



ASPEN NETWORK
OF DEVELOPMENT
ENTREPRENEURS

 aspen institute

Capítulo
Centroamérica y
México de ANDE

MAPEO DEL ECOSISTEMA
EMPRENDEDOR

Guatemala Rural



Mayo 2021

Acerca de ANDE

La Red Aspen de Emprendedores para el Desarrollo (ANDE por sus siglas en inglés) es una red global de organizaciones que impulsan el emprendimiento en economías emergentes. Los miembros de ANDE proveen servicios fundamentales de soporte financiero, educativo y de desarrollo de negocio a Pequeñas Empresas en Crecimiento (PEC), basados en la convicción de que estas últimas generan empleos, estimulan el crecimiento económico a largo plazo, y producen beneficios sociales y ambientales.

Como la voz global líder del sector PEC, ANDE cree que las PEC son una herramienta poderosa, pero poco apalancada, para abordar los desafíos sociales y ambientales. Desde 2009, nos hemos convertido en una red de referencia de casi 300 miembros colaborativos que operan en casi todas las economías en desarrollo. ANDE aumenta el conjunto de conocimientos disponible, moviliza recursos y conecta las instituciones que apoyan a los pequeños empresarios que construyen prosperidad inclusiva en el mundo en desarrollo. ANDE es un programa del Instituto Aspen, una organización global sin fines de lucro comprometida a hacer realidad una sociedad libre, justa y equitativa.

El capítulo de Centroamérica y México de ANDE, con oficinas en la Ciudad de México y en la Ciudad de Guatemala, fue lanzado en 2010 con el objetivo de crear una plataforma que apoya a todos los actores relevantes del ecosistema de PEC local, a través de capacitación, diseminación del conocimiento, facilitación de presentaciones entre personas y fomento a la colaboración.

Autoras

- Victoria Hume, Analista de investigación, ANDE
- Juliana Rubio, Coordinadora Senior de Programas, Capítulo Andino de ANDE
- Evelyn Hernández, Coordinadora Senior de Programas, Capítulo Centroamérica y México de ANDE
- Mónica Ducoing, Gerente Regional, Capítulo Centroamérica y México de ANDE

Agradecimientos

ANDE está profundamente agradecida con Carmen Rosa Pérez Aguilera por su valiosa contribución en la recolección de datos y de perspectivas de actores del ecosistema. También nos gustaría reconocer ampliamente a Matthew Guttentag, Director de Investigación e Impacto de ANDE, por su significativa contribución como editor.

Acerca de la filantropía en Walmart

Walmart Inc. provee alimentos y productos de hogar asequibles a cientos de millones de personas cada semana en más de una docena de países. Empleamos a más de 2.2 millones de asociados y hacemos negocios con miles de proveedores quienes, a su vez, emplean a millones de personas. Walmart.org abarca los esfuerzos filantrópicos de Walmart Inc. y la Fundación Walmart. Nuestras estrategias filantrópicas buscan acelerar el progreso en problemáticas sociales y contribuir a una transformación sistémica y duradera en formas que complementen y expandan el impacto social de las iniciativas de negocios de Walmart Inc. Nuestras prioridades incluyen promover la equidad racial y de género; incrementar las oportunidades económicas para las y los trabajadores del sector minorista y las cadenas de distribución; mejorar la sustentabilidad social y ambiental de las cadenas de distribución de productos, y fortalecer la resiliencia de las comunidades (incluyendo el brindar ayuda alimentaria y responder a catástrofes). Nuestros esfuerzos filantrópicos están organizados en portafolios específicos como Acceso al Mercado para Pequeños Propietarios y Emprendedores, Equidad Racial, Oportunidades en la Venta Minorista, Naturaleza y Alimentos Más Saludables para Todos, por nombrar algunos. Cada portafolio tiene una estrategia basada en una teoría del cambio y en preguntas clave de aprendizaje desarrolladas junto con otros actores, incluyendo las personas a las que buscamos empoderar y apoyar (por ejemplo: pequeños agricultores); organizaciones beneficiarias, quienes cuentan con profunda experiencia, capacidades y perspectivas para contribuir; y otras personas expertas. Activamos nuestras teorías del cambio a través de becas estratégicas, convocatorias, incidencia, desarrollo de comunidades de práctica, donaciones en especie, evaluaciones, y el aprendizaje obtenido de organizaciones beneficiarias y otros. Promovemos la colaboración entre las organizaciones beneficiarias, así como con otros actores del sector público y privado; continuamente actualizamos las estrategias de nuestros portafolios con base en sus experiencias y perspectivas. Para conocer más, visite www.walmart.org o conecte con nosotros en Twitter @Walmartorg.



Índice

ACERCA DE ESTE REPORTE	4
ACERCA DE LA GUATEMALA RURAL	5
DATOS DEL ECOSISTEMA	6
HALLAZGOS E IMPLICACIONES	20

Acerca de este reporte

Los Mapeos del Ecosistema de ANDE están diseñados para recoger información básica sobre el apoyo disponible para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) en una ciudad, región, o país en específico. Esta información funge como un censo de los actores locales y refleja un momento específico en el tiempo.

La metodología del Mapeo del Ecosistema Emprendedor tiene un enfoque en las organizaciones activas del ecosistema. La investigación es realizada principalmente por equipos locales que involucran a estas organizaciones a lo largo del proceso.

Para quienes tengan interés en el ecosistema emprendedor de Guatemala, he aquí algunas formas en las que puede utilizarse este mapeo:

- 1/ Para entender qué brechas existen en el apoyo disponible para las y los emprendedores en el ecosistema (tomando en cuenta que este reporte no representa una lista exhaustiva de actores del ecosistema)**
- 2/ Para crear conexiones con otros actores en el ecosistema con metas o propósitos similares**
- 3/ Para utilizarlo como una herramienta de conversación y colaboración con otros participantes del ecosistema**

Si bien hemos añadido contexto a los datos, las y los lectores podrán extraer otras perspectivas y conclusiones utilizando la información disponible en el sitio web del mapeo. Esperamos que este reporte funcione como un testimonio del ecosistema en este momento particular y como una línea de base para los actores del ecosistema, facilitada por una plataforma de conocimiento común.



Acerca de la Guatemala Rural

Guatemala es un país de ingreso medio superior¹ en Centroamérica, ubicado entre México, Belice, El Salvador y Honduras. La clasificación de ingreso del país cambió en 2018, de medio inferior a medio superior, gracias a una serie de decisiones financieras tomadas por el gobierno, las cuales resultaron en estabilidad económica y un crecimiento positivo, aunque moderado.² Sin embargo, esta estabilidad económica no ha implicado mejoras significativas en términos de reducción de pobreza para el país, dejando de lado a muchas áreas en estados rurales y/o con menor desarrollo.³ El Índice de Desarrollo Humano de la Organización de las Naciones Unidas otorga a Guatemala un índice de 0.663, justo por debajo del promedio para América Latina y el Caribe. Sin embargo, cuando esto se ajusta para contemplar la desigualdad, el índice cae significativamente, resaltando la magnitud de las disparidades existentes dentro de este pequeño país⁴. Este reporte se centra en estas zonas que se consideran rurales, y por lo tanto la muestra y las entrevistas comprenden solamente a personas y organizaciones que radican o proveen apoyo en:

- 1/** Pueblos, aldeas, caseríos o granjas.
- 2/** Asentamientos o pueblos que cuentan con un 50% o menos de hogares con iluminación, electricidad y agua corriente en sus viviendas.
- 3/** Asentamientos o pueblos que carecen de caminos o rutas de comunicación por tierra y de servicios aéreos o marítimos, así como de escuelas de educación primaria (seis grados escolares) y servicios de correo postal.

Este alcance fue definido por ANDE tomando en cuenta las definiciones locales de Guatemala, El Salvador y Honduras, así como de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), entre otras fuentes internacionales.

El *Global Entrepreneurship Monitor Report* señala que, entre los países latinoamericanos, en Guatemala es particularmente común que se perciba el emprendimiento como una buena oportunidad para generar ingresos, y que “cuentan con el conocimiento, las habilidades y la experiencia necesarias para empezar un negocio, además de tener la menor proporción de temor al fracaso.”⁵ Sin embargo, no es claro qué tan prevalentes son estas percepciones en áreas urbanas en comparación con áreas rurales.

1 [World Bank Country and Lending Groups](#). The World Bank. Accessed March 2021.

2 [Guatemala: Overview](#). The World Bank. Accessed March 2021.

3 *Ibid.*

4 [Human Development Indicators: Guatemala](#). United Nations Development Programme Human Development Reports. Accessed March 2021.

5 [Guatemala: Reporte Nacional 2019/2020](#). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*.

Datos del Ecosistema

Caracterización de las organizaciones de apoyo

ANDE recopiló información de 117 organizaciones de apoyo a emprendedores en la Guatemala rural. De estas organizaciones, el 79% tiene sus oficinas centrales en Guatemala, el 12% están ubicadas en Estados Unidos y el 9% restante se encuentra en otros países. Aquellas que proveen desarrollo de capacidades conforman la porción más grande de la muestra, representando al 38% de las organizaciones que respondieron la encuesta. Las asociaciones sectoriales y las fundaciones son los dos siguientes tipos de organizaciones más comunes en la muestra (con el 15% y 10%, respectivamente), mientras que sólo el 1% son inversionistas y el 4% son bancos e instituciones de microfinanciamiento.

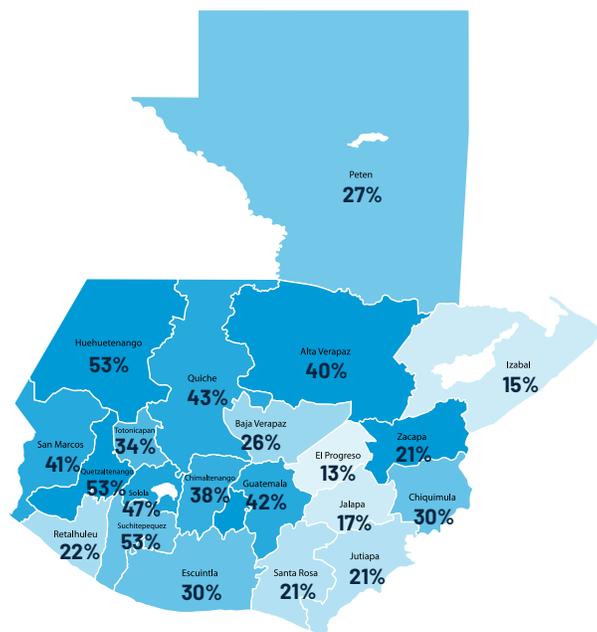
Figura 1: Tipo de organización por ubicación de la sede



Un aspecto destacable del ecosistema rural guatemalteco es la gran proporción de organizaciones pequeñas, comunitarias y sin una huella digital sólida o definida. En comparación con otros ecosistemas examinados por ANDE, estos tipos de organizaciones están sobrerrepresentadas en el mapeo, lo que sugiere que son probablemente más comunes en ecosistemas rurales. Casi la mitad de estas organizaciones comenzaron su labor de apoyo en la última década, entre 2010 y 2019. En cuanto a cobertura regional, al menos 14 organizaciones están operando en los 22 departamentos del país y 53% de las organizaciones trabajan en los departamentos de Huehuetenango y Quetzaltenango. Aun cuando todas las organizaciones en este mapeo operan en áreas rurales, el 42% también trabaja en el departamento de Guatemala (que incluye a la ciudad de Guatemala).

Datos del Ecosistema

Figura 2: Departamentos donde se ofrecen los servicios



N = 105

Al hablar de los sectores económicos que las organizaciones apoyan, no es sorprendente que, con el enfoque rural de este estudio, el 61% de las organizaciones se enfoquen en el sector de alimentos y agricultura, mientras que el 46% apoyan el sector artesanal. El 30% de las organizaciones trabajan con empresas centradas en temas ambientales, y entre 16% y 26% apoyan sectores como turismo y hospitalidad, educación, vivienda y desarrollo comunitario, y servicios financieros. Menos del 11% apoyan a los sectores de salud, tecnologías de información y comunicación, energía, logística, infraestructura y transporte.

Servicios ofrecidos

La mayoría de las organizaciones encuestadas ofrecen servicios de asistencia técnica y desarrollo de capacidades, y más de la mitad organizan eventos para el sector. Poco menos de un tercio de los encuestados invierten en fondos orientados a emprendedores y a Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs), enfocándose en su mayoría en la provisión de desarrollo de capacidades. La escasez de inversionistas que se identifiquen a sí mismos como tales en la muestra sugiere que muchas de las organizaciones proveedoras de desarrollo de capacidades están llenando las lagunas de inversión ellas mismas a lo largo de su trabajo como constructoras de capacidades. A pesar del enfoque en el desarrollo de capacidades, sólo una pequeña proporción de las organizaciones encuestadas cuenta con un programa de aceleración o incubación orientado a emprendimientos rurales. Dado que la aceleración y la incubación tienden a concentrarse en escalar o iterar en los negocios, es posible que estos modelos de apoyo sean menos adecuados para un negocio rural y más aptos para un negocio basado en tecnología. En esta muestra, sólo el 11% de las organizaciones de apoyo trabajan parcial o exclusivamente con negocios basados en tecnologías.

Datos del Ecosistema

Figura 3: Porcentaje de organizaciones que ofrecen cada tipo de servicio



N = 117

La gran mayoría de las organizaciones que ofrecen servicios en áreas rurales de Guatemala lo hacen a través de proyectos recurrentes y continuos (81%), mientras que sólo 12% ofrecen servicios de duración limitada o de una sola ocasión. Alrededor de la mitad de las organizaciones utilizan una combinación de servicios digitales y presenciales, 39% proveen servicios principalmente presenciales, y 10% ofrecen servicios únicamente digitales. Estos datos consideran el modo de operar de las organizaciones previo a la pandemia de COVID-19. Ahora, 58 organizaciones que proveían servicios tanto en línea como en persona han cambiado su método de operación o están planeando hacerlo.

Datos del Ecosistema

Etapas de mayor enfoque

La mayoría de las organizaciones de apoyo se orientan a emprendedores con empresas en etapa temprana (*early stage*): esto es, después de su arranque, pero antes de que el negocio comience a escalar; mientras que la mitad de las organizaciones ofrecen sus servicios para empresas apenas en la etapa de ideación del negocio. Sin embargo, al menos la mitad de las organizaciones también apoyan a las empresas en cualquier momento de su desarrollo, exceptuado la etapa de madurez. Con base en estos hallazgos, pareciera que la mayoría de las organizaciones encuestadas no consideran la etapa de desarrollo de las empresas como un factor para decidir apoyarlas.

Figura 4: Porcentaje de organizaciones por etapa de enfoque



Servicios de apoyo no financieros

De los 94 actores que proporcionan servicios no financieros, el 96% se enfocan en proveer servicios de desarrollo de capacidades, el 62% se concentran en facilitar el acceso a mercados, y el 27% en crear vínculos con oportunidades de inversión.

Figura 5: Porcentaje de organizaciones por tipo de servicio de apoyo no financiero



Datos del Ecosistema

Servicios de desarrollo de capacidades

Muchos de los servicios de desarrollo de capacidades que proveen las organizaciones están centrados en el lado más técnico del negocio, como la estrategia, la planeación, el desarrollo de cadenas de suministro y la estructura de gobierno corporativo. Sólo el 38% de las organizaciones que proveen construcción de capacidades incluyen apoyo con temas de liderazgo y desarrollo de talento. Las organizaciones señalaron que, en general, hay poco enfoque en habilidades interpersonales (*soft skills*) y competencias de gestión dentro de estos programas, lo que resalta una brecha más amplia en el ecosistema, y por lo tanto las y los emprendedores se quedan atrás en este rubro.

Figura 6: Porcentaje de organizaciones por servicio de desarrollo de capacidades ofrecido



N = 89

Servicios de vinculación comercial

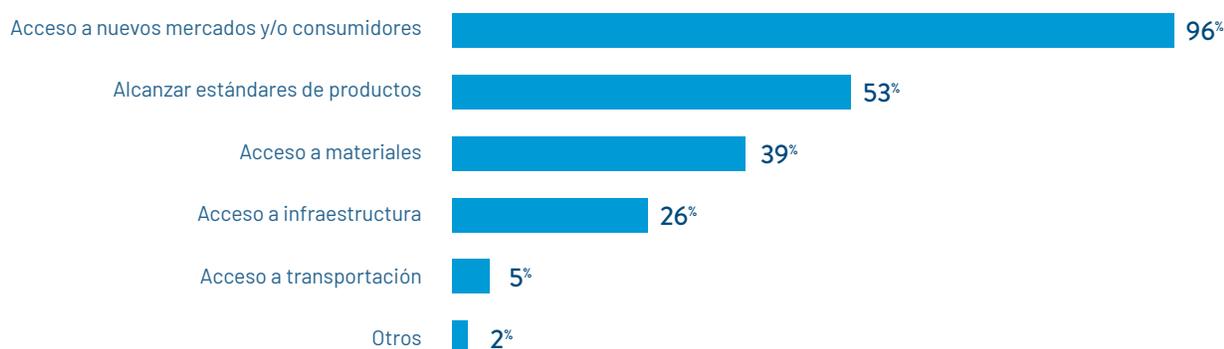
Debido a que las y los emprendedores rurales se encuentran geográficamente aislados de los centros empresariales nacionales y/o regionales, podemos asumir que la vinculación con los mercados es particularmente importante para el crecimiento del negocio. Entre las organizaciones que ofrecen servicios de vinculación comercial, la mayoría se enfocan en facilitar el acceso a nuevos mercados y consumidores y en alcanzar estándares de productos.

Datos del Ecosistema

El acceso directo a los mercados es difícil, y los intermediarios consideran que esto se debe principalmente a la falta de información disponible sobre los mercados: desde información sobre cómo acceder a cadenas de valor y a los mercados, información sobre los precios del mercado, o incluso datos sobre a quién, cómo y dónde contactar en aquellos mercados potenciales para productos y servicios. Adicionalmente, las certificaciones son difíciles de obtener debido a la falta de conocimiento práctico y el elevado costo que representa para la mayoría de las empresas rurales pasar por un proceso de certificación, en términos de requisitos y pagos de auditorías.

Muy pocas organizaciones se concentran en crear acceso físico para emprendedores rurales a través de infraestructura o transportación, aunque no muchas de las encuestadas señalaron la infraestructura física o digital como un obstáculo significativo para el ecosistema. Esto a pesar del hecho de que el Fondo Monetario Internacional (FMI) reportó en 2017 que la inversión guatemalteca en infraestructura pública era la más baja de la región.⁶ Lo anterior puede deberse a que la mitad de las organizaciones de la muestra no tienen presencia física en las áreas rurales en cuestión y, por lo tanto, no experimentan los retos cotidianos de operar en una zona rural de Guatemala.

Figura 7: Porcentaje de organizaciones por tipo de servicio de vinculación comercial ofrecido



N = 57

Servicios de vinculación con oportunidades de inversión

Sólo una pequeña porción de las organizaciones en la muestra proporciona servicios de vinculación con la inversión, lo que hace difícil comentar sobre el enfoque específico de estos servicios en el ecosistema. Sin embargo, podemos percibir que el hecho de que sólo unas pocas organizaciones de la muestra se concentren en facilitar el acceso a inversionistas o en preparar a las y los emprendedores para conectar con inversionistas es una señal de que este aspecto del ecosistema requiere más atención.

⁶ Flamini, V. and Teodoru, I. [More and Better Infrastructure in Guatemala](#). International Monetary Fund. 2017.

Datos del Ecosistema

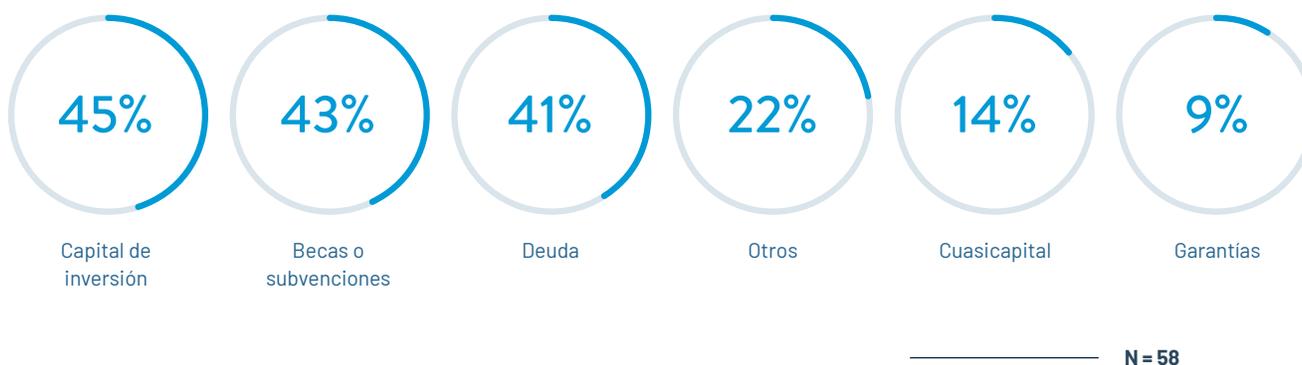
Figura 8: Porcentaje de organizaciones por tipo de servicio de vinculación con oportunidades de inversión



Servicios financieros

ANDE identificó pocos inversionistas tradicionales o proveedores de servicios financieros exclusivamente enfocados en Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) en áreas rurales. En su lugar, la mayoría de las ofertas de ayuda financiera reflejadas en este mapeo vienen de proveedores de desarrollo de capacidades. Incluso dichas organizaciones multifuncionales representan una porción relativamente menor de la muestra. Sin embargo, para aquellas que proporcionan apoyo financiero, los instrumentos de financiamiento más comunes son la inversión de capital, las subvenciones, y la deuda, repartidos equitativamente a lo largo de la muestra. El cuasicapital, que suele implicar un financiamiento más flexible, sólo fue ofrecido por el 14% de aquellas organizaciones que proveen servicios financieros.

Figura 9: Porcentaje de organizaciones por tipo de instrumento de financiamiento utilizado



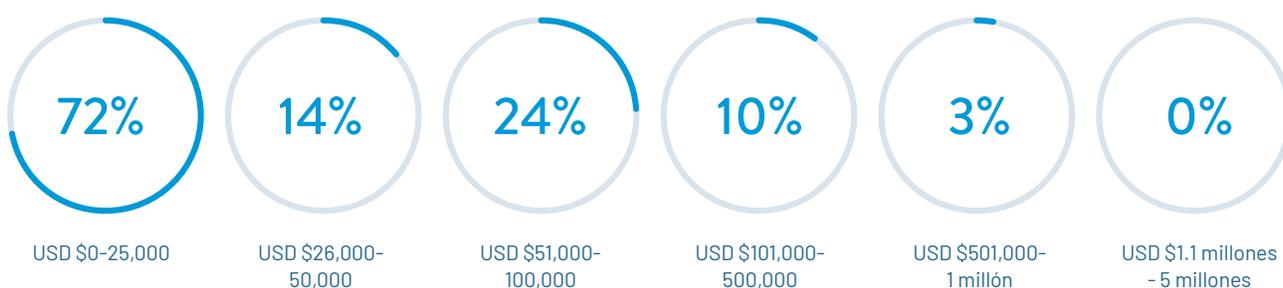
Datos del Ecosistema

El sector bancario tradicional de Guatemala no ha sido particularmente acogedor con las y los emprendedores, al ser históricamente averso al riesgo y poco innovador en el diseño de productos o servicios que se adecúen al sector de las pequeñas y medianas empresas.⁷ En las últimas dos décadas, la fuente de financiamiento a la que crecientemente parecen estar accediendo las y los emprendedores es el microfinanciamiento.^{8,9} Este instrumento ha permitido a aquellas personas con poco o bajo nivel de solvencia crediticia (lo que es común en el caso de personas viviendo en condiciones de pobreza o en áreas rurales) acceder a microcréditos. El microfinanciamiento es una herramienta comúnmente utilizada por instituciones de desarrollo, organizaciones no gubernamentales (ONG) y bancos para dirigir fondos a quienes, de otro modo, no podrían acceder al financiamiento tradicional. Con base en un estudio de 2009 sobre los impactos del microfinanciamiento en clientes guatemaltecos, el acceso a este tipo de capital generó mejoras en la situación de vivienda, salud, y empoderamiento de los clientes.¹⁰ Esto también permitió a muchas microempresas guatemaltecas crecer al punto en el que ahora requieren préstamos de mayor tamaño por parte de bancos regulares y, en esta etapa, son más aptas para acceder a ellos.¹¹ Esto sugiere que el microfinanciamiento puede jugar un papel crítico en ayudar a estos negocios a “graduarse” de micro a pequeñas empresas.

Importes de inversión

El importe de inversión (*ticket size*) más común para estas transacciones financieras se ubicó en el extremo inferior del espectro, con el 72% de los encuestados reportando entre USD \$0 - 25,000 como el importe de inversión más frecuente. De acuerdo con un estudio de ANDE publicado en 2020 en torno al sector de inversión de impacto en América Latina, los acuerdos de inversión de impacto en Guatemala se promediaron en el extremo superior del rango de importe de inversiones (alrededor de los USD \$750,000), con muchas de estas transacciones dirigiéndose al sector agrícola. Sin embargo, no es claro en qué parte de Guatemala estaban ubicadas estas empresas receptoras de inversión, y es poco probable que dichos fondos estuvieran explícitamente orientados hacia áreas rurales. Esto podría explicar por qué en esta muestra el importe de inversión se sesgó hacia cantidades mucho menores, así como por qué ningún proveedor ofrece importes de inversión por encima de los USD \$1'000,000 y muy pocos ofrecen importes por encima de los USD \$100,000.

Figura 10: Porcentaje de organizaciones por monto de inversión (*ticket size*)



N = 29

7 Enabling Outcomes Ltd. *Enabling Small Enterprise Development: Identifying Service Providers Guatemala*. The Argidius Foundation. 2015.

8 Brau, J. et al. *Evaluating impacts of microfinance institutions using Guatemalan data*. *Managerial Finance*. 2009.

9 *Microfinance Growing Credit Access in Guatemala*. The Borgen Project. Accessed March 2021.

10 Brau, J. et al. *Evaluating impacts of microfinance institutions using Guatemalan data*. *Managerial Finance*. 2009.

11 *Ibid.*

Datos del Ecosistema

Impacto

El 77% de los actores encuestados se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas e indicaron que los Objetivos que mejor representan o se alinean con la misión de su organización son el ODS 8: *Trabajo Decente y Crecimiento Económico*, el ODS 1: *Fin de la Pobreza*, y el ODS 5: *Igualdad de Género*. Este hallazgo coincide con investigaciones más amplias de ANDE que indican que la mayoría de los miembros de la ANDE que apoyan a Micro, Pequeñas y Medianas Empresas ubicadas en economías en desarrollo se alinean con estos ODS. A resaltar, ninguno de los encuestados señaló estar alineado con el ODS 14: *Vida Submarina*, y los menos comunes fueron el ODS 16: *Paz, Justicia e Instituciones Sólidas*, el ODS 15: *Vida de Ecosistemas Terrestres*, el ODS 7: *Energía Asequible y No Contaminante*, y el ODS 6: *Agua Limpia y Saneamiento*. Estos son objetivos principalmente relacionados con el cambio climático y el medio ambiente. La baja frecuencia de estas respuestas sugiere la priorización de objetivos de desarrollo económico más directos, por encima de resultados relacionados con el medio ambiente, el cambio climático y otras áreas temáticas. Por último, del 77% de las organizaciones que se alinearon con ODS, el 80% mide su progreso en relación con dichos objetivos.

Figura 11: Porcentaje de organizaciones que se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU¹²



N = 90

¹² Se solicitó a las personas encuestadas que seleccionaran los ODS (como máximo tres) que representarían mejor el trabajo de sus organizaciones en las zonas rurales

Población objetivo

La población objetivo más común para organizaciones trabajando en áreas rurales de Guatemala, además de emprendimientos rurales, es la de mujeres emprendedoras, con el 80% de las organizaciones en este mapeo explícitamente dirigiéndose a ellas a través de sus programas, seguida de la población de jóvenes emprendedores, con el 70%. En 2020, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) estimó que cerca de la mitad (49.71%) de las mujeres trabajadoras laboran por cuenta propia, una cifra que ha incrementado continuamente a lo largo de la última década.¹³ Las mujeres emprendedoras enfrentan retos únicos, lo cual le da un alto potencial de impacto a los servicios de desarrollo de capacidades. En este caso, las mujeres emprendedoras afrontan el obstáculo adicional de operar en un ecosistema y un mercado rural. Las mujeres representan el 73% de la población trabajadora informalmente empleada en Guatemala, número que aumenta a 88% al examinar las áreas rurales en particular.¹⁴ Adicionalmente, debido a la disparidad en la distribución del patrimonio, las mujeres en Guatemala tienen una posibilidad significativamente menor de obtener un crédito por parte de la banca.¹⁵

Figura 12: Porcentaje de organizaciones que apoyan poblaciones subrepresentadas o marginadas



Si bien las tasas de emprendimiento entre las mujeres guatemaltecas han incrementado, la proporción de mujeres en puestos gerenciales ha disminuido en la última década. En 2011, la OIT encontró que las mujeres conformaban más de la mitad de los puestos de alta dirección y mandos intermedios. En 2017, ese porcentaje cayó a 34.5%.¹⁶ Estas tendencias divergentes entre las mujeres como emprendedoras y las mujeres como gerentes en Guatemala pueden reflejar el aumento de mujeres emprendedoras empezando negocios informales, así como la discriminación en negocios establecidos, que empuja a las mujeres hacia el empleo por cuenta propia.

Entre las organizaciones que orientan sus programas hacia las mujeres, la mayoría están enfocadas directamente en apoyar a mujeres emprendedoras y líderes, con un porcentaje mucho menor de organizaciones centradas en mujeres como proveedoras, consumidoras o empleadas.

¹³ Guatemala - Self-employed; Female (% Of Females Employed). *Trading Economics*. Accessed March 2021.

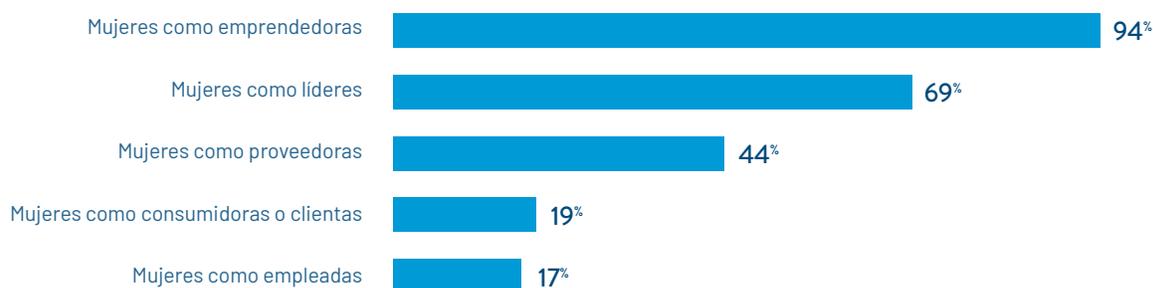
¹⁴ Hall, D. and Heredia-Ortiz, E. In *Guatemala, New Research on Gender Equality Shapes Government and USAID Investments in Taxation*. DAI. March 2020.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Female share of employment in senior and middle management (%) - Guatemala. *The World Bank*. Accessed March 2021.

Datos del Ecosistema

Figura 13: Porcentaje de organizaciones que apoyan poblaciones subrepresentadas o marginadas



N = 36

Retos que enfrentan las y los emprendedores rurales en Guatemala

Mientras que la proporción de la población guatemalteca considerada rural ha disminuido continuamente en la última década, en 2019 ésta aún representaba el 49% de la población del país.¹⁷ Esta disminución se debe principalmente a la migración hacia áreas urbanas, en donde pueden encontrarse mayores oportunidades económicas; sin embargo, esto ha llevado a una situación de desigualdad extrema. De acuerdo con el Banco Mundial, más del 70% de la población rural vive en condiciones de pobreza,^{18,19} y una buena parte del país aún hace frente a la malnutrición crónica, a pesar de tener una de las economías más grandes (con base en el producto interno bruto) de la región.²⁰ Esto hace del emprendimiento una parte crítica de la ecuación de desarrollo para las áreas rurales de Guatemala.

El 93% de las personas encuestadas coincidieron en que las empresas basadas en áreas rurales de Guatemala crecen a un paso más lento que sus contrapartes urbanas. Sin embargo, mientras que existe un amplio consenso respecto al hecho de que las empresas rurales crecen más despacio, quienes respondieron la encuesta discreparon en su opinión sobre las causas de este fenómeno. Cuando se les preguntó qué consideraban que podía estar causando el menor nivel de crecimiento de las empresas rurales, ninguna de las explicaciones recibió una mayoría significativa de los votos. La respuesta más común, representada por aproximadamente un cuarto de la muestra, fue que la falta de acceso a financiamiento y capital de crecimiento es el principal factor responsable, mientras que otras personas encuestadas señalaron como las causas principales la falta de habilidades y educación, así como el acceso a mercados. Esta diversidad de puntos de vista refleja la complejidad del problema, siendo poco probable que los retos de crecimiento para las y los emprendedores rurales tengan una causa única, sino que son el resultado de múltiples factores interactuando entre sí.

17 [Guatemala - Rural Population](#). *Trading Economics*. Accessed March 2021.

18 [Tackling rural poverty through entrepreneurship](#). *La Choz Chula*. Accessed March 2021.

19 [Poverty in Guatemala](#). *The Borgen Project*. Accessed April 2021.

20 *Ibid.*

Datos del Ecosistema

Figura 14: Principales retos que enfrentan emprendedores(as) en Guatemala rural



La falta de acceso a financiamiento y capital de crecimiento es un reto que no se limita a las y los emprendedores rurales; es uno de los obstáculos más comunes en los ecosistemas emprendedores analizados en los mapeos de ANDE. Sin embargo, la falta de inversionistas en Guatemala enfocados específicamente en empresas rurales parece ser particularmente exacerbada. Dado que el financiamiento para el crecimiento está principalmente disponible a través de importes de inversión muy pequeños, ofrecidos por organizaciones cuya principal función no es el fondeo, existe una clara necesidad de propiciar un mayor involucramiento con la comunidad de inversionistas. Esto está sumado al acceso inherentemente limitado a los mercados que implica el operar desde una zona rural.

Varias organizaciones han trabajado extensamente para atender esta problemática de manera directa; TechnoServe, uno de los miembros de ANDE, ha implementado un proyecto para integrar a las y los agricultores guatemaltecos en los sistemas de mercado de forma más inclusiva y equitativa.²¹ Las organizaciones donantes también se han involucrado en estos esfuerzos; el Fondo Internacional para el Desarrollo Agrícola ha estado trabajando con el gobierno de Guatemala para promover el desarrollo de negocios rurales, conectándolos con actores del sector privado y sus cadenas de valor, invirtiendo en capital social y humano a través del acceso a infraestructura, y manteniendo activa la conversación en torno el problema de la pobreza en áreas rurales.²²

La mitad de las organizaciones que apoyan a emprendedores rurales no tienen presencia física en las zonas rurales que atienden, aunque la mayoría ofrecen servicios presenciales. Sin embargo, existen retos para lograr esto. Si bien la infraestructura física y digital no fue enlistada por las personas encuestadas como uno de los retos primordiales del ecosistema, ésta aún crea barreras y dificultades adicionales tanto para las y los emprendedores como para sus intermediarios. Con tan sólo el 45% de caminos pavimentados en Guatemala,²³ aquellas organizaciones que ofrecen servicios en persona (38%) enfrentan obstáculos adicionales para llegar a las comunidades que atienden. Pocas organizaciones ofrecen sus servicios únicamente en línea (10%), lo cual es indudablemente un reflejo de los bajos niveles de conectividad en áreas rurales. De acuerdo con un estudio sobre conectividad rural en América Latina y el Caribe, Guatemala se encuentra en el rango de "baja conectividad" con base en su puntuación en el **Índice de Conectividad Significativa en Áreas Rurales (Rural Significant Connectivity Index)** y el **Índice de Desarrollo de Banda Ancha (Broadband Development Index)**.²⁴ Esto significa que la población rural no cuenta con acceso a una conectividad que cumpla con requerimientos mínimos, lo que exacerba la desigualdad entre las zonas urbanas y rurales.²⁵

21 [Improving Market Access for Smallholder Farmers in Central America](#). TechnoServe. Accessed March 2021.

22 [Guatemala. International Fund for Agricultural Development \(IFAD\)](#). Accessed March 2021.

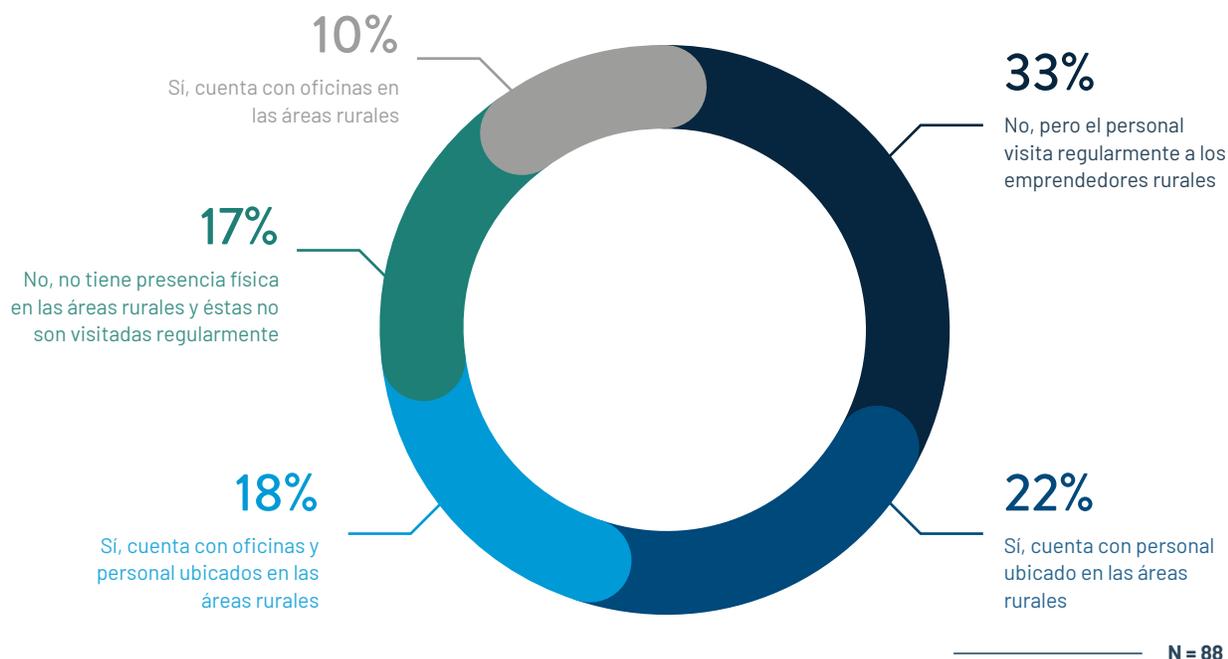
23 [Tay, K. Grain and Feed Annual: Guatemala](#). United States Department of Agriculture Foreign Agriculture Service. June 2020.

24 [Ziegler, S. et al. Rural Connectivity in Latin America and the Caribbean – a Bridge to Sustainable Development During a Pandemic](#). IICA. 2020.

25 *Ibid.*

Datos del Ecosistema

Figura 15: Porcentaje de organizaciones por presencia física en áreas rurales



Los impactos del COVID-19

Todas las economías fueron afectadas por la pandemia de COVID-19 en 2020, y los efectos siguen sintiéndose mientras muchos países continúan esforzándose por contener y controlar el virus. En el caso de Guatemala, se espera que la economía se contraiga en un 3% en 2020 como resultado de la pandemia.²⁶ Para organizaciones de apoyo trabajando con emprendedores en Guatemala, la necesidad más urgente en otoño de 2020 era ajustar el contenido de sus programas o su financiamiento para mantenerse relevantes durante la crisis, así como ajustar los canales de impartición de sus contenidos para adecuarse a las necesidades de distanciamiento social, seguida de cerca por responder directamente a las y los emprendedores lidiando con la crisis a través de asistencia técnica. En general, las organizaciones parecen más enfocadas en apoyar a sus empresas que en su propio financiamiento, con pocas reportando una urgencia por encontrar fondos adicionales para ellas mismas con el fin de mantenerse a flote. A pesar de esto, cerca de un tercio (31%) han tenido que reducir o recortar sus operaciones, y otro 21% anticipa que deberá hacer lo mismo.

26 Ibid.

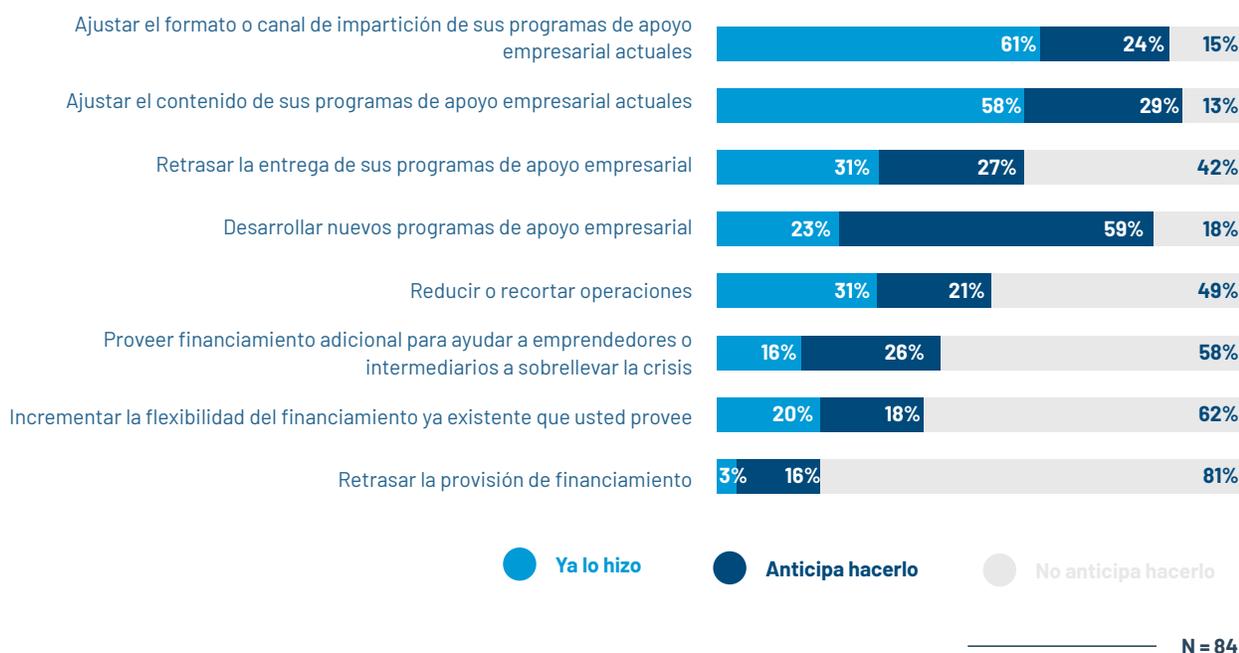
Datos del Ecosistema

Figura 16: Necesidades urgentes de las organizaciones de apoyo frente al COVID-19 (Sobre 5, siendo 5 lo más urgente)



El apoyo financiero es una de las mayores necesidades a cubrir para que las y los emprendedores puedan sobrevivir a esta crisis y, a juzgar por las respuestas a las encuestas, parece que las organizaciones de apoyo están trabajando para proporcionarlo al incrementar la flexibilidad del financiamiento existente que ya proveían. Otras organizaciones están yendo más allá al ofrecer financiamiento adicional en donde sea posible para ayudar a las empresas a sobrellevar sus dificultades. Además, el 85% ha ajustado o ajustará el método de impartición de sus programas y el 87% ha ajustado o ajustará sus contenidos para hacerlos más relevantes a la situación actual. Sólo el 3% de los encuestados señalaron que estarán en la necesidad de retrasar la provisión de financiamiento debido al COVID-19, pero alrededor de la mitad anticipan tener que reducir o recortar sus operaciones.

Figura 17: Acciones tomadas por organizaciones de apoyo en respuesta al COVID-19



Hallazgos e implicaciones

Retos

Falta de financiamiento en etapas tempranas: el 65% de los encuestados señaló este como uno de los principales retos para el ecosistema. El pequeño porcentaje de proveedores de servicios financieros en la muestra indica que esta es una brecha significativa en el ecosistema, habiendo pocas organizaciones que ofrecen oportunidades de inversión para emprendedores rurales. Los importes de inversión también fueron catalogados en el extremo inferior del espectro; se requiere de una investigación más a fondo para caracterizar la demanda de inversión de las empresas rurales, ya que no es completamente claro si los bajos importes de inversión reflejan la demanda real de capital. Los productos financieros tradicionales que están disponibles no son necesariamente los más adecuados para las necesidades de empresas rurales, dados los requerimientos relacionados a la obtención de créditos y la aversión al riesgo de los bancos, por lo que el acceso a los mismos es limitado. Generalmente, el financiamiento y el capital semilla no viene de organizaciones gubernamentales o instituciones financieras, sino de proveedores de desarrollo de capacidades u organizaciones no gubernamentales (ONG).

Infraestructuras digitales y físicas poco sólidas: Entre la falta de infraestructura digital y física en áreas rurales, proporcionar servicios a las y los emprendedores rurales resulta inherentemente más costoso. El afrontar los costos de transportación adicionales (tanto financieros como de tiempo) para las organizaciones que ofrecen servicios en persona, así como el esfuerzo añadido de poner sus recursos disponibles con un acceso limitado a redes de internet son retos que aquellas organizaciones sirviendo a empresas urbanas no necesariamente enfrentan. Además, estos retos tienen un impacto igualmente negativo en las y los emprendedores y, por lo tanto, requieren de un apoyo específico para sortearlos.

Desarrollo de capital humano: La población rural ha estado decreciendo por años gracias a nuevas generaciones que buscan mejores oportunidades en zonas urbanas o en otros países, lo que ha limitado e incluso mermado la oferta de capital humano. Adicionalmente, el 38% de las personas encuestadas consideran que el sistema educativo en estas zonas cuenta con debilidades para preparar a las y los estudiantes para el emprendimiento.

Negocios informales: El acceso al financiamiento es de por sí limitado para los negocios rurales, y aquellos que se encuentran en la informalidad (esto quiere decir, que no están registrados como negocios ante el gobierno) se enfrentan a dificultades aún mayores. Sin embargo, existen muy pocos incentivos para que las y los emprendedores formalicen sus negocios; de hecho, las cargas fiscales que vienen con el registro de una empresa pueden hacerla una opción muy poco atractiva.

Hallazgos e implicaciones

Oportunidades

Inversión gubernamental en infraestructura: La administración actual se ha comprometido a mantener y mejorar la infraestructura física en el país, primordialmente a través de la construcción de nuevos caminos y la finalización de proyectos incompletos.²⁷

Expansión de asistencia técnica con enfoque en habilidades interpersonales (*soft skills*): Mucha de la asistencia técnica existente parece enfocarse en competencias más estratégicas y técnicas, como planeación estratégica y aspectos operativos del negocio. Sin embargo, los actores del ecosistema expresaron una necesidad de cambiar el enfoque hacia aptitudes interpersonales o “habilidades blandas”, así como en capacidades de gerencia y liderazgo para desarrollar aún más sus negocios en la región.

Aprovechar la creciente cultura de emprendimiento: La mitad de las personas encuestadas consideran que la cultura alrededor del emprendimiento es una de las áreas del ecosistema que más ha presentado mejoras en los últimos tres años. Con esto en mente, una buena forma de desarrollar el emprendimiento en áreas rurales puede ser crear programas enfocados en impulsar este fenómeno y exponer a las y los emprendedores a las oportunidades que existen en el sector.

Presencia local del gobierno: Las agencias de apoyo pequeñas y asociadas al gobierno son una parte importante del ecosistema. Frecuentemente son las únicas organizaciones de apoyo con presencia física en zonas rurales. Esto las vuelve más visibles y accesibles para emprendedores rurales y crea una conexión presencial entre el ecosistema de apoyo y las y los emprendedores rurales.

²⁷ [How Giammattei plans to improve Guatemala's infrastructure](#). *Bnamericas*. August 2019.

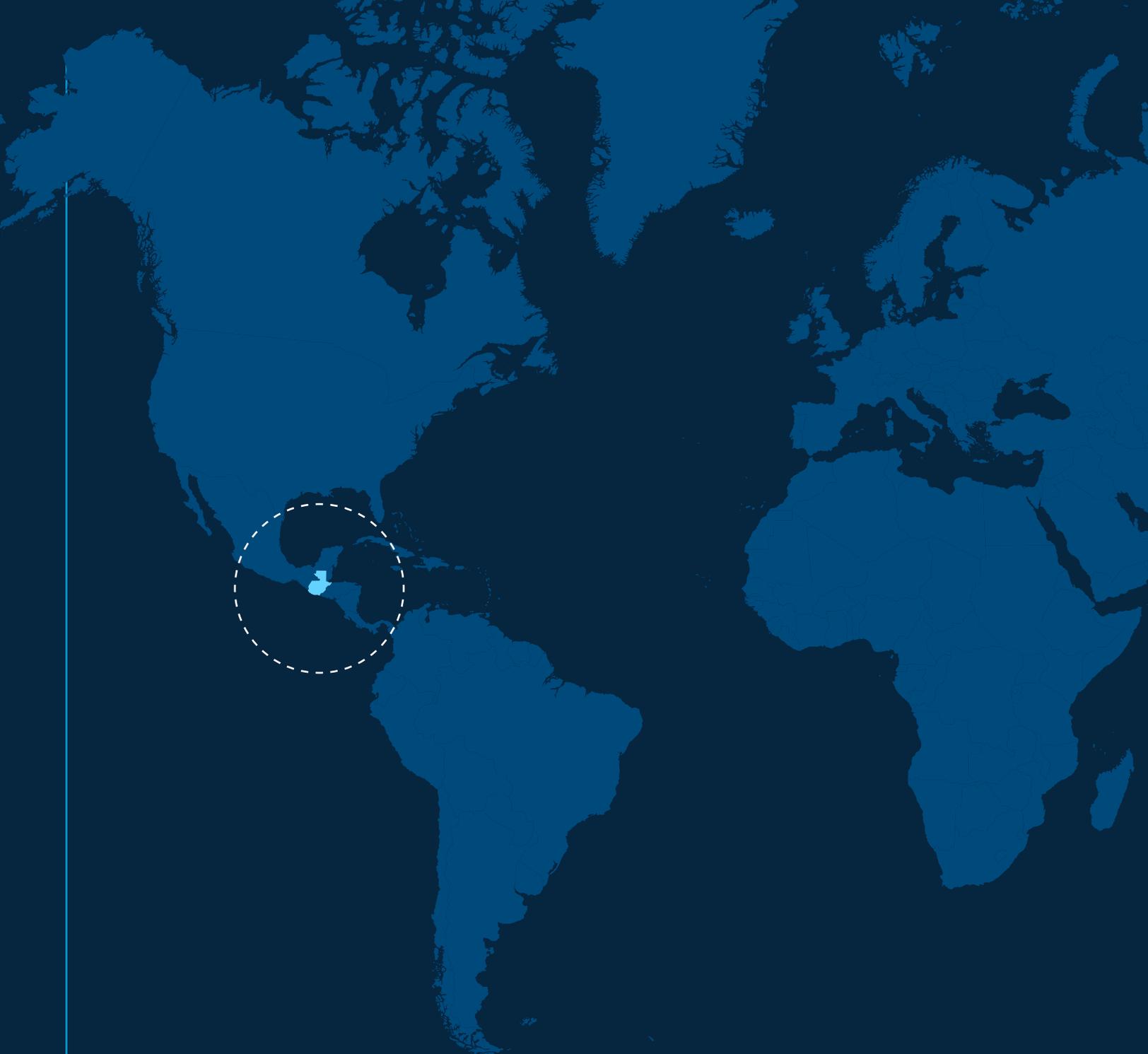


Recomendaciones

Profundizar en la investigación de las necesidades de las y los emprendedores: Si bien este estudio busca entender el panorama general de los apoyos disponibles en áreas rurales de Guatemala, aún existe un vacío de conocimiento en torno a las necesidades específicas de las y los emprendedores, particularmente cuando se trata de financiamiento y formalización de sus negocios a través del registro oficial de los mismos. Entender por qué los importes de inversión se encuentran en el límite inferior del espectro, si se debe a cuestiones de demanda o es una determinación de los proveedores de capital, puede ayudar a futuros proveedores de servicios financieros a construir mejores productos para estos negocios.

Asociaciones público-privadas para proyectos de infraestructura: Una de las estrategias que la administración presidencial actual planea utilizar para mejorar la infraestructura física es entablar asociaciones público-privadas. Emplear esta estrategia de manera más amplia, dada la presencia significativa de pequeñas agencias de gobierno insertadas en áreas rurales del país, puede ser una estrategia efectiva para cerrar la brecha entre entender exactamente lo que las empresas rurales enfrentan y lo que el mercado requiere de ellas. Por ejemplo, incrementar la presencia digital de las organizaciones locales de apoyo mediante asociaciones que conecten a estas organizaciones con otros actores del ecosistema es una forma tener un acercamiento más colaborativo para apoyar a emprendedores rurales.

Facilitar la formalización de negocios rurales: Una parte importante de incorporarse al mercado más amplio fuera de las zonas rurales es convertirse en una empresa formal. Sin embargo, actualmente esto es complicado y no es percibido como ventajoso por las y los emprendedores rurales. Ayudar a quienes emprenden a entender el proceso, hacerlo más sencillo, y comunicar el valor (a pesar de las cargas fiscales añadidas) de formalizar un negocio debería ser una prioridad para el sector. Además, quienes formulan las políticas públicas deberían tomar en cuenta la carga que el proceso vigente impone en estos negocios, y considerar reformas para facilitar que las y los emprendedores hagan negocios, con el fin último de ayudarles a crecer y continuar incentivando el emprendimiento.



Para más información, favor de contactar al personal del
Capítulo de ANDE en Centroamérica y México:

MÓNICA DUCOING

Gerente Regional del Capítulo
Monica.Ducoing@aspeninstitute.org

EVELYN HERNÁNDEZ

Coordinadora Senior de Programas
Evelyn.Hernandez@aspeninstitute.org



**ASPEN NETWORK
OF DEVELOPMENT
ENTREPRENEURS**

 **aspEN institute**