de negocio”. Así, alguien que desee ubicarse entre esos extremos suele inclinarse por el último, aunque su situación se asemeje más a la de emprendimiento por necesidad, es decir, su negocio tiene poco potencial de crecimiento y es quizá la única forma de procurar la subsistencia del hogar.

Para interpretar el patrón mencionado se debe tomar en cuenta que, al comparar distintos países, hay una fuerte asociación negativa entre ingreso por persona y la prevalencia del emprendimiento temprano.



Fuente: Elaboración propia a partir de informes mundiales GEM (2010, 2011 y 2012) y datos del Fondo Monetario Internacional

Tabla 2.1. Actividad emprendedora en los países participantes en el GEM 2012

Región País	Empren- dedores nacientes	Empren- dedores nuevos	TEA	Negocios estable- cidos	Cierre de negocios	Empren- dedores por nece- sidad (% de TEA)	Empren- dedores por oportu- nidad (% de TEA)
América Latina y el Caribe							
Argentina	12	7	19	10	5	35	47
Barbados	10	7	17	12	3	12	63
Brasil	4	11	15	15	5	30	59
Chile	15	8	23	8	5	17	69
Colombia	14	7	20	7	7	12	48
Costa Rica	10	5	15	3	3	20	48
Ecuador	17	12	27	19	8	36	30
El Salvador	8	8	15	9	8	35	39
México	8	4	12	5	4	13	52
Panamá	7	3	9	2	2	19	57
Perú	15	6	20	5	7	23	53
Trinidad y Tobago	9	7	15	7	5	15	60
Uruguay	10	5	15	5	5	18	40
Promedio	11	7	17	8	5	22	51
Medio Oriente y África del Norte							
Argelia	2	7	9	3	7	30	47
Egipto	3	5	8	4	5	34	23
Irán	4	6	11	10	5	42	36
Israel	3	3	7	4	4	19	46
Palestina	6	4	10	3	8	42	27
Túnez	2	2	5	4	4	35	42
Promedio	4	5	8	5	6	34	37
África subsahariana							
Angola	15	19	32	9	26	24	38
Botsuana	17	12	28	6	16	33	48
Etiopía	6	9	15	10	3	20	69
Ghana	15	23	37	38	16	28	51
Malawi	18	20	36	11	29	42	43
Namibia	11	7	18	3	12	37	37
Nigeria	22	14	35	16	8	35	53
Sudáfrica	4	3	7	2	5	32	40
Uganda	10	28	36	31	26	46	42
Zambia	27	15	41	4	20	32	46
Promedio	15	15	28	13	16	33	47
Asia y el Pacífico							
China	5	7	13	12	4	37	39
Japón	2	2	4	6	1	21	66
Corea	3	4	7	10	3	35	46
Malasia	3	4	7	7	2	13	61

Tabla 2.1. Continuación

Región País	Empren- dedores nacientes	Empren- dedores nuevos	TEA	Negocios estable- cidos	Cierre de negocios	Empren- dedores por nece- sidad (% de TEA)	Empren- dedores por oportu- nidad (% de TEA)
Paquistán	8	3	12	4	3	53	24
Singapur	8	4	12	3	4	15	54
Taiwán	3	4	8	10	6	18	43
Tailandia	9	11	19	30	3	17	67
Promedio	5	5	10	10	3	26	50
Unión Europea							
Austria	7	3	10	8	4	11	38
Bélgica	3	2	5	5	2	18	62
Dinamarca	3	2	5	3	1	8	71
Estonia	9	5	14	7	4	18	49
Finlandia	3	3	6	8	2	17	60
Francia	4	2	5	3	2	18	59
Alemania	4	2	5	5	2	22	51
Grecia	4	3	7	12	4	30	32
Hungría	6	4	9	8	4	31	35
Irlanda	4	2	6	8	2	28	41
Italia	2	2	4	3	2	16	22
Latvia	9	5	13	8	3	25	46
Lituania	3	4	7	8	2	25	51
Holanda	4	6	10	9	2	8	66
Polonia	5	5	9	6	4	41	30
Portugal	4	4	8	6	3	18	53
Rumania	6	4	9	4	4	24	38
Eslovaquia	7	4	10	6	5	36	43
Eslovenia	3	3	5	6	2	7	64
España	3	2	6	9	2	26	33
Suecia	5	2	6	5	2	7	49
Reino Unido	5	4	9	6	2	18	43
Promedio	5	3	8	7	3	21	47
Europa (fuera de la Unión Europea)							
Bosnia y Herzegovina	5	3	8	6	7	58	20
Croacia	6	2	8	3	4	34	36
Macedonia	4	3	7	7	4	52	29
Noruega	4	3	7	6	1	7	70
Rusia	3	2	4	2	1	36	31
Suiza	3	3	6	8	2	18	57
Turquía	7	5	12	9	5	31	55
Promedio	4	3	7	6	4	34	43
América del Norte							
Estados Unidos	9	4	13	9	4	21	59

Fuente: Informe mundial GEM 2012 (Xavier et al., 2013)

Dado que el ingreso per cápita de los salvadoreños es inferior al promedio latinoamericano, se esperaría una mayor importancia relativa del emprendimiento. El panel A de la figura 2.2 muestra el valor de la TEA para los países de la región latinoamericana que participaron en las ediciones 2010 a 2012 del GEM. El orden en que se encuentran los países cumple la relación descrita anteriormente de que a mayor nivel de PIB per cápita, se tiene un nivel más bajo de actividad emprendedora temprana. Excepciones al patrón descrito son, por un lado, Chile y Argentina (y, en menor medida, Uruguay), que muestran tasas más altas que las esperadas según su nivel de desarrollo, y El Salvador (y, en menor grado, Guatemala), por el otro, con una tasa de emprendimiento temprano más baja de lo esperado. Estas excepciones se asocian con el buen desempeño económico de los países del Cono Sur en años anteriores, así como con el estancamiento que padecen las economías del norte de Centroamérica, en especial la de El Salvador. Para este país, se esperaría una de las tasas de emprendimiento temprano más altas de la región. Esto no se cumple, ya que las tasas de los tres países con ingreso per cápita superior a El Salvador (Ecuador, Colombia y Perú) poseen mayores montos de actividad emprendedora temprana.

En resumen, puede afirmarse que, dado el nivel de desarrollo del país, hay muy pocos emprendedores en El Salvador, y los emprendedores existentes son, en mayor medida que en otros países, emprendedores por necesidad. Hay también una tasa elevada de abandono de negocios en el último año. El emprendimiento por oportunidad, con intención de mejora, es el segundo más bajo entre los países de América Latina y el Caribe, lo que señala una muy pobre percepción de oportunidades en el entorno o una baja disponibilidad de los recursos complementarios requeridos para emprender.

Es posible indagar sobre las razones de esta falta de emprendedores en el marco del modelo analítico usado por el proyecto GEM. Dado que El Salvador es una economía basada en la eficiencia, la actividad emprendedora estará directamente relacionada con los elementos llamados “requisitos básicos” y “potenciadores de la eficiencia”, además de estarlo con el entorno político, social y externo. Dentro de los elementos que pueden limitar la expansión del emprendimiento, en especial del emprendimiento por oportunidad, están:

- Bajos niveles de logro en cuanto a los requisitos básicos. Por ejemplo:
 - La escolaridad promedio sigue siendo muy baja (6.2 años de educación básica según la *Encuesta de hogares de propósitos múltiples 2011*), con una educación secundaria que dista de ser universal (solo 35 % de los jóvenes acceden a esta según la misma fuente) y donde la calidad de la educación es además cuestionada (SERCE, 2006).
 - La cobertura del sistema de salud es deficiente, en términos de responder adecuadamente a las necesidades primarias de atención (Acosta et al., 2011 y PNUD, 2010 señalan que solamente la mitad de la población cubierta por el Ministerio de Salud tiene acceso a cuidados de salud).
 - La institucionalidad es percibida como débil, hay desconfianza en las instituciones de gobierno e inseguridad jurídica, y muchos ciudadanos están excluidos de la protección de las instituciones estatales (USAID, 2013).
 - La alta incidencia de violencia y criminalidad impone costos excesivos a los emprendedores y afecta a gran parte de la población (USAID, 2013).
 - La estabilidad macroeconómica se ve cuestionada por el bajo crecimiento de la economía, un entorno externo no tan favorable y las preocupaciones sobre la sostenibilidad de la deuda externa y de las finanzas públicas (FMI, 2013) y hasta del sistema monetario actual.
- Necesidad de invertir en los potenciadores de la eficiencia:
 - Existe una baja cobertura y pertinencia de la educación superior y de los programas de capacitación vocacional. La tasa de matrícula en educación superior apenas supera el 20 % de los jóvenes (USAID, 2012).
 - El acceso a financiamiento está restringido por poca competencia bancaria y poco interés en el sector de la pequeña y microempresa, en parte por problemas de información, verificación o recuperación del crédito (Chorro, 2010).
 - El mercado laboral es rígido y, por tanto, gran parte de la población se encuentra en la informalidad (EHPM 2011).
 - Los mercados para la mayoría de bienes son locales y, por tanto, muy pequeños para alcanzar economías de escala.

3 LAS PERCEPCIONES Y MOTIVACIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO

En este capítulo se analizan las percepciones indagadas entre los emprendedores salvadoreños y la población encuestada, con respecto a la actividad emprendedora y las condiciones del mercado para emprender. Para facilitar la comparabilidad internacional, a partir de este capítulo se hace referencia a la tasa de emprendimiento en la población de 18 a 64 años solamente, que es el grupo de referencia utilizado en las encuestas GEM a nivel global.

3.1. Actitudes frente al emprendimiento

En El Salvador, al igual que en la mayor parte de América Latina, las percepciones sociales con respecto al emprendimiento son positivas. El 73 % de la población percibe que emprender es una buena elección de carrera y el 72 % considera que los emprendedores exitosos gozan de buen espacio en la sociedad. En América Latina y el Caribe, el promedio de estas variables es de 75 % y 71 % respectivamente, oscilando entre los valores máximos de 89 % y 86 % en Brasil y los mínimos de 56 % y 54 % en México. En el país, además, el 62 % percibe que los medios dan suficiente atención a los casos de emprendimiento exitoso, por debajo del 67 % del promedio de la región.

En cuanto a las percepciones del entorno, el 43 % de la población percibe que hay buenas oportunidades en el mercado (comparado con 53 % en América Latina y el Caribe) y el 59 % de las personas cree tener suficientes conocimientos, habilidades y experiencia para iniciar un negocio (comparado con el 62 % en la región). Con todo, 40 % de la población manifiesta intenciones de emprender, por encima del promedio regional y solamente por debajo de cuatro países con buen desempeño económico en la región: Colombia, Ecuador, Perú y Chile. Los datos anteriores apoyan la percepción de que en El Salvador las personas tienen un buen concepto del emprendimiento y poseen la aspiración a montar un negocio.

Una cifra más negativa es la relacionada con el temor al fracaso. Un 42 % de la población señala que este elemento sería un obstáculo para iniciar un negocio, la cifra más alta en América Latina y el Caribe, por encima de Costa Rica (35 %) y Ecuador (33 %) y más cercana a las observadas en África al sur del Sáhara. En el Informe Global GEM se hace notar esta cifra para El Salvador y se hace mención a las de Grecia (61 %) e Italia (58 %), países que también enfrentan una situación económica de estancamiento.

En general, existen mayores intenciones emprendedoras en países de menor nivel de desarrollo y, en el caso de El Salvador, la intención de emprender (40 %) es inferior a la de los países de la muestra más cercanos en PIB per cápita: Colombia, Perú y Ecuador, que promedian 51 %. Combinado con el elevado temor al fracaso, puede identificarse un moderado déficit de intenciones de emprender, explicado también por un menor porcentaje de la población que percibe oportunidades de emprender.

A nivel global, las percepciones con respecto al emprendimiento son más favorables en los países de menor desarrollo económico, como muestra la figura 3.1. En general, para los niveles más bajos de desarrollo las percepciones sobre el emprendimiento son más favorables y el temor al fracaso es menor. La percepción de oportunidades y de las capacidades del propio emprendedor para iniciar un negocio son dos variables muy sensibles al nivel de desarrollo de cada país. Así, en países con economías basadas en la innovación, la percepción de oportunidades es de la mitad en relación con la percepción en economías basadas en recursos.

La encuesta de actitudes, que arroja los datos anteriores, indaga sobre la percepción del emprendedor acerca de la existencia de oportunidades externas para iniciar un negocio y las capacidades internas que

él mismo percibe. Asimismo, investiga la intención de emprender a corto y largo plazo y, finalmente, hace tres preguntas sobre la percepción social o imaginario sobre el emprendimiento: si es una buena elección de carrera, si los emprendedores exitosos gozan de un estatus elevado, y si los medios otorgan espacio para la difusión de casos de éxito.

Estas preguntas son importantes porque señalan la percepción de la población (no solamente de los emprendedores) sobre la existencia de un entorno favorable para el emprendimiento, lo que afecta al número de personas que deciden iniciar negocios y discontinuarlos. Estas percepciones dependen tanto de la evolución del entorno económico y social como de elementos culturales relativos a la función y aceptación del emprendimiento.

Un resumen de las respuestas obtenidas en el cuestionario GEM sobre las actitudes frente al emprendimiento se muestra en la tabla 3.1. En ella es posible comparar las cifras de percepción obtenidas en El Salvador con las del resto de los 69 países participantes en el GEM 2012.

La tabla 3.2 muestra las mismas respuestas de la tabla 3.1, solo para El Salvador y desagregándolas por el tipo de encuestado. La primera distinción que se hace es si el encuestado está relacionado con el emprendimiento, lo que incluye personas que son emprendedores establecidos, emprendedores en etapa temprana y también los que han financiado a otros emprendedores. En todas las respuestas se observa que las personas relacionadas con el emprendimiento tienen percepciones mucho más favorables de las oportunidades para poner un negocio y de poseer las habilidades para montarlo. Aquellos relacionados con el emprendimiento también conocen en mayor proporción a otros que han sido emprendedores recientemente.

El miedo al fracaso es apenas menor en las personas relacionadas con el emprendimiento, en contra de la concepción común de que los emprendedores serían personas con actitudes más arriesgadas. En cuanto a las percepciones sociales, los relacionados con el empen-

dimiento perciben que la sociedad valora más el emprendimiento, pero las diferencias no son muy grandes respecto de los que no están relacionados con esta actividad, a excepción de la percepción del estatus social, que es más favorable para los primeros.

Los emprendedores establecidos también tienen percepciones cercanas al promedio respecto a las oportunidades próximas. Por ser emprendedores antiguos, puede que su percepción del entorno actual sea más estática. Donde destacan es en su percepción de su habilidad para manejar el negocio, pues 86.6 % señala tenerla, así como en su bajo temor al fracaso, solo 28.3 % señala que sería un obstáculo a emprender un nuevo negocio.

En la opinión de los emprendedores establecidos, la sociedad valora positivamente el emprendimiento, superando en esta percepción al promedio de la población. Esto es razonable, ya que se trata de su percepción de cómo se valora socialmente su propia ocupación.

Finalmente, se hace el contraste con los miembros de la TEA por necesidad y por oportunidad. Como es de esperarse, los segundos poseen mejores percepciones acerca de sus propias habilidades y de las oportunidades de emprender que ofrece el entorno. Los emprendedores por oportunidad manifiestan un bajo temor al fracaso; en contraste, los emprendedores por necesidad tienen una tasa de temor al fracaso (43.5 %) mayor al del promedio de toda la población y de los que no tienen relación con el emprendimiento. Aun así, para los emprendedores por oportunidad, la tasa de temor al fracaso es mayor que para el promedio de toda la población en otros países latinoamericanos.

En cuanto a las percepciones sociales sobre el emprendimiento, los emprendedores por necesidad son los que menos creen en que tener negocio propio sea una buena elección ocupacional (aunque el valor sigue siendo elevado, 65.8 %). Esto es razonable ya que, en su caso, emprender ha sido una actividad forzada para lograr subsistir. En promedio, los emprendedores por oportunidad y necesidad tienen la percepción de que los emprendedores exitosos alcanzan una buena posición social.

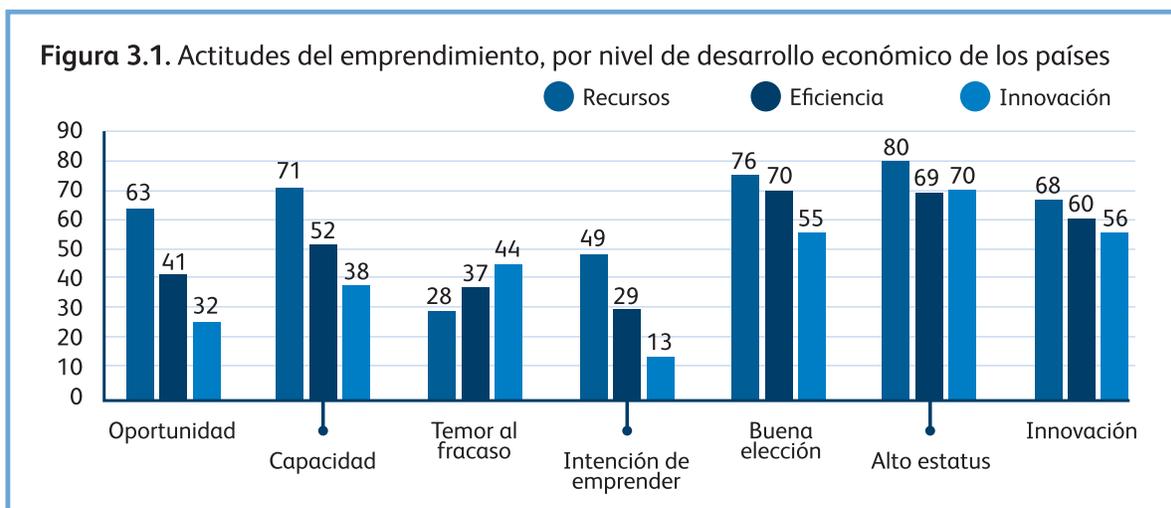
Tabla 3.1. Percepciones sobre el emprendimiento, GEM global 2012

Región País	Oportunidades percibidas	Capacidades percibidas	Temor al fracaso	Intencio- nes de emprender	Empren- der es buena opción de carrera	Alto estatus de emprendedores exitosos	Espacio para el emprendo- miento en medios
América Latina y el Caribe							
Argentina	50	63	27	29	74	67	63
Barbados	47	70	17	23	-	-	-
Brasil	52	54	31	36	89	86	86
Chile	65	60	28	43	70	68	66
Colombia	72	57	32	57	89	75	69
Costa Rica	47	63	35	33	72	72	79
Ecuador	59	72	33	51	88	84	79
El Salvador	43	59	42	40	73	72	62
México	45	62	26	18	56	54	38
Panamá	38	43	17	12	-	-	-
Perú	57	65	30	45	77	73	76
Trinidad y Tobago	59	76	17	37	78	76	64
Uruguay	51	58	27	20	61	59	51
Promedio	53	62	28	34	75	71	67
Medio Oriente y África del Norte							
Argelia	46	54	35	21	79	81	47
Egipto	54	59	33	42	83	87	64
Irán	39	54	41	23	60	73	61
Israel	31	29	47	13	59	72	47
Palestina	46	59	40	36	85	80	71
Túnez	33	62	15	22	88	94	48
Promedio	41	53	35	26	76	81	56
África subsahariana							
Angola	66	72	38	70	-	-	-
Botsuana	67	71	25	72	76	73	79
Etiopía	65	69	33	24	76	92	73
Ghana	79	86	18	60	84	91	82
Malawi	74	85	12	70	-	-	-
Namibia	75	74	35	45	73	76	82
Nigeria	82	88	21	44	82	76	78
Sudáfrica	35	39	31	12	74	74	73
Uganda	81	88	15	79	-	-	-
Zambia	78	84	17	55	67	79	72
Promedio	70	76	24	53	76	80	77
Asia y el Pacífico							
China	32	38	36	20	72	76	80
Japón	6	9	53	2	30	55	53
Corea	13	27	43	13	59	70	68
Malasia	36	31	36	13	46	51	62

Tabla 3.1. Continuación

Región País	Oportunidades percibidas	Capacidades percibidas	Temor al fracaso	Intenciones de emprender	Emprender es buena opción de carrera	Alto estatus de emprendedores exitosos	Espacio para el emprendimiento en medios
Paquistán	46	49	31	25	66	68	51
Singapur	23	27	42	16	50	63	77
Taiwán	39	26	38	25	70	63	83
Tailandia	45	46	50	19	76	79	84
Promedio	30	32	41	17	59	65	70
Unión Europea							
Austria	49	50	36	9	46	76	-
Bélgica	33	37	41	9	62	57	54
Dinamarca	44	31	39	7	-	-	-
Estonia	45	43	34	16	55	63	41
Finlandia	55	34	37	8	45	83	68
Francia	38	36	43	17	65	77	41
Alemania	36	37	42	6	49	76	49
Grecia	13	50	61	10	64	68	33
Hungría	11	40	34	13	41	74	29
Irlanda	26	45	35	5	45	81	61
Italia	20	30	58	11	67	70	51
Latvia	33	44	37	22	60	53	53
Lituania	30	40	36	18	63	53	37
Holanda	34	42	30	9	79	65	58
Polonia	20	54	43	22	68	57	56
Portugal	16	47	42	14	-	-	-
Rumania	37	38	41	27	71	74	55
Eslovaquia	18	50	38	12	50	74	59
Eslovenia	20	51	27	13	53	71	51
España	14	50	42	11	64	64	47
Suecia	66	37	33	11	-	-	-
Reino Unido	33	47	36	10	50	77	47
Promedio	31	42	39	13	58	69	50
Europa (fuera de la Unión Europea)							
Bosnia y Herzegovina	20	49	27	22	81	72	39
Croacia	17	44	36	19	64	42	40
Macedonia	31	55	39	28	70	67	64
Noruega	64	34	39	5	50	80	59
Rusia	20	24	47	2	60	63	45
Suiza	36	37	32	7	44	63	57
Turquía	40	49	30	15	67	76	57
Promedio	33	42	36	14	62	66	52
América del Norte							
Estados Unidos	43	56	32	13	-	-	-

Fuente: Informe mundial GEM 2012 (Xavier et al., 2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos GEM, 2012

Tabla 3.2. Percepciones de los encuestados según etapa de emprendimiento (porcentaje de respuestas positivas a la pregunta)

Pregunta	Sin relación con el emprendimiento	Relacionado con el emprendimiento	Emprendedores establecidos	Emprendedores tempranos por oportunidad	Emprendedores tempranos por necesidad
¿Conoce personalmente a alguien que puso un negocio en los últimos 2 años?	32.4	54.5	53.5	65.8	50.0
¿Va a haber buenas oportunidades de negocios en los próximos 6 meses en la zona donde vive?	37.3	53.0	41.9	62.1	44.2
¿Tiene los conocimientos, habilidades y experiencia para poner un nuevo negocio?	48.8	77.0	86.6	88.3	69.5
¿Sería el miedo al fracaso un obstáculo para poner un nuevo negocio?	40.8	39.4	28.3	30.5	43.5
¿En El Salvador es tener negocio propio una buena elección de trabajo?	72.3	73.5	74.1	69.8	65.8
¿Los que tienen éxito en los negocios son respetados y alcanzan un alto nivel social?	69.1	76.5	79.8	74.6	73.4
¿Los medios de comunicación muestran noticias sobre emprendedores exitosos?	61.3	62.8	62.2	59.6	65.6

Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta GEM El Salvador 2012

3.2 Motivaciones para emprender

En la figura 3.2 se muestran percepciones recogidas en la encuesta GEM 2012 en los países de América Latina acerca de la motivación de los emprendedores para montar

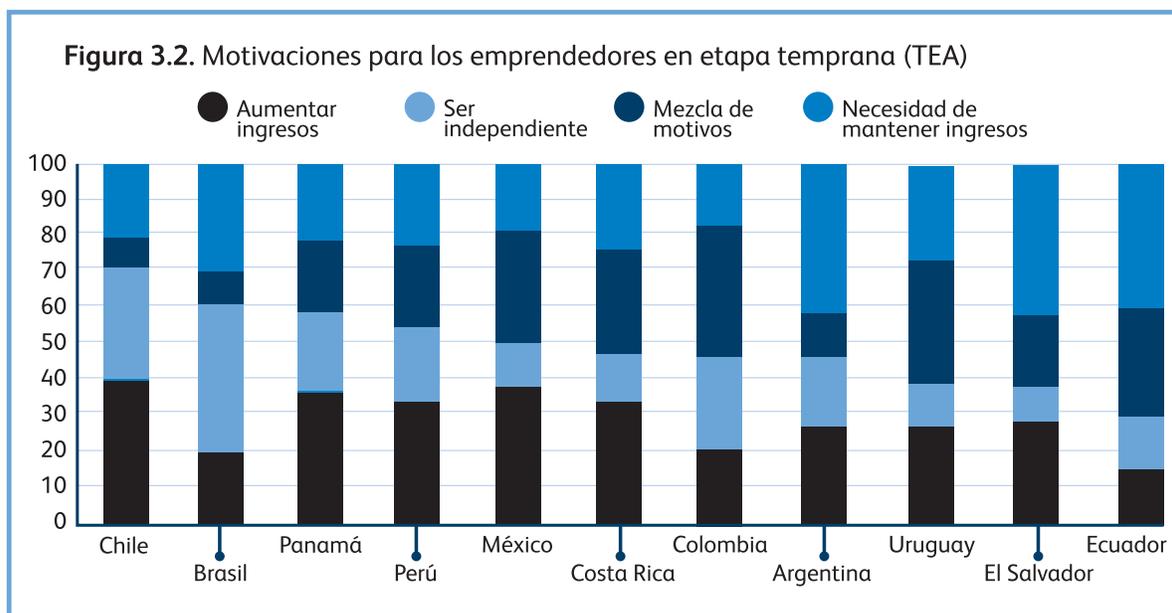
su negocio, las cuales sirven posteriormente para clasificarlos entre emprendedores por oportunidad y por necesidad. En esta figura, se ordenan de mayor a menor en relación con los motivos del emprendimiento por oportunidad (aumentar ingresos y buscar independencia).

En esa figura, Chile y Brasil muestran la mayor proporción de emprendedores con motivación de aumentar ingresos o buscar independencia. En el otro extremo, Ecuador y El Salvador tienen la menor proporción de emprendedores motivados por esas razones. Esto puede asociarse con varios factores: un mercado laboral más precario y una economía que ofrece menos oportunidades de negocios prometedoras tendría una menor proporción de emprendedores que buscan oportunidades (aun si hay una gran cantidad de emprendedores). Por otro lado, países con una economía dinámica y un mercado laboral formal que ofrece buenas opciones tendrán más emprendedores motivados por ingresos o independencia.

En El Salvador, 40.2 % de los emprendedores en etapas tempranas manifiestan buscar incrementar ingresos (28.7 %) o ser independientes (11.5 %). El porcentaje de emprendedores que expresan este último motivo es el más bajo en América Latina. Por otro lado, 42 % son emprendedores por necesidad o por conservar su nivel de ingresos, el porcentaje más alto entre los países de América Latina.

Los datos anteriores señalan que, a pesar de que la TEA total en El Salvador es cercana al promedio latinoamericano, las motivaciones del emprendimiento son menos favorables que en otros países; además, gran parte de los emprendedores se ven empujados a montar un negocio por falta de trabajo en otro sector o porque es la forma en la que creen posible mantener su nivel de ingresos anterior.

Factores que ayudarían a mejorar las perspectivas de los emprendedores y a contar con más emprendedores por oportunidad serían una mejora del clima económico, un entorno más favorable al emprendimiento desde el punto de vista institucional y de seguridad, y apoyos a los emprendedores por oportunidad. Hay consenso entre los investigadores que han empleado los datos del proyecto GEM (Kelley et al., 2010) en que la contribución al desarrollo económico de los emprendedores por oportunidad es mucho más alta que la de los negocios por necesidad.

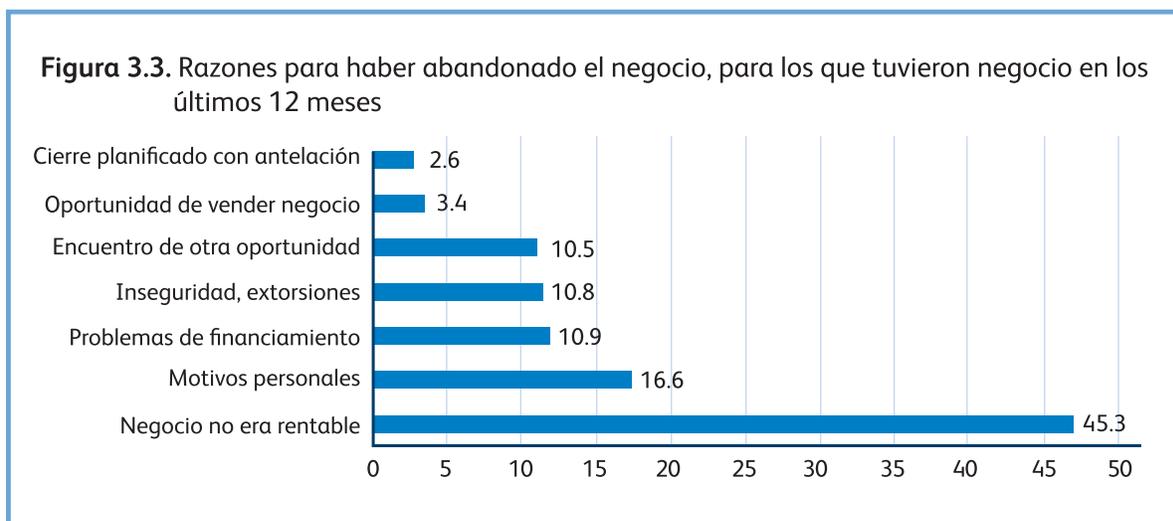


Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta mundial GEM, 2012

3.3 Abandono del negocio

Tan importante como entender las motivaciones de quienes hoy día son emprendedores es conocer las percepciones de aquellos que han dejado de serlo recientemente,

y las razones que motivaron el abandono de su negocio. En el capítulo 2, se mencionaba que el 7.9 % de las personas manifestaban haber cerrado o abandonado un negocio en los últimos doce meses.



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta mundial GEM, 2012

Es natural que, al haber una elevada tasa de nuevos emprendimientos, también haya una alta tasa de abandono de negocios al descubrir que el nicho de mercado no es rentable, que existe demasiada competencia o al encontrar otras oportunidades para generar ingresos. Una tasa de casi 8 % de personas que abandonan los negocios en El Salvador, cuando se compara con el 24.7 % de emprendedores (sumando la TEA y los emprendedores establecidos), puede considerarse elevada, pues es la más alta en América Latina, a pesar de que la tasa de emprendimiento está alrededor del promedio. Esto sugiere que, en relación con otros países de la región, los negocios en El Salvador tienen una vida relativamente más corta, especialmente los negocios nuevos, pues hay una tasa de 9.4% de emprendedores establecidos.

Del 7.8 % de emprendedores que abandonaron su negocio, 73.3 % lo cerraron completamente y el resto (26.7 %) dejó el negocio en manos de alguien más. Esto significa que la tasa de cierre final de negocios es de 5.7 %, la más alta en América Latina, pues le sigue Ecuador con 5.3 % y Perú con 4.9 %.

En la figura 3.3 se listan las razones mencionadas en la encuesta GEM para haber abandonado un negocio. La razón principal es la falta de rentabilidad del negocio, 45.3 % de los antiguos emprendedores citan ese motivo. Le siguen otras razones personales con un 16.6 %, los problemas de financiamiento, las extorsiones e inseguridad con un 10.8 % y otras oportunidades de negocio o trabajo, con 10.5 %.

4 LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES EN EL SALVADOR

En este capítulo se describen y analizan las características de los diferentes tipos de emprendedores salvadoreños, comparándolos con los de otros países de la región latinoamericana y con promedios globales. Se estudian comparaciones por edad, sexo, educación y sector de actividad económica.

4.1. Características de edad

Según el informe mundial GEM 2012 (Xavier et al., 2013), la proporción de emprendedores en diferentes grupos de edad muestra una distribución similar a una campana. La mayor proporción de emprendedores está entre los 25 y 34 años, mientras que la menor TEA se encuentra entre las personas de mayor edad. Esta misma tendencia se observa en los datos para El Salvador y América Latina, como muestra la figura 4.1 (panel A). Solamente en el grupo de edad de 55 a 64 años, la TEA de El Salvador es mayor que el promedio de la región. Debido al tamaño de los grupos de edad, existe mayor déficit en la TEA en las edades entre 25 y 44 años, donde se ubica más de la mitad de los emprendedores que hay en la población.

En cuanto a la motivación para emprender, se observa que en el país la proporción de emprendedores por necesidad es mayor en los grupos de 35 a 54 años

(figura 4.1, panel B). Esto se asocia con una mayor tasa de emprendimiento total en estos grupos, lo que significa que sigue habiendo mayor número de emprendedores por oportunidad comprendidos en estas edades.

Una posible explicación al patrón arriba descrito es que en estas edades la tasa de participación laboral alcanza su máximo, posiblemente por las responsabilidades familiares de las personas en ese grupo. Por tanto, muchas de ellas pueden verse empujadas al emprendimiento por necesidad para generar recursos para la subsistencia de sus hogares. En cambio, las muy jóvenes (menores a 24 años) o muy mayores tienen menos cargas familiares o son sostenidas por otros familiares.

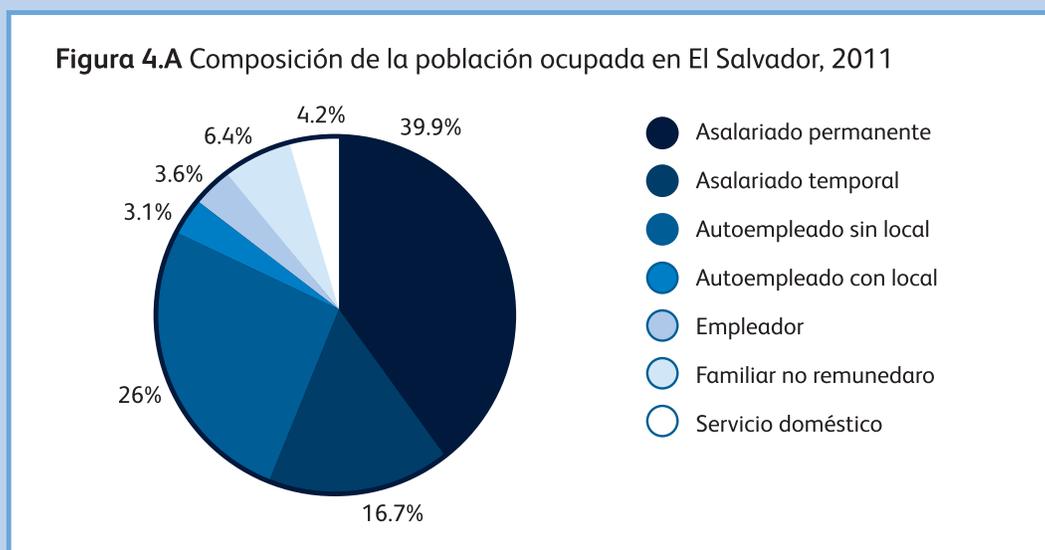
El patrón de emprendimientos establecidos por edad contrasta fuertemente con la desagregación de la TEA por edad, como ilustra la figura 4.2. Si el emprendimiento temprano disminuye fuertemente desde el grupo de 25 a 34 hasta el grupo de 55 a 64 años, el emprendimiento establecido muestra un incremento sustancial a medida se avanza por grupo etario. Esto se explica porque los emprendedores de mayor edad poseen mayor experiencia y conocimiento del mercado, pero también porque podrían preferir instalarse en nichos más estables, aunque estos tengan menor potencial de ingresos elevados.

RECUADRO 4.1. EL EMPLEO EN EL SALVADOR

Según la *Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples*, EHPM, (DIGESTYC, 2011 y 2012), la población en 2012 entre 18 y 64 años sumaba 3.53 millones de personas, de las cuales 1.62 millones (45.9 %) son hombres y 1.91 millones (54.1 %) mujeres. En este grupo de edad, usando cifras de 2011, la participación en el mercado laboral es de 65 % de la población, pero al desagregarla por sexo las cifras son marcadamente distintas. Mientras que 89.1 % de los hombres son considerados laboralmente activos, solo 53.5 % de las mujeres participa en el mercado laboral.

La tasa de desempleo es de 8.2 % entre hombres y de 4.4 % para las mujeres. El desempleo alcanza al 6.1 % de la población activa, por lo que aproximadamente 61 % de la población en el rango de 18 a 64 años estaría efectivamente trabajando. Hay también diferencias sustanciales entre el área urbana y la rural. En la primera, la tasa de participación es de 72 %, mientras que en la segunda, alcanza 65.8 %.

La composición de la población ocupada se muestra en la figura 4.A, la cual señala que 56.6 % de los ocupados son asalariados y 32.7 % son, de alguna manera, emprendedores, al ser autoempleados o empleadores. Hay que hacer notar que estas cifras se refieren a la actividad principal de las personas, por lo que quedan excluidos aquellos que están montando un negocio o que ya lo manejan al margen de su actividad principal. También hay que considerar incluir a los trabajadores familiares no remunerados (6.4 % del total), que en muchos casos laboran en un negocio de la familia.



Las cifras anteriores documentan el hecho de que el emprendimiento genera directamente un tercio de los empleos del país, a lo que habría que sumar el trabajo de muchos familiares no remunerados y aquellos que tienen un negocio como actividad secundaria.

4.2. Características por sexo

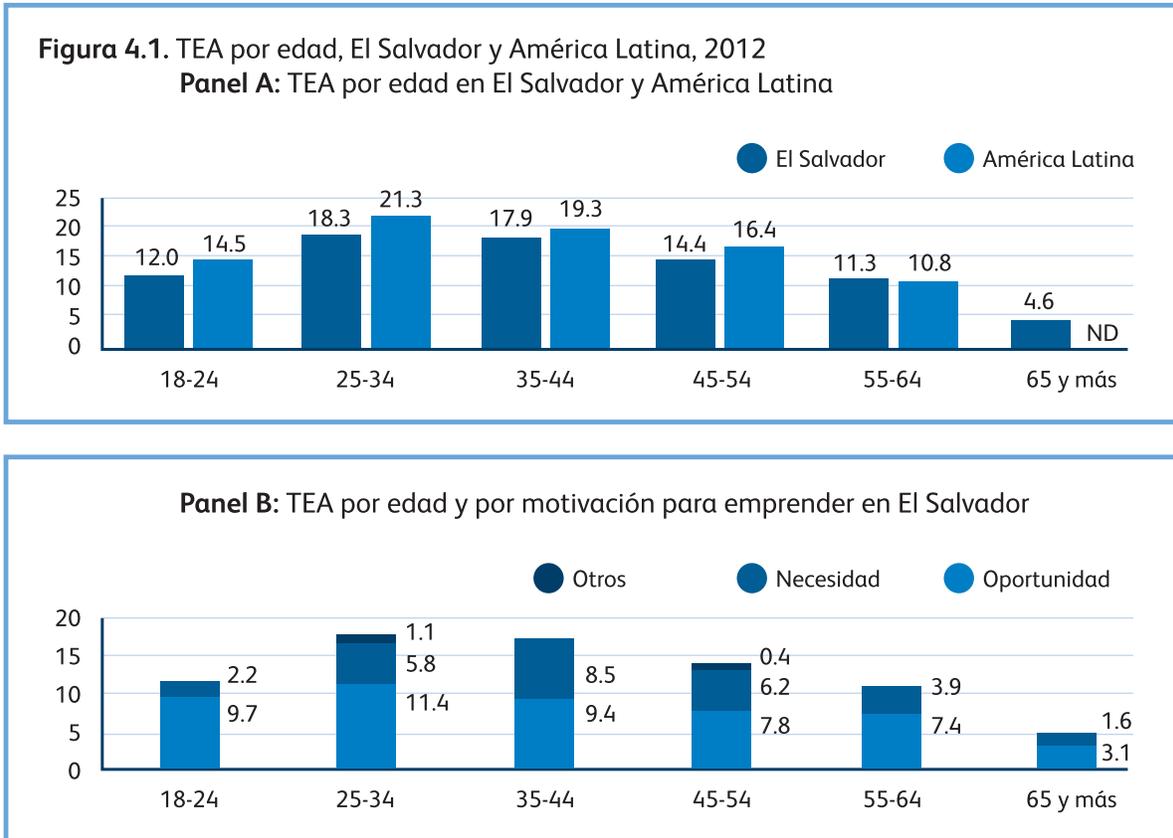
Al desagregar por sexo, en El Salvador se observa una mayor prevalencia de emprendimiento temprano entre los hombres de 18 a 64 años que entre las mujeres de la misma edad. El valor de la TEA para los hombres es de 16.4 %, mientras que este cae a 14.3 % entre las mujeres. Esto replica el patrón global, donde se observa siempre mayor prevalencia de emprendimiento entre hombres. La tabla 4.1 muestra la incidencia de emprendimiento en diferentes regiones del mundo, comparadas con El Salvador.

Con respecto a la TEA, la brecha entre hombres y mujeres es menor en El Salvador que en el resto de América Latina y el Caribe, o que en el promedio mundial. A primera vista, esto parece positivo, pero al desagregar la actividad emprendedora por motivo, se encuentra que existe una brecha a favor de los hombres en términos de emprendimiento por oportunidad, mientras que hay más mujeres que hombres que emprenden por necesidad. Esto último revierte el patrón global y, aunque en América Latina sucede lo mismo, la brecha en El Salvador es mayor. La conclusión es que en El Salvador existe una brecha de género desfavorable: muchas mujeres se ven obligadas a realizar emprendimientos de subsisten-

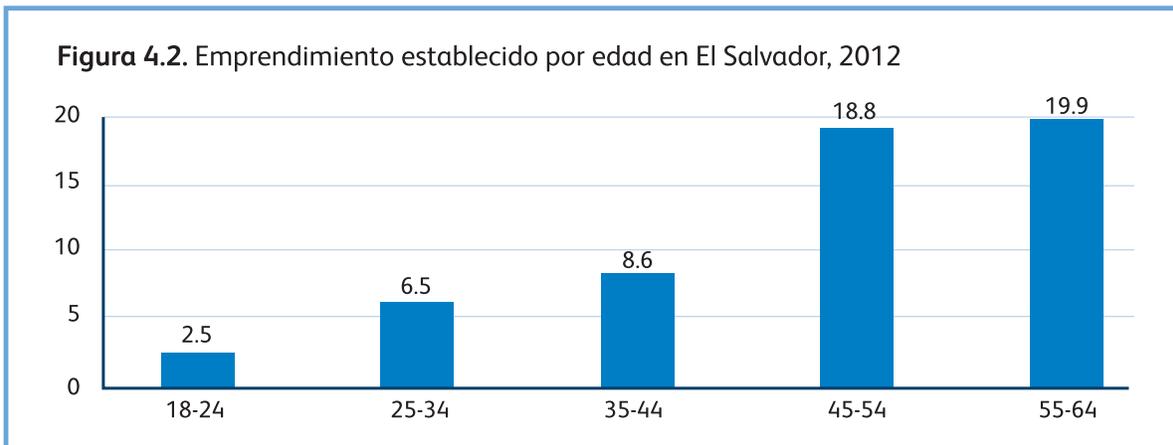
cia, mientras que menos de ellas participan en emprendimientos por oportunidad.

La proporción de emprendimientos establecidos es también mayor entre los hombres en El Salvador, pero la brecha de 1.6 % entre hombres y mujeres es menor que en el resto de América Latina (4 % en promedio) o en el resto del mundo.

La figura 4.3 muestra otra forma de examinar la tendencia de la actividad emprendedora por rango de edad y sexo. En este caso, los datos se refieren solamente a El Salvador, y se observa que las brechas entre hombres y mujeres disminuyen en los grupos extremos (menores a 24 años o mayores a 55), mientras que la mayor brecha está en el grupo de 45 a 54 años.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta APS GEM, 2012



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta APS GEM, 2012

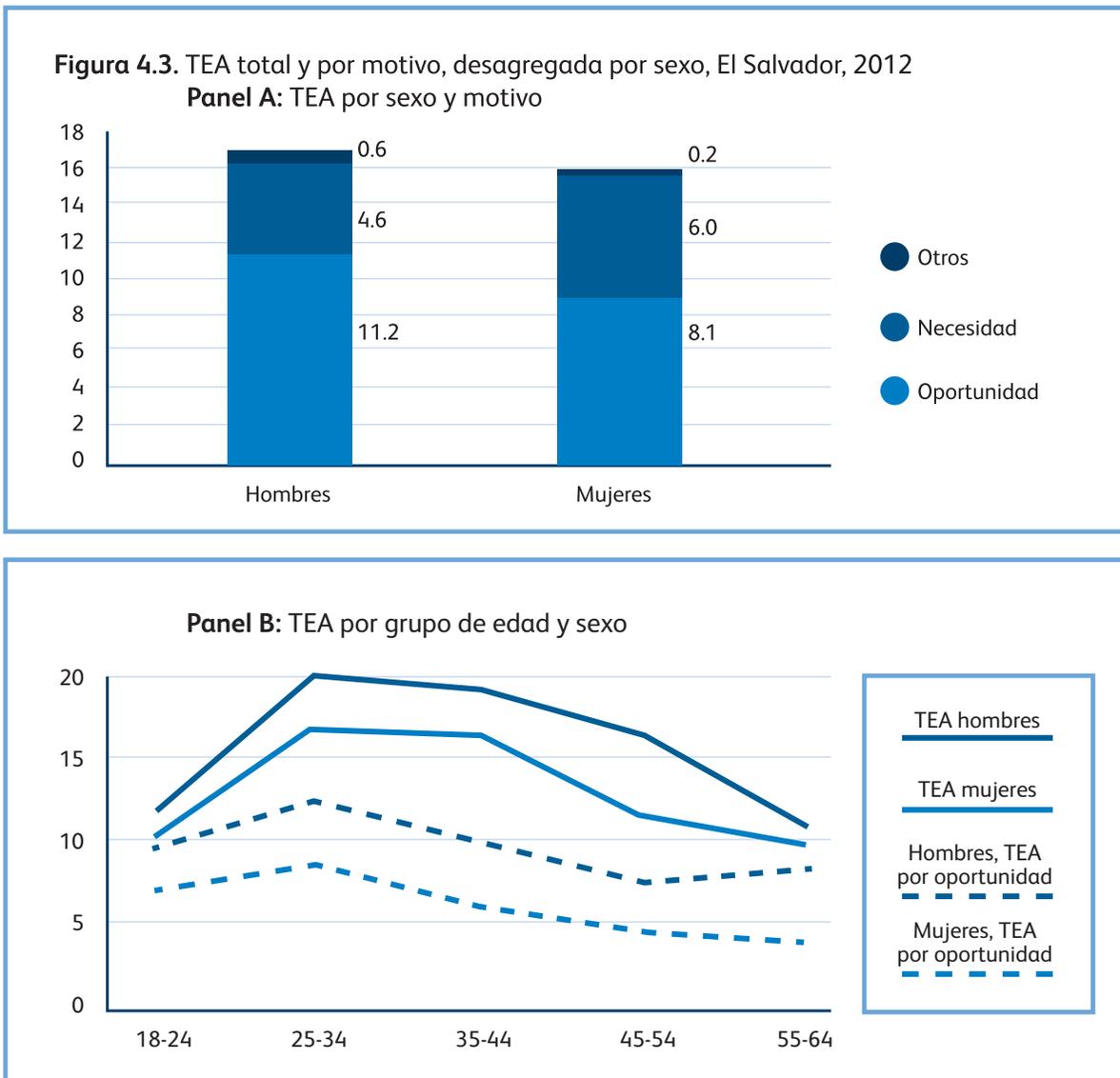
En valor absoluto, la brecha entre hombres y mujeres es mayor en el emprendimiento por oportunidad que en el emprendimiento total. Como se dijo anteriormente, esto se debe a que hay más mujeres que emprenden por necesidad. Muchos factores explicarían esta situación, acá solamente se indican algunos posibles: un mercado laboral que discrimine a las mujeres, elementos culturales que presionen a las mujeres a tomar menos riesgos, un entorno que limite el éxito de los emprendimientos realizados por mujeres, etc.

4.3. Características geográficas

Para alcanzar la representatividad de la población nacional, en la encuesta GEM El Salvador 2012 se in-

cluyeron individuos de todas las regiones del país, como se detalla en la sección 1.4. Al agrupar los estratos en cuatro regiones geográficas, el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), otras ciudades medianas (con más de 25 000 habitantes), zonas urbanas pequeñas y zonas rurales, se observa un claro patrón respecto de la TEA total y la TEA por oportunidad y necesidad, que se muestra en la figura 4.4.

El valor más alto de la TEA se da en las ciudades medianas, las que también tienen el porcentaje más alto de adultos involucrados en el emprendimiento por oportunidad (15.4 % de la población de referencia o 70 % del total de la TEA). En la zona metropolitana de San Salvador, la TEA es superior al promedio del país, alcan-



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta APS GEM El Salvador 2012

Tabla 4.1. TEA por sexo y motivación. El Salvador y otras regiones incluidas en el GEM 2012

Región	TEA hombres	TEA mujeres	Hombres, TEA oportunidad	Mujeres, TEA oportunidad	Hombres, TEA necesidad	Mujeres, TEA necesidad	Hombres, negocios establecidos	Mujeres, negocios establecidos
El Salvador	16.4	14.3	11.2	8.1	4.6	6.0	10.3	8.7
América Latina y el Caribe	19.4	15.2	15.8	11	3.5	4.1	10.3	6.1
Medio Oriente y África del Norte	11.9	4.2	6.8	2.4	4.2	1.4	7.7	1.7
África subsahariana	29.6	27.3	20.5	16.8	8.8	10.3	14.0	12.1
Asia-Pacífico y sur de Asia	12.5	7.4	8.8	5.6	3.5	1.7	12.5	7.9
Unión Europea	10.4	5.2	7.8	3.8	2.2	1.1	9.3	4.0
Europa (no Unión Europea)	10.1	4.8	6.6	2.8	3.3	1.8	7.8	3.8
Estados Unidos	15.2	10.5	11.6	7.8	3.3	2.2	10.4	6.7
Promedio global	15.4	10.6	11.1	7.1	3.9	3.2	10.3	5.9

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta APS GEM, 2012

zando el 20.1 % de la población, si bien el 8 % son emprendedores por necesidad. En las zonas urbanas menos pobladas es donde la TEA alcanza un mínimo, 11.8 % de la población se categoriza como en etapa de emprendimiento temprano, y solo 5.6 % como emprendedores por oportunidad. Las áreas rurales muestran tasas globales similares a las ciudades pequeñas, pero mayor porcentaje de emprendedores por oportunidad (8.5 %).

Hay más de una forma de interpretar el patrón anterior. Por un lado, se puede señalar que en el área metropolitana hay mayor espacio para la actividad emprendedora de subsistencia, y por eso hay una mayor tasa de emprendimiento por necesidad. Por el otro, claramente hay menos espacio para emprender en zonas rurales y de ciudades pequeñas. El elevado porcentaje de emprendedores por oportunidad en las ciudades medianas puede estar asociado a un mayor dinamismo de estas zonas urbanas o a un mercado menos desarrollado que ofrece oportunidades de llenar nichos aun vacíos. No se posee suficiente información como para descartar ninguna de esas hipótesis.

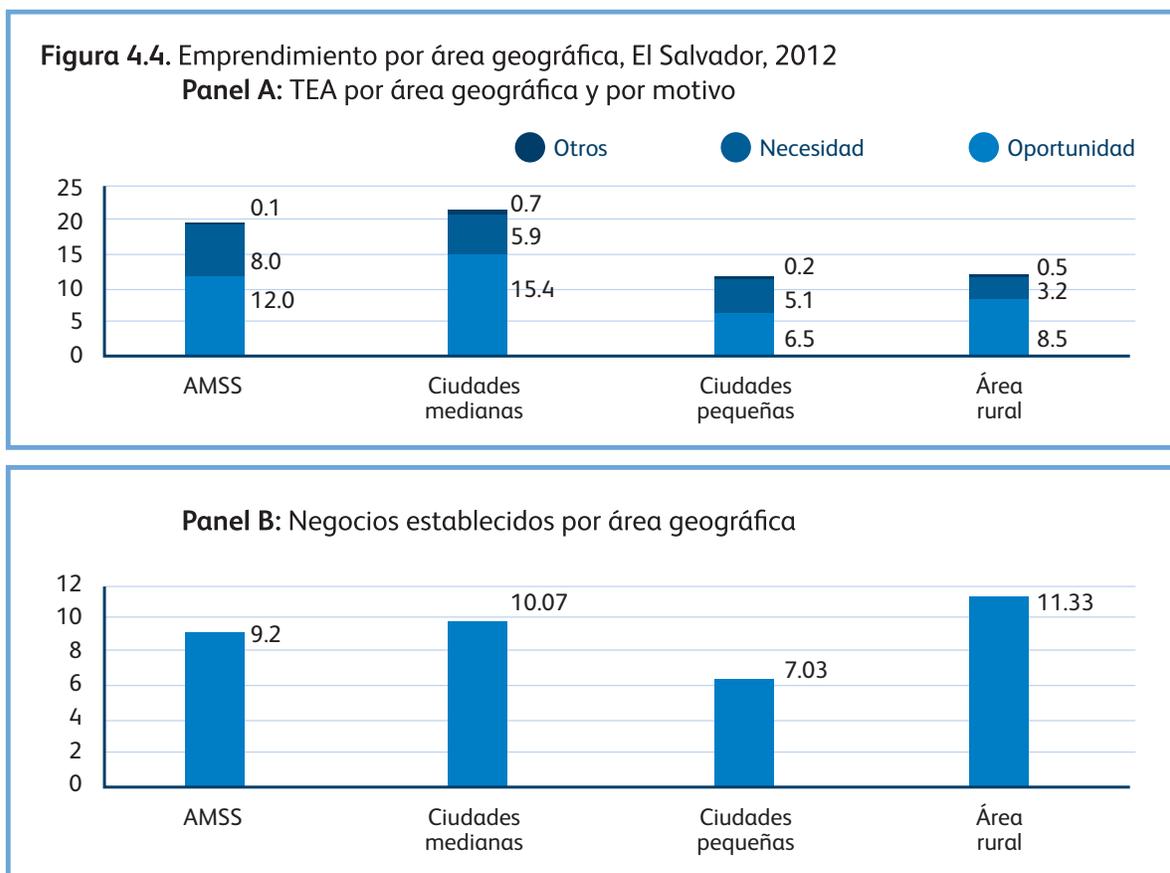
Con respecto a los negocios establecidos, el área rural es la que cuenta con mayor porcentaje de la población en esta fase del proceso de emprendimiento. Esto

señala mayor estabilidad de los negocios rurales y, al examinar su giro, se encuentra que estos emprendimientos corresponden en su mayoría a comercialización de productos agropecuarios o pequeño comercio de abarrotes. Es probable que en esta área geográfica, debido a la menor disponibilidad de empleo asalariado, el pequeño comercio se convierta en una alternativa más atractiva de generación de ingresos.

4.4. Emprendimiento y educación

La figura 4.5 muestra el porcentaje de personas entre 18 y 64 años que están involucradas en emprendimiento temprano (TEA) o que ya poseen un negocio establecido, contrastándolo con el nivel educativo más alto alcanzado. La figura muestra una tendencia muy marcada a incrementar la actividad emprendedora temprana en los niveles educativos más altos. Aunque ambos tipos de emprendimiento (oportunidad y necesidad) aumentan por nivel educativo, es el primero el que aumenta más rápido con el nivel educativo.

Casi un cuarto (23.9 %) de las personas con título universitario se encuentran en fase de emprendimiento temprano. Este valor es cinco veces mayor que el 4.6 % de actividad emprendedora temprana para las personas



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta APS GEM El Salvador 2012

con 1 a 6 grados de educación. En otros niveles educativos, se observa un incremento en la TEA a medida que aumenta el total de años de educación recibidos.

En cuanto al emprendimiento establecido, el patrón es diferente y no muestra una tendencia lineal. Son las personas con muy poca formación pero también las que tienen más años de educación las que tienen mayor prevalencia de negocios establecidos. En los niveles intermedios (bachillerato, 9.º grado), el porcentaje de adultos con negocios establecidos es menor a 9 %. El resultado que discrepa con los patrones internacionales es la alta tasa de negocios establecidos entre personas de poca educación, pero al observar estos casos en forma individual, resulta que una mayoría son personas de áreas rurales o de urbes pequeñas que se dedican a negocios estables pero con poco potencial de crecimiento (comercio minorista de productos agrícolas o de abarrotes).

Hay varias razones por las cuales el emprendimiento temprano aumenta con el nivel educativo del individuo: mayor experiencia y conocimiento del mer-

cado, menor posibilidad de entrada al mercado laboral formal, mayor acceso a recursos para financiar el inicio del negocio, etc. La tendencia observada en El Salvador es la misma que existe a nivel global, donde la TEA aumenta significativamente con el nivel educativo.

Como tendencia mundial, el emprendimiento por necesidad se asocia con un menor nivel educativo. En El Salvador, hay más personas emprendedoras por necesidad en niveles educativos altos. Este resultado paradójico puede explicarse por el comportamiento del mercado laboral, que no logra absorber a los graduados de niveles superiores, forzándolos a emprender para generar ingresos. Adicionalmente, ellos están mejor preparados o tienen más recursos para emprender.

La figura 4.6 muestra la composición de la población encuestada y de los segmentos de TEA y emprendedores establecidos. En concordancia con el patrón descrito arriba, se encuentra que el grupo de personas con un título universitario está sobrerrepresentado en la población clasificada como TEA o emprendedor establecido, mientras que los niveles inferiores en términos de

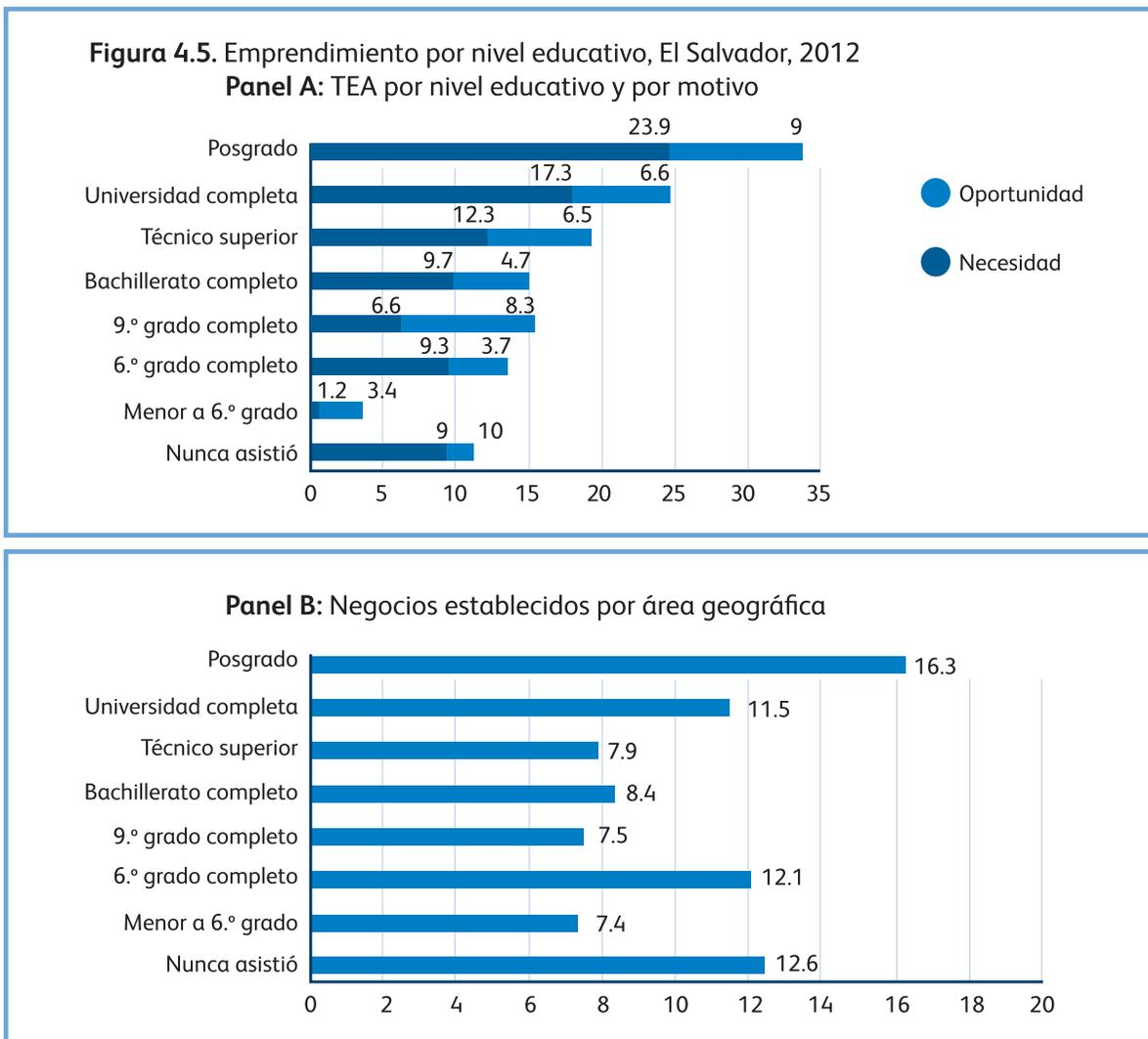
años de educación (bachillerato, 9º grado) están menos representados entre los emprendedores. De la encuesta APS se puede calcular que más de la mitad (63 %) de los emprendedores ha completado el bachillerato, lo que también aplica para el 53 % de los emprendedores con negocios establecidos.

La tabla 4.2 muestra la composición por sexo y nivel educativo de la TEA total, TEA por necesidad y por oportunidad, y los emprendedores establecidos. Las brechas entre sexos son más significativas al observar el emprendimiento en los niveles educativos más altos (secundaria y educación superior completa), donde la TEA, el emprendimiento por oportunidad y las tasas de negocios establecidos son muy superiores entre hombres. En estos niveles educativos, por otro lado, las mujeres tienen mayor incidencia de emprendimiento por necesidad.

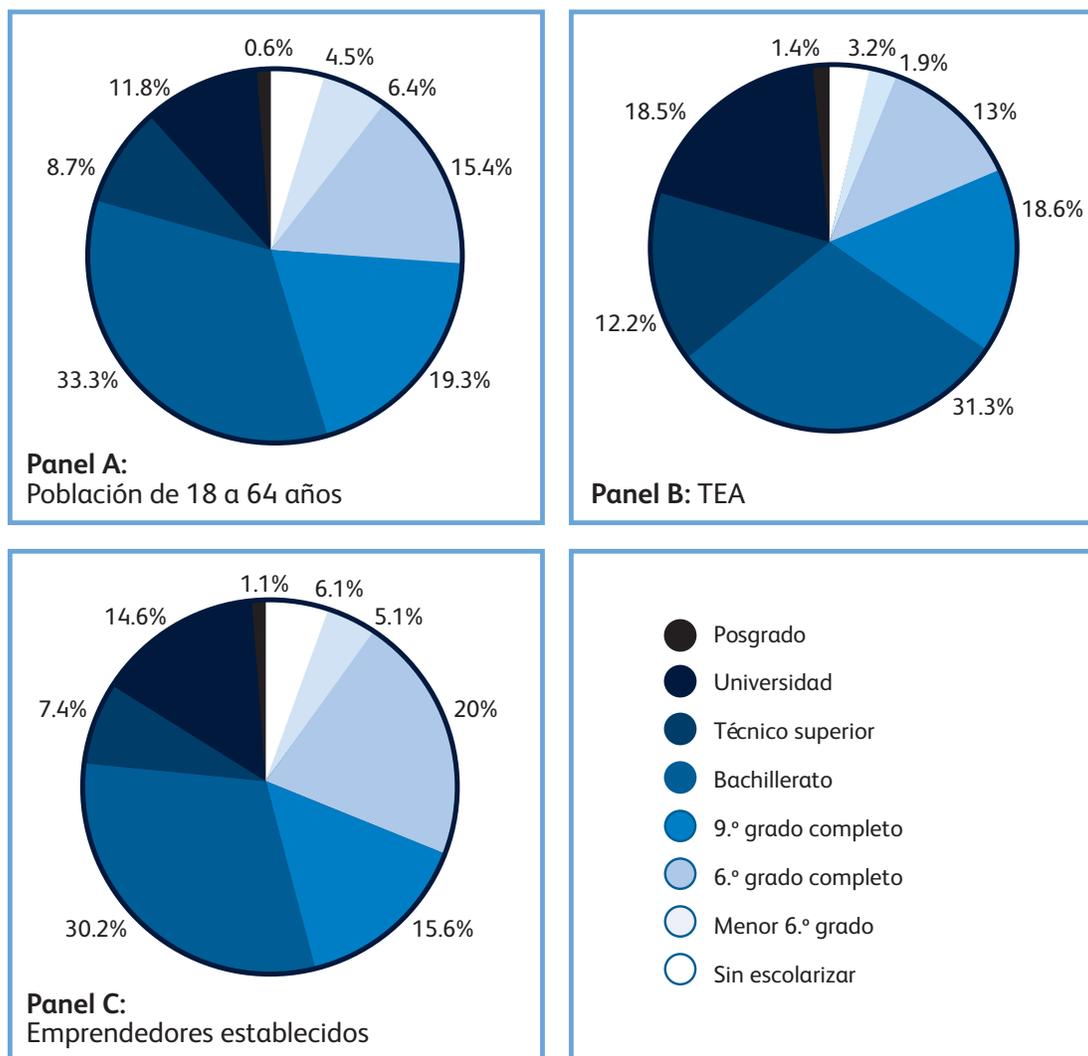
Si bien hay razones para pensar que entre personas más educadas las brechas entre sexos pueden ser menores (por acceso al mercado laboral más equitativo, entre otros aspectos), sucede lo contrario en los datos para El Salvador. Esto puede deberse de nuevo a varios factores, como menor acceso al mercado laboral para las mujeres con más educación (forzándolas a emprender por necesidad) y a que, por el contrario, los nichos que ofrecen oportunidades son, por diversas razones, ocupados por emprendedores hombres.

4.5 Emprendimiento y situación laboral

La caracterización de la población por estatus laboral que realiza el proyecto GEM es diferente a la que presentan los datos oficiales para El Salvador (recuadro 4.1).



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta APS GEM El Salvador 2012

Figura 4.6. Composición de la población, TEA y emprendedores establecidos por nivel educativo, El Salvador, 2012

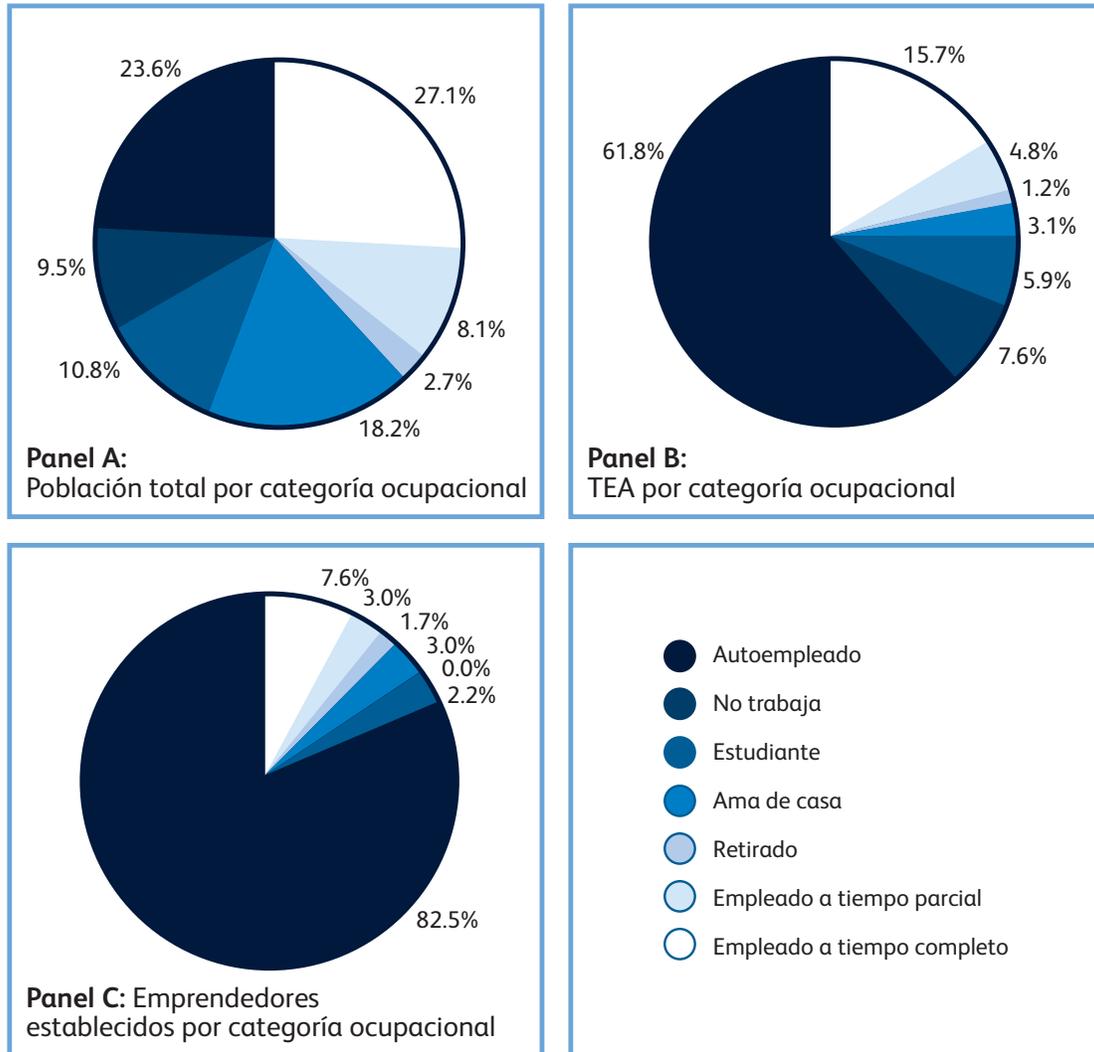
Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta APS GEM El Salvador 2012

Tabla 4.2. TEA y emprendedores establecidos, por nivel educativo y sexo, El Salvador, 2012

Nivel educativo	TEA		TEA por oportunidad		TEA por necesidad		Establecidos	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Sin escolarizar	16	8	16	4.7	0	3.2	13.9	11.8
Menor a 6.º grado	4	4.9	0	1.9	4	3	8.1	7
6º grado completo	9.2	14.8	9.2	9.3	0	5.6	10.4	12.9
9º grado completo	11.2	18	4.7	8.2	6.6	9.8	8.2	7
Bachillerato completo	16.7	12.3	11.7	7.6	5	4.3	9.8	7.1
Técnico superior	27.8	15.6	17.3	7.4	4.7	8.2	10.3	5.6
Universidad completa	25.8	22.6	20.7	13.8	5.2	8.2	13.9	9

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta APS GEM El Salvador 2012

Figura 4.7. Distribución de la población, TEA y emprendedores establecidos por categoría ocupacional de la encuesta GEM El Salvador 2012



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta APS GEM El Salvador 2012

Sin embargo, es posible obtener una descripción similar a partir de la EHPM empleando las categorías ocupacionales de la encuesta GEM, que separan a la población en empleados a tiempo completo y parcial, e inactivos, los que se clasifican en retirados, estudiantes y amas de casa.

Se puede observar en la figura 4.7 la composición de la población de acuerdo con las categorías laborales del GEM. El 58.8 % de la población estaría trabajando, ya sea como empleado o como autoempleado (cifra muy similar al 61 % obtenido a partir de la EHPM, con una metodología distinta).

Como es de esperar, la gran mayoría de emprendedores establecidos se declaran autoempleados, aunque el 17.5 % de ellos se declaran como pertenecientes a otra categoría ocupacional, en su mayoría (10.6 %) como empleados, pero también amas de casa (3 %) o como inactivos (2.2 %) y retirados (1.7 %). Esto puede deberse a que ven el negocio establecido como una actividad secundaria.

Para la TEA, 61.8 % se definen como autoempleados, su actividad principal sería el negocio que están iniciando. Sin embargo, otro 20.5 % son empleados a

tiempo completo (15.7 %) o parcial (4.8 %), para los que montar el negocio sería una actividad secundaria, posiblemente para complementar ingresos o con la expectativa de generar mejores ingresos en el futuro. El 17.7 % de la TEA está compuesta por personas que ven a sí mismas como inactivas, en orden de magnitud: inactivos (7.6 %), estudiantes (5.9 %), amas de casa (3.1 %) y retirados (1.2 %). Posiblemente, en estos casos el emprendimiento no genera ingresos o volumen de trabajo suficiente como para considerarse autoempleados. También sugiere que muchos nuevos negocios son manejados por personas que ven la actividad emprendedora como actividad secundaria. Esto no es algo negativo, por el contrario, si consiste en la búsqueda de oportunidades complementarias de creación de riqueza, es algo que promueve el desarrollo económico del país. Una interpretación adicional es que este fenómeno se genera porque el mercado laboral no provee ingresos suficientes a las familias.

4.6 Acceso al financiamiento

El equipo GEM El Salvador incluyó en el cuestionario a la población adulta una pregunta sobre la principal fuente de financiamiento para su negocio. La tabla 4.3 muestra las respuestas de los emprendedores salvadoreños consultados. La gran mayoría usó fondos propios como

principal fuente de financiamiento. La segunda fuente más importante de financiamiento fueron los préstamos de alguna institución financiera, que sirvieron como fuente de fondos al 16 % de los emprendedores. La tercera fuente más reportada fueron los préstamos de familiares o amigos, que sirvieron al 14 % de los emprendedores tempranos y al 12 % de los emprendedores establecidos.

Los datos anteriores señalan que el financiamiento informal sirve como fuente de fondos a cinco de cada seis emprendedores, en cualquier etapa del emprendimiento. Esto no es sorprendente, dada la pequeña escala y el escaso potencial de la mayoría de negocios nuevos; sin embargo, es un dato que puede resultar preocupante si se consideran las posibles ideas de negocios rentables que no son emprendidas debido a la falta de financiamiento. Es poco probable que el sistema financiero asuma el reto de financiar más nuevos negocios; por ejemplo, en Estados Unidos, el 73 % de los negocios (tempranos y establecidos) se financian con fondos propios y el 16 % con fondos de bancos o instituciones financieras, según el informe GEM para ese país correspondiente al año 2012 (Kelley et al., 2012). La cifra de fondos provistos por el sistema financiero es mayor en el Reino Unido (28 %) (University of Surrey, 2012), pero esto corresponde a un país con una tasa relativamente baja de emprendimiento.

Tabla 4.3. Acceso al financiamiento por tipo de emprendedor, El Salvador, 2012

	Establecidos	TEA
Fondos propios	71.2	69.4
Préstamo de familiares o amigos	12.1	14.1
Préstamo de institución financiera	16.3	16.5
Otro	0.5	-

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta APS GEM El Salvador 2012

5 CARACTERIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS EN LA MUESTRA GEM 2012

A partir de la encuesta GEM a la población adulta (APS) se muestra la caracterización de los negocios en El Salvador. En este capítulo se documentan el tamaño y sector de actividad de los negocios, las expectativas de sus propietarios y detalles relacionados con la operación del negocio, como el uso de tecnologías innovadoras, el grado de competitividad del mercado, entre otros.

El objetivo es lograr una representación fiel del parque emprendedor salvadoreño, para comprender su realidad y poder contribuir al diseño de políticas que promuevan la contribución del emprendimiento al desarrollo económico del país.

5.1. Clasificación por sector de actividad y giro del negocio

En la figura 5.1 se muestran los países latinoamericanos participantes en el GEM 2012 según la composición de la TEA por sector económico. Por un lado, se encuentran países como Colombia y Argentina con casi un tercio de la TEA en el sector manufacturero (transformador) y, por otro, países como Panamá o El Salvador, con tres cuartos de la TEA en el sector consumo. De hecho, El Salvador es el país latinoamericano con mayor proporción de emprendedores tempranos dedicados al sector de servicios al consumidor (comercio, restaurantes y otros) y, consecuentemente, con la menor proporción de nuevos emprendimientos en los sectores manufacturero (solo 15%) y de servicios a negocios (6 %). Lo complementan los emprendimientos en el sector extractivo o primario (agrícola y pecuario) con 2 % del total de la TEA.

La orientación al consumo, si bien no es negativa en sí misma, puede señalar pocas oportunidades de emprender negocios orientados a la exportación o a proveer a otras empresas. Los países de mayor nivel de desarrollo son denominados “en transición a la etapa

de innovación” y en América Latina estos son Chile, Argentina, Uruguay, Brasil y México. Con la excepción de México, estos países poseen la más alta proporción de emprendimientos en los sectores transformadores y de servicios a negocios. Una interesante excepción es Colombia, que no pertenece al grupo anterior, y que, sin embargo, posee cifras similares a las de Argentina así como la menor proporción de nuevos emprendimientos orientados al consumo, lo que puede verse como una señal de fortaleza de su sector productivo.

La figura 5.2 ilustra la composición de los negocios establecidos por sector de actividad económica, observándose un patrón similar al de la figura 5.1. Los países en transición a la etapa de innovación son los que poseen mayor proporción de negocios en los sectores transformador y de servicios a negocios, a excepción de México, que muestra tasas muy bajas, inferiores incluso a las de El Salvador. Colombia de nuevo se coloca muy cerca de estos países, esta vez por encima de Chile y por debajo de los otros tres. También es notable el caso de Ecuador, que posee la más alta proporción de negocios relacionados con industrias extractivas, principalmente con la agropecuaria.

De las figuras 5.1 y 5.2 puede extraerse, para El Salvador, la conclusión de que su sector emprendedor se enfoca en atender las necesidades de consumidores; el sector industrial y el de servicios a empresas parecen resultar menos atractivos. Esto es consistente con el nivel de desarrollo del país y también con el bajo crecimiento económico de los últimos años.

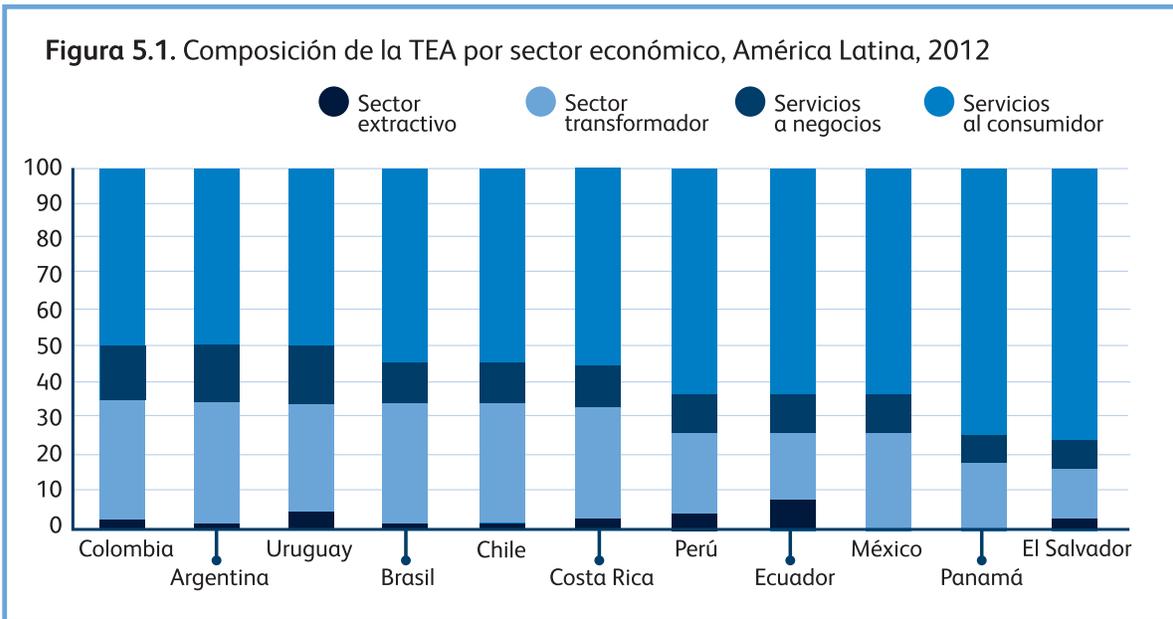
Según la clasificación ISIC (*International Standard Industrial Classification*) revisión 4, usada como estándar por el proyecto GEM, en El Salvador el 70.7 % de los negocios en etapa temprana (TEA) y el 61.5 % de los negocios establecidos se encuentran en el sector de comercio y restaurantes. Otro grupo importante (10.7 %

de la TEA y 17.9 % de los negocios establecidos) están en el sector manufacturero. Para obtener una mejor imagen de la situación del emprendimiento en el país, la figura 5.3 presenta una clasificación más detallada, con los giros de negocio de los emprendedores locales.

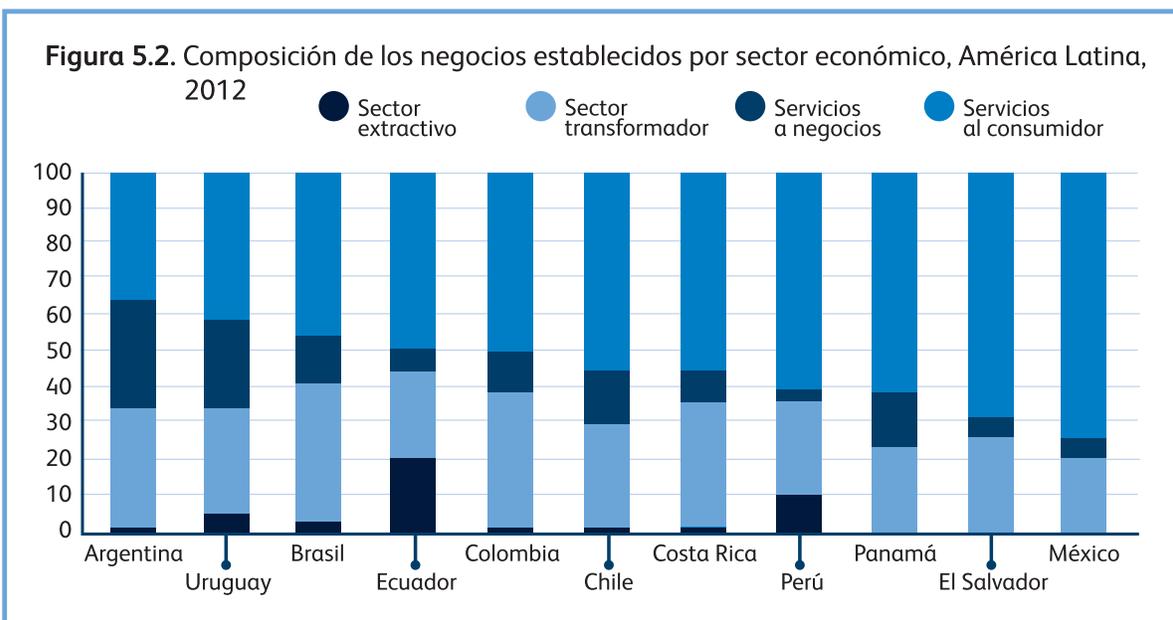
Los negocios más comunes en El Salvador son las tiendas de abarrotes, que ofrecen productos de primera necesidad a los habitantes de su localidad. El giro de negocio más común es el comercio en general, que incluye

múltiples tipos de comercios especializados, entre ellos están: tiendas de ropa y zapatos, librerías, farmacias, etc. El tercer lugar lo ocupan los restaurantes y comedores. Esta categorización aplica tanto para los negocios nuevos (TEA) como para los establecidos.

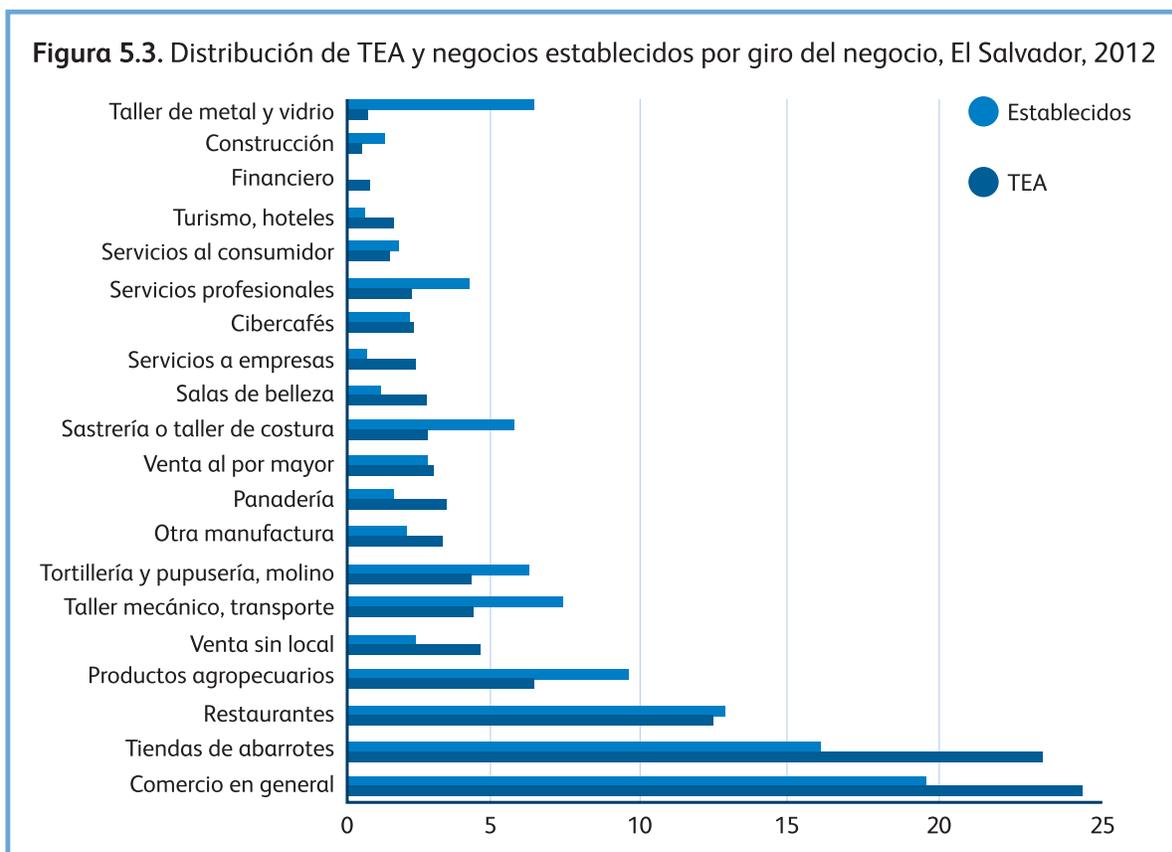
En la misma figura 5.3 se observa que los negocios en etapa temprana se encuentran con más frecuencia en los rubros de comercio y tiendas, y venta sin local (ambulante o por catálogo), entre otros; en cambio, los



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta GEM 2012



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta GEM 2012



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta GEM 2012

negocios establecidos son más frecuentes en los giros de restaurantes, productos agropecuarios, taller de costura, servicios profesionales y talleres de vidrio y metalmecánica. Esto es consistente con el patrón descrito anteriormente, donde los negocios establecidos tienen mayor presencia en giros relacionados con la manufactura.

5.2. Clasificación por número de trabajadores actual y esperado

La figura 5.4 muestra la distribución de los emprendedores salvadoreños por etapa del emprendimiento y por el número de trabajadores actual y el número esperado en 5 años. Esto permite identificar varios grupos de emprendedores: los autoempleados, que no tienen ningún trabajador adicional y que no esperan tenerlo al cabo de 5 años. Estos pueden corresponder a emprendedores por necesidad o a otras personas (incluyendo profesionales autónomos) que están satisfechas con el trabajo independiente.

En El Salvador, la mitad de autónomos en la TEA no espera tener más empleados en 5 años. Por otro lado,

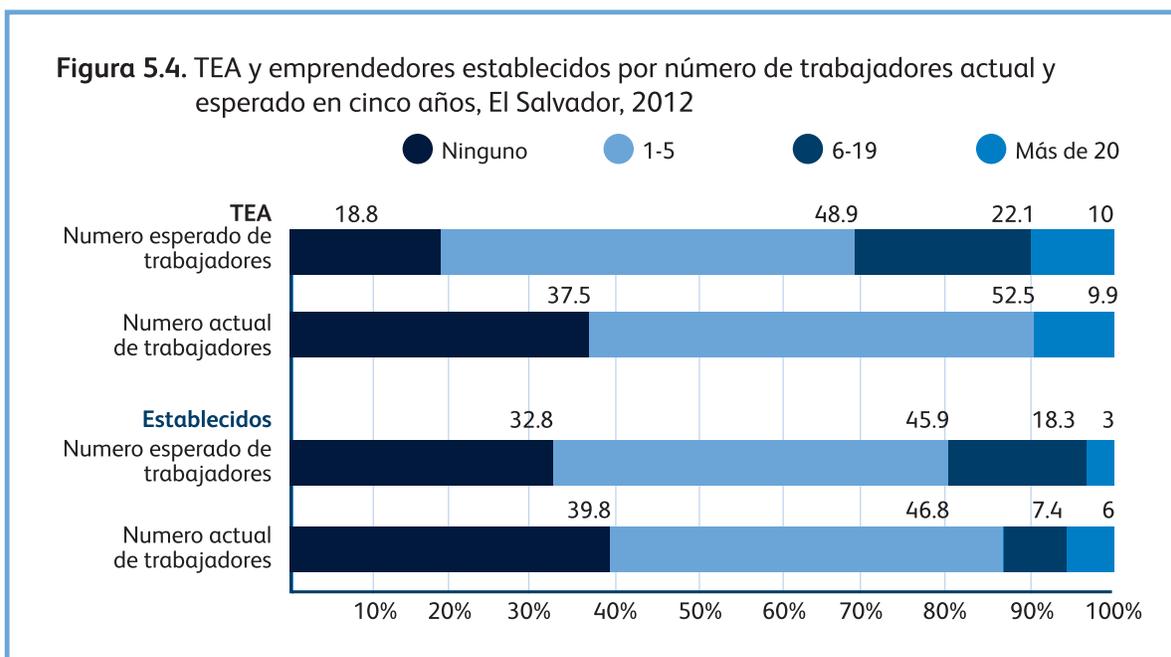
el 32.1 % espera tener 6 o más empleados en ese plazo, a partir de solamente 9.9 % que los tiene en este momento. El 10 % de la TEA espera generar más de 20 empleos en 5 años, a pesar de que ninguno tiene esa cantidad de trabajadores actualmente. Este grupo en particular incluye emprendedores con alto potencial de generación de empleos (aunque también a los que sobreestiman su potencial) y son importantes en el desarrollo económico del país. Esta clase de emprendimientos serían prioritarios en una política de promoción de los nuevos negocios.

Para los emprendedores establecidos, hay una mayor proporción de independientes que desea permanecer así (poco más de 82 % de los autónomos). Hay un porcentaje de emprendedores establecidos (21.3 %, por encima del 13.4 % que actualmente emplea ese número de trabajadores) que espera generar 6 empleos o más en 5 años, lo que revela un cierto optimismo en las expectativas de crecimiento. Sin embargo, es llamativo que la proporción de emprendedores que espera contar con más de 20 empleos en cinco años es menor que la que actualmente se encuentra en ese rango de trabajadores. Esto re-

flaja que, para las empresas más grandes en la muestra, las expectativas son negativas en cuanto al futuro de su negocio, lo que puede ser visto como un dato preocupante.

La tabla 5.1 presenta una manera alternativa de contrastar la generación de empleos actual y espera-

da entre los países de América Latina que participaron en el GEM 2012. Al igual que en El Salvador, cerca de dos tercios de la TEA generaba al menos un empleo al momento de la muestra o esperaba generarlo antes de 5 años. Excepciones son Colombia y Chile, con mayor proporción de la TEA que espera generar empleo, y Bra-



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta GEM El Salvador 2012

Tabla 5.1. Generación de empleos en países de América Latina participantes en el GEM 2012 (porcentaje de la población entre 18 y 64 años)

País	TEA	Generan empleo hoy o esperan generarlo	Alta expectativa de empleo (19 o más en 5 años)
Argentina	18.9	12.6	1.8
Brasil	15.4	8.7	0.7
Chile	22.6	18.6	2.1
Colombia	20.1	18.0	4.3
Costa Rica	15.0	10.1	0.8
Ecuador	26.6	14.6	0.6
El Salvador	15.3	10.7	1.3
México	12.1	9.8	0.6
Panamá	9.5	6.2	0.1
Perú	20.2	15.7	0.6
Uruguay	14.6	9.5	1.1

Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta GEM El Salvador 2012

sil y Ecuador, con una proporción menor. Desde esta perspectiva, El Salvador posee una composición promedio de la TEA en cuanto a generación de empleos.

La última columna de la tabla 5.1 muestra la expectativa de generar 19 o más empleos en 5 años. Estos son considerados negocios de alta generación de empleos y en El Salvador son menos de 10 % de la TEA o 1.3 % de la población total. El valor más alto en la región se encuentra en Colombia, con 4.3 % de la población con alta expectativa de generación de empleo. Por el contrario, en Ecuador, México y Perú, la tasa es de solamente 0.6 %.

5.3. Orientación a mercados y uso de tecnología

En la tabla 5.2 se reportan las características de los negocios de los emprendedores latinoamericanos, divididos por etapa de emprendimiento (temprano y establecido) en relación con el tipo de producto que ofrecen, el número de competidores que operan en su mercado y la tecnología que usan. El objetivo de medir estas variables es tipificar a los emprendedores por su grado de innovación en el mercado. Aquellos emprendedores que ocupen nichos nuevos para el consumidor, donde aún no hay competencia establecida y que emplean alta tecnología son los que pueden contribuir a desarrollar mercados y tienen mayor potencial para contribuir al desarrollo económico. Estos serían, por tal razón, una prioridad para las políticas de desarrollo del emprendimiento y la innovación en el país.

Hay que advertir que las respuestas provistas por los emprendedores representan su propia percepción de la novedad de sus productos y de su uso de tecnología, y no una medición objetiva, por lo que podría estarse subestimando (si los emprendedores son muy pesimistas) o sobreestimando (si son optimistas) el verdadero grado de innovación en el mercado.

En la tabla 5.2 se observa que, para la mayoría de países, la mayor parte de la TEA se orienta a productos que no son nuevos para los consumidores. Una excepción importante es Chile, donde el 48 % señala que su producto es nuevo para todos sus clientes. El Salvador se ubica en un nivel intermedio en este aspecto, con una proporción importante de emprendedores tempranos con productos nuevos para todos (28.3 %) o algu-

nos (27.9 %) de sus clientes. Esto señalaría una relativa orientación innovadora de los negocios en el país.

Un dato complementario es el número de competidores en el mercado. Un mercado menos disputado sería uno donde hay más potencial de generación de nueva riqueza (esto sin menospreciar la contribución de todos los negocios al producto interno bruto). Como es de esperar, la mayor parte de la TEA se dirige a mercados con mucha competencia. Perú y México son los países donde los nuevos emprendedores entran con más frecuencia a mercados que ya tienen muchos competidores. El Salvador muestra un valor intermedio (55.8 %) de emprendedores tempranos en sectores de alta competencia. Chile y Ecuador serían los países donde los emprendedores con más frecuencia buscan nichos menos explotados.

La tecnología empleada en los negocios es, en la gran mayoría de casos, conocida desde hace más de 5 años. Colombia y Chile serían los países donde la TEA con mayor frecuencia utiliza tecnología reciente o de avanzada. Panamá tiene la tasa más alta de emprendedores que usan la última tecnología disponible (21.9 %) y Ecuador, la más baja (3.9 %). El Salvador muestra un valor intermedio de 12 % de la TEA en cuanto a negocios que usan la última tecnología.

Los datos anteriores sugieren que la TEA en El Salvador tiene un grado de innovación promedio a nivel latinoamericano, lo cual es positivo si se considera que el país es el de menor desarrollo económico en la región dentro de la muestra del GEM en 2012.

Para los negocios establecidos, la tabla 5.2 muestra los mismos datos discutidos arriba para la TEA. Comprensiblemente, los negocios establecidos son menos innovadores que la TEA. En El Salvador, si bien 28.3 % de la TEA percibe que su producto es nuevo para los consumidores, solo 7.6 % de los emprendedores establecidos piensan lo mismo. Esto no es cierto en algunos países, por ejemplo en Costa Rica, Perú, Uruguay y Panamá, donde la tendencia es inversa.

En cuanto a la competencia del mercado, se esperaría que los negocios establecidos operaran en mercados más saturados que los emprendedores tempranos. Esto es verdad en la mayoría de países, aunque hay excepciones como Costa Rica, México y Panamá. El Salvador sigue la tendencia dominante y 60.9 % de los empre-

dedores establecidos reportan estar operando en un mercado con mucha competencia. En el uso de tecnología reciente se observa mayor diferencia entre la TEA y los emprendedores establecidos. La gran mayoría de negocios establecidos operan con una tecnología de más de 5 años de antigüedad.

La tabla 5.3 muestra, para el caso de El Salvador, el resultado de otras dos medidas de la actividad emprendedora. Al combinar las tres preguntas presentadas en la tabla 5.1, la metodología GEM define un índice de expectativa de expansión, en cuatro niveles. En El Salvador, la mitad de la TEA y dos tercios de los negocios

RECUADRO 5.1. EMPRENDIMIENTO INNOVADOR EN EL SALVADOR

Ricardo Durán* tiene 28 años. Hace cinco terminó su carrera universitaria en una pequeña y prestigiosa universidad local y a esa misma edad tuvo su primer hijo y decidió casarse. Ricardo afirma que siempre quiso tener su propia empresa, aun antes de entrar a la universidad. Esta le dio muchas herramientas útiles para el mundo de los negocios, sin embargo, al graduarse, su situación familiar lo obligó a buscar un trabajo asalariado. Durante dos años, mientras trabajaba en una empresa grande, su principal preocupación era pensar qué idea de negocio podía desarrollar.

Un día, luego de recibir un aumento salarial, la idea que buscaba llegó a su cabeza. Buscó a uno de sus amigos para comentársela y le propuso que se volvieran socios. Al cabo de un tiempo de preparativos y de hacer una inversión de seis cifras, Ricardo y su socio habían establecido su primera empresa. Su idea se centraba en proveer espacios publicitarios en medios innovadores a otras empresas. Para él, lo más importante de un negocio es la creatividad, la innovación y el potencial de éxito. Ricardo piensa que la tecnología es el principal motor que puede desarrollar no solo a los negocios, sino a los países. Por eso, cuando decidió en qué tipo de negocio incursionar, buscó una idea que se ajustara a esta percepción.

Al poco tiempo de establecerse, Ricardo conoció el éxito, que él describe como “haber cambiado la forma en que se hace el mercadeo en El Salvador”. Ciertamente, fue un gran reto para él poder mover estructuras ya establecidas. Cuenta que en un principio fue difícil obtener clientes, pero al cabo de unos meses tenía incluso empresas imitadoras de lo que él hacía. Hoy en día, Ricardo ha iniciado otro negocio, siempre bajo sus estándares de innovación y uso de tecnología, tiene una nueva empresa especializada en aplicaciones móviles y sistemas de información.

Luego de un acelerado crecimiento de su primera empresa, y el establecimiento de la segunda, aún tiene grandes expectativas de crecimiento. Actualmente, sus planes de inversión son amplios y comienzan a trascender las fronteras para volverse regionales. Aunque reconoce que no es un camino fácil, opina que este es el mejor momento para su expansión. Son pocos los riesgos que, según él, pueden deteriorar sus empresas en el futuro. Ricardo explica la clave de su éxito a partir de dos factores: primero, la elección de un rubro donde era posible innovar y, segundo, los contactos que posee. Además de una buena idea, él piensa que los contactos son la llave del crecimiento de las empresas, por lo que confía en que pronto sus negocios tocarán tierras extranjeras.

Ricardo representa el perfil del emprendedor exitoso y capaz de aprovechar las redes de negocios (capítulo 7). Con un título universitario de cinco años en una institución prestigiosa, amigos bien colocados en empresas grandes, una familia de buenos ingresos que le facilitó recursos financieros sin pasar por la banca privada, interés y habilidades para el uso de la tecnología y con amplia información sobre los mercados globales, representa el perfil del emprendedor más propenso a montar negocios con orientación innovadora e internacional, a adentrarse en el sector de servicios a empresas, menos saturado que el de consumo final, y a tener altas expectativas de crecimiento en 5 años.

*Nombre ficticio.

Tabla 5.2. Características de los negocios en países de América Latina participantes en el GEM 2012

TEA		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Producto nuevo para consumidor	Para todos	13.1	-	48.0	31.9	12.4	30.4	28.3	18.7	21.3	17.7	17.3
	Para algunos	15.2	1.3	39.7	44.2	14.3	34.9	27.9	29.4	14.6	25.5	30.1
	Para ninguno	57.5	98.7	12.4	19.9	73.3	34.7	43.9	48.5	64.1	56.8	52.7
Competencia en el mercado	Ninguna	8.0	8.2	9.6	13.3	9.8	11.8	6.5	3.3	6.6	5.5	9.4
	Poca	42.1	32.8	52.5	33.3	30.3	43.5	37.6	32.6	33.4	28.1	28.8
	Mucha	50.0	59.0	37.9	53.4	59.9	44.7	55.8	63.9	60.0	66.4	61.8
Tecnología usada	La última	8.0	-	13.5	8.0	6.5	3.9	12.0	7.9	21.9	14.7	9.2
	Reciente	20.7	-	27.1	20.7	13.7	7.5	16.4	8.5	13.2	21.1	27.2
	No reciente	71.3	100	59.4	71.3	79.8	88.6	71.6	83.6	64.9	64.2	63.6
Establecidos												
Producto nuevo para consumidor	Para todos	7.7	-	42.1	30.0	30.9	25.6	7.6	5.9	22.1	25.9	20.9
	Para algunos	25.9	0.7	38.4	37.5	8.8	26.1	39.7	26.3	14.3	24.0	15.8
	Para ninguno	66.4	99.3	19.5	32.5	60.3	48.3	52.7	67.8	63.6	50.1	63.3
Competencia en el mercado	Ninguna	5.9	5.4	6.1	3.3	8.8	6.6	2.4	-	19.8	-	7.7
	Poca	28.9	25.1	40.1	33.8	35.3	30.6	36.7	40.7	26.3	22.6	26.4
	Mucha	65.3	69.5	53.8	62.8	55.9	62.8	60.9	59.3	53.9	77.4	65.9
Tecnología usada	La última	3.5	-	5.7	7.1	7.4	1.3	3.2	0.9	5.2	1.1	2.4
	Reciente	6.2	-	13.2	11.7	11.8	6.6	14.0	5.9	10.6	22.4	13.3
	No reciente	90.3	100	81.1	81.2	80.8	92.1	82.8	93.2	84.2	76.5	84.3

1: Argentina • 2: Brasil • 3: Chile • 4: Colombia • 5: Costa Rica • 6: Ecuador
7: El Salvador • 8: México • 9: Panamá • 10: Perú • 11: Uruguay

Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta GEM El Salvador 2012

Tabla 5.3. Expectativas de expansión y orientación internacional de los negocios en El Salvador, 2012

Pregunta	Etapa	Respuestas			
		Sin expectativa	Alguna expansión - sin nueva tecnología	Alguna expansión - nueva tecnología	Expansión muy alta
Expectativa de expansión de mercado	TEA	49.51	38.66	9.82	2.01
	Establecidos	66.47	30.39	2.58	0.57
Clientes en el extranjero	TEA	Más del 75% de clientes	26-75%	1-25%	Ninguno
	Establecidos	1.7	1.7	11.9	84.7
		2.6	3.2	6.6	87.3

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta GEM APS El Salvador 2012

establecidos carecen de expectativas de expansión. Del resto, 38.7 % de la TEA y 30.4 % de los emprendedores establecidos aspiran a expandirse moderadamente, sin incorporar nueva tecnología. Finalmente, son muy pocos los emprendedores que planean expandirse con nueva tecnología (9.8 % de la TEA y 2.6 % de los establecidos). Hay un porcentaje muy bajo de la TEA (2 %) que aspira a una gran expansión del negocio.

La parte inferior de la tabla 5.3 presenta la orientación a mercados internacionales según el porcentaje de clientes extranjeros que tiene el negocio. Se observa que en El Salvador muy pocos negocios venden a clientes extranjeros. Esto se comprende pues muchos son negocios del sector no transable (comercio minorista, restaurantes, servicios; figura 5.1) que no tienen como objetivo los mercados internacionales. Así, solo 15.3 % de la TEA y 12.4 % de los negocios establecidos venden a clientes que no son del país. Más aún, solo 3.4 % de la TEA y 5.8 % de los negocios establecidos tienen más de 25 % de clientes extranjeros. Esto significa que, promediando ambas cifras, solo para 4 % de los negocios locales es significativa la venta a clientes extranjeros.

El valor de la orientación internacional de los negocios salvadoreños es más bajo que el de otros países de América Latina, que en promedio tienen 7.5 % de sus negocios con más de 25 % de ventas al extranjero. Para ese indicador, destacan Colombia con 13.9 % y Uruguay con 13.5 % como economías donde los emprendedores tienen mayor orientación internacional.

5.4. Formalidad de los negocios

Un dato importante que también registra la encuesta es que solamente 22.1 % de los negocios establecidos han sido inscritos en el registro de comercio, lo

que indica un elevado grado de informalidad aun entre negocios con más de 42 meses de operar. Para los negocios de la TEA es más difícil obtener una medida, pues muchos negocios aún se encuentran en etapa naciente y es posible que el registro esté planificado o en trámite. Para 2012, se tiene que el 14.2 % de los emprendedores en etapa temprana había registrado su negocio al momento de la encuesta.

El perfil de la empresa promedio presentado aquí es revelador sobre las posibilidades de generación de empleos y crecimiento económico en los negocios salvadoreños. Esta empresa promedio sería un comercio o tienda, que emplea de 1 a 5 personas adicionales al propietario y que espera mantenerse dentro de ese rango de empleos en los próximos 5 años, sin mayor expectativa de expansión a nuevos productos o mercados, dedicado totalmente al mercado local. Generalmente, se encuentra en mercados donde ya hay muchos competidores, donde el producto no es nuevo para la mayoría de consumidores y no se hace uso de nuevas tecnologías.

Lo anterior no representa una excepción para el caso de El Salvador, sino la regla general en países de desarrollo bajo y medio.

El objetivo de política debiera ser más bien incrementar y estimular la generación de negocios con orientación innovadora e internacional, en otros sectores aparte del consumo para clientes locales. De esta forma, se potenciaría la generación de empleos y de valor agregado para la economía. Esta clase de negocios, sin embargo, requieren de mayores recursos para surgir: capital, conocimientos y un entorno de negocios favorable son los mínimos reconocidos para permitir este crecimiento de negocios con alto potencial de contribuir al desarrollo económico y social.

6 LAS INSTITUCIONES Y EL ENTORNO PARA EMPRENDER

La metodología del proyecto GEM entiende que la actividad emprendedora se ve moldeada por un conjunto de factores del entorno denominados condiciones de la actividad emprendedora. Estos se refieren a los recursos disponibles para emprender, a las normas institucionales con que los negocios operan, a los apoyos e incentivos que las autoridades proveen y a características particulares del mercado. Todos estos determinan el marco en el que se desarrollan los emprendimientos y, por tanto, son de gran influencia en la clase de actividad productiva que se genera en un país, sea esta de oportu-

nidad o necesidad, con orientación local o internacional, con potencial de generar más empleos, etc.

La metodología GEM contribuye a la medición internacionalmente comparable de estos factores que componen el marco básico en que se desarrolla el emprendimiento con la conducción de una encuesta nacional a expertos en cada país. Esta se realiza con un cuestionario estándar, a partir de cuyas respuestas se generan indicadores contrastables con otros países que forman o han formado parte del consorcio GEM. Esta encuesta a

Tabla 6.1. Las condiciones de la actividad emprendedora según el modelo GEM

Condición	Definición
Financiamiento para emprender	Disponibilidad de recursos financieros (capital y deuda) para empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo subsidios, fondos y capital semilla.
Políticas de gobierno	Intervención del gobierno en el mercado con políticas fiscales y otras regulaciones, de modo que no afecten negativamente o que promuevan el desarrollo de empresas nuevas y en crecimiento.
Programas de gobierno	Existencia de programas específicos destinados a promover de forma directa la creación y crecimiento de empresas nuevas y en crecimiento.
Educación para el emprendimiento	Incorporar en el sistema educativo a cada nivel programas que permitan desarrollar capacidades para crear y manejar negocios nuevos, pequeños o en crecimiento.
Transferencia de investigación y desarrollo	Generación de nuevas oportunidades de negocios a partir de la investigación hecha en el país, disponible para las empresas nuevas, pequeñas y en crecimiento.
Infraestructura legal y comercial	Existencia de servicios comerciales, contables y legales, así como de instituciones que fomenten o permitan la aparición de negocios nuevos, pequeños y en crecimiento.
Regulaciones y apertura del mercado	Prácticas comerciales habituales y marco regulatorio que fomenten o por lo menos no impidan la existencia de un mercado abierto donde empresas nuevas y en crecimiento puedan operar libremente.
Infraestructura física	Acceso a recursos de infraestructura física existentes: redes de comunicación, servicios públicos, transporte, terreno, a precios que no discriminen contra las empresas nuevas, pequeñas y en crecimiento.
Normas sociales y culturales	Grado en que las normas sociales y culturales existentes fomentan (o no impiden) la iniciativa individual conducente a desarrollar nuevas maneras de conducir negocios o nuevas actividades económicas que alteren la distribución actual del ingreso.

Fuente: Adaptado del informe mundial GEM 2012 (Xavier et al., 2013)

expertos busca personas capaces de opinar sobre el conjunto de condiciones que potencian u obstaculizan la actividad de los emprendedores. En la edición 2012 del GEM se contó con 23 encuestas efectivas a expertos. El conjunto de condiciones de la actividad emprendedora se lista con sus definiciones en la tabla 6.1.

La encuesta a expertos (NES, por sus siglas en inglés, *national experts survey*) indaga sobre una serie de afirmaciones acerca de la presencia o ausencia de las condiciones para la actividad emprendedora. Las respuestas reflejan la percepción de los expertos y están codificadas siguiendo una escala de Likert con cinco valores, que van desde “totalmente en desacuerdo”, “muy de desacuerdo”, “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, “muy de acuerdo”, “totalmente de acuerdo”.

6.1. Resultados generales para las condiciones de la actividad emprendedora

La tabla 6.2 muestra los resultados resumidos de las respuestas de las entrevistas a expertos en los países de América Latina. Algunas de las condiciones para la actividad emprendedora están subdivididas (políticas de gobierno, educación y apertura del mercado). En esta tabla se observa que El Salvador está por debajo del promedio latinoamericano en casi todos los aspectos, a excepción de la infraestructura física y acceso a servicios, así como las normas sociales y culturales, donde en ambos casos obtiene el segundo puntaje más alto, detrás de Ecuador en el primer caso y de Perú en el segundo.

Tabla 6.2. Puntajes de las condiciones para la actividad emprendedora en América Latina, 2012

Condición para la actividad emprendedora	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Financiamiento	2.1	2.4	2.3	2.3	2.1	2.3	1.9	2.0	2.2	2.4	2.2	2.2
Políticas específicas de gobierno	2.3	2.3	3.1	3.1	2.7	2.9	1.9	2.5	2.4	2.7	2.5	2.6
Políticas generales de gobierno	1.5	1.6	3.0	2.6	2.1	2.1	2.2	1.9	2.7	2.4	2.7	2.3
Programas de gobierno	2.9	2.3	3.0	3.0	2.8	2.4	2.3	2.9	2.8	2.4	3.0	2.7
Educación para emprender (primaria y secundaria)	1.9	1.6	2.0	2.5	2.2	1.9	1.8	1.7	1.7	2.2	2.1	1.9
Educación para emprender (terciaria)	3.1	2.4	3.0	3.2	3.0	3.1	2.8	3.0	2.8	3.1	3.1	3.0
Transferencia de I+D*	2.6	2.0	2.2	2.5	2.5	2.0	1.8	2.3	2.3	2.0	3.0	2.3
Acceso a infraestructura legal y comercial	3.0	2.5	2.7	2.8	3.0	2.9	2.6	2.8	2.8	2.9	3.1	2.8
Regulaciones de acceso al mercado	3.3	3.4	2.5	2.5	2.6	2.5	2.2	2.5	3.0	2.6	2.2	2.7
Obstáculos en el mercado interno	2.8	2.2	2.5	2.6	2.7	2.5	2.4	2.1	2.6	2.8	2.8	2.5
Infraestructura física y acceso a servicios	3.6	3.0	4.1	3.2	3.5	4.1	4.0	3.6	3.8	3.7	3.8	3.7
Normas sociales y culturales	3.0	2.7	2.9	3.0	2.9	2.7	3.1	3.0	2.8	3.2	2.6	2.9

1: Argentina • 2: Brasil • 3: Chile • 4: Colombia • 5: Costa Rica • 6: Ecuador
7: El Salvador • 8: México • 9: Panamá • 10: Perú • 11: Uruguay • 12: Promedio

*I+D = investigación y desarrollo

El Salvador muestra los puntajes más bajos de la región en acceso al financiamiento y en las políticas específicas de gobierno en relación con el emprendimiento. También sus puntajes son bajos en programas de gobierno, transferencia de investigación y desarrollo, acceso a infraestructura legal y regulaciones de acceso al mercado; en el resto de categorías no mencionadas hasta este punto, el país alcanza puntajes apenas por encima del mínimo.

Las opiniones de los expertos se convierten en una importante herramienta de política pública para definir prioridades de acción si se desea promover al emprendimiento como un mecanismo de desarrollo económico. De la tabla 6.2 se puede extraer que hay una ausencia de políticas específicas para promover las nuevas empresas y que el financiamiento es un obstáculo importante para el surgimiento y el crecimiento de los negocios.

6.2. Análisis detallado de las condiciones para la actividad emprendedora

A continuación se resumen los resultados más importantes entre las respuestas a la batería de preguntas que cubre cada una de las condiciones para la actividad emprendedora, así como otras condiciones complementarias que se miden dentro del proyecto GEM.

Con respecto al financiamiento, los puntajes más bajos se obtienen en la existencia de capital de riesgo, así como en la posibilidad de emitir acciones para captar fondos de inversionistas. Estos dos instrumentos de financiamiento son prácticamente inexistentes en el país y, por tanto, limitan el acceso a financiamiento pues bancos e instituciones financieras tampoco se enfocan en el sector de las nuevas empresas, debido en parte a regulaciones que limitan su exposición al riesgo.

En las políticas de gobierno, los expertos señalan que el gobierno no concede a las empresas pequeñas y nuevas igual acceso en licitaciones y compras, ni existen programas locales de apoyo a los nuevos negocios. También señalan que no es posible cumplir con los trámites necesarios para montar una empresa en el tiempo ideal de una semana. El punto mejor evaluado es la predictibilidad de las tasas tributarias.

En cuanto a los programas gubernamentales, no hay mucha variación en las respuestas; todas son moderadamente negativas, excepto que hay una percepción neutra en cuanto a la calidad técnica de los responsables de las instituciones estatales que promueven el emprendimiento.

En educación, los expertos son muy críticos de la educación primaria y secundaria en cuanto a que estas desarrollen conocimientos sobre las economías de mercado y fomenten el espíritu empresarial. Donde son más favorables es en cuanto a la calidad de la educación superior en administración de empresas.

En transferencia de investigación y desarrollo, el país aparece muy mal evaluado. Los aspectos más críticos entre los preguntados son: la falta de recursos y de subvenciones para adquirir la tecnología más reciente, así como la falta de recursos para que los ingenieros puedan montar empresas con sus invenciones y procedimientos.

En cuanto a infraestructura comercial y de servicios, el punto mejor evaluado es la existencia de buenos servicios bancarios. En cambio, el peor evaluado es la capacidad de las empresas de costearse a los profesionales que debería subcontratar para operar en forma óptima. En infraestructura física, se evalúan todos los aspectos en forma positiva; el que recibe mejor nota es la rapidez para instalar infraestructura de telecomunicaciones, y el que recibe peor nota, la infraestructura de carreteras.

En apertura de mercados, la evaluación es que los mercados no son muy cambiantes, aunque existe la posibilidad de entrada de nuevas empresas. Mientras que en normas sociales y culturales, los expertos perciben que la cultura y normas no estimulan la innovación, aunque sí exista reconocimiento a ser un emprendedor de éxito.

Otros aspectos medidos por la encuesta a expertos, que son denominados “condiciones complementarias”, aparecen en la tabla 6.3. En esta se observa la puntuación asignada por los expertos. Al igual que con la tabla 6.2, El Salvador se encuentra por debajo de la media latinoamericana en casi todos los indicadores, a excepción del relacionado con el emprendimiento entre adultos jóvenes. Las brechas más grandes se encuentran en la percepción de oportunidades en el entorno para crear nuevas empresas, el apoyo a los negocios con alto potencial de crecimiento, así como en el emprendimiento para los jóvenes de 14 a 20 años.

Tabla 6.3. Puntajes de las condiciones complementarias para la actividad emprendedora en El Salvador, 2012

Condición	El Salvador	América Latina
Percepción de oportunidades en el entorno para la creación de nuevas empresas	2.71	3.34
Percepción sobre las habilidades de la población para montar y manejar nuevas empresas	2.09	2.35
Motivación para emprender	3.47	3.48
Legislación sobre propiedad intelectual	2.41	2.64
Apoyo a las mujeres para emprender	3.10	3.32
Apoyo a los negocios con alto potencial de crecimiento	2.45	2.95
Valoración de la innovación en el mercado	3.10	3.34
Emprendimiento e inmigración	2.47	2.70
Redes de relaciones de negocios	2.96	3.08
Emprendimiento entre los jóvenes (14 a 20 años)	2.12	3.19
Emprendimiento en los jóvenes adultos (21 a 34 años)	3.44	3.00

Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta a expertos (NES) GEM, 2012

De la tabla 6.3 puede obtenerse la lectura de que en El Salvador la coyuntura económica es poco favorable y ofrece pocas oportunidades para emprender, lo que se agrava pues se da escaso apoyo a los negocios de mayor potencial. Estas son algunas de las razones por las que los expertos piensan que los jóvenes de 20 años y menos no tienen mucho espacio para emprender en el país.

6.3. Recomendaciones y percepciones de los expertos

La encuesta a expertos proporciona un espacio para que quienes la completan reconozcan como máximo tres obstáculos, tres factores positivos y tres recomendaciones para estimular el emprendimiento en el país. Los resultados más frecuentes de estas respuestas se resumen a continuación.

Obstáculos para el emprendimiento

Las tres categorías más citadas como obstáculos entre los expertos son el acceso al financiamiento (22.6 % de las respuestas), las políticas de gobierno y el entorno político y social (16.1 % cada una). También obtiene varias menciones la educación para el emprendimiento (14.5 % de las respuestas).

En cuanto al financiamiento, se menciona la ausencia de fondos de capital semilla, de capital de riesgo y de crédito formal para los emprendedores, en especial en empresas nuevas y pequeñas. Esto haría que los emprendedores dependan de recursos propios para montar su negocio, enfrentando ellos todo el riesgo asociado con un negocio nuevo y, por tanto, desincentivando la toma de riesgos y la innovación.

En cuanto al entorno político y social, las respuestas se enfocan únicamente en la inseguridad, violencia y los costos que proteger el negocio conlleva en estas circunstancias. La constante amenaza a la propiedad por parte de los delincuentes estaría imponiendo una carga significativa en las ganancias de los negocios nuevos y pequeños, que son los que tienen menos margen para protegerse frente a la situación de violencia que predomina en el país desde hace varios años.

Con respecto a las políticas públicas, las respuestas son más variadas y abarcan temas como el exceso de burocracia y de trámites (en particular, se señala al Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales como un escollo importante), la falta de consenso político sobre la conducción de la economía y la ausencia de instrumentos legales para favorecer la creación de empresas nuevas. Estos elementos conducirían a la precarización del emprendimiento, estimulando la informalidad y la

operación sin los debidos permisos legales, así como a desincentivar las inversiones de las empresas grandes.

Con respecto a la educación, se señala la poca calidad de la educación en general, su poca pertinencia para el manejo de empresas y el desarrollo de una cultura de trabajo y que valore la actividad productiva.

Factores que están fomentando el emprendimiento

Este es el aspecto donde se encontró más respuestas faltantes de los encuestados y mayor variación entre las respuestas válidas. Sin embargo, al categorizar las respuestas, se obtiene que 20 % señalan a la educación como un factor positivo, 18 % a programas de gobierno, 15% a la coyuntura económica y 11 % a las oportunidades de financiamiento como elementos que potencian el emprendimiento.

En la parte educativa, se señalan programas de ONG y de instituciones educativas que promueven la creación de empresas. En los programas de gobierno, muchas respuestas señalan que los pocos programas que existen, con su cobertura limitada, tienen un impacto positivo en el emprendimiento. Lo mismo con respecto a los pocos fondos del sector privado para inversión en negocios, que generarían un aumento en el emprendimiento.

Con respecto a la coyuntura económica, los expertos que responden esto indican que la crisis económica y la pérdida de empleos formales motivan a la gente a emprender. Otras respuestas se enfocan en algo más positivo: la apertura comercial del país y los tratados comerciales que fomentarían las exportaciones.

Recomendaciones para promover el emprendimiento

Hay cuatro áreas que concentran 84.4 % de las recomendaciones de los expertos. La más citada es la educación para el emprendimiento (24.6 %), el acceso a financiamiento (23.2%) y los programas de gobierno (18.8%), con las políticas gubernamentales en un cuarto lugar (11.6 %).

En cuanto a educación, los expertos sugieren incorporar de manera explícita el emprendimiento y el manejo de negocios en el currículo escolar a todo nivel. También se menciona la necesidad de mejorar la calidad que brinda el sistema educativo nacional. Para el acceso a financiamiento, se sugiere la creación de fondos de capital semilla y de capital de riesgo, que estén dispuestos a invertir en empresas nuevas y pequeñas. También se menciona el desarrollo de incubadoras que ayuden a los nuevos empresarios a operar reduciendo costos.

En las políticas de gobierno, se menciona en varias ocasiones la reducción en trámites, así como la provisión de incentivos fiscales y económicos para las empresas nuevas. En cuanto a políticas gubernamentales, se sugiere la ampliación de los programas de capital semilla existentes.

En resumen y según la opinión de los expertos, en El Salvador los emprendimientos necesitan de más fuentes de financiamiento, de un gobierno más amigable con los trámites de entrada al mercado y regulaciones, así como de un entorno social más favorable, con menos violencia y mayor generación de empleos.

RECUADRO 6.1. LAS PANDILLAS Y EL EMPRENDIMIENTO

La familia Vásquez* vivió por muchos años en la ciudad de Santa Ana hasta que, por razones de seguridad, decidieron trasladarse a San Salvador. En las siguientes líneas se relata, brevemente, su historia como familia emprendedora.

Los Vásquez son cuatro: Marcos, el esposo y jefe de hogar; Raquel, la esposa, encargada de las tareas domésticas y administradora de los negocios familiares; y dos hijos jóvenes que, actualmente, comienzan su vida laboral. Ellos han sido una familia emprendedora; Marcos recuerda haber establecido su primer negocio en 1986, sin embargo, la guerra y el nacimiento de sus hijos lo obligaron buscar una fuente de ingresos más estable, abandonando la empresa familiar.

En 1996, cuando la familia ya se había estabilizado, decidieron volver a emprender. Su giro de negocio era una tienda de artículos de consumo básico (el tipo de negocio más común en El Salvador según la encuesta GEM 2012) y fue, según cuentan Marcos y Raquel, la mejor fuente de ingresos que han tenido. En 2007 abrieron, en Santa Ana, una tienda más grande que para ellos fue la cúspide de su éxito. Diariamente, tenían ventas de US\$ 200 a US\$ 250, superando a veces los US\$ 300. De la venta bruta, ellos lograban ahorrar un 20 %.

Esta situación próspera duró casi 5 años, hasta que en 2012 la familia fue amenazada por jóvenes pandilleros. Raquel cuenta que un día, mientras su esposo trabajaba, llegaron dos jóvenes a decirle que desde ese día debían entregar US\$ 10 diarios, o “ya sabían lo que pasaba, y que se prepararan pues toda la zona iba a comenzar a pagarles a ellos”. Marcos cuenta que, al inicio, el monto de la extorsión (o “renta” como se conoce en el país) era manejable, gracias a las ventas que tenían; sin embargo, decidieron que tendrían que mudarse a San Salvador y dejar todo atrás.

La decisión no era fácil, pues tenían inventarios de productos y eran dueños de su casa. Además, renunciar a una fuente de ingresos tan estable les resultaba difícil. Los primeros meses después de la llegada de los pandilleros siguieron operando de forma normal, pero poco a poco el negocio también comenzó a decaer. Con la nueva presencia en el barrio, la gente dejaba de visitar los alrededores, los parques permanecían solitarios. Después de las 7 de la noche nadie quería salir a la calle: la tensión se sentía. Esto tuvo efectos adversos en la tienda de los Vásquez, pues muchos clientes dejaron de ir a la zona y de comprarles. Al darse cuenta de esto, decidieron deshacerse lentamente del inventario y equipo del que disponían. Discretamente, hicieron trámites para vender su casa, y al cabo de casi 6 meses estaban listos para mudarse a la capital. Trataron de no llamar la atención, pues los rumores también podían ponerlos en peligro.

Así las cosas, un día se encontraron viviendo en San Salvador. Dejaron su negocio atrás, y hoy en día Marcos trabaja para una empresa de telefonía, aunque no deja de extrañar los días en que era su propio jefe. Su cabeza está llena de proyectos de negocio, pero considera que las oportunidades son limitadas y el clima social del país no permite emprender. Además, él comenta que no salieron de su casa en Santa Ana para ser extorsionados de nuevo, lo que les sucedería al volver a emprender. Siguen considerando oportunidades en el comercio de zapatos o comestibles, pero no creen que puedan iniciar un negocio muy pronto. Para ellos no es el momento de emprender, solo esperan que ese día llegue pronto.

*Nombre ficticio.

7 LAS REDES DE NEGOCIOS Y SU IMPORTANCIA PARA EL EMPRENDEDOR

En la edición 2012 del GEM se introdujo el módulo especial de relaciones de negocios para los emprendedores tempranos y establecidos. Esta inclusión refleja la convicción de que, al igual que el entorno económico y social y las instituciones del país, la capacidad de obtener el apoyo de otras empresas, personas o instituciones a la hora de desarrollar un producto o expandirse a un mercado determinado es esencial para el éxito de un proyecto. Esto porque el emprendedor puede beneficiarse de los recursos económicos y del conocimiento desarrollado por otras personas, y de esta manera contar con una ventaja al ingresar a un mercado.

En el proyecto GEM, se consideran relaciones de negocios válidas a todas aquellas destinadas a aportar al emprendedor un resultado concreto, sea este la producción de un bien, el desarrollo de canales de suministro y distribución, desarrollo de nuevos mercados o nuevos productos, o simplemente mejorar la eficiencia en la operación de la empresa. Los datos obtenidos corresponden a las propias percepciones del emprendedor, y esto tiene la ventaja de que se reportan aquellas relaciones que en opinión del entrevistado son relevantes para el desarrollo de su negocio.

Es de esperar que los negocios nuevos, y los negocios por oportunidad entre estos, sean los que utilizan las relaciones comerciales y personales para desarrollar productos y llegar a nuevos clientes. Si bien es posible que un emprendedor establecido posea mayor conocimiento del mercado y de las posibles redes a establecer, también es cierto que su modelo de negocio está desarrollado en la mayoría de casos y, por lo tanto, es menos probable que en el momento de la encuesta se hubiese encontrado manteniendo una relación de negocios con el propósito de realizar las actividades descritas en el cuestionario.

La tabla 7.1 consigna los resultados de este tema del GEM para El Salvador y el resto de países latinoamericanos que participaron en el GEM 2012, distinguiendo a los emprendedores por la etapa del ciclo del negocio que atraviesan. Los resultados muestran una gran disparidad entre países en términos de los apoyos con los que cuentan los emprendedores para la realización de sus operaciones. Esto puede deberse al grado de desarrollo de los mercados y de los servicios para empresas, así como a las redes sociales con las que cuenta el emprendedor y hasta a aspectos institucionales, como la facilidad de suscribir contratos de participación o la tasa de informalidad de negocios.

En la tabla 7.1, sobresalen algunos países donde los emprendedores utilizan sus redes de negocios para potenciar su acceso a mercados. Por ejemplo, la tasa más alta de emprendedores establecidos que trabajan junto a otros en la producción se encuentra en México (45 %), mientras que Chile es el país donde más se busca a otras empresas u organizaciones para obtener suministros (66 %). Ecuador sobresale en el trabajo conjunto para vender bienes o servicios a clientes existentes (32.8 % de los emprendedores establecidos) y Perú en el mismo aspecto pero en relación con clientes nuevos (33.8 %). Argentina muestra la tasa más alta de emprendedores establecidos que trabajan con otros para crear nuevos productos destinados a clientes nuevos y existentes (45 % y 50 %, respectivamente) y en el trabajo conjunto para hacer más eficiente el negocio (61.2 %).

Los países donde los emprendedores establecidos están menos conectados con otras organizaciones son El Salvador y Brasil, junto a Ecuador que también muestra cifras bajas en algunos indicadores. El Salvador tiene las tasas más bajas de la región en cuanto a trabajo conjunto para producir (12 %), para vender productos a nuevos clientes (4.4 %), para crear productos para nuevos

clientes (3.8 %) y para hacer el negocio más eficiente (5.3 %), mientras que Brasil muestra valores mínimos para otras tres categorías: suministros (12.2 %), venta de productos y creación de productos nuevos para clientes actuales (7.6 % y 4.6 %, respectivamente).

Estos datos permiten dividir a la región en tres bloques: los países con emprendedores más conectados (Argentina, Chile, Colombia, México, Panamá y Perú), países con emprendedores moderadamente conectados (Costa Rica, Ecuador, Uruguay) y los países con emprendedores muy desconectados (Brasil y El Salvador).

En cuanto a los emprendedores en etapa temprana, se presentan solamente tres categorías de redes de negocios (producción, suministros y eficiencia). Chile, Colombia, Costa Rica y Uruguay forman el grupo de países con emprendedores mejor conectados, mientras que las tasas más bajas se encuentran esta vez en Brasil y Ecuador. Países con tasas intermedias son Argentina, El Salvador, Panamá, Perú y Uruguay.

Los emprendedores nacientes (aquellos que no han pagado todavía sueldos por más de tres meses) usan más las redes en Chile, Colombia y Argentina. Los países con las tasas más bajas son de nuevo Brasil, y a cierta distancia El Salvador y Ecuador.

A nivel internacional y usando la muestra GEM global para 2011, el patrón que se observa es que, para los emprendedores establecidos, el grado de uso de redes aumenta con el nivel de desarrollo económico del país, encontrándose los niveles más altos en economías desarrolladas, por ejemplo, entre las que componen la Unión Europea o en países de alto ingreso de la cuenca del Pacífico. Para los emprendedores en etapa temprana, el uso de redes es mucho más alto en todos los niveles de desarrollo económico, pero alcanza su mayor prevalencia entre los países de desarrollo intermedio, es decir, en las economías basadas en la eficiencia. Estos patrones se evidencian al observar la situación de El Salvador en la región latinoamericana: al ser el país de menor desarrollo económico de la región en la muestra 2012, es de esperar que sus emprendedores establecidos sean los que menos hacen uso de las redes de negocios. Por otro lado, los emprendedores en etapa temprana deberían tener mayor tasa de uso de redes y, al ser todas economías en fase de eficiencia, no debería tener valores tan bajos. Brasil, el otro país con baja tasa de uso de redes, consti-

tuye más bien una excepción a los patrones internacionales, y sus investigadores deberán indagar más sobre este hecho, que puede deberse a razones metodológicas o a particularidades del mercado brasileño.

La evaluación que puede hacerse de toda esta riqueza de información, sin indagar sobre la naturaleza de las redes de negocios en cada país y las causas de las grandes diferencias regionales, es que hay un grupo de países que han potenciado las redes de negocios tanto para nuevos emprendedores como para los establecidos. En otros países, el grado de uso de redes es muy bajo. El Salvador se encuentra entre los últimos y, por tanto, habría que examinar más a fondo las razones por las cuales se da esta baja presencia de las mencionadas redes, para buscar medidas que permitan acercar las cifras al promedio latinoamericano y potenciar así el impacto positivo en el desarrollo económico de estos emprendimientos.

La tabla 7.2 muestra datos que contribuyen a realizar la referida exploración, mostrando las tasas de uso de redes de negocios en El Salvador para los diferentes aspectos indagados por el GEM, pero contrastándolas con los factores sociodemográficos analizados en el capítulo 4, es decir, sexo, educación, área geográfica y edad de los emprendedores, además del sector de actividad del negocio.

Los resultados de la tabla 7.2 muestran que la educación del emprendedor es uno de los determinantes más importantes de su uso de redes de negocios. Para los emprendedores establecidos, en todos los aspectos indagados (menos en el trabajo con otros para mejorar eficiencia) la tasa de uso de redes es sustancialmente mayor para los emprendedores con educación superior de algún tipo. En algunos casos, la cifra se triplica para los emprendedores con educación superior, por ejemplo, en el trabajo conjunto para producir bienes o servicios, donde sube de 8 % a 24.3 %. En cambio, en la TEA, el patrón es menos acusado y las diferencias son de dos a cuatro puntos porcentuales y, en el caso de mejorar la eficiencia, el uso de redes de negocios es mayor entre los que tienen un nivel educativo de secundaria o menor. Para los emprendedores nacientes, el uso de red es mayor entre los más educados.

En cuanto a sexo, para los emprendedores establecidos, el uso de redes es mayor entre los hombres, con excepciones en el caso de vender y crear productos para nuevos clientes. No hay un patrón sistemático por sexo

Tabla 7.1. Porcentaje de emprendedores que trabajan junto a otras relaciones de negocios en su operación, por etapa del emprendimiento, en países de América Latina incluidos en el GEM 2012

Establecidos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Trabaja junto a otras empresas u organizaciones para producir bienes o servicios	26.6	12.7	23.5	23.8	32.8	16.5	12.0	45.0	31,8	29.8	20.0
Trabaja junto a otras empresas u organizaciones para obtener suministros	41.5	12.2	66.0	54.2	42.2	33.4	35.4	56.9	42.9	42.5	49.5
Trabaja con otros para vender productos o servicios a los clientes actuales	25.0	7.6	27.8	23.8	20.3	32.8	10.8	25.7	29.7	30.7	19.2
Trabaja con otros para vender productos o servicios a nuevos clientes	20.4	8.4	24.5	26.6	20.3	26.6	4.4	31.2	27.4	33.8	20.6
Trabaja con otros para crear productos o servicios nuevos para los clientes actuales	50.2	4.6	18.8	13.6	15.6	8.9	5.1	27.6	32.2	18.2	13.4
Trabaja con otros para crear productos o servicios nuevos para nuevos clientes	44.7	4.0	20.4	11.6	17.2	9.5	3.8	26.7	27.4	22.7	12.4
Trabaja con otros para hacer más eficiente su negocio	61.2	7.5	17.9	18.3	22.2	30.2	5.3	20.2	24.6	24.8	10.3
TEA											
Trabaja junto a otras empresas u organizaciones para producir bienes o servicios	60.8	48.3	73.4	85.2	79.0	44.8	62.7	57.0	64.7	66.6	77.9
Trabaja junto a otras empresas u organizaciones para obtener suministros	68.3	45.4	71.0	75.5	78.7	44.9	69.3	60.4	62.6	66.8	77.4
Trabaja con otros para hacer más eficiente su negocio	82.2	41.2	79.3	91.2	74.0	53.8	71.4	65.3	74.8	70.8	77.1
Emprendedores nacientes											
Trabaja junto a otras empresas u organizaciones para producir bienes o servicios	31.3	7.7	33.8	32.3	22.3	22.2	17.4	16.5	23.2	16.5	27.2
1: Argentina • 2: Brasil • 3: Chile • 4: Colombia • 5: Costa Rica • 6: Ecuador 7: El Salvador • 8: México • 9: Panamá • 10: Perú • 11: Uruguay											

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta GEM 2012

Tabla 7.2. Porcentaje de emprendedores que trabajan junto a otras relaciones de negocios en su operación, por diferentes factores sociodemográficos, en El Salvador

Establecidos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Trabaja junto a otras empresas u organizaciones para producir bienes o servicios	8.0	24.6	12.3	11.6	20.9	-	10.9	14.1	-	20.2	7.6
Trabaja junto a otras empresas u organizaciones para obtener suministros	30.7	49.7	36.9	33.5	44.1	23.3	34.7	36.3	7.7	46.6	31.0
Trabaja con otros para vender productos o servicios a los clientes actuales	4.7	30.4	13.5	7.9	18.7	-	9.0	14.1	-	16.6	8.0
Trabaja con otros para vender productos o servicios a nuevos clientes	3.2	8.4	2.4	6.5	7.7	-	4.3	4.6	-	7.8	2.4
Trabaja con otros para crear productos o servicios nuevos para los clientes actuales	3.7	9.5	7.1	3.0	8.9	-	6.0	3.2	-	11.7	0.9
Trabaja con otros para crear productos o servicios nuevos para nuevos clientes	2.7	7.0	3.5	4.0	6.6	-	4.0	3.2	-	7.1	1.7
Trabaja con otros para hacer más eficiente su negocio	5.5	4.4	5.6	4.9	8.3	1.1	6.5	2.6	-	7.9	4.0
TEA											
Trabaja junto a otras empresas u organizaciones para producir bienes o servicios	60.6	64.3	65.0	59.4	61.1	77.7	80.9	43.9	88.6	64.2	48.2
Trabaja junto a otras empresas u organizaciones para obtener suministros	68.9	70.7	69.5	69.5	70.6	66.3	96.0	34.6	95.9	73.3	50.1
Trabaja con otros para hacer más eficiente su negocio	73.3	69.1	67.7	76.1	73.0	49.6	83.1	51.9	91.5	74.1	54.3
Emprendedores nacientes											
Trabaja junto a otras empresas u organizaciones para producir bienes o servicios	13.6	21.2	15.7	17.9	19.5	-	20.2	8.2	91.5	74.1	54.3
1: Educación secundaria o menor • 2: Educación superior • 3: Hombre • 4: Mujer • 5: Área urbana • 6: Área rural • 7: Sector consumo • 8: Otro sector • 9: 18-24 años • 10: 25-44 años • 11: 45 años o más											

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta GEM 2012

entre la TEA y para los emprendedores nacientes, las mujeres usan redes de negocios con una frecuencia ligeramente mayor.

Quizá la mayor brecha se da entre las áreas urbanas y rurales. Entre los emprendedores establecidos, el uso de redes es totalmente nulo en áreas rurales, a excepción de los suministros, donde probablemente las grandes empresas proveedoras de los pequeños comercios ejercen el rol de socio y guía. La diferencia no es tan abismal entre la TEA, y se revierte al menos para la producción de bienes y servicios, pero vuelve a observarse nulo uso de redes entre los emprendedores nacientes del área rural.

En cuanto a la rama de actividad económica, se ha dividido a los emprendedores entre sector consumo y otros sectores. Los emprendedores establecidos de otros sectores usan más las redes para producir, vender y obtener suministros, pero las usan menos para crear productos o mejorar la eficiencia de los negocios.

Para la TEA y los emprendedores nacientes, en cambio, hay una significativa diferencia en el uso por sector: son los emprendedores con negocios orientados al consumidor final los que utilizan con mucha mayor frecuencia las redes de negocios.

Finalmente, al hacer un análisis por edad entre los emprendedores establecidos, son aquellos entre 25 y 44 años los que hacen mayor uso de la redes de negocios, habiendo nulo uso de redes entre los jóvenes menores a 25 años (que forman un porcentaje muy pequeño, 2.2 %, del total de emprendedores establecidos). En la TEA, por el contrario, hay mayor uso de redes de negocios entre los más jóvenes, y menor uso entre los emprendedores de 45 años o más.

Lo anterior permite crear un perfil del emprendedor que utiliza más las redes de negocios: con educación superior, del área urbana, orientado a productos y servicios para el consumidor, y entre los 25 y 44 años.

De los datos anteriores se derivan algunas recomendaciones de política: es necesario aumentar el nivel educativo de la población para mejorar el potencial de los emprendedores, pero también trabajar directamente en la generación de redes de negocios para las zonas rurales, para los emprendedores de mayor edad y para las personas con menor educación. Con esto, se ayudaría a que sus negocios tengan mayor potencial de contribuir al desarrollo. Esto es necesario pues un porcentaje sustancial de todos los negocios son operados por personas con esas características.

8 CONCLUSIONES

En El Salvador no se le ha dado la difusión debida al estudio y medición del fenómeno del emprendimiento, a pesar de ser este, en tanto sector económico, el que genera la mayor parte del empleo del país. El emprendimiento es además el elemento fundamental del desarrollo económico de los países, al generar puestos de trabajo y cambiar las condiciones del mercado, innovando y cubriendo las necesidades de consumidores y empresas. Esto es aún más cierto en un país donde la inversión extranjera directa es la más baja de la región.

Reconocer la importancia del emprendimiento en el desarrollo implica el diseño y ejecución de una política sistemática a favor de generar empresas que apuesten a crecer y a explotar nuevas oportunidades de mercado. En un país donde 35 % de los nuevos emprendedores lo son por necesidad (segundo valor más alto en América Latina) y solo 39 % buscan oportunidad de mejora (segundo valor más bajo), es tentador pensar que el emprendimiento es solo una estrategia de supervivencia de los hogares. Ciertamente lo es, pero esto responde a una realidad inquietante de un mercado laboral donde más de la mitad de los trabajadores urbanos y casi todos los rurales se debaten en la informalidad. Esto hace que el emprendimiento prometedor y productivo se vea opacado.

El panorama general del emprendimiento salvadoreño que se presenta en este informe presenta al mismo tiempo una esperanza y una sombra. La esperanza recae en una tasa de emprendimientos nuevos que está en el promedio latinoamericano y en que las percepciones de la gente sobre emprender son positivas. La sombra se manifiesta en el elevado número de cierre de negocios, en el alto temor al fracaso y en una población emprendedora con pocas herramientas para competir en una economía moderna, con bajos niveles educativos y escaso acceso al capital.

Se afirma acá que hay un déficit de emprendedores en El Salvador. Esto se debe a una regularidad estadística simple: la relación entre emprendimiento total y PIB per cápita es negativa. Si El Salvador es el país de América Latina participante en el GEM 2012 con el PIB per cápita más bajo, su tasa de emprendimiento debiera estar entre las más altas, pero solo llega al promedio regional. La ausencia de estos emprendedores tiene múltiples causas: falta de apoyo, un clima económico desfavorable, amenazas como la violencia y criminalidad. Aun así, existen suficientes emprendedores por oportunidad y casos de éxito como para afirmar que el emprendimiento es en nuestro país un motor de desarrollo.

La edición 2012 del GEM indagó sobre el uso de redes de negocios, las que en nuestro país son muy escasas; solamente los emprendedores más educados y de la zona urbana tienen acceso a ellas. Esto señala un importante obstáculo para la generación de emprendimientos productivos, pues los nuevos emprendedores deben proceder solos en las difíciles etapas iniciales de un negocio. Esta es una oportunidad para la política pública: apoyar las redes y servicios de negocios para facilitar el nacimiento de empresas de alto potencial.

Los emprendedores nuevos, en especial los motivados por nuevas oportunidades, son un grupo poblacional más joven y educado, con potencial de altos ingresos. Estos emprendedores deberían convertirse en aceleradores del crecimiento del país, mejorando la eficiencia de los mercados e innovando en nichos y productos. Para ello, necesitan de un clima estable para invertir, de seguridad de obtener retornos y, sobre todo, de capital. La virtual ausencia de financiamiento formal para nuevos emprendedores es quizá el obstáculo más fuerte para los nuevos negocios (como señalan los expertos consultados). Esta es otra oportunidad para una política que quiera promover en forma sistemática el emprendimiento productivo.

En nuestro país, los emprendimientos jóvenes buscan, con más frecuencia que en otras naciones latinoamericanas, los nichos de servicios y productos para el consumidor. Si bien es normal que estos sean los nichos más poblados, es notable la ausencia de emprendimientos en otros sectores (manufactura, servicios a empresas) que exigen mayor acumulación de capital y prometen mejores retornos. Un tercer reto para la política es este, diversificar y expandir el ámbito del emprendimiento a sectores actualmente vacíos de nuevas iniciativas de negocios.

Una cuarta prioridad de política, universal entre los expertos consultados, es la necesidad de la educación para emprender. Esto implica desarrollar en los jóvenes, desde muy temprana edad, las competencias necesarias para manejar un proyecto propio o negocio: autocon-

trol, planificación, iniciativa, uso de herramientas contables y legales, etc. Estas competencias no deberían estar excluidas del currículo, sino más bien constituir su eje fundamental. Esto es así porque son las mismas competencias que demandan la educación superior y el mercado laboral formal.

Se espera que este estudio inicie un ciclo de medición de las distintas variables para el emprendimiento, que oriente la política pública en los años siguientes. Este esfuerzo debe ser sistemático e incorporar a los diferentes actores que tienen participación en el fenómeno de emprender. Debe comprenderse que si la riqueza del país es la gente, el desarrollo está en brindarle las oportunidades y herramientas para trabajar por su bienestar.

ANEXOS

A.1. Glosario

Indicador	Definición
Medición de la actividad emprendedora	
Tasa de emprendedores nacientes	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años activamente involucrada en la creación de un negocio del cual va a ser dueño o copropietario, y que no ha pagado sueldos u otra forma de beneficios por más de tres meses al momento de la encuesta.
Tasa de nuevos emprendedores	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que en el momento de la encuesta es propietaria de un nuevo negocio, es decir, posee toda o parte de la propiedad y gestiona un negocio que ha pagado sueldos u otra forma de beneficios por un período entre 3 y 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora temprana (TEA)	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que son emprendedores nacientes o nuevos emprendedores.
Tasa de emprendedores establecidos	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que son propietarios y administradores de un negocio que ha pagado sueldos u otra forma de beneficios por más de 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora motivada por necesidad	Porcentaje de la población considerada como TEA que posee y administra un negocio porque no tenía otra opción de trabajo.
Tasa de actividad emprendedora motivada por oportunidad	Porcentaje de la población considerada como TEA que posee y administra un negocio porque identificó una oportunidad o porque busca independencia o mejorar sus ingresos.
Tasa de cierre de negocios	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que en los últimos 12 meses ha abandonado un negocio, ya sea por venta, cierre, reubicación u otra razón que implique la separación de la empresa. No debe interpretarse como la tasa de fracaso de los negocios.
Actitudes y percepciones de los emprendedores	
Tasa de percepción de oportunidades	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que identifica buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde vive.
Tasa de percepción de capacidades	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que considera que posee las habilidades y conocimientos requeridos para iniciar un negocio.
Tasa de temor al fracaso	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que dejaría de emprender frente a una oportunidad percibida por temor al fracaso.
Tasa de emprendedores potenciales	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que no está al momento de la encuesta involucrada en actividades emprendedoras pero que considera que iniciará un negocio en los próximos 3 años.

Emprendimiento como elección deseable de carrera	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que está de acuerdo con la afirmación de que la mayoría de personas en el país consideran poner un negocio como una elección deseable de trabajo.
Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que está de acuerdo con la afirmación de que en el país los emprendedores exitosos reciben reconocimiento y alcanzan un estatus social elevado.
Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que está de acuerdo con la afirmación de que en el país los medios de comunicación presentan con frecuencia noticias sobre emprendedores exitosos.
Aspiraciones de los emprendedores	
Tasa de actividad emprendedora en etapa temprana con altas expectativas de crecimiento	Porcentaje de los emprendedores comprendidos en la TEA que espera tener al menos 20 puestos de trabajo en los próximos 5 años.
Tasa de actividad emprendedora en etapa temprana con medianas expectativas de crecimiento	Porcentaje de los emprendedores comprendidos en la TEA que espera tener al menos 5 puestos de trabajo en los próximos 5 años.
Tasa de actividad emprendedora en etapa temprana orientada al mercado de nuevos productos	Porcentaje de los emprendedores comprendidos en la TEA que indican que sus productos o servicios son nuevos para al menos algunos de sus clientes y que no hay muchos negocios con una oferta similar.
Tasa de actividad emprendedora en etapa temprana orientada a mercados internacionales	Porcentaje de los emprendedores comprendidos en la TEA que indica que al menos 25 % de sus clientes proviene de mercados extranjeros.
Tasa de actividad emprendedora en etapa temprana en sectores tecnológicos	Porcentaje de los emprendedores comprendidos en la TEA que está activo en sectores de alta tecnología o media alta según la clasificación de la OECD (2003).

A.2. Expertos consultados

Se agradece la valiosa participación de las siguientes personas que contribuyeron con su conocimiento del mercado a construir los datos de la encuesta de expertos.

Raquelina Alvarado de Huevo

Miguel Huevo Mixco

Carolina Rovira

Herbert Blandón

Francisco Lima

Samuel Salazar

María Eugenia Brizuela de Ávila

Luis Martínez Perdomo

Haydeé de Trigueros

Ángel Díaz

Benjamín Mejía

Benjamín Valdez

David Díaz Mendoza

Aldo Miranda

Jimmy Vásquez

Juan Duch Flores

Ethelia Montenegro

Dos entrevistados que solicitaron permanecer anónimos

Jorge Évora

Ricardo Montenegro

Mauricio Évora

Nelson Paredes Martínez

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, M., Gutiérrez, B. y Bermúdez, J. L. (2011). Sistema de Salud de El Salvador. *Salud Pública de México* 53(2), 188-196.
- Amorós, J. E. y Poblete Cazenave, C. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor. Actividad emprendedora en Chile y el mundo*. S/l: Universidad del Desarrollo.
- Bosma, N., Jones, K., Autio, E. y Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor 2007 Executive Report*. Londres: Global Entrepreneurship Research Association.
- Chorro, M. (2010). *Financiamiento a la inversión de las pequeñas y medianas empresas: El caso de El Salvador*. Serie Financiamiento del Desarrollo. Santiago de Chile: CEPAL.
- DIGESTYC (2012). *Publicación Encuesta de hogares de propósitos múltiples 2011*. San Salvador: Dirección General de Estadística y Censos.
- DIGESTYC (2011). *Publicación Encuesta de hogares de propósitos múltiples 2010*. San Salvador: Dirección General de Estadística y Censos.
- FMI (2013). *El Salvador: 2013. Article IV Consultation*. Washington: Fondo Monetario Internacional.
- Kelley, D. J., Bosma, N. y Amorós, J. E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report*. Babson Park y Santiago de Chile: Babson College y Universidad del Desarrollo.
- Kelley, D. J., Ali, A., Brush, C, Corbett, A. C., Majbouri, M. y Rogoff, E. G. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor 2012 United States Report*. S/l: Babson College y Baruch College.
- Porter, M. E., Sachs, J. J. y McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. En *Global Competitiveness Report 2001-2002*, editado por M. E. Porter, J. J. Sachs, P. K. Cornelius, J. McArthur y K. Schwab, Nueva York: Oxford University Press.
- PNUD (2010). *Informe sobre Desarrollo Humano El Salvador 2010: De la pobreza y el consumismo al bienestar de la gente*. Propuestas para un nuevo modelo de desarrollo. San Salvador: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- SERCE (2006). *Los aprendizajes de los estudiantes en América Latina*. Santiago de Chile: UNESCO, LLECE.
- University of Surrey (2012). *Success in challenging times. Key lessons for UK SMEs*. Recuperado de http://www.surrey.ac.uk/sbs/files/Success_in_Challenging_Times_Report%20.pdf

USAID (2012). *El Salvador: evaluación de la educación superior y recomendaciones*. San Salvador: USAID.

USAID (2013). *La percepción de la seguridad y la confianza en las instituciones públicas, línea de base del plan Asocio para el Crecimiento*. San Salvador.

Xavier, S. R., Kelley, D., Kew, J., Herrington, M. y Arne Vorderwülbecke (2013). *Global Entrepreneurship Monitor 2012 Global Report*. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/docs/2645/gem-2012-global-report>

Este informe, producido desde la Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN), es el primero en el país en analizar diversas aristas del fenómeno del emprendimiento con la metodología del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Dicha metodología permite generar información cuantitativa y cualitativa, comparable internacionalmente, sobre la importancia del emprendimiento en la economía nacional y las percepciones de la población en torno a esta actividad y, así, hacerse una idea de las condiciones, oportunidades y los retos del sector emprendedor en el mundo actual.

ESCUELA SUPERIOR DE ECONOMÍA
Y NEGOCIOS (ESEN)
Km 12 ½ carretera al puerto de
La Libertad, calle nueva a Comasagua,
Santa Tecla, La Libertad, El Salvador

+503 2234 9292
contacto@esen.edu.sv

www.esen.edu.sv

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP
RESEARCH ASSOCIATION
London Business School Regents Park,
London NW1 4SA, UK

+44 796 690 81 71
info@gemconsortium.org

www.gemconsortium.org