



# El emprendimiento en El Salvador

Informe nacional  
El Salvador 2014-2015

**Global Entrepreneurship Monitor**

*Manuel Sánchez Masferrer*  
Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN)





# **El emprendimiento en El Salvador**

Informe nacional

El Salvador 2014-2015

**Global Entrepreneurship Monitor**

Global Entrepreneurship Monitor  
(c) Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN), 2015

*El emprendimiento en El Salvador. Global Entrepreneurship Monitor. Informe nacional El Salvador 2014-2015*

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Los resúmenes globales, nacionales y los micrositos de cada equipo nacional pueden encontrarse en [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org).

La información sobre el proyecto en El Salvador está disponible en [www.esen.edu.sv/gem](http://www.esen.edu.sv/gem).

Aun cuando los datos utilizados en este reporte son reunidos por el consorcio GEM, su análisis e interpretación son de exclusiva responsabilidad del autor y no representan necesariamente la postura institucional de la Escuela Superior de Economía y Negocios. Cualquier error u omisión es responsabilidad del autor.

Gestión del proyecto: *Francisco Campos y Lucía Rengifo*  
Levantamiento de datos: *Marketing Power S. A. de C. V.*  
Fotografías: *Orson Vega y Danny Oliva, de 20 milímetros*  
Corrección: *María Tenorio*  
Diseño y diagramación: *Contracorriente Editores*  
Impresión: *Impresos Múltiples*

Centro Emprendedor ESEN  
Escuela Superior de Economía y Negocios  
Km 12 ½ carretera al puerto de La Libertad, calle nueva a  
Comasagua, Santa Tecla, La Libertad, El Salvador  
+503 2234 9292  
[centroemprendedor@esen.edu.sv](mailto:centroemprendedor@esen.edu.sv)  
[www.esen.edu.sv](http://www.esen.edu.sv)

# El emprendimiento en El Salvador

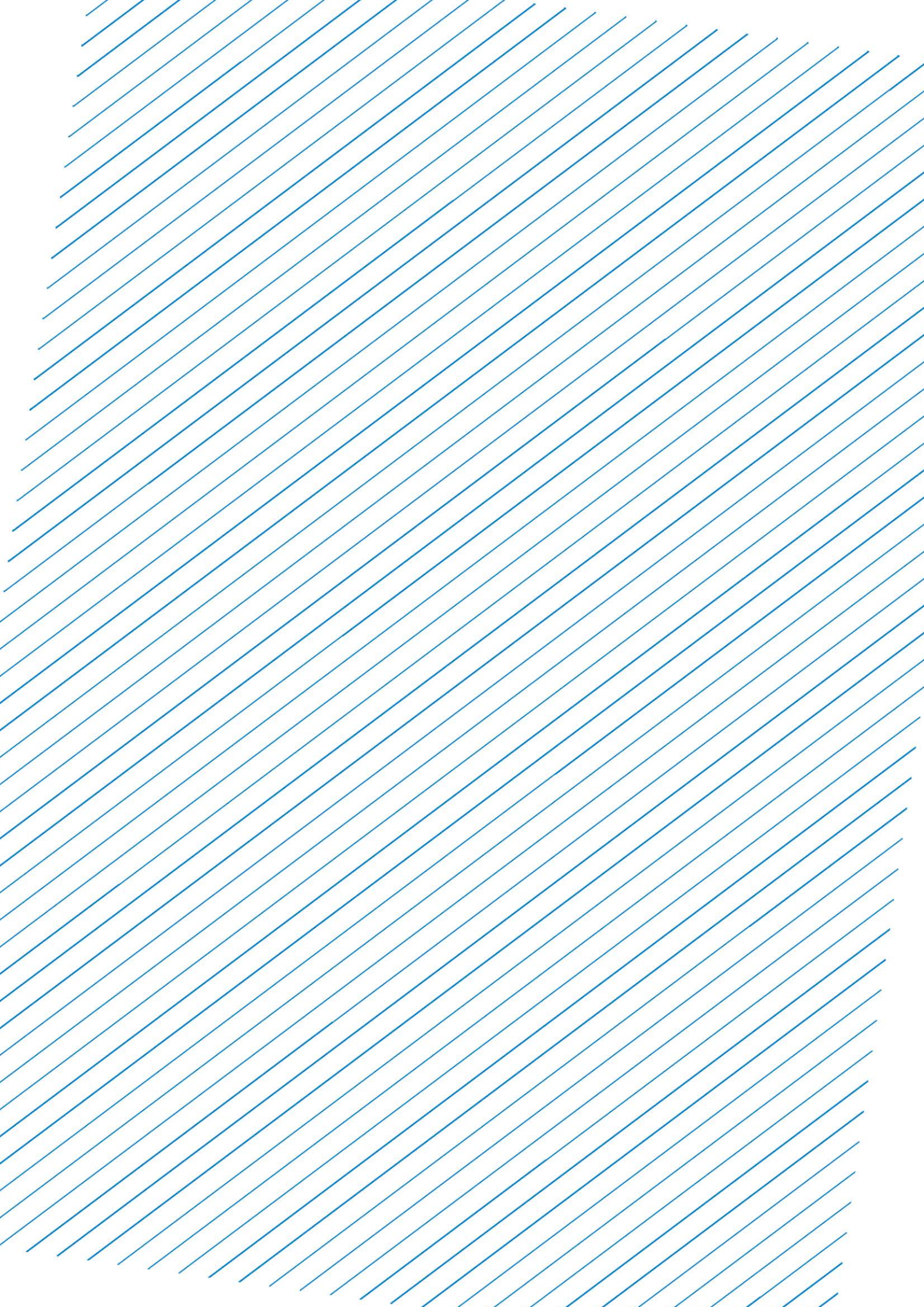
Informe nacional  
El Salvador 2014-2015

## Global Entrepreneurship Monitor

*Manuel Sánchez Masferrer*

Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN)





# Índice general

Presentación .....	9	5. Los tipos de negocios que se emprenden en El Salvador .....	70
Resumen ejecutivo .....	10	Los tipos de negocio que más se emprenden en El Salvador .....	70
Ficha resumen del emprendimiento en El Salvador.....	12	Tamaño de los emprendimientos.....	79
1. Introducción.....	16	Competitividad de los emprendimientos.....	83
Definiciones y etapas del emprendimiento .....	19	Actividad emprendedora de los asalariados...	85
Determinantes del emprendimiento.....	22	6. Las percepciones de los expertos sobre el entorno emprendedor en El Salvador .....	86
Metodología para el estudio GEM .....	24	Resultados de la encuesta nacional a expertos (NES) .....	86
El modelo GEM .....	24	Obstáculos y ventajas para emprender en El Salvador .....	97
La medición GEM.....	26	Valoración .....	99
2. Resultados generales sobre la actividad emprendedora.....	28	7. Conclusiones y recomendaciones .....	100
La actividad emprendedora en 2014 en El Salvador y el mundo .....	28	Bibliografía .....	107
Tipos de emprendimiento .....	38	Anexo 1: Composición de la muestra para la encuesta nacional a expertos (NES) .....	108
3. Quiénes son los emprendedores salvadoreños .....	42		
Género y emprendimiento .....	42		
Emprendimiento y área geográfica.....	44		
Edad y emprendimiento.....	48		
Educación y emprendimiento .....	50		
Emprendimiento por necesidad y oportunidad .....	52		
4. Actitudes, percepciones y expectativas de los emprendedores.....	56		
La valoración social del emprendimiento.....	56		
La valoración de las capacidades y el potencial para emprender.....	61		
La intención de iniciar un negocio .....	67		

## Recuadros

1. El impacto del clima de violencia en el entorno emprendedor .....
2. Emprendimiento y trabajo en la EHPM 2014 y la encuesta GEM El Salvador 2014 .....

## Figuras

1. Las etapas del emprendimiento .....
2. Marco conceptual del emprendimiento .....

3.	El ciclo virtuoso del emprendimiento ....	36
4.	Obstáculos, potenciadores y recomendaciones para el emprendimiento en El Salvador .....	98

## Tablas

1.	Países participantes por nivel de desarrollo económico .....	23
2.	Definiciones operativas de las variables empleadas en el informe GEM .....	27
3.	Tasas de emprendimiento en El Salvador (porcentaje de la población entre 18 y 64 años) .....	30
4.	Percepción de las oportunidades y capacidades para emprender, GEM El Salvador, 2012 y 2014 .....	63
5.	Capacidades y oportunidades para emprender, por situación respecto al emprendimiento, GEM El Salvador, 2014 .....	63
6.	Las condiciones de la actividad emprendedora .....	88

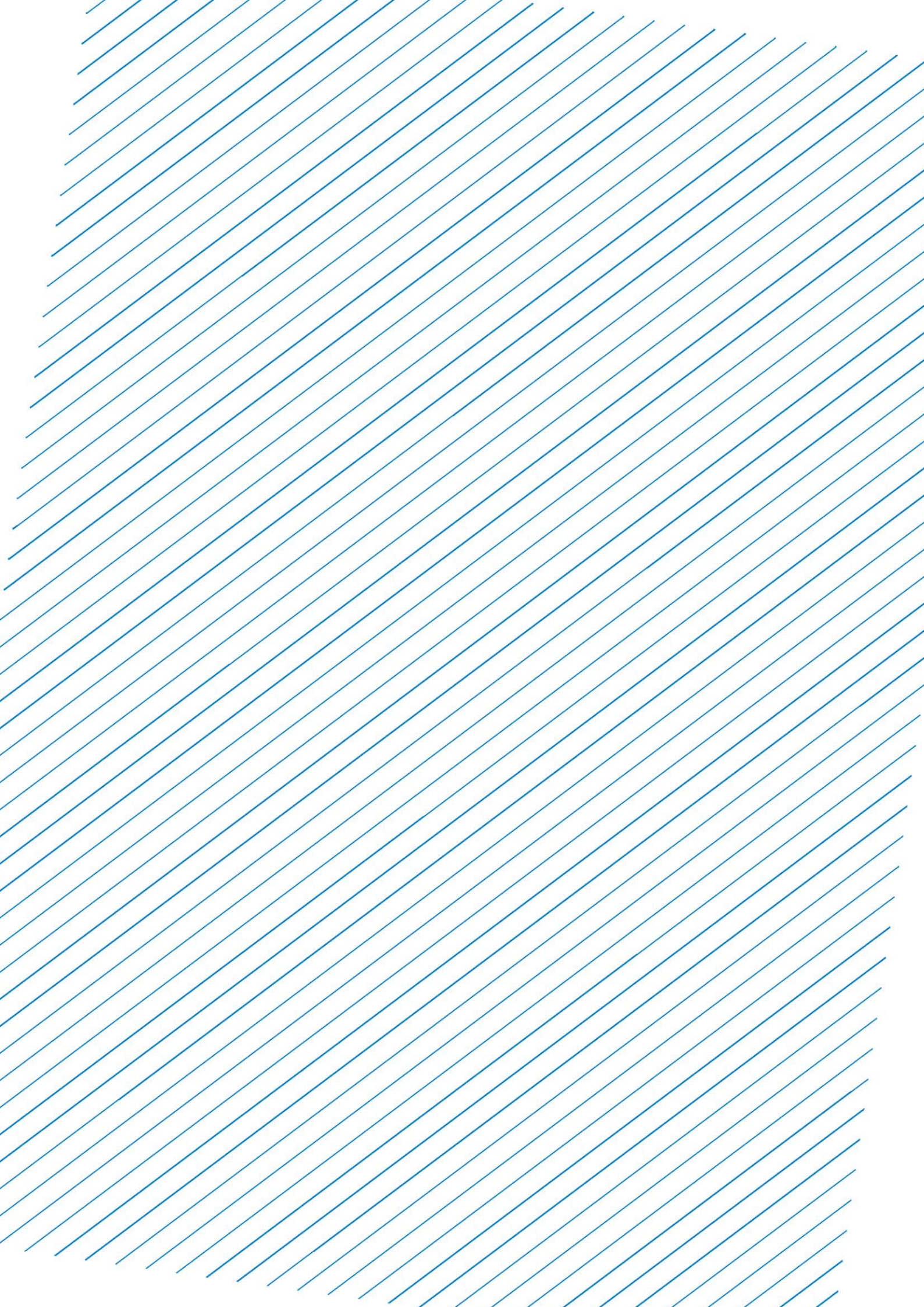
## Gráficas

1.	Tasas de emprendimiento y abandono de negocio por etapa del desarrollo económico de los países.....	31
2.	Tasa de emprendimiento temprano (TEA), PIB per cápita e índice de progreso social .....	32
3.	Tasas de emprendimiento temprano y establecido por niveles de desarrollo económico, 2014 .....	34
4.	Tasa de abandono de negocios por etapa de desarrollo económico.....	37
5.	Abandono del negocio, GEM, El Salvador, 2014 .....	38
6.	TEA por necesidad y oportunidad en América Latina .....	39

7.	Tasa de emprendimiento por sexo, GEM, El Salvador, 2014 .....	44
8.	Tasa de emprendimiento por área urbana o rural, GEM, El Salvador, 2014 .....	47
9.	Tasa de emprendimiento por sexo y por área, GEM, El Salvador, 2014.....	47
10.	Tasa de emprendimiento por edad, GEM, El Salvador, 2014 .....	48
11.	Tasas de emprendimiento por edad y sexo, GEM, El Salvador, 2014 .....	49
12.	Tasa de emprendimiento por nivel educativo, GEM, El Salvador, 2014 .....	50
13.	Tasas de emprendimiento establecido por nivel educativo y sexo, GEM, El Salvador, 2014 .....	51
14.	Composición de la TEA por sexo, El Salvador y América Latina.....	52
15.	Composición de la TEA por área, GEM, El Salvador, 2014 .....	53
16.	TEA por necesidad y oportunidad, por nivel educativo, GEM, El Salvador, 2014 .....	54
17.	Valoraciones sociales del emprendimiento por etapa de desarrollo económico de los países .....	58
18.	Percepciones sobre el emprendimiento por sexo, GEM, El Salvador, 2014 .....	59
19.	Percepciones sobre el emprendimiento, por rango de edad, GEM, El Salvador, 2014 .....	60
20.	Percepciones sobre el emprendimiento por área de residencia, GEM, El Salvador, 2014 .....	60
21.	Percepciones sobre el emprendimiento por nivel educativo, GEM, El Salvador, 2014 .....	61
22.	Percepciones sobre oportunidades y capacidades para emprender,	



por nivel de desarrollo económico de los países .....	62	<b>34.</b> Expectativas de expansión, GEM, El Salvador, 2014 .....	81
<b>23.</b> Percepciones sobre oportunidades y capacidades para emprender, por edad, GEM, El Salvador, 2014 .....	64	<b>35.</b> Generación actual y esperada de empleo, GEM, El Salvador, 2014 .....	82
<b>24.</b> Percepciones sobre oportunidades y capacidad de emprender, por sexo, GEM, El Salvador, 2014 .....	64	<b>36.</b> Factores de competitividad de los negocios, GEM, El Salvador, 2014.....	84
<b>25.</b> Nivel educativo y percepciones sobre el potencial para emprender, GEM, El Salvador, 2014 .....	66	<b>37.</b> Percepción de los expertos sobre el apoyo financiero al emprendimiento, GEM, El Salvador, 2014 .....	89
<b>26.</b> Tasas de intención emprendedora en América Latina, GEM, 2014 .....	68	<b>38.</b> Percepción de los expertos sobre las políticas generales y el emprendimiento, GEM, El Salvador, 2014 .....	90
<b>27.</b> Negocios más comunes por etapa del negocio, GEM, El Salvador, 2014 .....	72	<b>39.</b> Percepción de los expertos sobre los programas de gobierno para el emprendimiento, GEM, El Salvador, 2014 .....	91
<b>28.</b> Sector de actividad de los negocios en etapa temprana y establecida, GEM, El Salvador, 2014 .....	73	<b>40.</b> Percepción de los expertos sobre la educación y capacitación para el emprendimiento, GEM, El Salvador, 2014 .....	92
<b>29.</b> Sector de actividad de los negocios en etapa temprana, por motivación para emprender (necesidad y oportunidad), GEM, El Salvador, 2014 .....	74	<b>41.</b> Percepción de los expertos sobre la investigación y desarrollo para el emprendimiento, GEM, El Salvador, 2014 .....	93
<b>30.</b> Giros de negocio más comunes en la TEA por necesidad y oportunidad, GEM, El Salvador, 2014 .....	75	<b>42.</b> Percepción de los expertos sobre la infraestructura comercial y profesional, GEM, El Salvador, 2014 .....	94
<b>31.</b> Negocios más comunes en la TEA y el emprendimiento establecido, por sexo, GEM, El Salvador, 2014 .....	77	<b>43.</b> Percepción de los expertos sobre el acceso al mercado interno, GEM, El Salvador, 2014 .....	95
<b>32.</b> Negocios más comunes en la TEA y el emprendimiento establecido, por área geográfica, GEM, El Salvador, 2014 .....	78	<b>44.</b> Percepción de los expertos sobre la infraestructura física y servicios, GEM, El Salvador, 2014 .....	96
<b>33.</b> Capital necesario para iniciar el negocio (en dólares estadounidenses) y fuente de financiamiento, GEM, El Salvador, 2014 .....	80	<b>45.</b> Percepción de los expertos sobre las normas sociales y culturales, GEM, El Salvador, 2014 .....	98



# Presentación

Esta es la segunda edición del informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para El Salvador, un proyecto que desde 1999 aporta datos internacionalmente comparables para comprender el fenómeno del emprendimiento en el mundo. Al convertirnos en los socios locales de este proyecto y luego de haber publicado el primer informe en 2013, en la Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN) nos comprometimos con aportar a la sociedad una mirada detallada y novedosa en el país sobre el fenómeno del emprendimiento, entendiendo que esta es una de las apuestas más seguras para el desarrollo: promover la iniciativa individual productiva, como herramienta de progreso social para alcanzar una sociedad más libre, justa y segura.

El trabajo es, sin lugar a dudas, uno de los pilares del desarrollo, y debería ser fuente de crecimiento económico para el país, camino de movilidad social para los individuos y un espacio de dignificación personal. Para que el trabajo cumpla con estas características debe ser bien remunerado, gozar de las protecciones que manda la ley y ser una tarea satisfactoria para aquel que la realiza diariamente.

En El Salvador, mucho del trabajo que se genera proviene de lo que se llama emprendimiento y autoempleo: 31% de los salvadoreños entre 18 y 64 años trabaja en este rubro. ¿Cumple este trabajo con las condiciones deseables? Lastimosamente, no siempre. Resulta que en el país el 32% de los emprendimientos son de subsistencia, un 9.4% de los salvadoreños ha cerrado

un negocio en el último año, entre otros factores debido a la violencia, y solo el 2 % de los negocios nuevos pueden ser clasificados como innovadores. Así, el emprendimiento enfrenta importantes retos para considerarse una fuente de verdadero trabajo decente con expectativas de desarrollo para quien lo lleva adelante.

Los datos que provee el segundo reporte GEM nos permiten decir, con base en evidencia, que hay una agenda pendiente para mejorar las condiciones en que se da el emprendimiento en El Salvador. Esta agenda debe tener como objetivo principal transformar la calidad del emprendimiento salvadoreño para convertirlo en una forma de trabajo que constituya un sólido pilar del desarrollo en nuestro país.

La ESEN se ha comprometido con este objetivo al dar sostenibilidad al esfuerzo de generar datos que permitan monitorear el fenómeno emprendedor. 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.

Nuevamente, dedicamos este informe a todas las salvadoreñas y salvadoreños emprendedores que, bajo el sol en las calles del país, en su local o en su negocio, se esfuerzan cada día por salir adelante.

**José Everardo Rivera Bonilla**

Director general  
ESEN

## Resumen ejecutivo

Este segundo reporte nacional GEM El Salvador presenta los resultados de una investigación sobre la actividad emprendedora en el país centroamericano, siguiendo la metodología del Global Entrepreneurship Monitor, un proyecto de investigación que durante dieciséis años ha permitido medir y comparar las tasas de emprendimiento en cerca de 100 países. En la edición de 2014, junto con El Salvador, participaron 72 países que reúnen el 72.4 % de la población y 90 % del PIB global, y fueron encuestadas más de 206 mil personas y casi 4 mil expertos con una misma metodología y cuestionarios estandarizados.

El estudio GEM implica la conducción de dos instrumentos: la encuesta a la población adulta (APS, por sus siglas en inglés) y la encuesta nacional a expertos (NES, por sus siglas en inglés). La primera busca medir en forma representativa la tasa de emprendimiento, es decir, el porcentaje de personas que realizan actividades emprendedoras en sus diferentes formas, y caracterizarlas en términos de sus valoraciones, motivaciones, factores sociodemográficos y tipo de negocio. La segunda intenta capturar las percepciones de personas involucradas con el emprendimiento en diferentes niveles (empresa privada, gobierno, academia) sobre los elementos que componen el entorno emprendedor y aportar sus visiones sobre los obstáculos, fortalezas y recomendaciones para el emprendimiento en el país.

Para el año 2014, la realización de la APS en El Salvador implicó entrevistas a 2014 personas, siguiendo un diseño muestral representativo de

la población entre las edades de 18 a 64 años inclusive, con representatividad nacional, urbana y rural, así como de género y grupo de edad. Por su parte, la NES fue respondida por 31 expertos nacionales, que accedieron a completar el cuestionario y aportar sus valoraciones sobre las dificultades, oportunidades y desafíos del emprendimiento en el país.

El resultado más importante del estudio es la cuantificación de la actividad emprendedora, que resulta en una tasa de emprendimiento temprano (conocida como TEA, por sus siglas en inglés) de 19.5 % de la población entre 18 y 64 años. Esto se refiere a los negocios que tienen 42 meses o menos de haber iniciado operaciones, momento que se define cuando un negocio comienza a pagar salarios o dividendos a sus propietarios o empleados. Un 12.7 % de la población en el mismo rango de edad posee negocios establecidos, entendidos como aquellos con más de 42 meses de operar. De este modo,

31.2 % de los adultos son emprendedores. También, se reporta que 10.8 % de los adultos han cerrado un negocio en el año anterior a la entrevista, de los cuales 9.4 % finalizó la operación de la empresa y 1.3 % la transfirió a otra persona.

En el ámbito latinoamericano, El Salvador presenta una TEA muy cercana al promedio y una tasa mayor de emprendimiento establecido, pero también la tasa más alta de abandono de negocios. Esto sugiere, a la vez, una gran actividad emprendedora y un entorno desfavorable que lleva al cierre de muchos negocios.

Los expertos consultados durante la NES indicaron un entorno emprendedor bastante negativo, con carencias importantes en acceso a financiamiento, con políticas públicas poco favorables a los nuevos negocios, un sistema educativo que ignora al emprendimiento en los niveles de escuela primaria y secundaria, una muy deficiente transferencia tecnológica y dificultades en el acceso a proveedores a precios convenientes.

Las opiniones son moderadamente negativas en cuanto a los programas de promoción del emprendimiento y las condiciones del mercado interno. Con respecto a la cultura emprendedora, las opiniones fueron neutrales y solamente se señalaron fortalezas importantes en la infraestructura física y de comunicaciones.

Los expertos indican que los problemas más graves del emprendimiento en El Salvador residen en la falta de financiamiento, en la violencia y criminalidad, y en que el sistema educativo no contribuye a desarrollar actitudes y competencias emprendedoras. Cuando se les pide señalar factores que generan emprendimiento, hacen referencia a los programas de apoyo a emprendedores desarrollados por universida-

des y organizaciones no gubernamentales, a la situación económica de bajo crecimiento y la falta de creación de empleos, y a algunos programas y políticas de gobierno.

Como recomendaciones más frecuentes, los expertos señalan la necesidad de potenciar los programas de apoyo a los emprendedores, de desarrollar el emprendimiento en el sistema educativo desde temprana edad, y de reducir la burocracia y orientar la acción del gobierno a favorecer a los nuevos negocios.

Este informe presenta su propia agenda de política, estructurada alrededor de tres ejes:

- La articulación de la investigación sobre el emprendimiento, promoviendo la tipología del GEM como herramienta para una mejor comprensión de la realidad emprendedora, y un mejor diseño de políticas y programas de apoyo.
- El desarrollo de capacidades emprendedoras entre la población, aprovechando el sistema educativo formal para incorporar como eje transversal la formación en actitudes y competencias emprendedoras.
- El fomento del emprendimiento en dos grupos prioritarios, las mujeres y los jóvenes, que sufren de condiciones particulares de exclusión de los mercados laborales y que, por tanto, pueden aprovechar un entorno emprendedor que los habilite para ser productivos en esta actividad. Esto requiere actividades concretas que incluyen la dotación de apoyo técnico en sus negocios, la vinculación con cadenas productivas o empresas tractoras para incorporarlos a un mercado moderno y competitivo, y la promoción de la asociatividad entre los emprendedores, para permitirles mayor escala y especialización, y ser así más competitivos.

# Ficha resumen del emprendimiento en El Salvador

## La actividad emprendedora

El 31.2 % de los salvadoreños entre 18 y 64 años eran emprendedores en 2014. De estos, 19.5 % se encontraban en etapa temprana (TEA) y 12.7 % eran emprendedores establecidos (1.0 % poseía tanto negocios tempranos como establecidos simultáneamente). Esto representa un aumento de las tasas reportadas en 2012, que eran de 15.3 % para la TEA y de 9.4 % para los emprendedores establecidos. Esta tendencia es común a los países de la región de Centroamérica y México. Estas tasas se comparan con el promedio latinoamericano de 19.9 % para la TEA y de 8.1 % para los negocios establecidos.

La TEA en El Salvador es inferior a lo esperado dado su nivel de ingresos y a su pertenencia a Latinoamérica, una región con altos niveles de emprendimiento.

## El abandono de los negocios

El 10.8 % de los adultos entre 18 y 64 años cerraron un negocio en el último año, la mayoría de ellos (9.4 %) de manera definitiva. La tasa de abandono en El Salvador es anormalmente elevada y sugiere problemas para la sostenibilidad

de los negocios, en especial de aquellos que inician, ya que la tasa de emprendimiento establecido es relativamente alta. Falta de rentabilidad y razones personales son citadas como causas de la gran mayoría de cierres de negocios.

## Motivación para emprender

El 66 % de los emprendedores en etapa temprana declaran serlo por aprovechar una oportunidad de negocio, mientras que el 31 % indica que emprendió pues carecía de otra oportunidad laboral. Estas cifras difieren del promedio latinoamericano, donde el 26 % son emprendedores por necesidad. En cuanto a los negocios establecidos, el 54 % declara estar motivado por necesidad.

## Género y emprendimiento

Las tasas de emprendimiento son casi idénticas entre hombres y mujeres en El Salvador (31.3 % y 31.2 % respectivamente). Sin embargo, al desagregar, se observa que un número ligeramente superior de mujeres son emprendedoras tempranas (19.7 % versus 19.3 % en los hombres), y más hombres que mujeres son emprendedores establecidos (13.4 % versus 12.1 %).

La brecha de género en El Salvador en cuanto a emprendimiento es casi nula, a diferencia del resto de Latinoamérica (con una diferencia de 3.4 % entre hombres y mujeres) o del promedio global.

Dado que las mujeres presentan menor participación en la fuerza laboral, las cifras anteriores implican que el emprendimiento es más importante como opción laboral para las mujeres que para los hombres.

### **Emprendimiento y área de residencia**

La tasa de emprendimiento temprano es idéntica en las áreas urbana y rural (19.5 %). Por otro lado, el emprendimiento establecido presenta una diferencia importante entre áreas de residencia: hay más emprendedores en el área rural (14.3 %) que en la zona urbana (11.9 %). Esto muestra que en las zonas con menor potencial de generación de empleo muchas personas recurren al emprendimiento como forma de procurarse ingresos.

### **Edad y emprendimiento**

El emprendimiento es mayor entre los grupos de edad media (35 a 54 años), aunque la composición del mismo varía por grupos de edad. La TEA es mayor entre los adultos jóvenes (25 a 34 años) mientras que el emprendimiento establecido aumenta con la edad y alcanza su máximo después de los 55 años. La edad promedio de los emprendedores tempranos es de 35.5 años y la de los emprendedores establecidos, de 42.9 años.

Los más jóvenes (de 18 a 24 años) son el grupo con menor tasa de emprendimiento, no solamente porque su tasa de emprendimiento establecido es muy baja (3.7 %) sino también por una baja TEA (13.4 %).

### **Educación y emprendimiento**

Hay una relación negativa entre el nivel educativo de las personas y la tasa de emprendimiento. La TEA es mayor entre las personas con educación secundaria incompleta (21.4 %) y menor entre los que poseen un título universitario (14.4 %), lo que es consistente con que emprender es una respuesta a la carencia de opciones laborales. De hecho, el emprendimiento establecido (en su mayoría motivado por necesidad) alcanza un máximo de 20.3 % entre los que tienen menos de sexto grado.

### **Valoraciones sociales sobre emprender**

El 82.6 % de la población opina que emprender es una buena opción de carrera y 59.5 % piensan que los emprendedores exitosos gozan de alto estatus y que los medios de comunicación difunden el emprendimiento exitoso. El Salvador sobresale por el alto porcentaje de la población que valora el emprender como opción de carrera, aunque presenta valores inferiores al promedio latinoamericano en las otras dos percepciones.

Las mujeres y las personas de los grupos de edad media (25 a 45 años) son los que poseen las valoraciones más positivas sobre emprender.

### **Percepciones sobre oportunidades y capacidad para emprender**

El Salvador presenta un valor relativamente alto de la percepción sobre la propia capacidad para emprender, pues 71 % de la población cree tener las capacidades para manejar un negocio. Sin embargo, la percepción de oportunidades es menor en el país que en el resto de la región latinoamericana (44.7 % versus 49.6 %) y el temor al fracaso es superior al promedio regional (44.3 % versus 33.3 %), aunque esta tendencia puede encontrarse también en países de menor ingreso, donde las opciones laborales son poco atractivas.

Las personas más optimistas sobre su capacidad para manejar un negocio y que tienen menor miedo al fracaso son las que poseen mayor educación. Sin embargo, las que perciben mayor oportunidad de negocio son las que poseen educación secundaria (aun incompleta) o técnica.

### Percepciones sobre oportunidades y capacidad para emprender

La intención de emprender señala la expectativa de iniciar un negocio en los próximos tres años. En El Salvador, 23.1 % de la población que no posee negocio espera emprender, uno de los porcentajes más bajos en América Latina, donde el promedio es 33.8 %

### Tipos de negocio

Los negocios más comunes en El Salvador operan en los giros de comercio y servicios, en especial en la preparación de alimentos. La venta de alimentos preparados (sin local) y las tiendas de productos básicos son los negocios más comunes en el país. El 87 % de la TEA y el 74 % de los negocios establecidos pertenecen al comercio y venta de alimentos.

### Tipos de negocio y sexo

En relación con los negocios manejados por hombres, los operados por mujeres están menos diversificados y más orientados a la venta de alimentos (en vez del comercio o de los servicios y manufactura).

### Tipos de negocio y área de residencia

En la zona rural, los negocios están más orientados hacia la venta de alimentos y las tiendas de productos básicos, mientras que en la zona urbana predomina el comercio variado y, en general, los negocios están más diversificados.

### Tamaño de los negocios

El 55 % de los negocios nacientes requieren un capital inicial menor a US\$ 500, lo que señala la modesta escala de operación de los mismos. En su mayoría son financiados con fondos propios o familiares (55 %) aunque existe un 39 % que ha recurrido al crédito formal.

### Innovación y expansión

El 81 % de los emprendedores en etapa temprana y 92 % de los establecidos no tienen intención de expandirse, mientras que solo un 0.3 % de la TEA planea utilizar nuevas tecnologías para expandirse.

### Generación de empleo

La gran mayoría de negocios (77 % de la TEA y 60 % de los establecidos) no generan empleos adicionales a los del propietario. Dentro de cinco años, 91 % de los establecidos y 70 % de la TEA no esperan generar más empleos, lo que indica que la gran mayoría de negocios carece de expectativas de expansión.

El 10 % de los emprendedores incluidos en la TEA declara que su producto es nuevo para al menos algunos de sus clientes. Un número similar (11 %) indica que operará en un mercado donde no hay competencia (lo que indica que está explotando un nicho nuevo).

Solamente 2 % de los negocios tempranos indica estar usando una tecnología nueva (con menos de 5 años de presencia en el mercado) y la gran mayoría (85 %) solo considera como clientes a los residentes del país. Apenas 4 % de la TEA espera que al menos una cuarta parte de sus ventas provengan de clientes extranjeros.

### Condiciones del entorno emprendedor

El marco teórico del GEM define nueve condiciones clave del entorno emprendedor, so-



bre las que la encuesta nacional a expertos (NES) indaga. Las respuestas de los expertos señalan que:

- Hay una importante carencia de financiamiento, en especial de capital de riesgo y otras formas de financiamiento externo distintas al crédito.
- Las políticas de gobierno son bastante desfavorables para los negocios nuevos, en particular, el número de trámites y el tiempo requerido para cumplir con los requisitos legales. La evaluación negativa incluye a los gobiernos municipales.
- Los programas de apoyo al emprendimiento obtienen una calificación moderadamente negativa, saliendo peor evaluados los programas de gobierno.
- La educación universitaria y técnica es evaluada de forma neutral, pero se señalan graves carencias en la formación emprendedora a nivel de primaria y secundaria, incluyendo formación en valores y en los principios de la economía de mercado.
- La evaluación de la transferencia tecnológica y de investigación y desarrollo es muy desfavorable, señalando la falta de acceso a nuevas tecnologías, en especial para los nuevos negocios. Se señala la desvinculación de la academia con el sector productivo.
- La infraestructura comercial es evaluada de forma neutral o levemente negativa, a excepción de los costos de los proveedores y contratistas, que son señalados como demasiado altos para los nuevos negocios.
- Las condiciones del mercado interno son percibidas en forma moderadamente negativa, señalando dificultades en el acceso al mercado y poca dinámica de cambio en los mercados locales.
- La infraestructura física es evaluada de manera positiva, sobre todo en lo relacionado al acceso rápido a comunicaciones, aunque el acceso a servicios y el costo de los mismos están bien evaluados. Este componente es el único del entorno emprendedor que obtiene nota positiva en todos sus indicadores.
- Las normas sociales y culturales obtienen una valoración mixta. Si bien la valoración del éxito individual es evaluada en forma levemente positiva, se coloca una nota negativa a la promoción del espíritu creativo e innovador, y a la toma de riesgos.

### Obstáculos al emprendimiento

Los expertos también indicaron los principales obstáculos para el emprendimiento, donde sobresalen tres: la falta de financiamiento, la violencia y criminalidad, y las debilidades del sistema educativo en formar actitudes y capacidades para el emprendimiento. La falta de programas de apoyo, el tamaño de mercado y la cultura poco favorable a emprender cierran la lista de obstáculos.

### Recomendaciones de los expertos

Las recomendaciones más frecuentes de los expertos incluyen un mayor esfuerzo para contar con buenos programas de apoyo al emprendimiento. También se enfatiza la necesidad de introducir el emprendimiento como un eje del sistema educativo formal desde temprana edad. Un tercer elemento es la reducción de la burocracia y tramitología, así como reorientar las políticas de gobierno de manera que no sean desfavorables para los negocios pequeños y nuevos. Cierra la lista una mayor provisión de financiamiento (capital semilla), la creación de incentivos fiscales y la promoción de una cultura emprendedora.

# 1. Introducción

Este documento presenta la situación del emprendimiento en El Salvador en 2014, a través de los resultados del segundo estudio GEM (Global Entrepreneurship Monitor) en el país, conducido por la Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN). El estudio abarca los diferentes tipos de emprendimiento y los elementos que lo caracterizan, a partir de una investigación original con datos primarios, representativa de la población salvadoreña.

El emprendimiento es el fenómeno por el cual los habitantes de un país crean y mantienen negocios propios, que les permiten obtener un ingreso y, además, generar empleos para otras personas. En esta definición, se esconden muchos tipos distintos de emprendedores, con diferentes condiciones, capacidades y motivaciones. En países en desarrollo como El Salvador, muchos emprendedores son informales, están motivados por la falta de empleo y la carencia de protección social. Junto con estos emprendedores por necesidad, existen otros que son movidos por la ambición de generar mayores ingresos y de crecer en el mercado. Ambos tipos de emprendimiento son importantes, pues proporcionan un medio de vida y una oportunidad para desarrollar el potencial de cada uno. Y ambos tipos de emprendimiento enfrentan importantes limitaciones, que incluyen la inseguridad, el bajo crecimiento económico, la falta de capital financiero y humano, entre otras. Informar sobre las

propuestas de solución y esbozar líneas de acción es el objetivo último de este documento.

Después de que los modelos económicos de desarrollo (el agroexportador, el de sustitución de importaciones y el de promoción de exportaciones) fallaran en hacer que países como El Salvador alcanzaran un progreso social comparable al de los países desarrollados (PNUD, 2013), y en la situación de estancamiento económico y social que nuestro país vive, el emprendimiento es visto como una de las pocas herramientas con potencial para hacer una diferencia en la sociedad. La historia y la literatura económica muestran que el emprendimiento es una de las formas más efectivas de superar la pobreza y generar crecimiento.

Este reporte posee como una de sus fortalezas el utilizar la metodología del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el mayor proyecto





El GEM no se enfoca en las empresas o negocios, sino en las personas que crean y manejan estos emprendimientos, porque son ellas el objetivo de la investigación social y de la política pública.

mundial de investigación sobre emprendimiento, que ha sido replicado en más de 100 países y territorios hasta la fecha. Tanto las definiciones usadas en este estudio como los cálculos realizados siguen la metodología GEM y han sido validados por un equipo central de expertos, lo que facilita la comparación en el tiempo y con otros países.

18

A nivel global, el proyecto GEM persigue cuatro objetivos fundamentales (Singer, Amorós y Moska, 2015):

- Medir los niveles de emprendimiento en los diferentes países del mundo.
- Determinar cómo la actividad emprendedora influencia el crecimiento económico.
- Descubrir los factores que promueven o dificultan la actividad emprendedora.
- Promover políticas eficaces y focalizadas que potencien el emprendimiento en cada país.

A diferencia de otros estudios que analizan la actividad emprendedora, el GEM indaga sobre las percepciones y actividades de las personas con respecto a iniciar y manejar un negocio. El GEM no busca solamente a aquellos que ya tienen un negocio, sino que estudia a toda la población para descubrir a los emprendedores en todas sus fases.

En la filosofía que orienta la metodología del estudio GEM, se reconoce el papel diverso del emprendimiento en diferentes economías. Sin embargo, existen algunos principios básicos

que fundamentan la investigación y proporcionan una motivación para las propuestas de política que siguen: primero, creemos que el emprendimiento es importante para el desarrollo, y que son los nuevos negocios los que innovan, añaden competencia a los mercados, generan empleos y obligan a las empresas establecidas a competir y renovarse. Segundo, que son las personas las que emprenden empujadas por su motivación, capacidad y circunstancias, lo que a su vez depende de la percepción social positiva de la actividad emprendedora y de los apoyos u obstáculos que esta enfrenta. El emprendimiento puede ser una herramienta especialmente poderosa para los grupos que, por diversas circunstancias, han sido excluidos del mercado laboral formal o de las oportunidades económicas. Así, es importante entender el papel del emprendimiento para los diferentes colectivos en la sociedad: mujeres, jóvenes, pueblos originarios, personas con diferentes niveles de educación y grupos que han sufrido discriminación históricamente. En tercer lugar, la experiencia muestra que el emprendimiento es heterogéneo, y responde a diferentes realidades, por lo que en algunas economías es predominante el emprendimiento de subsistencia o por necesidad, mientras que en otras domina el emprendimiento innovador o que busca explotar oportunidades en el mercado.

El GEM, que comenzó como una iniciativa liderada por Babson College y la London Business School y que abarcaba 10 países, es hoy en día

el proyecto de investigación colaborativa más grande en el mundo. En la ESEN nos sentimos orgullosos de formar parte de esta élite investigadora, que aporta datos estadísticos, análisis e investigación académica, y propuestas de política para el emprendimiento.

## Definiciones y etapas del emprendimiento

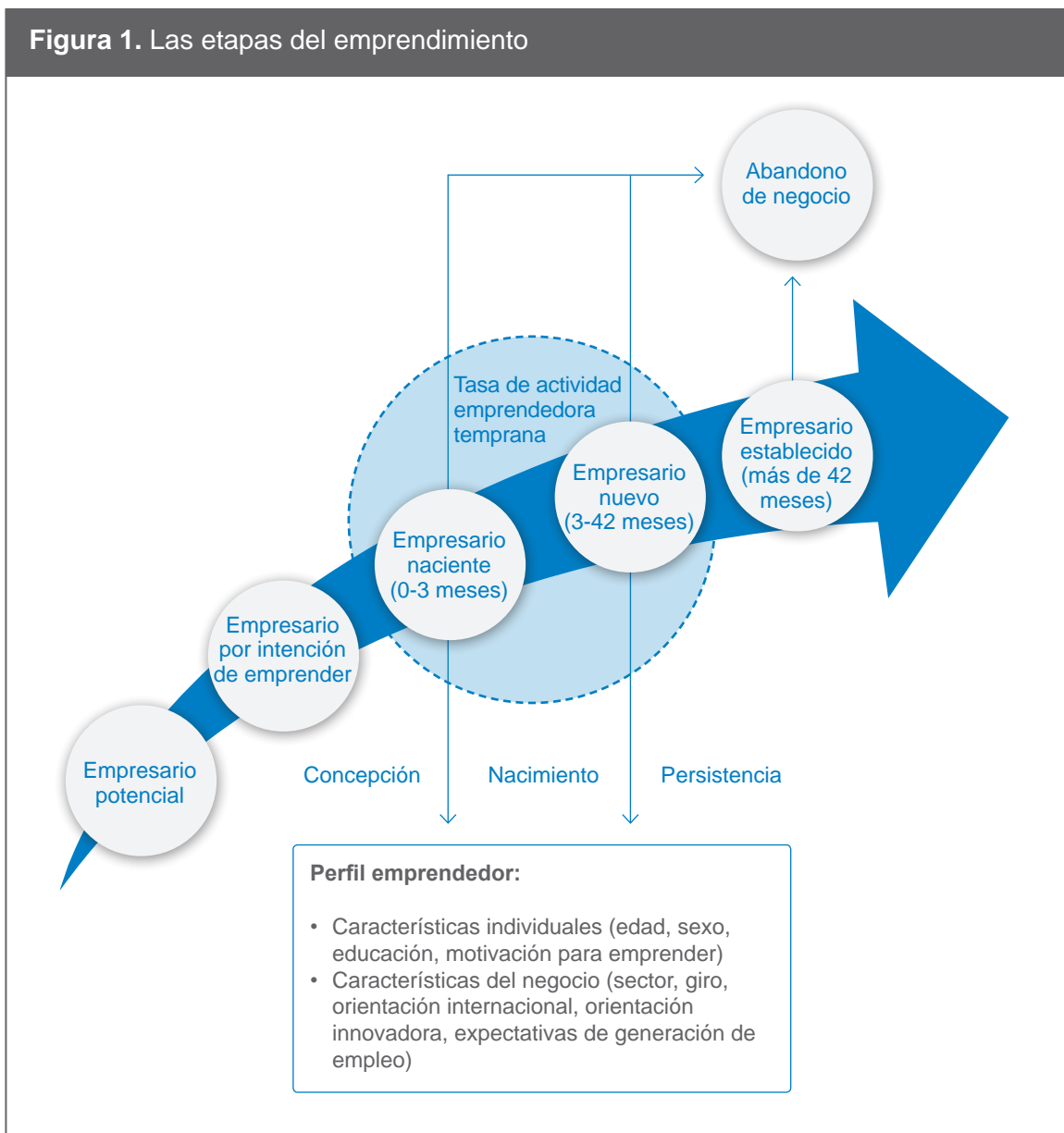
El GEM es un estudio único: provee de un marco metodológico común a las investigaciones sobre emprendimiento en diferentes países del mundo. Para proceder a cuantificar el emprendimiento, es necesario realizar algunas definiciones y clarificar los conceptos que guían estas investigaciones. Esta sección presenta las definiciones, el marco teórico y la metodología que siguen los diferentes estudios GEM, incluyendo el que se presenta en este documento.

Un aspecto fundamental del proyecto GEM es que entiende el emprendimiento como un fenómeno complejo y diverso, con un ciclo de vida particular y que comprende distintas clases de situaciones, motivaciones, percepciones y condiciones para su operación. El GEM se enfoca en las personas, pues son estas las que crean y manejan las unidades de negocio. Por tal razón, el estudio investiga sobre todo las características, percepciones y motivaciones de los individuos. Esto permite entender el emprendimiento desde una perspectiva diferente: no se trata de analizar el tamaño de los negocios o sus volúmenes y tendencias operativas, sino de descubrir quiénes son las personas que están detrás del emprendimiento, porque son ellas el objetivo último de la investigación social y de la política pública y son, además, las que pueden ser beneficiadas o perjudicadas por las políticas públicas y los cambios en el entorno.

Un segundo aspecto clave del marco teórico del GEM es su comprensión del emprendimiento como un proceso, con diferentes etapas definidas por hechos clave en el ciclo de vida de un negocio, desde la intención de emprender hasta la situación de un empresario bien establecido en su mercado. Por muchas razones, una etapa del emprendimiento puede no conducir a la siguiente, debido a las condiciones del entorno, la habilidad individual, el esfuerzo puesto en el negocio y otros factores, muchos de los cuales están fuera del control del emprendedor.

La figura 1 muestra las etapas del emprendimiento, según una versión adaptada del modelo estándar del GEM (2014). Del total de población se identifican a los emprendedores potenciales. Algunos manifiestan la intención explícita de emprender y otros ya han tomado medidas para iniciar un negocio, los que se dividen en emprendedores nacientes y emprendedores nuevos, mientras que hay un grupo de emprendedores establecidos y otros que han cerrado recientemente su negocio (en alguna de las etapas anteriores).

Desde la definición más amplia posible, todas las personas en edad de trabajar pueden ser emprendedoras. Sin embargo, no todas ellas poseen las actitudes o potencial requeridos para emprender. Algunas poseen un empleo que les provee de un ingreso satisfactorio o cuya estabilidad valoran, otras prefieren dedicarse a estudiar, trabajar en el hogar o simplemente buscar empleo remunerado. Otras simplemente no consideran tener las aptitudes o deseo de emprender. Por tanto, el total de emprendedores potenciales es limitado a aquellas personas que poseen la mezcla de actitudes necesaria para considerar emprender como una opción valiosa, y las circunstancias que les permiten (o fuerzan a) montar un negocio. Emprendedores potenciales son, por tanto, aquellas personas



**Fuente:** Adaptado de Singer, Amorós y Moska (2015).

cuya mezcla de motivaciones, percepciones y circunstancias vuelve más probable que decidan iniciar un negocio.

Entre las actitudes que definen a un emprendedor potencial están el miedo al fracaso, la valoración de las propias habilidades, la sensación de conocer el mercado y las oportunidades

que hay en él, o el convencimiento de que emprender es la mejor opción disponible dadas las condiciones laborales prevalecientes. Los medios de comunicación, la escuela y las familias influyen en estas percepciones, así como las políticas públicas que promueven o desincentivan la participación laboral, el emprendimiento y la generación de empleos.

El emprendimiento se divide en tres categorías: empresarios nacientes (0-3 meses de operar), empresarios nuevos (3-42 meses) y empresarios establecidos (más de 42 meses). La actividad emprendedora temprana (TEA) es la suma de empresarios nacientes y nuevos.



Del grupo de emprendedores potenciales, algunos han expresado su intención manifiesta de emprender: a estos se les llama emprendedores “intencionales”. No han pasado todavía a ser empresarios pues no han realizado los gastos necesarios para iniciar el negocio (en particular, reconocer salarios), pero expresan su deseo de emprender próximamente.

Los emprendedores que ya han iniciado su negocio se dividen en tres grupos: los empresarios nacientes (con menos de tres meses de haber iniciado su actividad), los empresarios nuevos (con un tiempo de actividad, incluyendo el pago de salarios, de entre tres y 42 meses), y los empresarios establecidos, que tienen más de 3.5 años de operar.

En términos concretos, el GEM define el momento del nacimiento de un negocio cuando se gastan recursos para iniciar un negocio del que se va a ser dueño.

La división de los emprendedores en estas tres categorías está basada en la vasta literatura sobre emprendimiento que reconoce que la mayoría de nuevos negocios fracasa y cierra en los primeros meses de operación. La definición de emprendedor establecido se basa en que a los tres años y medio de operación, la mayoría de negocios ha superado el período de mayor riesgo de cierre y puede considerarse una operación más estable.

Una de las variables más importantes con las que trata el GEM es la actividad emprendedo-

ra temprana o TEA (por sus siglas en inglés, *total early-stage activity*) que indica el total de personas que han emprendido recientemente y que, por tanto, reflejan en su decisión las condiciones, percepciones y motivaciones sobre el emprendimiento que prevalecen en la economía.

Es importante mencionar que la variable TEA, la más empleada en los estudios GEM, representa el total de emprendedores en fase temprana, incluyendo los que emprenden por ambición o para aprovechar oportunidades de mercado, así como los que se ven obligados a emprender por falta de empleo. De este modo, una reducción o aumento en la tasa de emprendimiento puede indicar diferentes factores: una mejora del clima de negocios o mayor precariedad laboral.

Por supuesto, también es importante conocer la cantidad de personas que maneja un negocio ya establecido, pues este número da un indicador de la estabilidad de los negocios, la que a su vez refleja el clima económico imperante. Los emprendedores ya establecidos fungen también como fuente de inspiración, aprendizaje y financiamiento para aquellos que comienzan a emprender.

Por último, el cierre de negocios es crucial para entender la dinámica emprendedora. En particular, ayuda a entender cuáles son los factores que llevan a una persona a finalizar la operación del negocio, que pueden ser de tipo económico

(baja demanda, excesiva competencia, otras oportunidades de negocio o laborales) o social (inseguridad, falta de opciones de cuidado de los hijos) y que son susceptibles de ser afectadas por las políticas públicas.

## Determinantes del emprendimiento

El emprendimiento no es un fenómeno que se produce en forma espontánea e independiente del entorno. Emprender es una decisión que toman las personas, que depende de factores internos del individuo (capacidades, actitudes, percepciones y aspiraciones), de su dotación de recursos (capital humano, capital social, capital financiero) y de las condiciones del entorno (sociales, políticas, legales, económicas, etc.)

Desde su inicio, el GEM ha trabajado con un marco teórico que reconoce una relación de retroalimentación entre el nivel de desarrollo económico y el emprendimiento. El modelo GEM identifica una serie de “condiciones marco para emprender” que, junto con las capacidades de los emprendedores, sus percepciones y las oportunidades que ofrece el mercado, son los determinantes de la decisión de emprender.

La complejidad de los factores relacionados con el emprendimiento puede simplificarse al adoptar la tipología de fases del desarrollo económico desarrollada por Porter, Sachs, y McArthur (2002), usada por reportes como el *Reporte Global de Competitividad* del Foro Económico Mundial. Esta tipología separa a los países en tres etapas del desarrollo:

1. Economías basadas en los factores de producción
2. Economías basadas en la eficiencia
3. Economías basadas en la innovación

En la primera etapa, la de las economías basadas en los factores de producción, las actividades económicas son, en su mayoría, de subsistencia y se basan en las industrias extractivas. La economía depende de los recursos naturales y de la abundancia de mano de obra poco calificada. Estas naciones habitualmente son poco desarrolladas, enfrentan grandes retos de cobertura de los servicios básicos y necesitan construir el marco institucional necesario para alcanzar la siguiente fase, la de las economías basadas en la eficiencia. En esta primera fase, las economías son informales y experimentan una migración de las zonas rurales (todavía muy pobladas) a las zonas urbanas, lo que resulta en subempleo y marginalidad.

En la segunda etapa ya se ha alcanzado una relativa competitividad mediante la especialización y la industrialización, aunque persisten retos para lograr una economía más eficiente. La industria logra alcanzar economías de escala en algunos sectores y existe un mercado financiero relativamente sofisticado. En esta clase de economías hay mayor empleo formal y los emprendimientos por subsistencia se reducen.

En la tercera etapa, las economías muestran un potente sector terciario y sus industrias son diversificadas y sofisticadas. Estos países invierten significativamente en investigación y desarrollo, pues su sector productivo hace uso intensivo del conocimiento y obtiene ventajas competitivas a través de la innovación. El emprendimiento suele ser por oportunidad, ya que los mercados laborales son maduros y existe una red de protección social que evita el autoempleo por necesidad.

Al observar los países que entran en cada categoría (tabla 1), los países de África subsahariana y algunos de Asia son calificados como eco-



**Tabla 1.** Países participantes por nivel de desarrollo económico

Región	Economías basadas en los factores	Economías basadas en la eficiencia	Economías basadas en la innovación
África	Angola*, Botsuana*, Burkina Faso, Camerún, Uganda	Sudáfrica	
América Latina y el Caribe	Bolivia*	Argentina*, Barbados*, Belice, Brasil*, Chile*, Colombia, Costa Rica*, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Jamaica, México*, Panamá*, Perú, Surinam, Uruguay	Puerto Rico, Trinidad y Tobago
Asia y Oceanía	India, Irán*, Kuwait*, Filipinas*, Vietnam	China, Indonesia, Kazajistán *, Malasia*, Tailandia	Australia, Japón, Singapur, Taiwán, Catar
Europa		Bosnia y Herzegovina, Georgia, Kosovo, Rusia*, Turquía*	Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Gran Bretaña, Grecia, Irlanda, Letonia, Luxemburgo, Holanda, Noruega, Portugal, Suecia, Suiza
América del Norte			Canadá, Estados Unidos

**Nota:** Los países marcados con (\*) se encuentran en transición a la siguiente etapa de desarrollo.

**Fuente:** Porter, Sachs y McArthur (2002).

nomías basadas en factores. Casi toda América Latina y el Caribe son consideradas economías basadas en la eficiencia y los países habitualmente considerados desarrollados (Europa Occidental, Estados Unidos y Canadá, Japón y Australia) son clasificados como economías basadas en la innovación.

Evidentemente, el proceso de moverse de una a otra etapa del desarrollo no es de carácter necesario; un país puede estancarse en alguna de las etapas o encontrarse en una etapa de transición donde coexisten características de dos de las

fases arriba mencionadas. Por ejemplo, en los países centroamericanos (a excepción de Costa Rica) coexiste una base agrícola y un mercado laboral altamente informal, típico de las economías basadas en factores, con una institucionalidad y una orientación a las exportaciones en el sector manufacturero, propias de una economía basada en la eficiencia.

La tabla 1 muestra los países participantes en el estudio GEM por etapa del desarrollo económico. Esta tabla es útil porque proporciona un grupo de comparación natural para comprender la



El reporte GEM El Salvador se nutre de dos fuentes de información: la encuesta a más de 2000 personas de 18 a 64 años en todo el país (APS, encuesta a la población adulta) y la encuesta a expertos (NES, encuesta nacional a expertos)

relevancia de las cifras de emprendimiento que se presentan en los capítulos siguientes.

### Metodología para el estudio GEM

Dado que el emprendimiento es un fenómeno multidimensional y diverso, es necesario contar con una metodología que permita registrar a los emprendedores en sus diferentes etapas, incluso antes de que el negocio se encuentre en operación plena o cuando el negocio ya ha sido cerrado. Esto exige un estudio amplio que abarque a toda la población en capacidad de emprender.

Las herramientas metodológicas básicas del estudio GEM son la encuesta a la población adulta (APS) y la encuesta nacional a expertos (NES). En todos los países participantes se realiza una encuesta representativa de la población nacional, que involucra las respuestas de al menos 2000 personas. En El Salvador, la encuesta abarcó los 14 departamentos, con 59 municipios seleccionados y 2014 participantes, con representación de zonas rurales y urbanas, y de toda la población adulta (de 18 años y más) en relación con edad, género y estratos socioeconómicos. Esta encuesta permite identificar el porcentaje de emprendedores entre la población, así como sus condiciones, actitudes, percepciones y otras variables relacionadas con su actividad emprendedora.

La encuesta nacional a expertos, por su parte, permite recoger la opinión de personas con co-

nocimiento del entorno emprendedor para poder construir un panorama de las condiciones que enfrentan los emprendedores en El Salvador. A 31 expertos (anexo 1) se les pidió que proporcionaran su percepción sobre las nueve condiciones básicas del entorno emprendedor: el financiamiento, las políticas gubernamentales, los programas públicos, la educación y formación vocacional, la investigación y transferencia tecnológica, la infraestructura comercial, la apertura del mercado interno, la infraestructura física, y las normas sociales y culturales.

El proceso de conducción de la encuesta fue supervisado directamente por el autor y auditado por la Global Entrepreneurship Research Association (GERA), equipo central que garantiza la calidad y consistencia de los datos para todos los países que realizan un informe GEM.

### El modelo GEM

Para comprender la forma en que el emprendimiento conduce a la generación de empleos, al crecimiento económico y a la innovación, es necesario identificar los elementos de esa realidad multidimensional que es el fenómeno del emprendimiento. El GEM propone un modelo donde hay tres dimensiones que capturan la situación de los emprendedores:

- *Las valoraciones con respecto al emprendimiento: aceptación social del emprendimiento, percepción de las propias capaci-*

dades y de las oportunidades del mercado, miedo al fracaso.

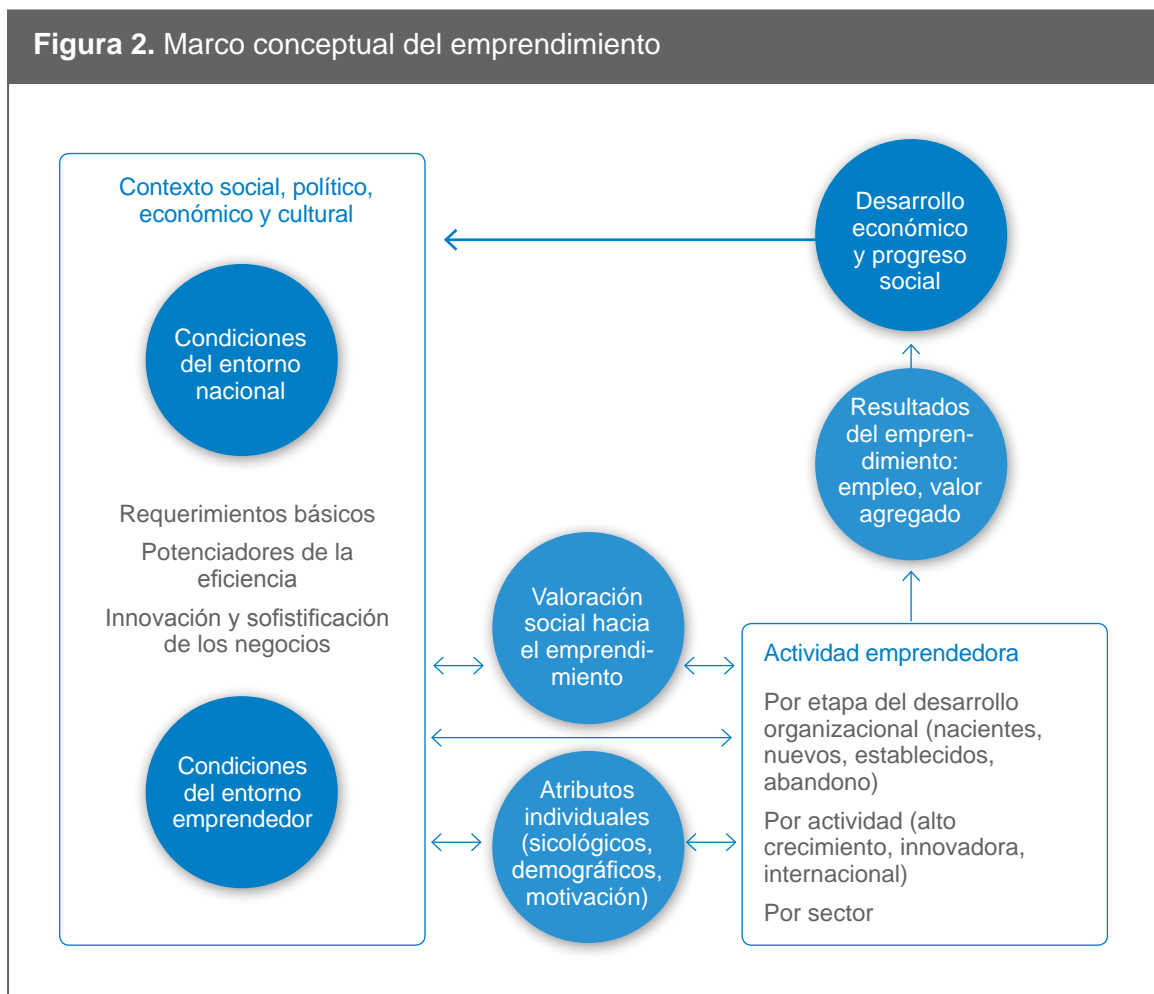
- *La actividad emprendedora:* etapas del emprendimiento, motivaciones (por necesidad u oportunidad), sector del negocio, abandono del negocio.
- *Aspiraciones de los emprendedores:* crecimiento, innovación, orientación internacional, creación de valor social.

Los elementos anteriores permiten entender las diferentes funciones que los emprendimientos desempeñan en las economías: como fuente de ingresos para los que no tienen acceso al

mercado laboral, como fuente de crecimiento económico a partir de los emprendedores innovadores y ambiciosos, como fuente de empleos estables a partir de emprendimientos ordenados y establecidos.

Pero no solamente son los tres componentes internos antes mencionados los que determinan la decisión de emprender y el tipo de negocio que se monta. Las condiciones del contexto social, político y cultural son fundamentales para la generación de nuevas iniciativas de negocio y para el potencial de crecimiento de estos emprendimientos.

**Figura 2.** Marco conceptual del emprendimiento



**Fuente:** Adaptado de Singer, Amorós y Moska (2015).

En línea con el modelo de Porter, Sachs y McArthur (2002), el GEM identifica tres dimensiones del contexto, donde cada una adquiere especial relevancia en cada fase del desarrollo económico de los países. Estas son:

- Los requerimientos básicos, relevantes en todos los países, pero más en las economías basadas en recursos, incluyen las instituciones, la infraestructura física, la estabilidad macroeconómica y el capital humano (salud y educación de la población).
- Los potenciadores de la eficiencia, que adquieren relevancia al avanzar a una economía basada en la eficiencia, incluyen la educación superior y la formación profesional, la eficiencia de los mercados de bienes y servicios así como del mercado laboral, un mercado financiero sofisticado, la capacidad de adoptar tecnología nueva y un mercado suficientemente grande para lograr economías de escala.
- Los potenciadores del emprendimiento innovador, esenciales en las economías basadas en la innovación, abarcan diferentes elementos como el financiamiento para las nuevas ideas, políticas y programas gubernamentales, la educación para ser emprendedor, la transferencia de investigación y desarrollo, la apertura del mercado interno, la infraestructura física disponible para los emprendedores, la infraestructura legal y comercial que está al servicio de los emprendimientos, y las normas sociales y culturales que afectan la percepción sobre la deseabilidad de ser emprendedor.

La figura 2 resume este marco teórico, y vincula las herramientas metodológicas del GEM con la obtención de información sobre estos

componentes y elementos. La información que no es recogida con las encuestas GEM es complementada con otras fuentes reconocidas internacionalmente, como las estadísticas producidas por el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial, el Sistema de Naciones Unidas y otras instituciones que proveen datos de gran fiabilidad.

### La medición GEM

Además de cuantificar el emprendimiento en los países, el presente estudio también captura mediciones sobre diferentes aspectos del contexto social, político y económico, y sobre las actitudes y valoraciones del emprendimiento, así como las características sociodemográficas de las personas. Todos estos elementos son importantes para poder responder a las preguntas que motivan el estudio y que buscan lo siguiente:

- Determinar la manera específica en que el emprendimiento afecta el crecimiento económico y el progreso social en El Salvador.
- Identificar los factores que estimulan o frenan la actividad emprendedora, en particular, aquellos mencionados en el marco teórico y que incluyen las condiciones sociales, políticas y económicas, el imaginario social y las características individuales.
- Derivar implicancias de política para potenciar la capacidad para emprender y el impacto del emprendimiento en el país.

La tabla 2 muestra un resumen de las principales mediciones operativas del GEM, tal como han sido definidas y utilizadas internacionalmente, y como deberán ser interpretadas en el contexto de este informe.

**Tabla 2. Definiciones operativas de las variables empleadas en el informe GEM**

Variable	Definición operativa
TEA: tasa de emprendimiento en etapa temprana	Es el porcentaje de la población entre 18 y 64 años (inclusive) que son emprendedores nacientes, o propietarios y gerentes de negocios nuevos.
Tasa de emprendimiento naciente	Es el porcentaje de la población entre 18 y 64 años (inclusive) que son emprendedores nacientes, es decir, que están activamente involucrados en montar un negocio del que serán propietarios o socios, y donde el negocio todavía no ha pagado salarios o ingresos a los dueños por más de tres meses.
Tasa de emprendimiento nuevo	Es el porcentaje de la población entre 18 y 64 años (inclusive) que son actualmente propietarios y gerentes de un negocio nuevo, definido como uno que ha pagado salarios o que ha dado ingresos a los dueños por más de 3 meses pero por no más de 42 meses.
Tasa de emprendimiento establecido	Es el porcentaje de la población entre 18 y 64 años (inclusive) que son actualmente propietarios y gerentes de un negocio establecido, definido como uno que ha pagado salarios o que ha dado ingresos a los dueños por más de 42 meses.
Tasa de abandono del negocio	Es el porcentaje de la población entre 18 y 64 años (inclusive) que en los últimos 12 meses ha abandonado un negocio, ya sea entregándolo, cerrándolo, vendiéndolo o terminando su actividad de cualquier forma. Es importante notar que esta tasa no debe interpretarse como la tasa de fracaso de los negocios, ya que varios de ellos pueden seguir operando.
TEA por oportunidad	Porcentaje de personas que conforman la TEA que afirman estar involucrados total o parcialmente por la oportunidad, en vez de ser motivados por no encontrar otra opción laboral. Acá se incluyen personas que han aprovechado una oportunidad de negocio y las que teniendo un empleo han decidido buscar mejores oportunidades.
TEA por necesidad	Porcentaje de personas que conforman la TEA que afirman haber emprendido por necesidad, es decir, porque no tenían otra oportunidad laboral (y no por buscar una oportunidad).
TEA motivada por mejora	Porcentaje de personas que conforman la TEA que afirman estar involucradas por oportunidad (y no por no haber encontrado otra opción laboral) y que además señalan que el principal motivo para emprender es ser independiente o aumentar sus ingresos, y no simplemente mantener su nivel de ingresos.
TEA con expectativa de alto crecimiento	Porcentaje de la TEA que espera emplear al menos a 20 personas en cinco años más.
TEA orientada a nuevos productos o mercados	Porcentaje de la TEA que reporta que su producto o servicio es nuevo, al menos para algunos consumidores, y que no hay muchos negocios que ofrezcan el mismo bien o servicio.
TEA con orientación internacional	Porcentaje de la TEA que reporta que al menos 25 % de sus clientes son de otros países.
Oportunidades percibidas	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que ve buenas oportunidades de iniciar un negocio en el área en que vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que cree poseer las capacidades y conocimiento para emprender un negocio.
Intención de emprender	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que no están involucradas en la actividad emprendedora y que reportan la intención de iniciar un negocio en los próximos tres años.
Tasa de miedo al fracaso	Porcentaje de personas que ve buenas oportunidades de iniciar un negocio que también expresa que el miedo al fracaso evitaría que pusieran un negocio.

**Fuente:** Reynolds et al., 2005.

## 2. Resultados generales sobre la actividad emprendedora

28

Este capítulo presenta los resultados globales del estudio GEM en 2014 en El Salvador y el mundo. Para propósitos de comparación, se usan los últimos datos disponibles para los países que no condujeron un estudio GEM en 2014, pero lo hicieron en alguno de los dos años anteriores.

### La actividad emprendedora en 2014 en El Salvador y el mundo

De acuerdo con el marco metodológico del GEM, los emprendedores salvadoreños son clasificados en cuatro categorías excluyentes según el ciclo de vida del negocio (nacientes, nuevos, establecidos y abandono del negocio) y en varias categorías no excluyentes según la motivación para emprender (por necesidad o por oportunidad, por búsqueda de mejora, innovador, con orientación internacional, con ambición de crecimiento, etc.).

En el mundo, la variable más usada para medir el emprendimiento es la TEA (tasa de emprendimiento en etapa temprana), que es la suma de los emprendedores nacientes y nuevos. Esto no significa que los emprendimientos establecidos no sean importantes como generadores de empleo y productividad, sino que la variable que mejor refleja el entorno de negocios en un

país es la TEA, cuyos miembros hay que analizar en términos de su composición, motivación y aspiraciones. El emprendimiento como una actividad creativa e innovadora se refleja en los nuevos negocios y en aquellos que no han alcanzado la madurez en el mercado.

La tabla 3 muestra los valores de cada categoría de emprendimiento para El Salvador en 2012 (la primera edición del GEM) y en 2014.

Es posible observar un incremento en todos los valores del emprendimiento entre 2012 y 2014. Hay dos posibles interpretaciones para este dato: en una, de forma positiva, se interpreta el aumento en emprendedores como un reflejo de la mejora en el entorno de negocios o en las capacidades para emprender; en la otra, se puede interpretar el aumento en el emprendimiento como un fenómeno negativo, resultado de las malas condiciones del mercado laboral y la falta de generación de empleo decente. Es así



**Tabla 3. Tasas de emprendimiento en El Salvador (porcentaje de la población entre 18 y 64 años)**

Variable	2012	2014
TEA (emprendimiento temprano)	15.3	19.5
Emprendedores nacientes	7.7	11.4
Emprendedores nuevos	7.8	8.7
Emprendedores establecidos	9.4	12.7
Emprendimiento total	24.2	31.2
Abandono de negocio	8.0	10.8

**Fuente:** Elaboración propia.

30

cuando se hace una comparación entre países (gráfica 1), donde se encuentra que la relación entre desarrollo económico y social, y la tasa de emprendimiento es negativa, es decir, hay una relación inversa entre el nivel de ingreso per cápita de los países y la tasa de emprendimiento temprano (TEA) y la tasa de emprendimiento establecido.

Para determinar si el emprendimiento en El Salvador experimenta una dinámica positiva en términos de productividad e innovación, es necesario examinar los diferentes tipos de emprendimientos, sus aspiraciones y expectativas, y las herramientas con las que cuentan para crecer. Esto es lo que se hace en el resto del documento.

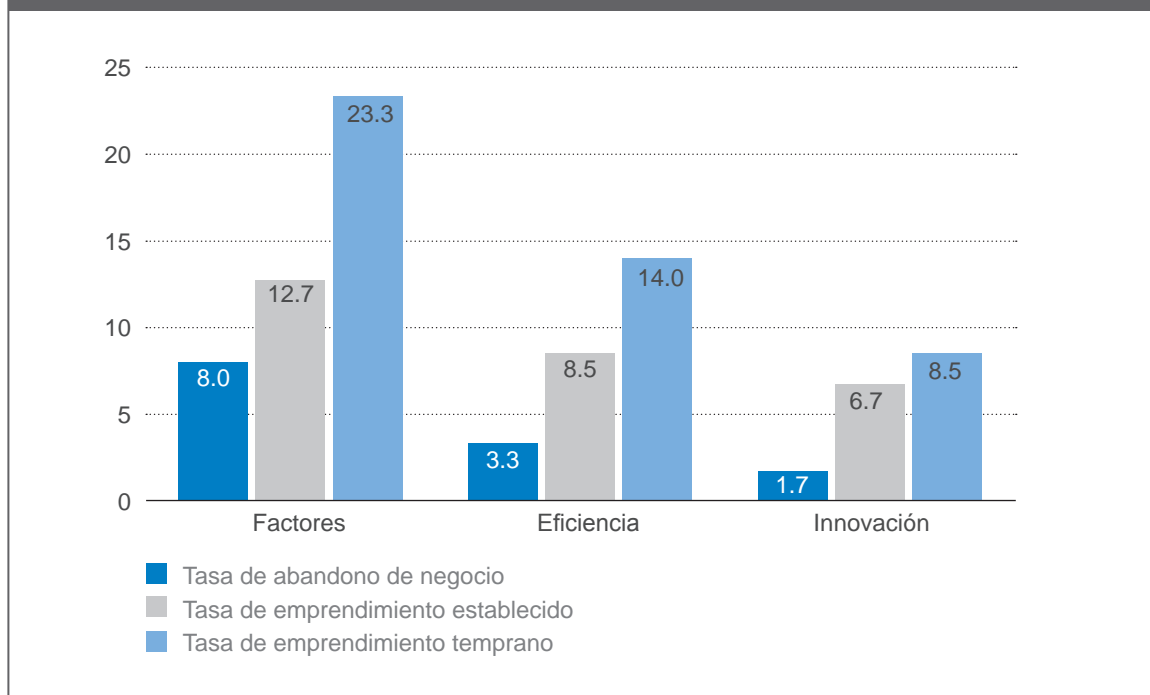
La tasa de emprendimiento temprano (TEA) de El Salvador es de 19.5 % de la población adulta entre 18 y 64 años, que es superior al promedio de 14 % en los países con similar nivel de desarrollo económico, es decir, las llamadas economías basadas en la eficiencia (gráfica 1), aunque inferior al 20.8 % promedio de los países latinoamericanos. Dado que El Salvador es

de los países con menor ingreso en el bloque de economías basadas en la eficiencia, no es sorprendente que su TEA sea superior al promedio de países comparables. Hay que tomar en cuenta que los países latinoamericanos en conjunto poseen mayores tasas de emprendimiento que otras naciones con ingresos per cápita similares. Esto último lleva a preguntarse por qué El Salvador presenta tasas de emprendimiento menores al promedio latinoamericano, a pesar de tener un ingreso per cápita relativamente bajo, por lo cual le correspondería una tasa superior al promedio regional.

En cuanto al emprendimiento establecido, en El Salvador 12.7 % de la población adulta posee un negocio con más de 3 años y medio de operación, una tasa superior al promedio de los países en su mismo nivel de desarrollo económico, que es de 8.5 %, y al promedio latinoamericano de 8 %. De nuevo, estos valores pueden ser atribuidos a las características del mercado laboral y al contexto socioeconómico, sin que necesariamente la mayor tasa de emprendimiento conduzca a mayor crecimiento económico y progreso social.



**Gráfica 1.** Tasas de emprendimiento y abandono de negocio por etapa del desarrollo económico de los países (en porcentajes)



**Fuente:** Elaboración propia a partir de base GEM Global 2014.

El total de emprendedores activos es de 31.2 % de la población entre 18 y 64 años<sup>1</sup>. Esto significa que casi uno de cada tres salvadoreños en edad laboral es emprendedor.

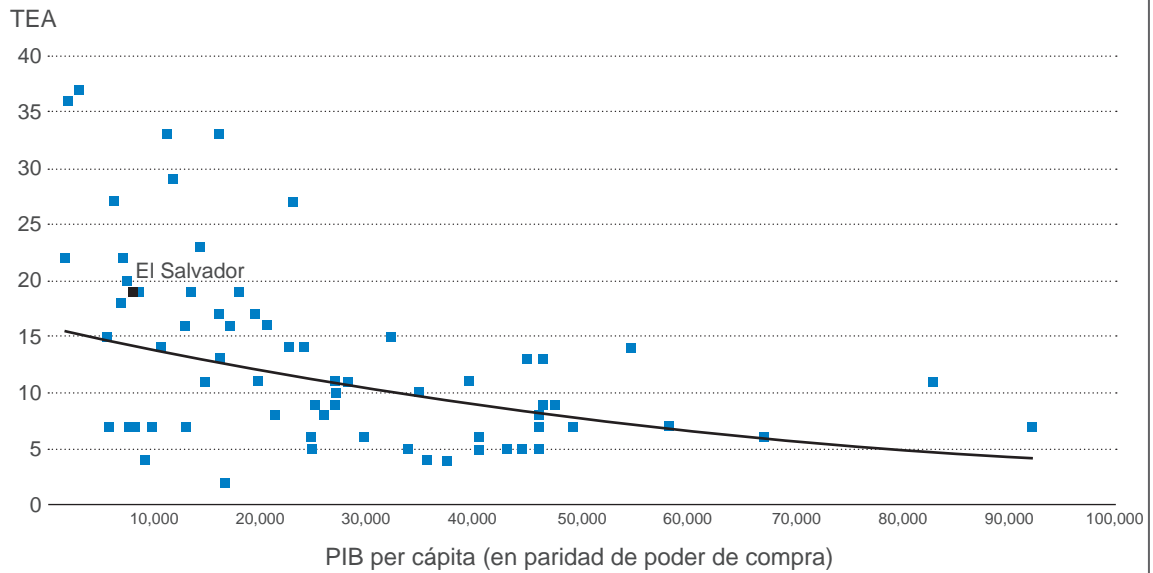
Un indicador negativo es la tasa de abandono de negocio, que en El Salvador es de 10.8 %, la más alta de América Latina y una de las más altas del mundo. Esto significa que 1 de cada 10 salvadoreños en las edades de 18 a 64 años ha dejado un negocio en el último año. Si se observan las tasas de países similares, estas son mucho más bajas y no superan el 3.3 %, mientras que, incluso en los países de menor desarrollo, la tasa promedio de abandono de negocio es de 8 %. Esto señala un problema en la dinámica emprendedora en El Salvador: aunque hay una cantidad importante de negocios nacientes y nuevos, la tasa de cierre es muy alta y, por

tanto, los negocios nuevos tienen poca probabilidad de supervivencia, mucho más baja que en otros países comparables o incluso más pobres. Es importante indagar en las razones de este fracaso de los negocios, pues al no llegar los nuevos emprendimientos a ser rentables, no alcanzan el punto donde generan ingresos y empleos para los salvadoreños, y se limita severamente el potencial del emprendimiento como herramienta de desarrollo económico.

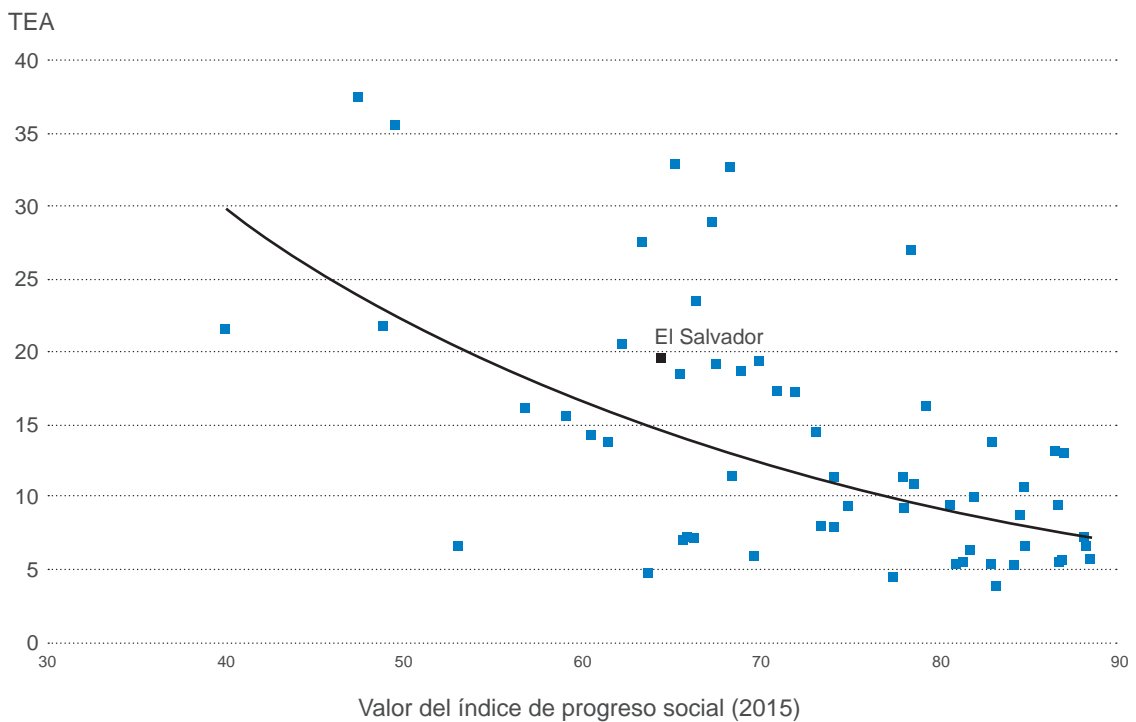
La gráfica 2 muestra que a mayor nivel de ingreso per cápita, menor tasa de emprendimiento temprano, algo que ha sido documentado sistemáticamente durante los 10 años de estudios GEM en el mundo. El segundo panel de la gráfica 2 muestra la relación entre la tasa de emprendimiento temprano y el índice de progreso social (IPS), una medida internacional de

**Gráfica 2.** Tasa de emprendimiento temprano (TEA), PIB per cápita e índice de progreso social al 2014 (en porcentajes)

**Panel A:** Tasa de emprendimiento temprano y PIB per cápita



**Panel B:** Tasa de emprendimiento temprano e índice de progreso social



**Fuente:** Elaboración propia a partir de base GEM Global 2014, Indicadores Mundiales de Desarrollo (Banco Mundial, 2015) y Social Progress Imperative (Porter, Stern y Green, 2015).

bienestar social que busca abarcar un conjunto amplio de indicadores de bienestar (Porter, Stern y Green, 2015).

La explicación de esta tendencia es simple: los países más desarrollados ofrecen mejores oportunidades laborales a su población, de modo que emprender es menos atractivo, pues significa abandonar ocupaciones bien remuneradas y, por otro lado, la existencia de redes de protección social evita que las personas se vean involucradas en el emprendimiento de subsistencia o por necesidad. A esto hay que añadir que los mercados más desarrollados ofrecen menos nichos sin explotar a los emprendedores, de modo que solamente los más innovadores y ambiciosos deciden montar un negocio.

La relación entre emprendimiento y desarrollo es más clara al utilizar el índice de progreso social. Se muestra una relación negativa más clara entre progreso y emprendimiento, aunque con importantes desviaciones de la tendencia para algunos países. Por ejemplo, entre los países de ingreso medio, sobresale Chile por su alta tasa de emprendimiento, mientras que Rusia y Malasia son notables por sus bajas tasas de emprendimiento. Entre los países de mayor ingreso, las naciones de influencia británica (Estados Unidos, Canadá, Australia) poseen tasas relativamente altas de emprendimiento, mientras que lo contrario sucede en los países nórdicos o en Japón.

En la gráfica 2 se observa que la tasa de emprendimiento temprano en El Salvador está casi sobre la línea de tendencia, tanto para el PIB per cápita como para el IPS, lo que indica que la TEA en El Salvador es la esperada para su nivel de desarrollo; de hecho, es muy similar a la de países como Guatemala o México, que

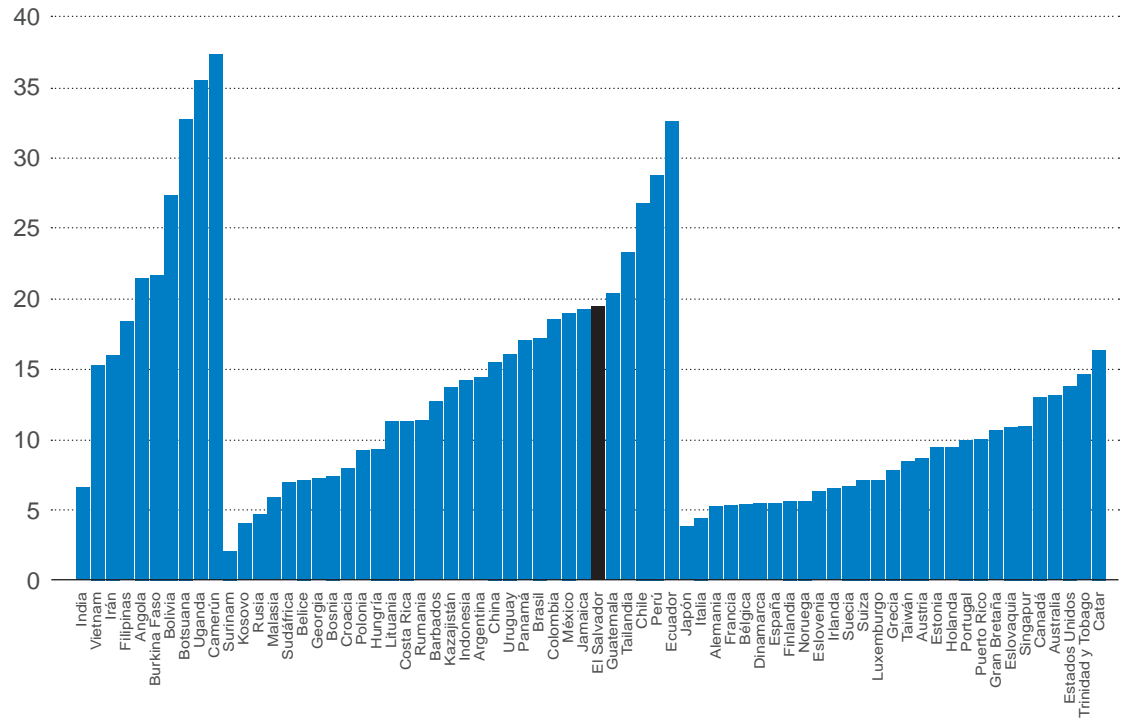
comparten algunos aspectos del contexto económico, político y social (como la migración, la dependencia de las exportaciones a Estados Unidos, la inseguridad y la falta de confianza en las instituciones públicas).

Sin embargo, es interesante que para un mismo nivel de desarrollo económico, los países muestren diferentes niveles de emprendimiento. Esto se ve con mayor claridad en la gráfica 3, que muestra las tasas de emprendimiento temprano según la clasificación usada por el Foro Económico Mundial, la que distingue entre economías basadas en los factores, en la eficiencia y en la innovación. En un mismo grupo de países puede haber altas tasas de emprendimiento temprano, como ocurre en los países andinos (Ecuador, Perú y Chile) o tasas muy bajas, como las de Rusia o Malasia. Estas diferencias en un mismo grupo de países responden a los factores indicados en el marco conceptual: el contexto social, político y económico, las valoraciones sociales sobre el emprendimiento y las condiciones propias de las personas.

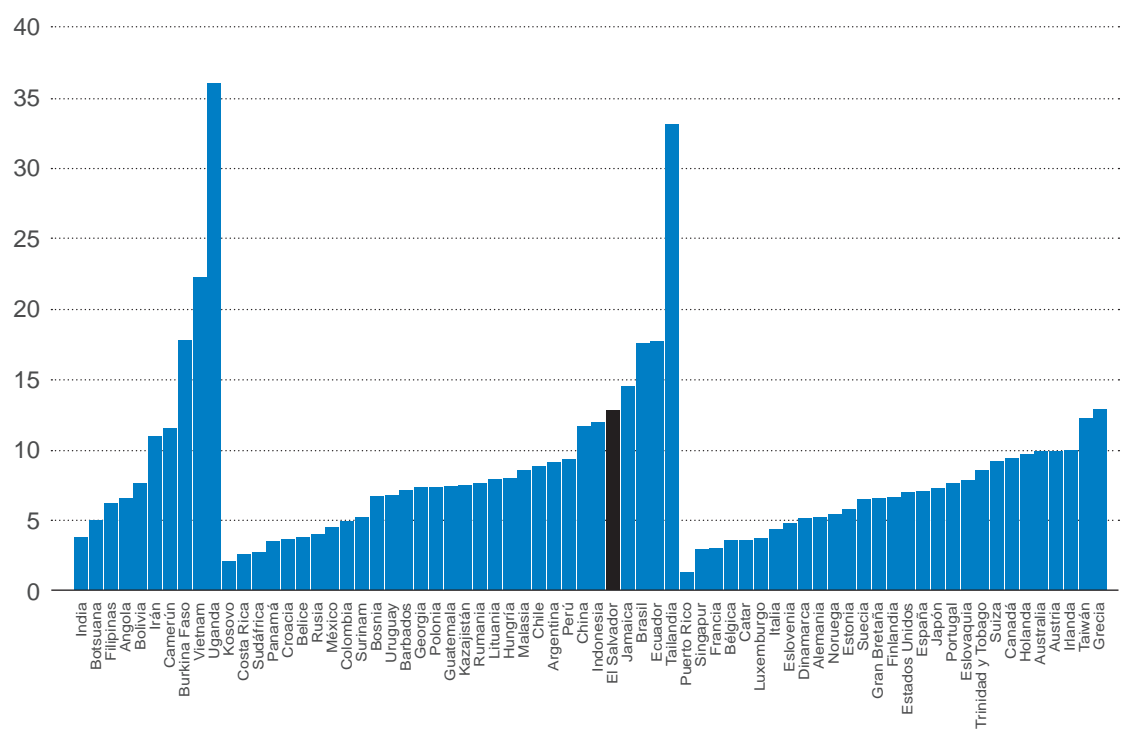
Otro hecho que puede apreciarse en la gráfica 3 es que no hay una relación directa entre la tasa de emprendimiento establecido y la tasa de emprendimiento temprano. Debido a que la dinámica emprendedora es compleja, un país puede mostrar elevadas tasas de emprendimiento establecido y relativamente bajas tasas de emprendimiento temprano (como Vietnam o Brasil). Esto puede explicarse por un mercado maduro (o poco dinámico) donde hay poca entrada de nuevos emprendedores y donde los emprendedores ya establecidos no enfrentan cambios importantes que puedan obligarlos a cerrar. En el otro extremo hay países como Perú, Chile o Camerún donde la tasa de emprendedores establecidos es baja, pero la TEA es muy alta.

**Gráfica 3. Tasas de emprendimiento temprano y establecido por niveles de desarrollo económico, 2014**

**Panel A: Tasas de emprendimiento temprano**



**Panel B: Tasas de emprendimiento establecido**



Fuente: Elaboración propia a partir de base GEM Global 2014.

Los resultados indican que en 2014, 31.2 % de los salvadoreños entre 18 y 64 años eran emprendedores, 19.5 % se encontraban en etapa temprana (TEA) y 12.7 % eran emprendedores establecidos. 10.8 % adicional abandonó un negocio en el último año.



Esto señala un mercado dinámico, con mucha entrada de nuevos negocios, pero donde pocos llegan a ser negocios establecidos, es decir, hay también alto abandono de negocios.

Para establecer un parámetro de comparación, se establecen los parámetros “ideales” de la dinámica emprendedora, que se representan en la figura 3, reconociendo que lo importante es la relación entre variables y no los valores absolutos de las mismas:

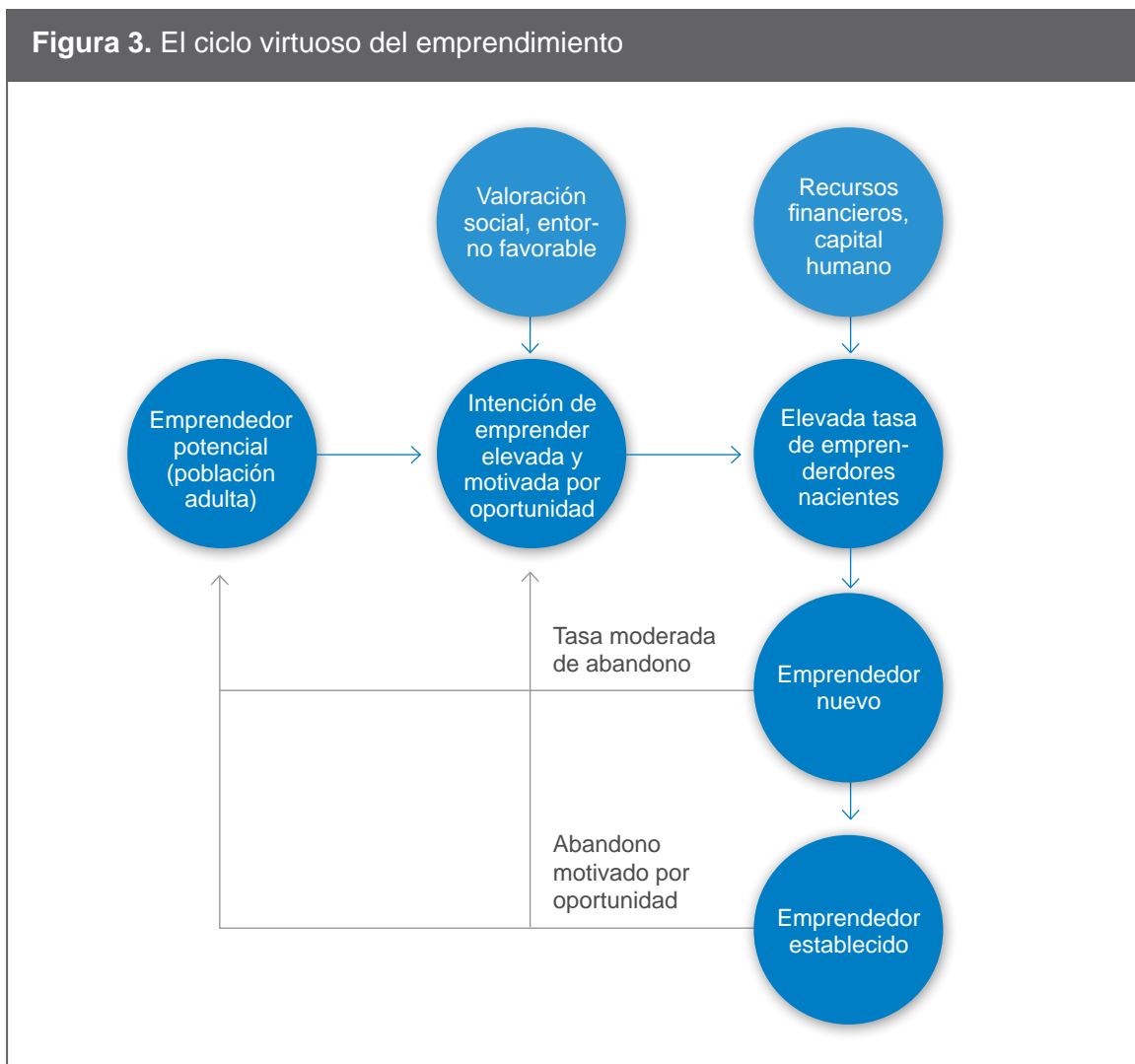
- Una elevada tasa de emprendedores nacientes y nuevos, la mayor parte de los cuales son por oportunidad, es decir, buscan mejorar su situación y aprovechar una opción de negocio.
- Una tasa de abandono de negocio baja en relación con la tasa de ingreso al mercado, lo que implica que un porcentaje importante de nuevos negocios logran sobrevivir al “valle de la muerte” de los primeros años de operación.
- Una tasa de emprendimiento establecido moderada, que indique que es rentable operar como emprendedor pero que no sea tan alta como para señalar excesiva estabilidad en el mercado. Idealmente, estos negocios también deben ser motivados por explotar oportunidades de mercado y no por necesidad.

En relación con esta imagen ideal de la dinámica emprendedora (figura 3), El Salvador presenta los siguientes tres hechos:

- Posee una tasa de emprendimiento similar a la esperada dado su nivel de desarrollo económico, aunque relativamente baja si se compara con otros países latinoamericanos.
- Posee una tasa relativamente alta de emprendimientos establecidos.
- Posee una tasa muy alta de abandono de negocios.

Los tres datos anteriores sugieren que en El Salvador existe un porcentaje importante de personas que manejan emprendimientos establecidos en mercados estables y que tienen el potencial de seguir en operación por muchos años (aun si son poco rentables, lo que se discutirá más adelante). Hay un porcentaje de 19.5 % de emprendimientos tempranos, que es un valor relativamente alto, como es de esperar para un país de nuestro nivel de desarrollo, pero que debería ser mayor para poder alcanzar el valor esperado dentro de la región latinoamericana. También existe una alta tasa de abandono, lo que indica que son pocos los negocios que logran establecerse exitosamente en el mercado<sup>2</sup>. En otras palabras, a pesar de que los salvadoreños son empujados al emprendimiento por diversas razones –como se aborda en la sección siguiente– también enfrentan elevadas tasas de fracaso. El reto para la política pública está entonces en cómo potenciar esos emprendimientos para que sobrevivan y generen ingresos y empleos, y posiblemente, en reemplazar los emprendimientos establecidos de poca rentabilidad por nuevos emprendimientos con mayor potencial de generación de riqueza.

**Figura 3. El ciclo virtuoso del emprendimiento**



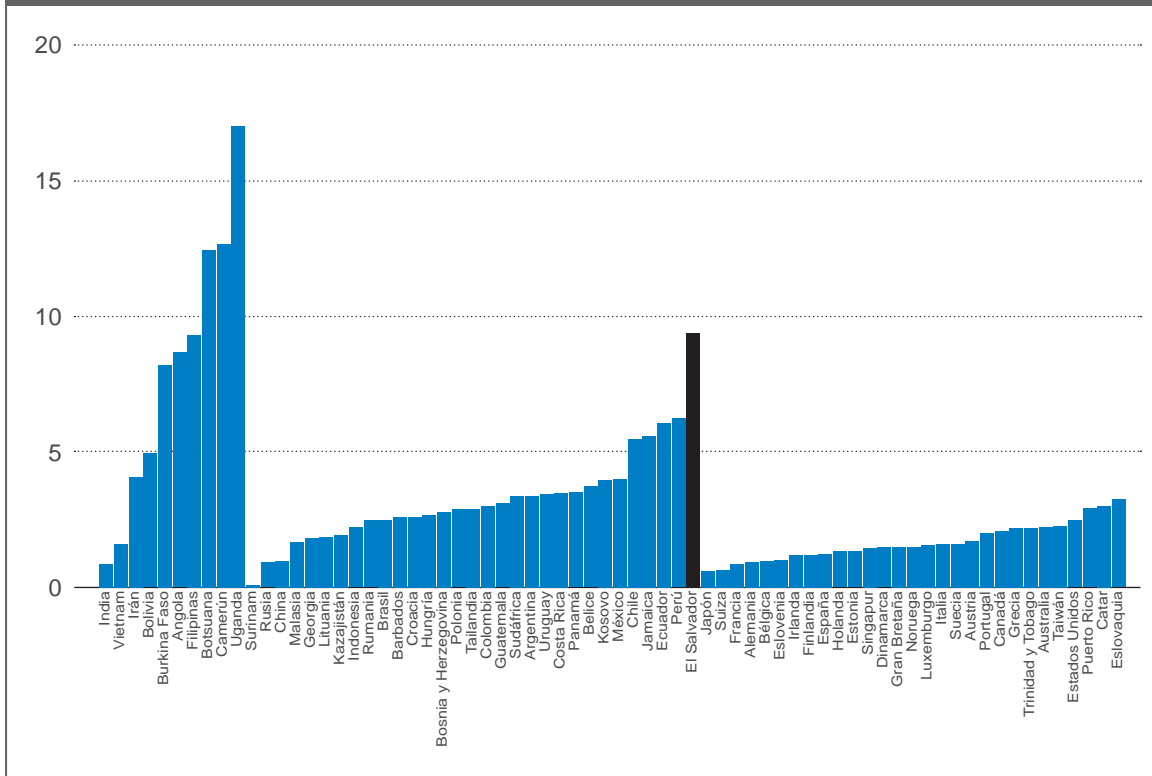
36

**Fuente:** Adaptado de Singer, Amorós y Moska (2015).

El Salvador presenta una tasa de abandono de negocios de 10.8 %, la más alta de América Latina y de todas las economías basadas en la eficiencia incluidas en la muestra de 2014 (gráfica 4). Aunque es normal que algunos negocios no continúen, debido a múltiples causas como mala administración, inadecuada información sobre el mercado, falta de capital y otras, una tasa demasiado elevada de abandonos indica un desperdicio de recursos que frena el crecimiento económico.

Abandonar un negocio puede significar venderlo o entregarlo a otra persona o personas, o bien terminar con las actividades del negocio. La gran mayoría de los que dejan un negocio en El Salvador lo cierran por completo. Así, 9.4 % del 10.8 % que ha abandonado un negocio lo ha cerrado, mientras que solamente 1.4 % lo ha dejado en manos de alguien más que continúa con las actividades del negocio. Ese valor de 9.4 % es el cuarto más alto del mundo y señala un problema serio en cuanto

**Gráfica 4.** Tasa de abandono de negocios por etapa de desarrollo económico (en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia a partir de base GEM Global 2014.

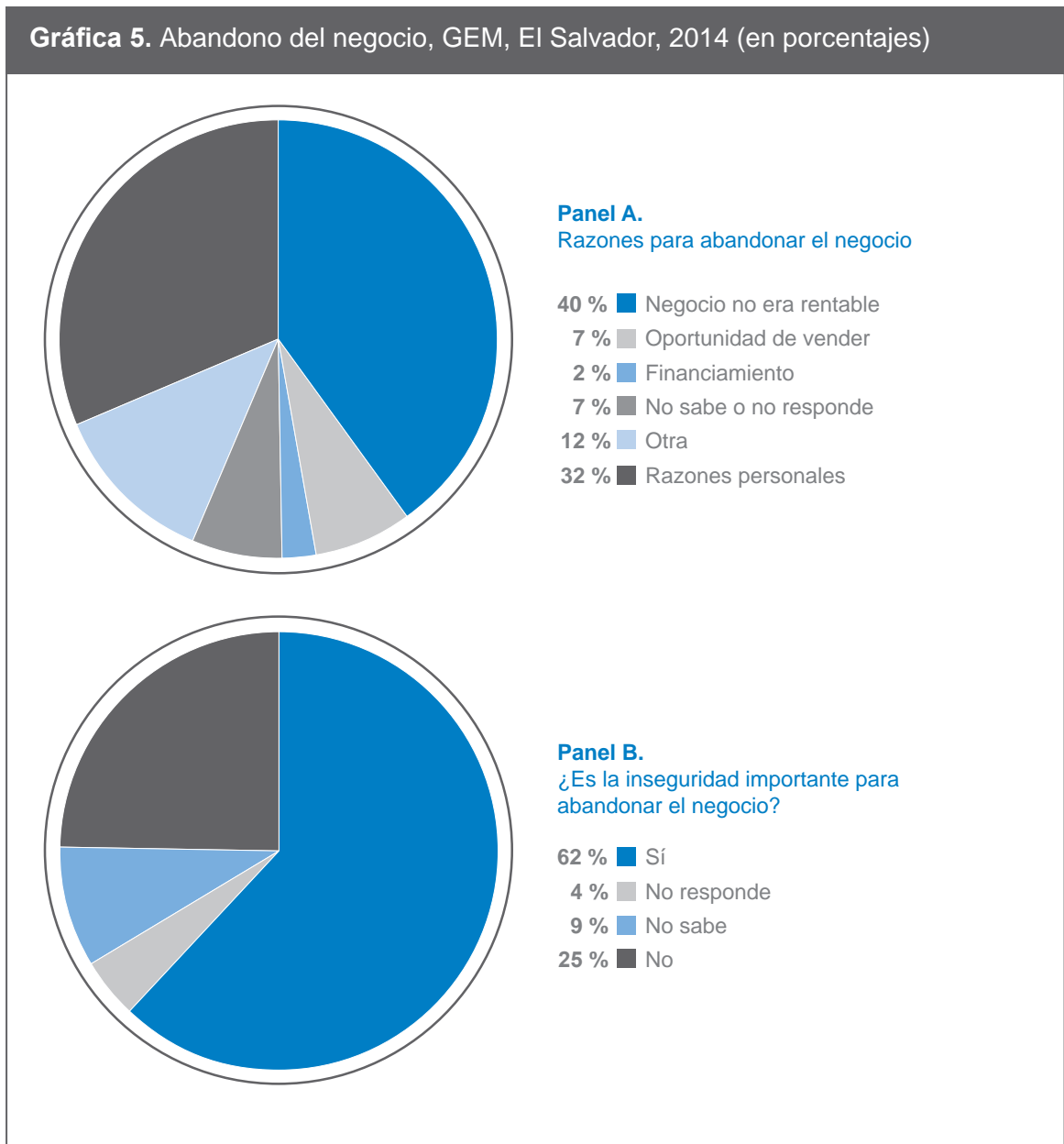
a la sostenibilidad del emprendimiento en El Salvador. Aunque es posible conjeturar explicaciones para esto, que van desde el bajo crecimiento económico, deficiencias en las capacidades para manejar un negocio, o el clima de inseguridad que vive el país, es necesario contar con evidencia para decantarse por alguna de estas hipótesis.

La alta tasa de abandonos de El Salvador puede deberse a factores asociados con las capacidades y esfuerzo de los emprendedores, o con una situación económica muy desfavorable (bajo crecimiento de la demanda, excesiva competencia, alzas de costos), o con factores externos imprevisibles (criminalidad, catástrofes, etc.). Para indagar de forma limitada en las causas de los

abandonos, el GEM pregunta a los emprendedores que han abandonado un negocio cuál ha sido la razón por la que han tomado esa decisión.

La gráfica 5 muestra los resultados de las preguntas que indagan sobre el cierre de los negocios. En primer lugar, entre las razones para haber terminado con el negocio, sobresalen la falta de rentabilidad (40 % de las respuestas) y razones personales (32 %). Esta pregunta no determina las razones de la falta de rentabilidad o cuáles son los motivos personales que llevan a abandonar el negocio. Los resultados son similares a los de la región latinoamericana en 2014, donde casi 40 % de los negocios que cerraron reportaron baja rentabilidad y un tercio adujo razones personales.

**Gráfica 5.** Abandono del negocio, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)



38

**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

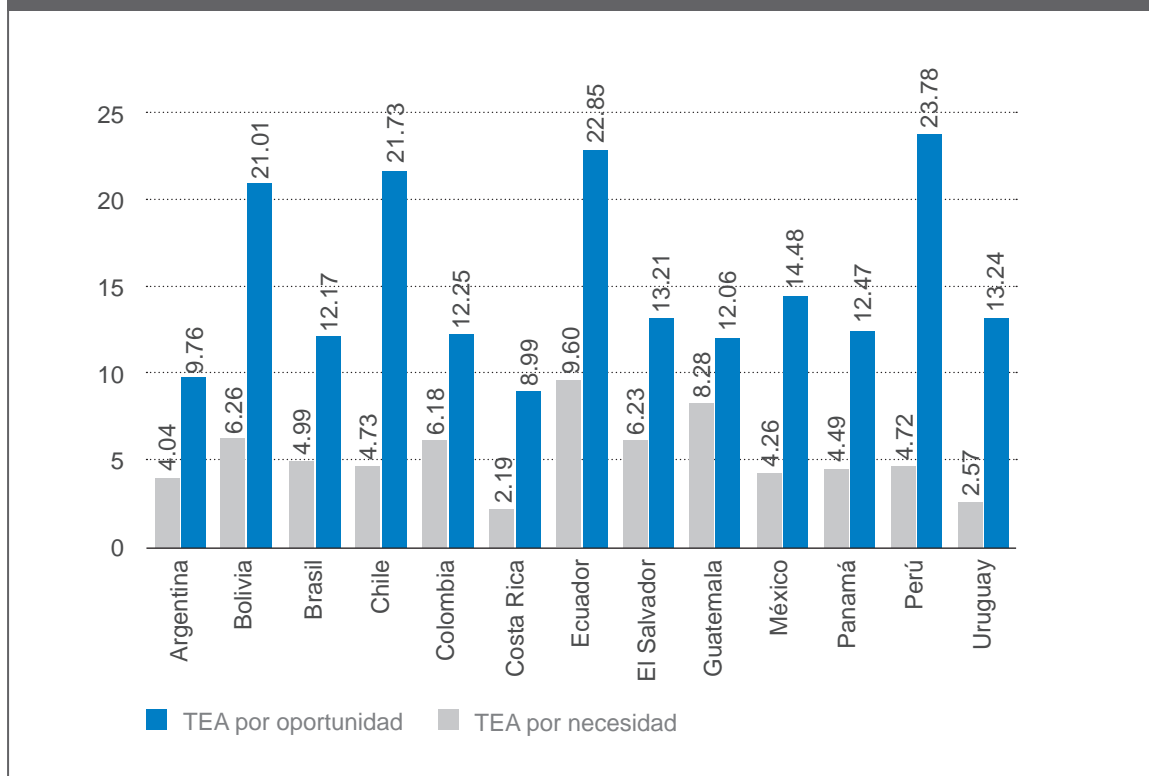
### Tipos de emprendimiento

En El Salvador, del 19.5 % que son emprendedores en etapa temprana, 6.2 % son emprendedores por necesidad y 13.2 % lo son por oportunidad. El porcentaje de emprendedores por oportunidad es inferior al promedio latino-

americano de 15.2 %, mientras que el de emprendedores por necesidad es mayor que en la región latinoamericana, donde la media es de 5.3 % (gráfica 6). Esto señala que el perfil del emprendimiento en El Salvador es ligeramente de menor potencial de desarrollo que en la región latinoamericana, lo cual es consistente



**Gráfica 6. TEA por necesidad y oportunidad en América Latina (en porcentajes)**



Fuente: Elaboración propia a partir de GEM 2014.

con ser el tercer país más pobre de la región latinoamericana entre los 14 que participaron en el GEM 2014.

La prevalencia relativa del emprendimiento por necesidad usualmente responde a una combinación de factores: a un entorno económico donde no hay suficiente creación de empleos o donde persiste un grupo de la población sin acceso al empleo remunerado, la ausencia de oportunidades de negocio o de capacidades para emprender que lleva a que los emprendimientos sean hechos con el mero propósito de subsistir, generalmente en mercados saturados y con bajos márgenes. El emprendimiento por necesidad predomina en los países más pobres y con mercados más estancados.

Una manera alternativa de entender el emprendimiento por necesidad y oportunidad es observando el porcentaje de la TEA que constituye emprendimiento por necesidad. Al hacer esto, 32 % de los emprendedores en etapa temprana en El Salvador lo son por necesidad, contrastando con el promedio latinoamericano de 25.6 % y con el promedio de las economías basadas en la eficiencia, que es de 27.2 %. Visto de otra manera, en El Salvador hay 2.1 emprendedores motivados por oportunidad por cada emprendedor motivado por necesidad. En América Latina, existen países como Uruguay, Perú, Chile y Costa Rica donde este cociente es superior a 4, mientras que Colombia y Guatemala presentan valores menores al de El Salvador (2.0 y 1.5, respectivamente).

**Recuadro 1. El impacto del clima de violencia en el entorno emprendedor**

La encuesta a la población adulta 2014 incluyó algunas preguntas especiales sobre la forma en que la violencia modifica las expectativas de los emprendedores y los obliga a incurrir en costos adicionales. Aunque es difícil indagar sobre las percepciones de la violencia ya que este es un tema sensible del que las personas no desean hablar, en especial cuando la encuesta se realiza en una comunidad fuertemente afectada por la misma, es posible rescatar algunas posturas e impactos, que deberían ser considerados como pisos del verdadero valor, pues habrá un sesgo a subestimar los impactos de parte de los entrevistados.

En relación con el cierre de los negocios, se incluyó una pregunta sobre si la inseguridad fue un motivo importante para abandonar el negocio. El 75.6 % de los entrevistados que han dejado un negocio y respondieron la pregunta señalan que sí lo es; y solo 24.4 % responden que no. Esto señala que la inseguridad es un factor de gran relevancia para explicar la elevada tasa de cierre de negocios, aunque no es posible, a partir de los datos, determinar la importancia relativa de la criminalidad frente a otros elementos. Un factor que dificulta cuantificar la importancia de la inseguridad es la reticencia de las personas a mencionar la forma en que este fenómeno las afecta, ya que temen por las represalias de revelar esa información, al tratarse de encuestas cara a cara y realizadas dentro de la comunidad donde se vive en esa situación.

Otra pregunta, hecha a todos los emprendedores en etapa temprana, indaga si están preocupados por el efecto que la inseguridad va a tener sobre su negocio. El 83.4 % de los entrevistados contestan en forma afirmativa.

Finalmente, se indaga sobre los gastos que los emprendedores en etapa temprana planean realizar debido a la situación de inseguridad. El 18.7 % de los encuestados indica que gastarán en defensas metálicas, puertas reforzadas y otras barreras físicas. Un 6.8 % indica que además instalará sistemas de vigilancia o alarmas, y 12.9 %, que pagará vigilancia privada para protegerse de posibles hechos de violencia. Considerando que la gran mayoría de negocios en la muestra son emprendimientos a pequeña escala, que atienden el mercado local, estos gastos significan un costo adicional para sus negocios. Esto pone en riesgo la sostenibilidad de los emprendimientos, si se suma al total de negocios que son extorsionados (algo que no se pregunta en la APS), sobre el que hay múltiples estimaciones como la de FUSADES (2014) que, con su encuesta propia, señala que 30 % de los negocios son extorsionados, pero que también menciona el estimado del Consejo Nacional de la Pequeña Empresa (CONAPES) donde el porcentaje de negocios extorsionados asciende a 79 %.

Un reto que se plantea acá para la política relacionada con el emprendimiento es reducir la proporción de emprendimientos por necesidad, lo que se puede abordar desde varios ángulos: promoviendo la generación de empleos en la economía, apoyando a los emprendedores para que exploten oportunidades de mercado y pasen de la mera subsistencia, o generando un mecanismo de protección social que evite que las personas se vean obligadas al autoempleo para sobrevivir, al no tener otra fuente de generación de ingresos (por ejemplo, las personas jubiladas que no tienen pensión o para las que la pensión es insuficiente). También entran acá políticas específicas que ayudan a la inserción laboral, como el apoyo en el cuidado de los hijos para las mujeres que son madres. Finalmente, la mejora del clima económico y la reducción de las restricciones impuestas por la inseguridad también contribuirían a aumentar las oportunidades disponibles para emprender rentablemente y para que los negocios ya establecidos generen empleos adicionales.

Una clasificación adicional identifica a los emprendedores motivados por la mejora; es decir, a los que afirman haber sido motivados por una oportunidad de negocio y que, además, buscan mejorar su nivel de ingresos. En El Salvador, este porcentaje es de 10.6 % de los adultos entre 18 y 64 años, o bien, 54.5 % de la TEA, un valor superior al promedio latinoamericano de 50.4 %. El dato anterior señala que la mayoría de emprendedores en etapa temprana esperan no solamente obtener una fuente de ingresos con sus negocios, sino también mejorar su nivel de vida mediante la generación de más altos ingresos. Caben dos interpretaciones para este hecho: es un reflejo de la ambición y las oportunidades disponibles para este porcentaje de emprendedores, o simplemente el emprendimiento es una opción de generación de ingresos

con mejor potencial que el trabajo remunerado, que en El Salvador es predominantemente informal y de bajos salarios.

En cuanto a los emprendedores establecidos, 53.6 % expresan que se encuentran en su negocio por falta de oportunidades laborales y son, por tanto, emprendedores por necesidad. Esto refuerza la idea de que no solamente hace falta aumentar las tasas de emprendimiento nuevo, sino también potenciar los negocios establecidos o motivarlos a emprender diferentes actividades con mayor potencial. Esto no es fácil ya que las condiciones que han empujado a las personas a negocios con bajo potencial son las mismas que dificultan la entrada en otros nichos o su inserción en el mercado laboral.

La elevada tasa de negocios por necesidad entre los emprendedores establecidos es también un indicador del reducido potencial de crecimiento que poseen estos negocios, lo que debería propiciar políticas que motiven la reconversión de estos negocios o la incorporación a la fuerza laboral asalariada de sus propietarios. Mientras eso no suceda, los emprendimientos establecidos motivados por necesidad seguirán teniendo una función importante al proporcionar ingresos a una población que carece de otras opciones.

## Notas del capítulo

1. Este total es inferior al de la suma de la TEA y la tasa de emprendedores establecidos debido a que algunas personas poseen tanto negocios en etapa temprana como negocios establecidos.
2. Esto asume que los abandonos son en su mayoría de negocios en etapa temprana, supuesto consistente con la elevada tasa de negocios establecidos.

### 3. Quiénes son los emprendedores salvadoreños

Este informe busca aportar datos que no solo permitan caracterizar el emprendimiento en El Salvador, sino también aportar elementos para el diseño de la política pública en el tema y promover el desarrollo del país, potenciando el emprendimiento en todos los grupos sociales, de modo que sirva como herramienta de inclusión y progreso social. Por ello, interesa conocer quiénes son los emprendedores salvadoreños, en términos de edad, nivel educativo, sexo y ubicación geográfica.

Este capítulo presenta un análisis descriptivo relativamente detallado que caracteriza a los emprendedores en El Salvador, es decir, responde a las preguntas de quiénes y cómo son los emprendedores en el país.

#### Género y emprendimiento

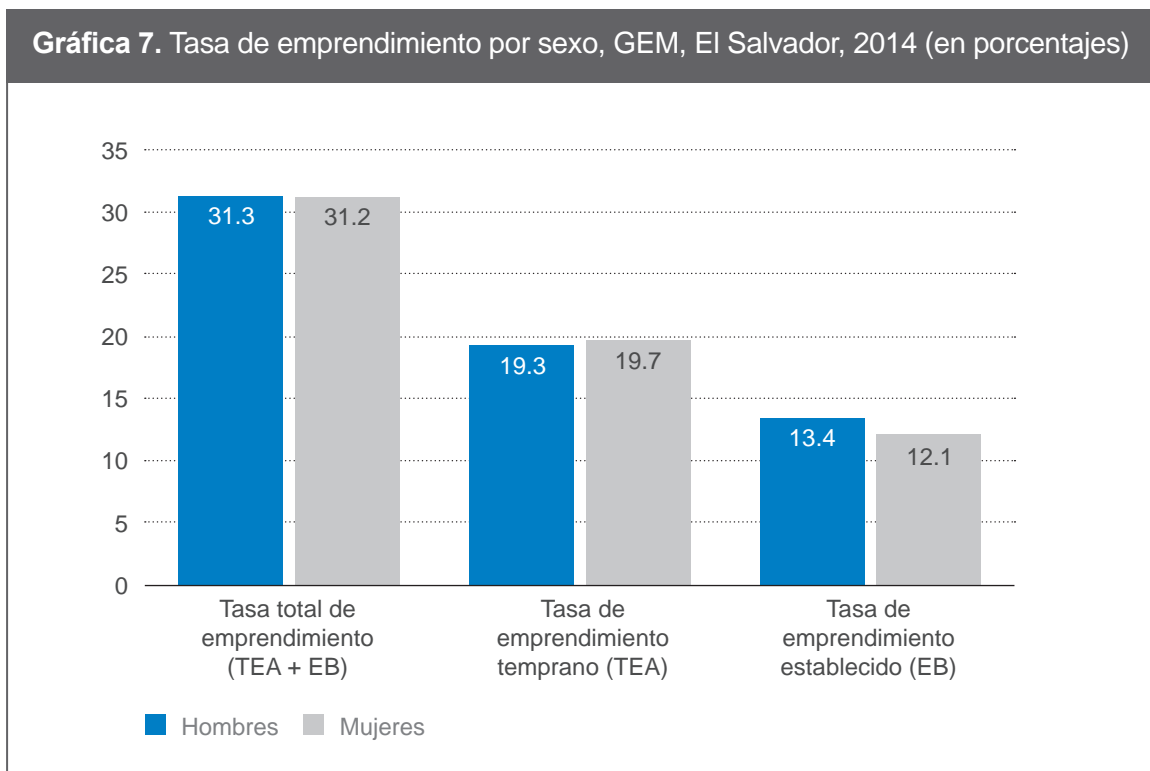
De acuerdo con la encuesta APS 2014, 31.2 % de la población entre 18 y 64 años es emprendedora. Este porcentaje se divide entre 18.5 % de emprendedores tempranos, 11.7 % de emprendedores establecidos y 1.0 % de emprendedores con más de un negocio, uno de los cuales está en etapa temprana y otro en etapa establecida. Al separar por sexo, se observa que la tasa de emprendimiento total es idéntica entre hombre y mujeres. Las diferencias entre las tasas de emprendimiento temprano y establecido al comparar por sexo no son significativas, aunque hay ligeramente más negocios tempranos y menos establecidos que son dirigidos por mujeres. En particular, se encuentra que hay más hombres (1.4 %) que mujeres (0.6 %) que tie-

nen tanto un negocio temprano como uno establecido (gráfica 7).

Lo anterior aplica a la proporción de emprendedores entre el total de la población. Sin embargo, si se toma como base solamente a las personas ocupadas, se encuentra que la proporción de mujeres emprendedoras es mucho mayor que la de hombres. Utilizando datos de la EHPM 2014, se encuentra que 18.9 % de los hombres en el rango de edad analizado (18 a 64 años) son inactivos o desempleados, mientras que 48.2 % de las mujeres en el mismo rango de edad lo son.

El dato anterior indica la enorme importancia del emprendimiento para las mujeres, pues tres de cada cuatro mujeres ocupadas realizan





**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

una actividad emprendedora (que, en muchos casos, es su segunda ocupación). Esto también contrasta fuertemente con los resultados a nivel internacional, donde la tasa de emprendimiento para las mujeres es significativamente más baja que para los hombres. Por ejemplo, en América Latina, la tasa de emprendimiento temprano entre hombres es de 21.7 % y entre mujeres es de 18.3 %, mientras que la tasa de emprendedores establecidos es de 9.9 % entre hombres y de 6.4 % entre mujeres.

### Emprendimiento y área geográfica

Al realizar una desagregación por área, se encuentra que el emprendimiento es mayor en la zona rural, con un porcentaje de 33.2 % de la población, mientras que en la zona urbana el

porcentaje de emprendedores es de 32.6 %, y se reduce a 28.5 % en el Área Metropolitana de San Salvador.

Las diferencias en la tasa de emprendimiento, sin embargo, se deben exclusivamente a la mayor tasa de emprendimiento establecido en la zona rural, que es de 14.3 % de la población, por encima del 11.9 % de la zona urbana. Las tasas de emprendimiento temprano son idénticas en cada área.

Al desagregar los patrones regionales por sexo, se observan algunas diferencias importantes. Por ejemplo, aunque la TEA sea ligeramente mayor para las mujeres que para los hombres, el patrón se revierte en la zona urbana, donde la TEA masculina es mayor en 3 % a la femenina. En cambio, en la zona rural, la diferencia es la

**Recuadro 2.** Emprendimiento y trabajo en la EHPM 2014 y la encuesta GEM El Salvador 2014

Los lectores que trabajan o están familiarizados con las estadísticas nacionales encontrarán diferencias importantes entre las tasas de participación laboral y de trabajo por cuenta propia entre el GEM y las estadísticas oficiales producidas por la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) a partir de la encuesta de hogares de propósitos múltiples (EHPM). En general, la EHPM reporta mayor porcentaje de ocupados que la encuesta GEM, mientras que la encuesta GEM reporta mayor porcentaje de emprendedores que la EHPM. Las principales razones de estas diferencias se resumen en la tabla A.

**Tabla A.** Diferencias entre las tasas de ocupación laboral de la EHPM y el GEM, El Salvador, 2014

	Patrono o cuenta propia		Emprendedor		Peso relativo de los emprendedores	
	EHPM	GEM	EHPM	GEM	EHPM	GEM
Total	65.1	51.8	20.0	31.2	30.7	60.2
Hombres	81.1	64.1	21.3	31.3	26.3	48.8
Mujeres	51.8	40.7	19.0	31.2	36.7	76.7

**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014 y la EHPM (DIGESTYC, 2014).

Las diferencias provienen de que las definiciones de emprendedor y de ocupado siguen metodologías diferentes en ambas encuestas, por lo que no son directamente comparables. Algunas diferencias importantes en las metodologías son:

- La categoría “emprendedor” en el GEM incluye tanto a personas ocupadas como inactivas, ya que es posible que alguien esté iniciando un negocio pero no haya obtenido remuneraciones ni sea empleador, por lo que la EHPM lo clasificaría como inactivo.
- La EHPM no posee una categoría ocupacional fácilmente identificable como “emprendedor”. Se han usado las categorías “empleador o patrono” y “trabajador por cuenta propia” como aproximaciones del emprendimiento, pero estas son solo un subconjunto del universo de emprendedores.
- Muchos emprendedores también son empleados, estudiantes o realizan las labores del hogar, y declaran esto como ocupación principal en la EHPM.
- En el GEM, la definición de ocupado es más estricta que en la EHPM, por lo que personas que realizan trabajos eventuales, muchos trabajadores a destajo y aquellos

## Recuadro 2. Emprendimiento y trabajo en la EHPM 2014 y la encuesta GEM El Salvador 2014 (continuación)

que trabajan pocas horas a la semana pueden ser clasificados como inactivos en el GEM, en especial aquellos que trabajan por cuenta propia, pero no declaran que su trabajo sea un negocio propio (por ejemplo, vendedores, agentes, etc.).

- El GEM no indaga sobre trabajadores ocupados en períodos de inactividad (vacaciones, incapacidad médica) ni sobre aquellos que poseen trabajos eventuales, pero se consideran ocupados en la EHPM. Por ello y por lo expresado en el párrafo anterior, el porcentaje de ocupados en el GEM parece ser significativamente inferior al reportado en la EHPM.

En resumen, la encuesta GEM no busca una caracterización completa del mercado laboral, sino enfocarse en las condiciones, aspiraciones y entorno de los emprendedores. Por otro lado, la EHPM, si bien es mucho más detallada sobre la situación laboral de las personas, lo hace desde el punto de vista de los empleados y no captura a la totalidad de los emprendedores ni indaga sobre sus características específicas.

La consistencia de los resultados de la encuesta GEM se apoya en una metodología estándar a nivel internacional, de manera que los resultados obtenidos en El Salvador son muy similares a los de países comparables (por ejemplo, Guatemala). Lo anterior permite confiar en haber obtenido una muestra representativa, si bien se emplean indicadores contruidos con metodologías diferentes a los reportados en las encuestas nacionales. La comprensión completa del mercado laboral salvadoreño, por tanto, requiere analizar los datos producidos por ambos instrumentos.

opuesta: la TEA femenina es mayor en 5.4 % a la de los hombres.

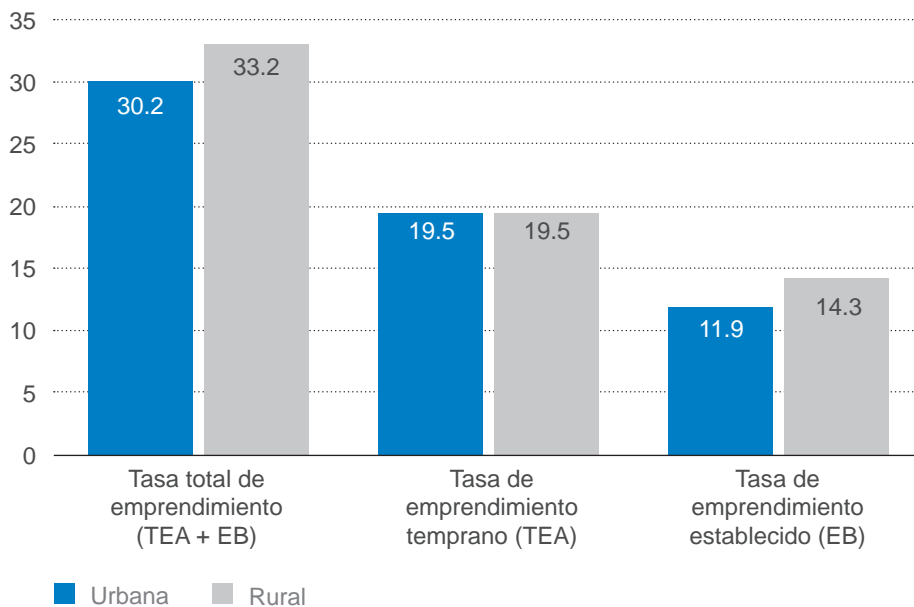
El patrón anterior es importante ya que en la zona rural la participación femenina en la fuerza laboral es muy baja (41 % según la EHPM 2014), comparada con la masculina (92 % según la misma fuente). Esto significa que en el área rural el emprendimiento es la principal ocupación de las mujeres, probablemente debido al menor número de empleos disponibles en el sector comercio y servicios, que son los que absorben la mayor parte del empleo femenino

y que se concentran en zonas urbanas. En cambio, para los hombres, existe mayor oferta de empleo agrícola.

Una posible justificación para la relativamente elevada tasa de emprendimiento femenino es que muchos pequeños negocios permiten continuar realizando las labores de cuidado de los hijos. Esto es especialmente importante para aquellas madres que no cuentan con redes de cuidado confiables (guarderías, familiares) y, por tanto, les resulta difícil incorporarse al mercado laboral formal.



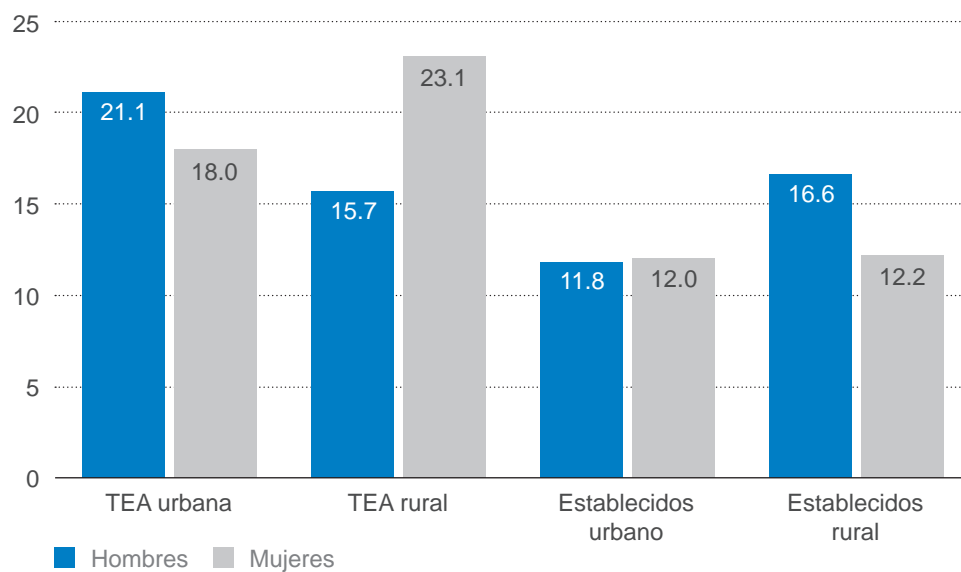
**Gráfica 8.** Tasa de emprendimiento por área urbana o rural, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)



47

**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

**Gráfica 9.** Tasa de emprendimiento por sexo y por área, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)



**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

### Edad y emprendimiento

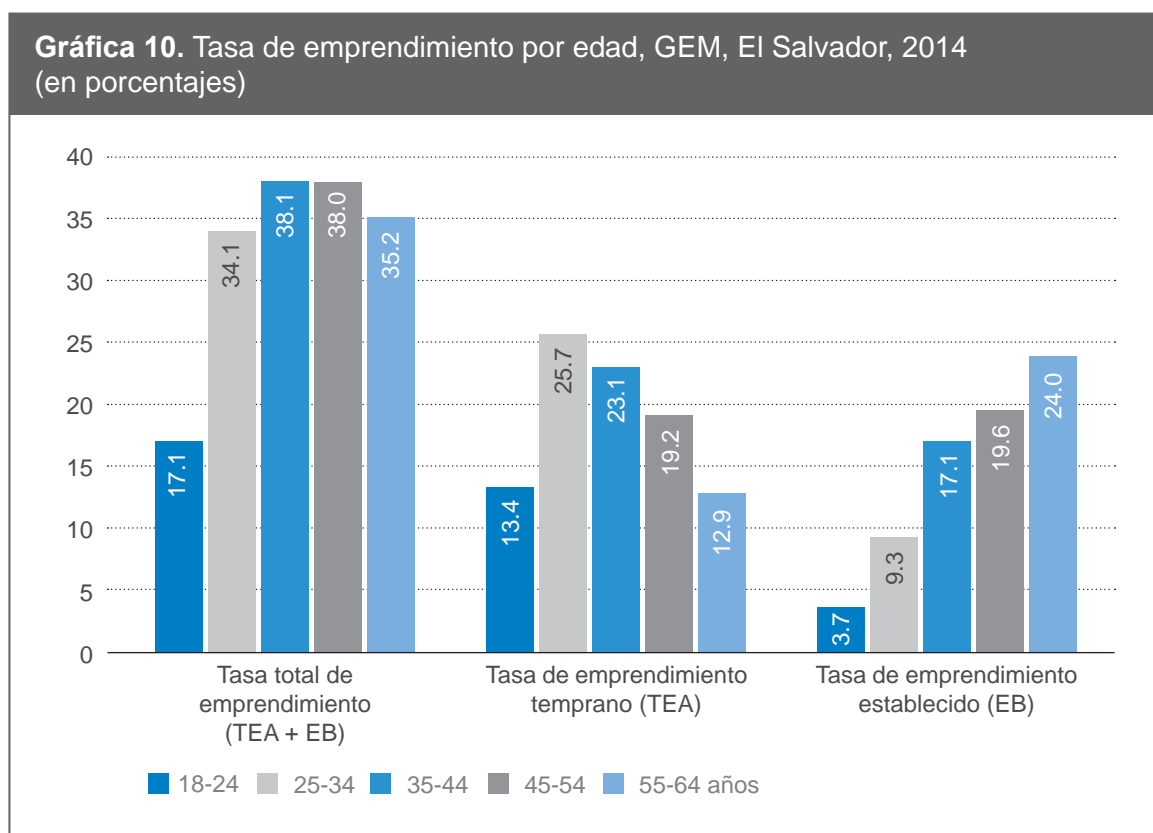
Al observar las tasas de emprendimiento por edad, se esperaría que los más jóvenes fuesen los más activos en generar nuevos negocios y, por lo tanto, que sus tasas de emprendimiento temprano fuesen más altas, mientras que para las personas de mayor edad, debiera ser más común que contaran con negocios establecidos, aun cuando siempre tuvieran la capacidad y la posibilidad de iniciar nuevos negocios.

En la gráfica 10 se muestra la tasa de emprendimiento total, temprano y establecido por grupo de edad. Se observa que el mayor valor de la tasa total de emprendimiento corresponde a los grupos entre 35 y 54 años, y alcanza el 38.1 %

del total de la población de la cohorte. Esto se explica porque en estos grupos, al mismo tiempo que poseen elevadas tasas de emprendimiento temprano, también cuentan ya con muchos negocios establecidos.

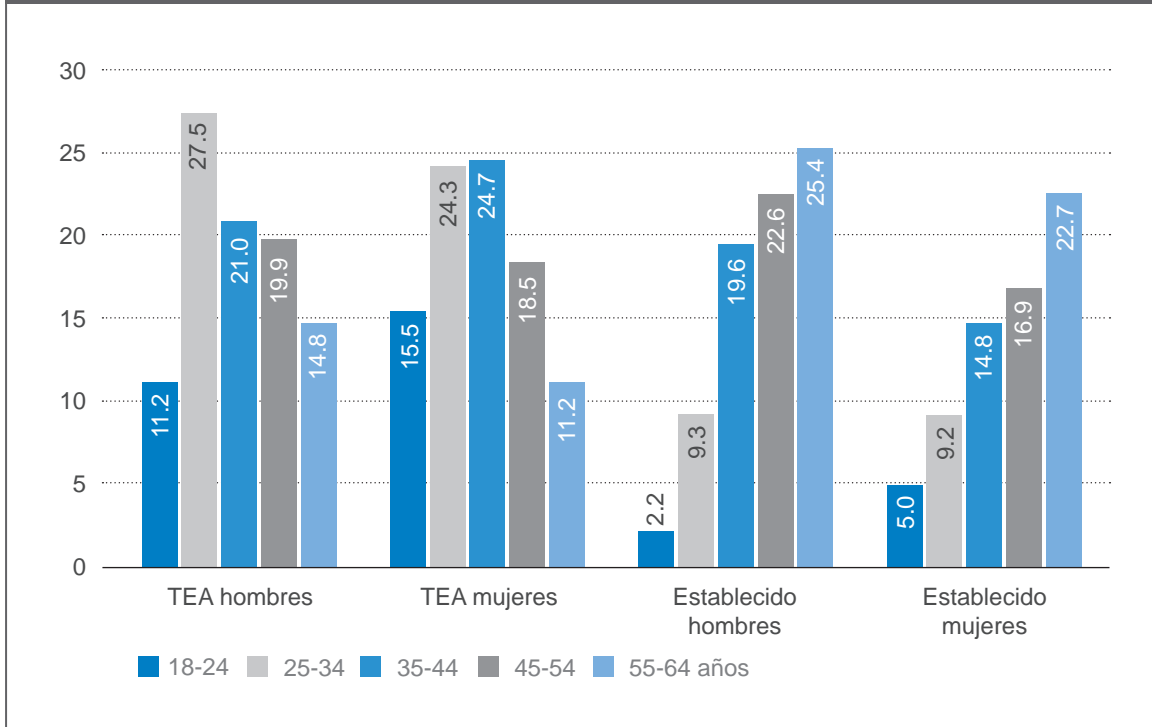
Previsiblemente, la mayor tasa de emprendimiento temprano se encuentra entre los adultos jóvenes, de 25 a 34 años, y la más baja entre los adultos al final de su vida laboral, entre los 55 y los 64 años. En cambio, la tasa más alta de emprendimiento establecido está en ese último grupo, mientras que la más baja, entre los jóvenes de 18 a 24 años. Esto es consistente con los hallazgos a nivel global, donde se encuentra que el grupo de los adultos jóvenes y de mediana edad son los más propensos a iniciar nuevos negocios.

48



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

**Gráfica 11.** Tasas de emprendimiento por edad y sexo, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)



**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

El grupo que presenta mayores diferencias con el resto de cohortes es el de los jóvenes entre 18 y 24 años, que posee una tasa de emprendimiento total menor a la mitad del promedio para el resto de grupos. En particular, poseen una tasa muy baja (3.7 %) de negocios establecidos y una tasa también baja de emprendimientos tempranos (13.4 %). Aunque es fácil justificar que no existan muchos negocios establecidos (con más de tres años y medio de operar) entre los muy jóvenes, es más difícil explicar la baja tasa de negocios en etapa temprana. Sin embargo, se puede adelantar algunas razones, como que un porcentaje importante de este grupo aun estudia (27 % según la EHPM 2014), que muchos jóvenes no tienen el conocimiento de mercado o el capital necesario para iniciar un negocio, o que toda-

vía dependen económicamente de su familia y, por tanto, no enfrentan la necesidad de iniciar un negocio propio, aunque pueden participar del negocio familiar. A nivel internacional, se encuentra el mismo patrón, donde las mayores tasas de emprendimiento corresponden a los grupos de mediana edad (35 a 54 años).

Al realizar un análisis más detallado por edad y sexo como en la gráfica 11, se encuentran leves diferencias en las tasas de emprendimiento por edad entre hombres y mujeres, con mayor tendencia a emprender entre las mujeres jóvenes, mientras que esta tasa es mayor para los hombres entre los grupos de mayor edad. Esto se manifiesta tanto para los emprendedores tempranos como los establecidos, en forma más marcada para los segundos.

## Educación y emprendimiento

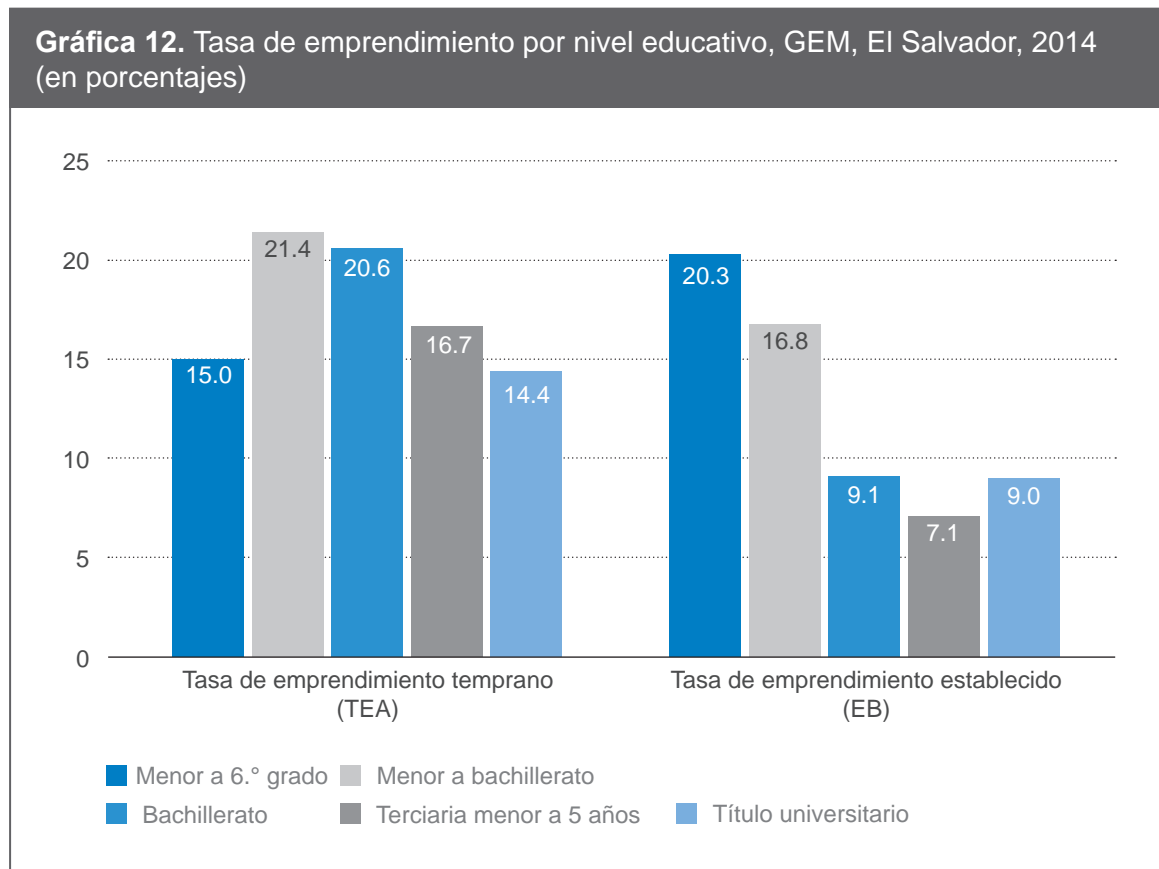
La relación entre educación y emprendimiento se muestra en la gráfica 12. Se pueden distinguir patrones diferentes para el emprendimiento temprano y el establecido, si bien son similares entre hombres y mujeres.

La TEA o emprendimiento temprano es mayor en los grupos con educación entre sexto grado y bachillerato, con un valor máximo entre aquellos que no han completado el bachillerato. En cambio, entre los que poseen un título universitario de cinco años (licenciatura, ingeniería, etc.), la tasa de emprendimiento temprano es menor. Asimismo, entre las mujeres y, especial-

mente, entre los hombres que no han alcanzado el sexto grado, la TEA es relativamente baja.

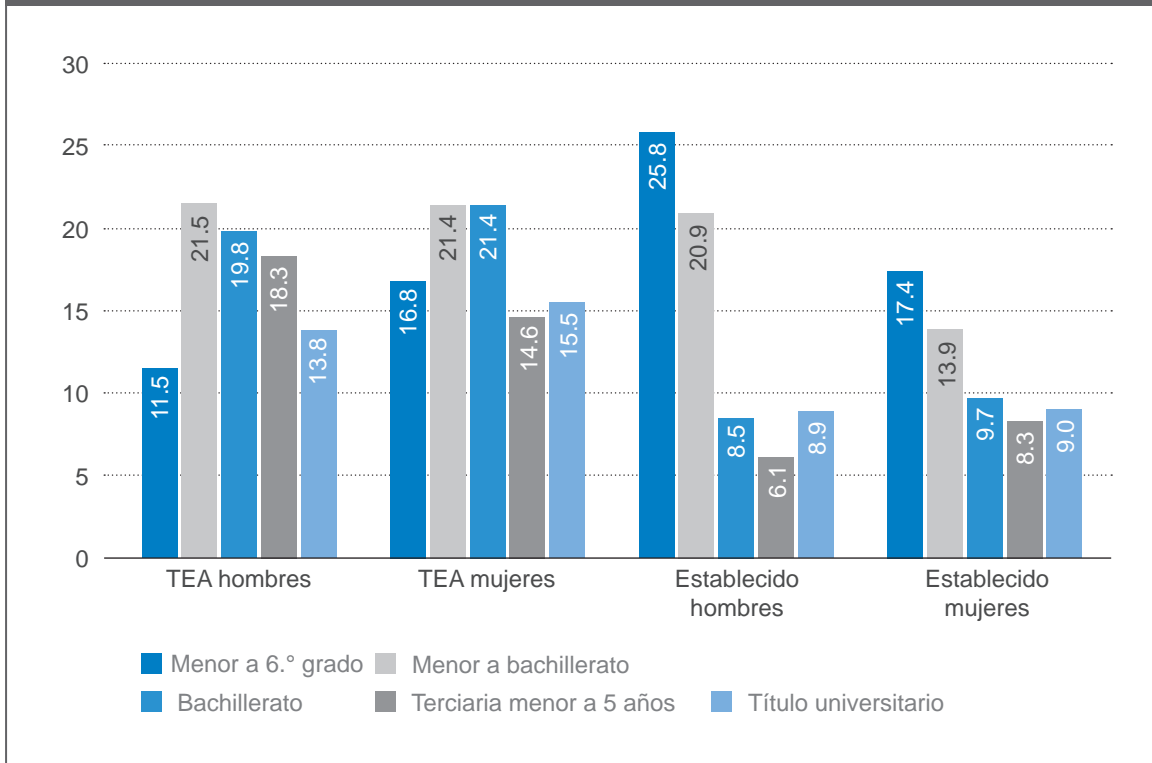
Una posible explicación al patrón encontrado es que el acceso al mercado laboral formal es mejor para las personas con educación superior, en especial si cuentan con título universitario. Por tanto, los emprendimientos por necesidad dejan de ser frecuentes entre las personas con mayor nivel educativo, y así se observa que estos grupos poseen menor dinámica emprendedora. Por otro lado, las personas con menor nivel educativo también poseen ingresos bajos y menor conocimiento de mercado, por lo que es más difícil para ellas emprender nuevos negocios.

50



**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

**Gráfica 13.** Tasas de emprendimiento establecido por nivel educativo y sexo, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)



**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

La segunda razón por la que las personas con menor nivel educativo poseen menor TEA es que muchas de ellas ya son emprendedoras: poseen negocios establecidos. La mayor incidencia de negocios establecidos se da entre las personas con educación menor de sexto grado, en especial entre los hombres de ese grupo, donde uno de cada cuatro posee un negocio con más de 3.5 años de operar. La menor incidencia de negocios establecidos está en las personas con educación terciaria que no poseen un título de cinco años.

Esto sugiere que el efecto del nivel educativo sobre el emprendimiento total es ambiguo. Las personas con mayor educación tienen mejor acceso a oportunidades laborales y, por tanto, me-

nor incentivo para emprender; pero también es cierto que suelen tener mejores conocimientos y dotación de recursos para iniciar un negocio. Por otro lado, las personas menos educadas pueden tener que recurrir al emprendimiento por necesidad o autoemplearse y mantenerse en un negocio establecido que corresponde a su oficio, por un período largo de tiempo. Un mejor análisis de este efecto podrá verse al distinguir entre emprendimiento por necesidad y oportunidad.

Finalmente, en la gráfica 13 se muestra la tasa de emprendimiento temprano y establecido por nivel educativo y sexo. Los patrones entre hombres y mujeres son similares, aunque se observan diferencias para ciertos niveles educativos:

por un lado, entre las personas con menor educación, hay mayor emprendimiento temprano y menor establecido entre las mujeres; al otro extremo de la distribución, las con título universitario poseen mayor TEA que los hombres con el mismo nivel educativo. Hay otras diferencias, aunque la tendencia a reducir el emprendimiento a medida avanza el nivel educativo es similar entre hombres y mujeres.

### Emprendimiento por necesidad y oportunidad

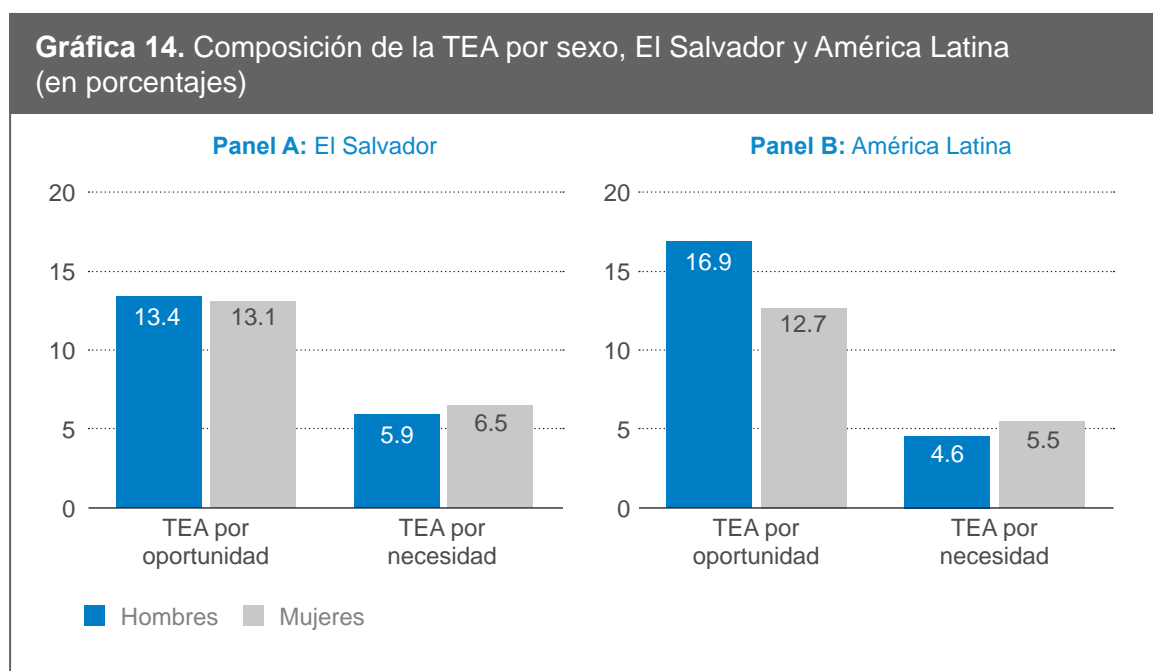
En el capítulo 2 se presentó la distinción entre emprendedores por oportunidad y necesidad en relación con la TEA: 6.2 % de la población entre 18 y 64 años es emprendedora por necesidad y 13.2 % por oportunidad. Es decir, 32 % de la TEA son emprendedores por necesidad. Este valor es el segundo más alto entre los países participantes de la región latinoamericana,

solo superado por Guatemala y Colombia, que muestran una tasa de emprendimiento por necesidad de 40.6 % y 33.3 %, respectivamente. En cuanto a los negocios establecidos, 41.3 % manifiestan serlo por necesidad y 58.7 % por oportunidad.

En esta sección se desea mostrar las diferencias en la composición de la TEA y los emprendedores establecidos, contrastándolas con variables demográficas como sexo, área de residencia y nivel educativo.

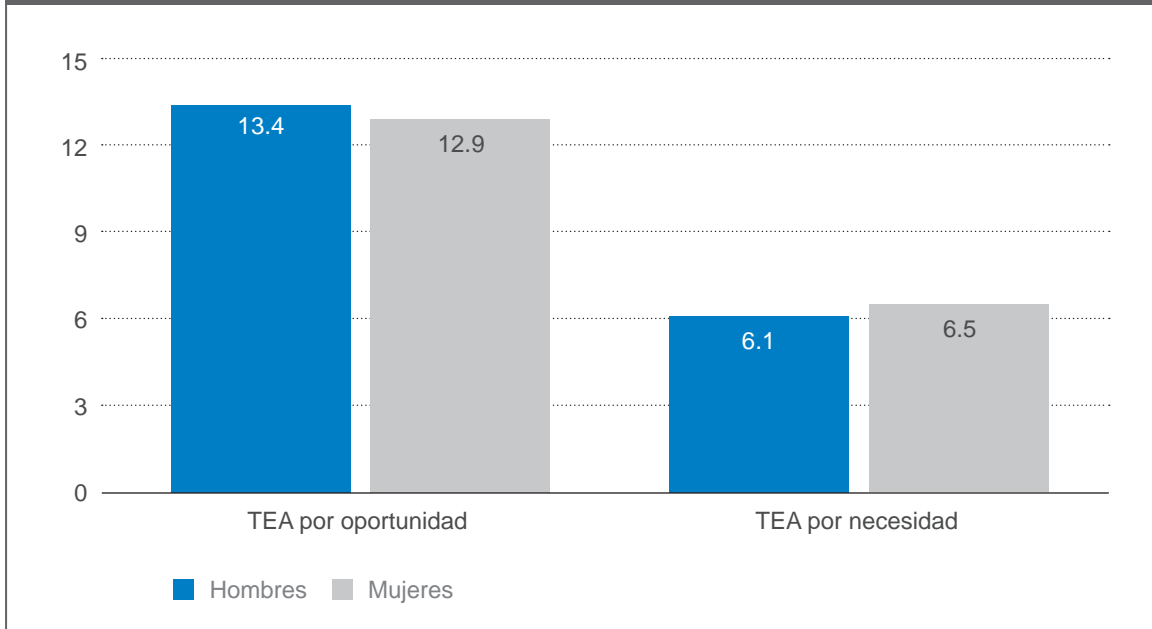
Al examinar la composición del emprendimiento por sexo y tipo de negocio (oportunidad o necesidad) se encuentra que los hombres poseen una tasa de emprendimiento por oportunidad ligeramente mayor (13.4 % versus 13.1 %) mientras que las mujeres presentan mayor tasa de emprendimiento por necesidad (6.5 % versus 5.9 % de los hombres). Las brechas de género, sin embargo, son menores a las observadas en la

52



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014 y base de datos GEM Global 2014.

**Gráfica 15.** Composición de la TEA por área, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)



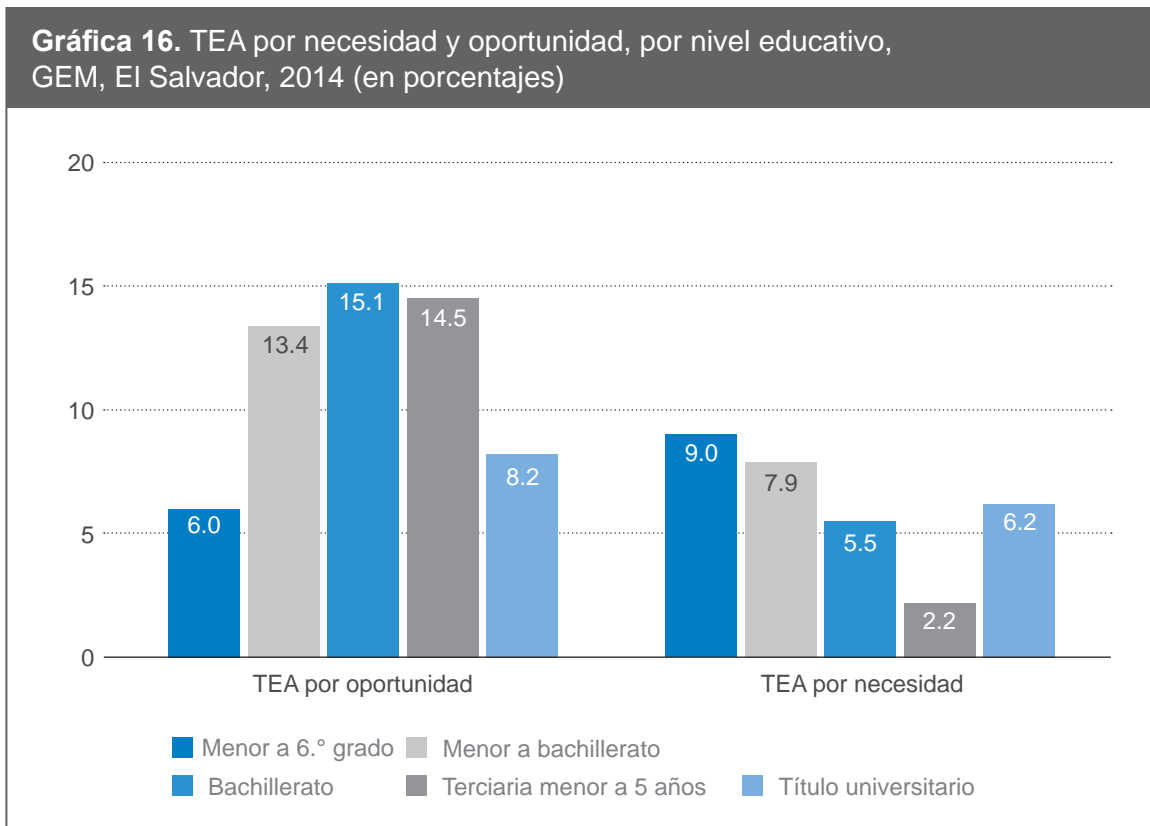
**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

región latinoamericana, donde la TEA por oportunidad es significativamente menor para las mujeres, con una diferencia de 4.2 %, mientras que la TEA por necesidad es mayor en 0.9 %.

El análisis anterior sugiere que en El Salvador las mujeres son relativamente más propensas a emprender por oportunidad, y que la brecha de género es muy pequeña (estadísticamente, no es posible decir que la TEA por oportunidad o necesidad es diferente entre hombres y mujeres), a diferencia de la mayoría de países de la región y del mundo.

Por área, se encuentra que la TEA por oportunidad es ligeramente mayor en zonas urbanas, y la TEA por necesidad en las zonas rurales. Sin embargo, las diferencias son pequeñas, sin significancia estadística.

Al contrastar la composición de la TEA por nivel educativo de los individuos, se encuentra que las personas con educación secundaria completa (bachillerato) son las más propensas a emprender por oportunidad, mientras que las personas con un bajo nivel educativo (que no han alcanzado sexto grado) poseen la más baja tasa de emprendimiento por oportunidad. En cambio, son precisamente las personas de menor nivel educativo las que tienen la mayor tasa de emprendimiento por necesidad. A medida que aumenta el nivel educativo, disminuye la tasa de emprendimiento por necesidad, llegando a 2.2 % entre los que poseen educación superior (incluyendo técnico universitario). La tendencia se revierte entre los que poseen título universitario, donde la tasa de emprendimiento por necesidad vuelve a ser elevada, de 6.2 %, mientras que la de emprendimiento por oportunidad es



**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

de 8.2 %, relativamente baja en relación con la de los otros grupos. No se tiene una explicación evidente para esa reversión. La explicación más obvia es un mercado laboral saturado para ciertos profesionales como abogados, administradores de empresas o educadores, las carre-

ras con mayor cantidad de graduados según el Ministerio de Educación (MINED, 2013) o también puede deberse a las expectativas de los graduados universitarios, que consideran sus negocios como motivados por necesidad, si no generan ingresos significativos.





## 4. Actitudes, percepciones y expectativas de los emprendedores

56

Este capítulo presenta los resultados de la encuesta a la población adulta (APS) en cuanto a las valoraciones sociales sobre el emprendimiento, la percepción de las propias capacidades para emprender y de las oportunidades que ofrece el mercado, así como las expectativas sobre el futuro del negocio.

### La valoración social del emprendimiento

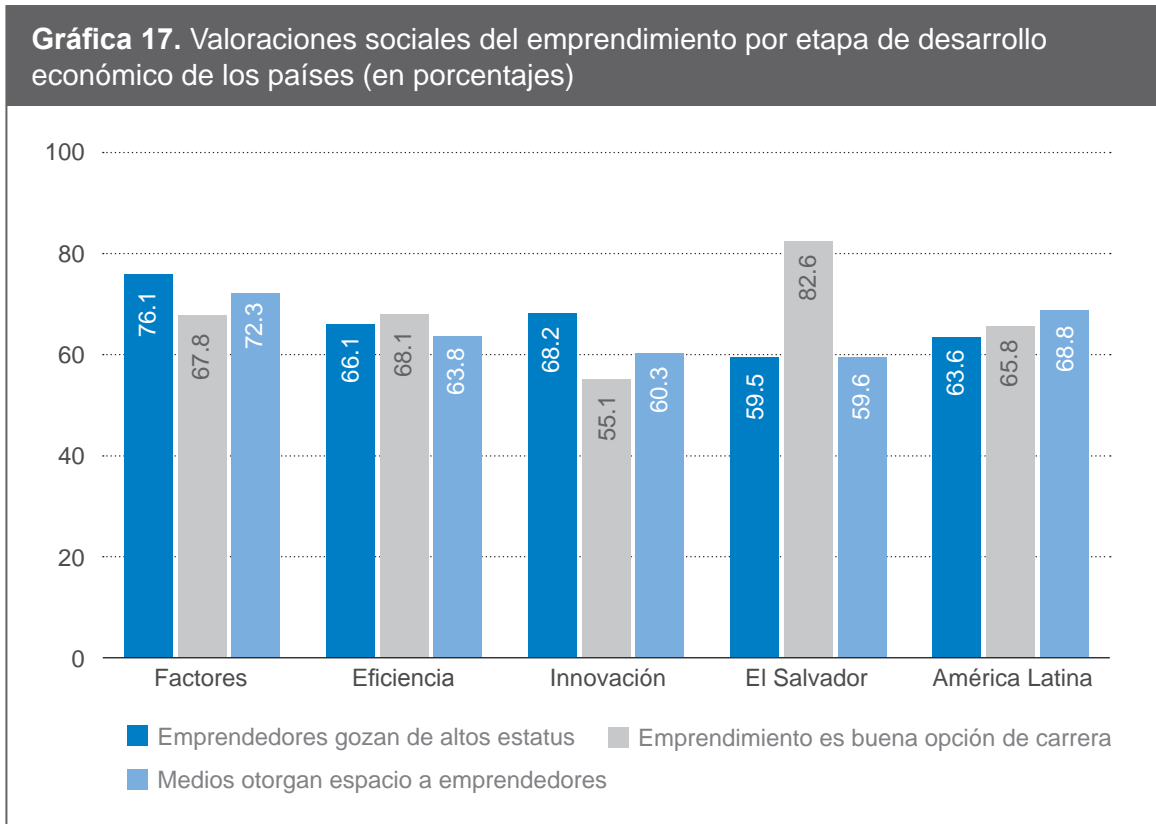
El GEM indaga cada año sobre las percepciones de la población acerca del emprendimiento, con relación a tres elementos importantes:

- Si la mayoría de personas considera que ser emprendedor es una buena elección de carrera.
- Si las personas perciben que los emprendedores con éxito gozan de un buen estatus y de respeto en la sociedad.
- Si las personas creen que los medios de comunicación masiva en el país otorgan espacio y resaltan los emprendimientos exitosos, motivando a otras personas a volverse emprendedoras y haciendo que el emprendimiento sea valorado positivamente por los ciudadanos.

En la mayoría de países, la percepción sobre los tres aspectos anteriores es positiva, es decir, la mayor parte de los entrevistados responden que el emprendimiento es una buena elección de carrera, que los emprendedores gozan de buen estatus y que los medios otorgan atención. Aun así, hay importantes variaciones regionales.

La gráfica 17 muestra los promedios de las valoraciones positivas sobre el emprendimiento, según el nivel de desarrollo económico de los países. Puede observarse que el emprendimiento se percibe en forma más positiva en los países con menor nivel de desarrollo, lo que es consistente con los mercados laborales más precarios y la existencia de nichos de negocio sin explotar. Esto es similar a lo que sucede con las tasas de actividad emprendedora, que son mayores en los países de menor desarrollo económico.





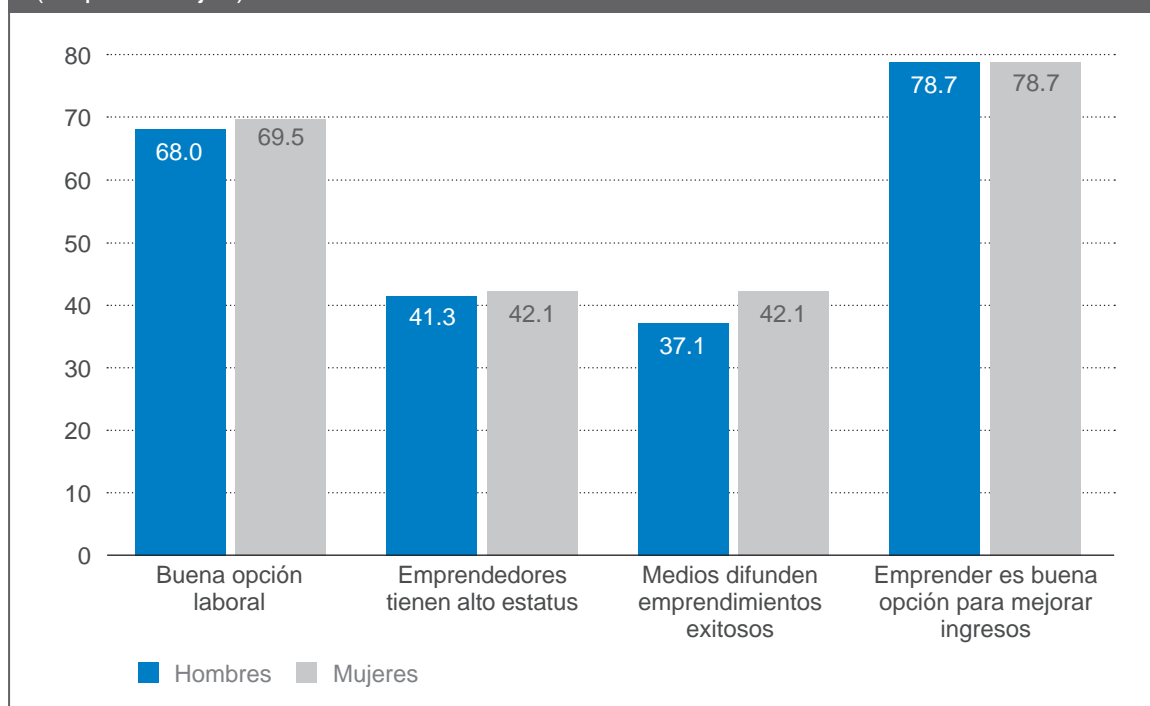
**Fuente:** Elaboración propia a partir de base de datos GEM Global 2014.

En El Salvador, el 82.6 % piensa que ser emprendedor es una buena opción de carrera, un porcentaje mayor al promedio en todos los países, incluido el promedio latinoamericano de 65.8 %. Además, el 59.5 % percibe que los emprendedores exitosos gozan de respeto y estatus en la sociedad. Esto es menor al promedio de 66.1 % de las economías basadas en la eficiencia y de 63.6 % de los países latinoamericanos.

Similar situación se observa con la percepción de que los medios otorgan espacio a los emprendedores. Mientras que en El Salvador el 59.6 % responde afirmativamente, el promedio latinoamericano es de 68.8 % y en las economías basadas en la eficiencia es de 63.8 %.

Los datos anteriores indican que en El Salvador las personas valoran mucho el emprendimiento como una opción laboral buena y deseable, pero no perciben que tenga tanto apoyo en la sociedad o tanta visibilidad como en otros países comparables. Una pregunta adicional, solo realizada a nivel nacional, señala que 78.7 % de los salvadoreños piensan que emprender un negocio es una buena opción para mejorar los ingresos de sus familias.

Al desagregar las opiniones sobre el emprendimiento por sexo, como muestra la gráfica 18, se observa que, en general, las mujeres poseen una valoración social ligeramente más positiva sobre el emprendimiento; la diferencia es signi-

**Gráfica 18.** Percepciones sobre el emprendimiento por sexo, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)

**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

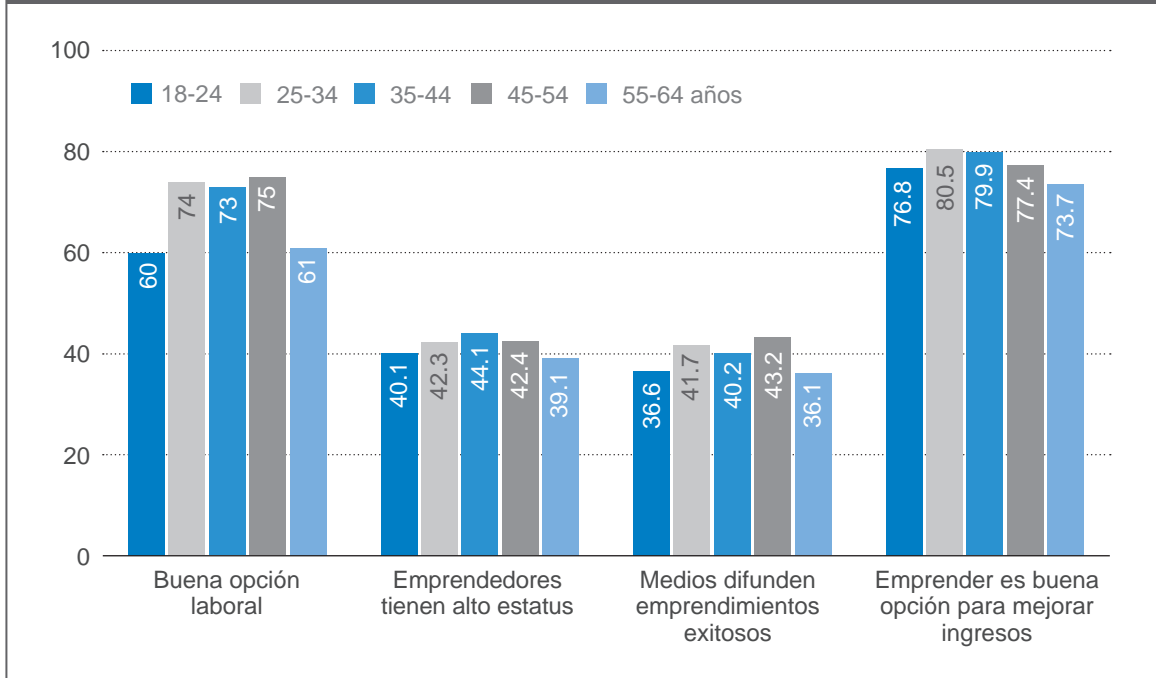
ficativa en relación con la percepción de que los medios de comunicación dan espacio a los emprendedores exitosos. Esto debiera potenciar el emprendimiento entre las mujeres, aunque es necesario conocer también los factores del entorno que afectan de manera específica a esta población y su tasa de emprendimiento.

La gráfica 19 muestra las percepciones sobre el emprendimiento por rango de edad. Para la percepción sobre si ser emprendedor es una buena elección de carrera, las personas de edades intermedias (entre los 25 y los 55 años) reportan percepciones más positivas que las más jóvenes o las mayores de 55 años. Esto corresponde, como se ve en el capítulo siguiente, con que más personas en estas edades son emprendedoras.

En relación con las percepciones sobre el estatus en la sociedad, el espacio en los medios del que gozan los emprendedores exitosos, y si el emprendimiento es una vía para mejorar los ingresos familiares, se observa un patrón similar, pero mucho menos marcado. En general, por tanto, las percepciones sobre el emprendimiento son más positivas entre los grupos de edad más emprendedores.

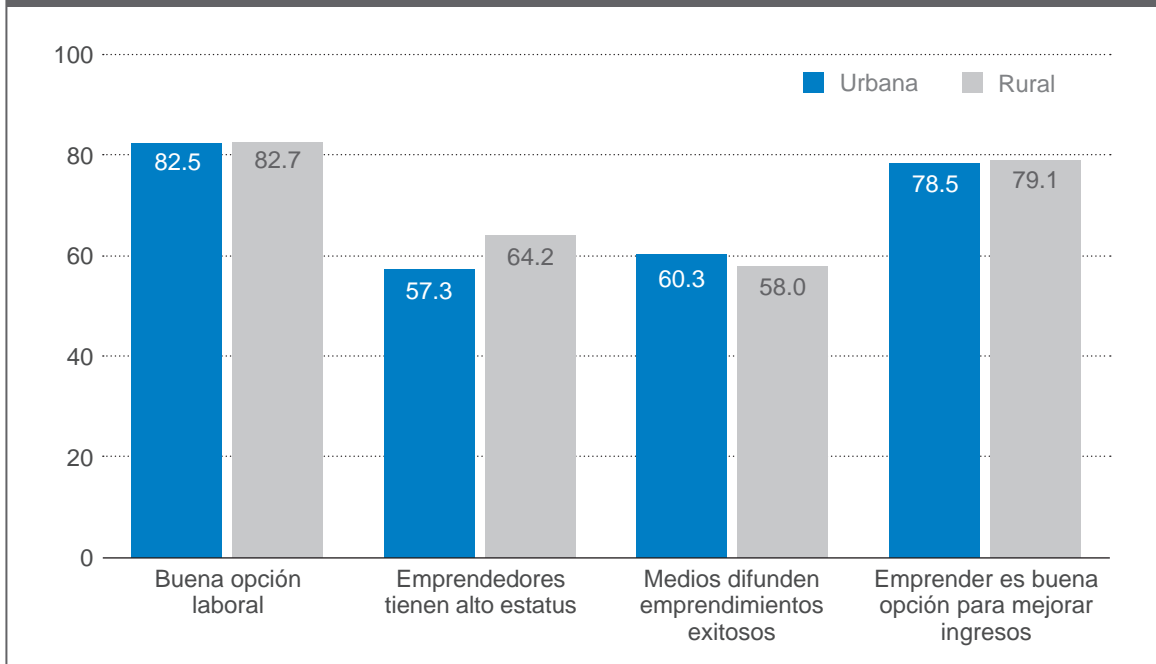
Al desagregar por área de residencia, se observa que las personas en la zona rural tienen una percepción más favorable sobre el estatus de los emprendedores exitosos, y percepciones estadísticamente similares (es decir, dentro del margen de error) para el resto de opiniones sobre el emprendimiento, como muestra la gráfica 20. Esto puede deberse a las condiciones del

**Gráfica 19.** Percepciones sobre el emprendimiento, por rango de edad, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

**Gráfica 20.** Percepciones sobre el emprendimiento por área de residencia, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

entorno rural, menos favorables para los nuevos negocios, o a las características de los habitantes de la región, que poseen menores ingresos y nivel educativo que los residentes urbanos, lo que dificulta el iniciar un negocio.

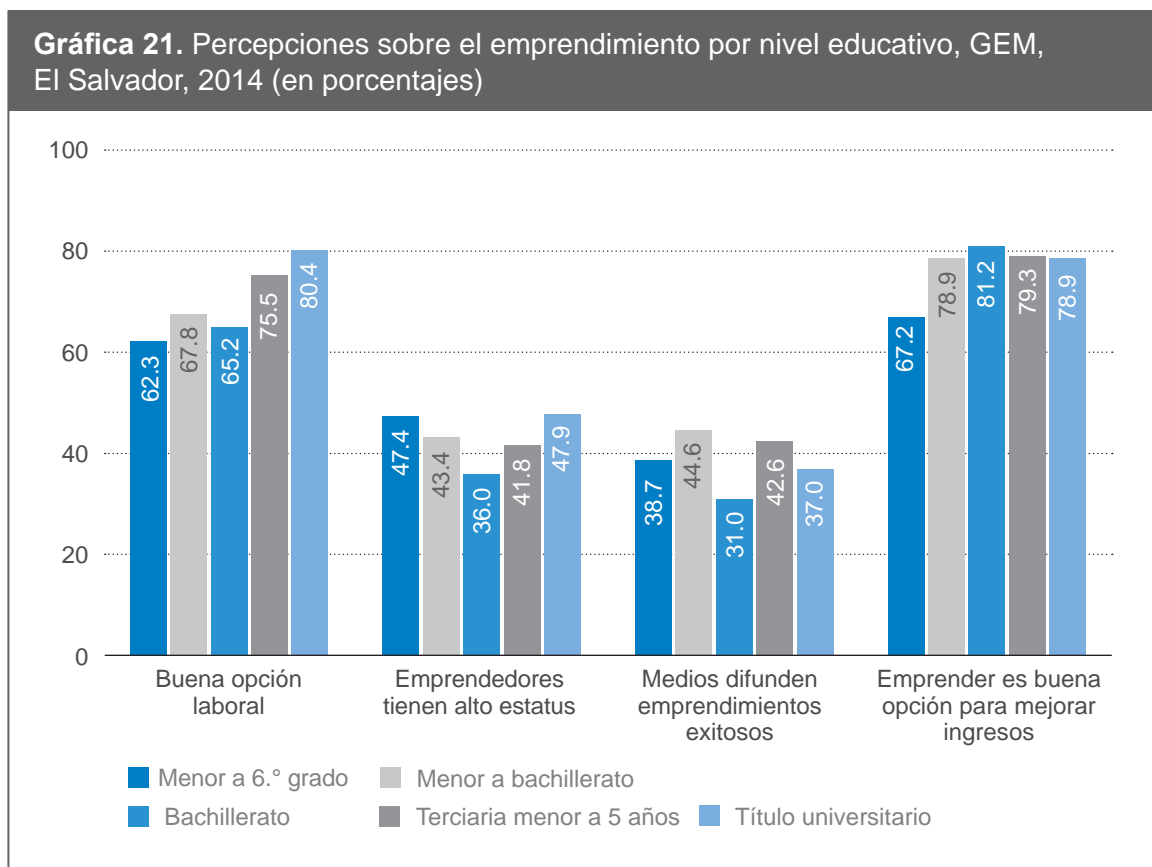
La gráfica 21 muestra las percepciones sobre el emprendimiento, según el nivel educativo de las personas encuestadas. Se observa que entre las personas más educadas es más prevalente la opinión de que emprender es una buena opción laboral, lo que contrasta con el hecho de que el emprendimiento total es menor en este grupo demográfico. Con respecto a la percepción de estatus y visibilidad mediática de los emprendedores, hay un patrón

donde las personas con educación secundaria (bachillerato) son las que perciben menor valoración social del emprendedor.

### La valoración de las capacidades y el potencial para emprender

El GEM indaga cada año sobre las percepciones de la población en cuanto al emprendimiento, en relación con tres elementos importantes:

- *Las oportunidades percibidas:* el GEM indaga sobre la existencia de oportunidades de negocio percibidas por la población, pues esto es una buena aproximación a la propensión



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

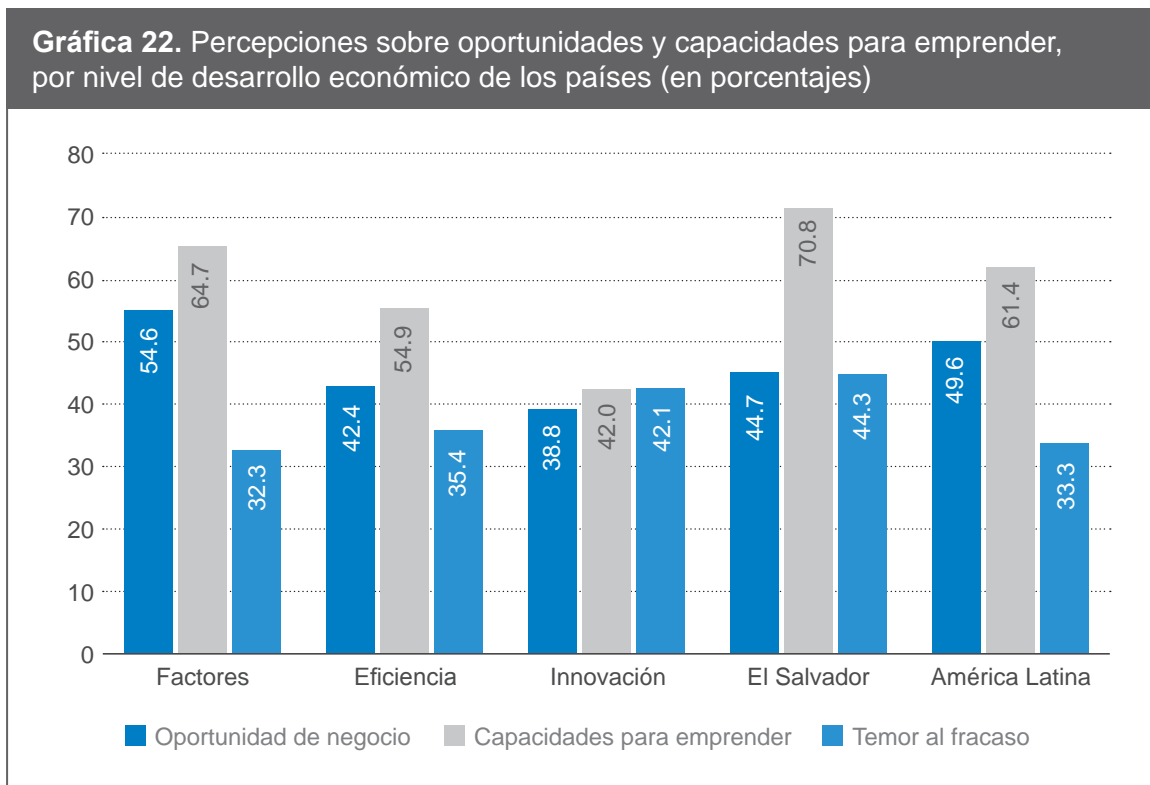
a emprender, en especial, negocios con mayor potencial de crecimiento. La percepción de oportunidades no implica la intención de emprender, ya que para ello deben concurrir otros factores, pero sí se asocia con una mayor intención a emprender.

- *La percepción de capacidades para poder manejar bien un negocio:* este indicador busca aproximar la autopercepción de las personas en relación con su capacidad de emprender. Si bien es cierto que esta auto-percepción puede estar sesgada y no mide necesariamente las capacidades objetivas, sí se asocia con la intención de emprender, en especial, negocios más ambiciosos.
- *La tasa de miedo al fracaso:* el GEM indaga, en el caso de que una persona declare que percibe una buena oportunidad de negocio, si el miedo al fracaso es una razón

para no emprender. Esto busca conocer las barreras socioemocionales a emprender, y es también un termómetro de los valores que predominan en la sociedad sobre tomar riesgos y aceptar fracasos.

La gráfica 22 muestra la tendencia de estas percepciones por nivel de desarrollo económico. En los países menos desarrollados, es decir, en las economías basadas en los factores, la percepción sobre las oportunidades de negocio y las capacidades para emprender es mayor, y aquellos que perciben oportunidades manifiestan menor temor al fracaso. Lo inverso sucede en las economías de mayor desarrollo.

Al igual que sucede con las percepciones sobre ser emprendedor, las nociones que se tienen sobre las capacidades propias y sobre las oportu-



Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos GEM Global 2014.



nidades del mercado dependen de las alternativas laborales y del desempeño de la economía. En economías más precarias, donde los negocios son menos ambiciosos, es posible que se perciban más oportunidades para emprender y mayor dotación de capacidades, pues los requerimientos para manejar un negocio son menores. El temor al fracaso también es menor dado que el costo de oportunidad (los ingresos de un empleo remunerado) es mayor.

Un 44.7 % de la población percibe buenas oportunidades para iniciar un negocio, lo que está por debajo del promedio latinoamericano de 2014, que es de 51.5 % de la población (tabla 4). Este

valor es, sin embargo, mayor que el reportado en 2012 para El Salvador, que fue de 42.9 %.

La tabla 5 muestra los porcentajes de la población que respondieron afirmativamente a las preguntas sobre la capacidad de emprender. Estos porcentajes se desagregan por la situación actual de la persona en relación con el ciclo de vida emprendedor. Como es predecible, las personas que manejan un negocio en alguna etapa son más optimistas sobre las oportunidades del mercado y las capacidades propias. En particular, los emprendedores en etapa temprana (que incluye a los emprendedores nacientes y nuevos) son los que presentan las valoraciones más positivas.

**Tabla 4.** Percepción de las oportunidades y capacidades para emprender, GEM El Salvador, 2012 y 2014

Variable	2012	2014	América Latina 2014
Oportunidades percibidas	42.9 %	44.7 %	51.5 %
Capacidades para el negocio	58.5 %	70.8 %	62.4 %
Miedo al fracaso (entre los que perciben oportunidades)	41.8 %	34.9 %	30.1 %
Intención de emprender (entre los que no poseen negocio actualmente)	39.6 %	23.1 %	33.8 %

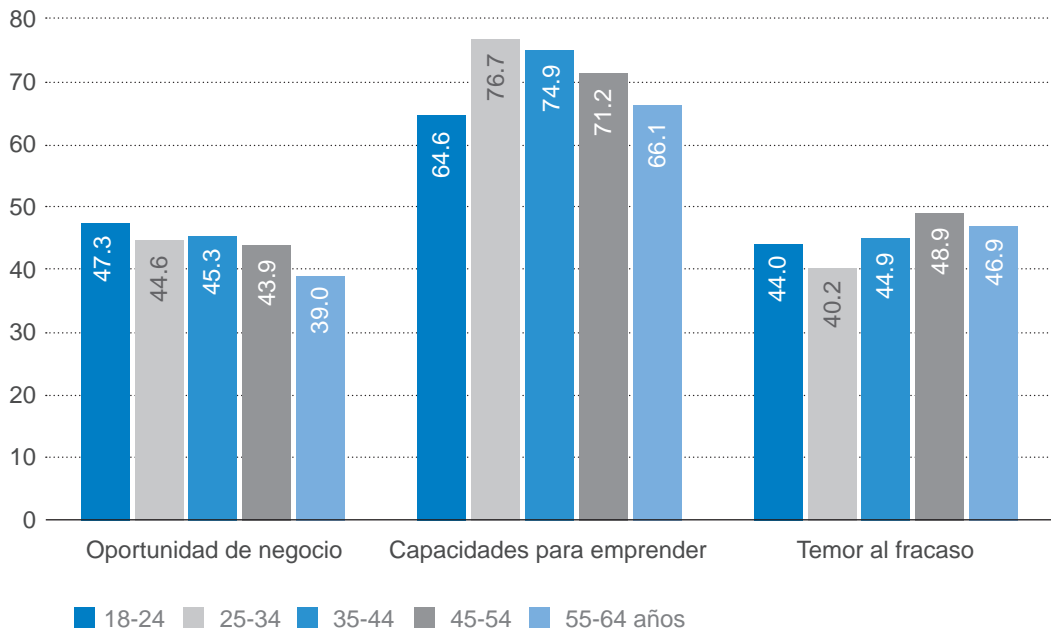
**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

**Tabla 5.** Capacidades y oportunidades para emprender, por situación respecto al emprendimiento, GEM El Salvador, 2014

Variable	No emprendedor	Con intención de emprender	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor establecido	Todos
Oportunidad de emprender	34.0 %	51.0 %	63.7 %	59.6 %	52.4 %	44.7 %
Capacidad para emprender	61.3 %	72.7 %	85.6 %	87.0 %	84.8 %	70.8 %

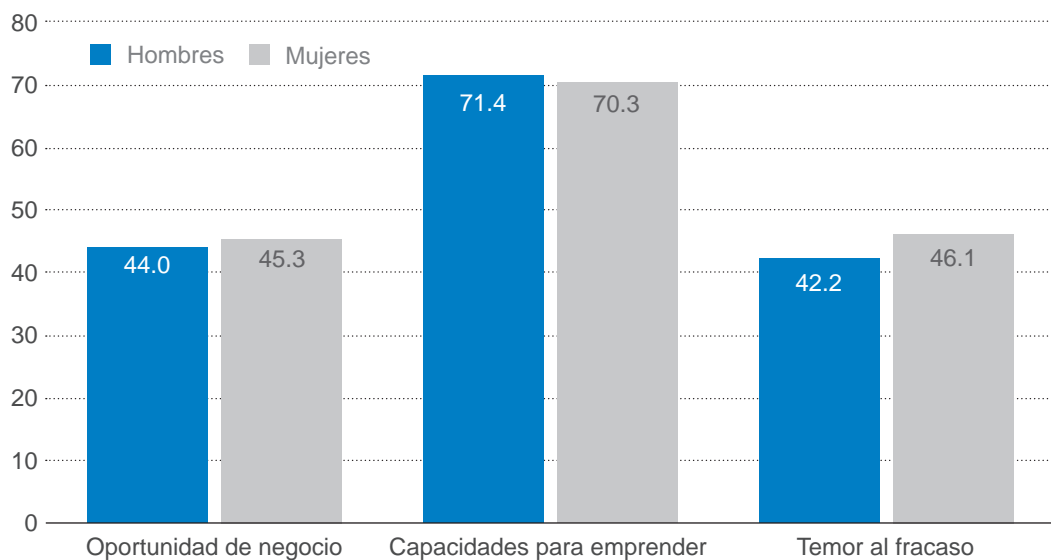
**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

**Gráfica 23.** Percepciones sobre oportunidades y capacidades para emprender, por edad, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

**Gráfica 24.** Percepciones sobre oportunidades y capacidad para emprender, por sexo, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

Las percepciones sobre la capacidad para emprender varían también de acuerdo con las características sociodemográficas. Por ejemplo, la gráfica 23 muestra el comportamiento de estas variables en relación con la edad de los entrevistados. La percepción de oportunidades de negocio es mayor entre las personas más jóvenes y va decreciendo a medida aumenta la edad de las personas.

En general, se observa una tendencia a percibir más oportunidades y capacidades, y a tener menor miedo al fracaso, entre las personas más jóvenes, aunque los grupos extremos en la distribución (los jóvenes entre 18 y 24 años, y las personas de 55 a 64 años) son las que rompen esta tendencia. En particular, los más jóvenes poseen peores percepciones que el grupo de edad contiguo, mientras que las personas de mayor edad en la muestra poseen mejor percepción de oportunidades y menor miedo al fracaso que las personas del grupo de edad inferior.

Aunque entre los más jóvenes (entre 18 y 24 años) la percepción de las propias capacidades para emprender es menor que en otros grupos etarios, el valor es relativamente elevado al compararlo con otros países latinoamericanos. El grupo de 25 a 34 años es el que posee mejor autopercepción, pues 76.7% afirma tener las capacidades necesarias para emprender un nuevo negocio. A partir de ahí, a mayor edad, hay un descenso moderado en la autopercepción de las capacidades para emprender.

Finalmente, el miedo al fracaso muestra un patrón similar: es mayor entre las personas más jóvenes o las de mayor edad, y el grupo de 25 a 34 años es el que menos se siente frenado por la posibilidad de fracasar en su negocio.

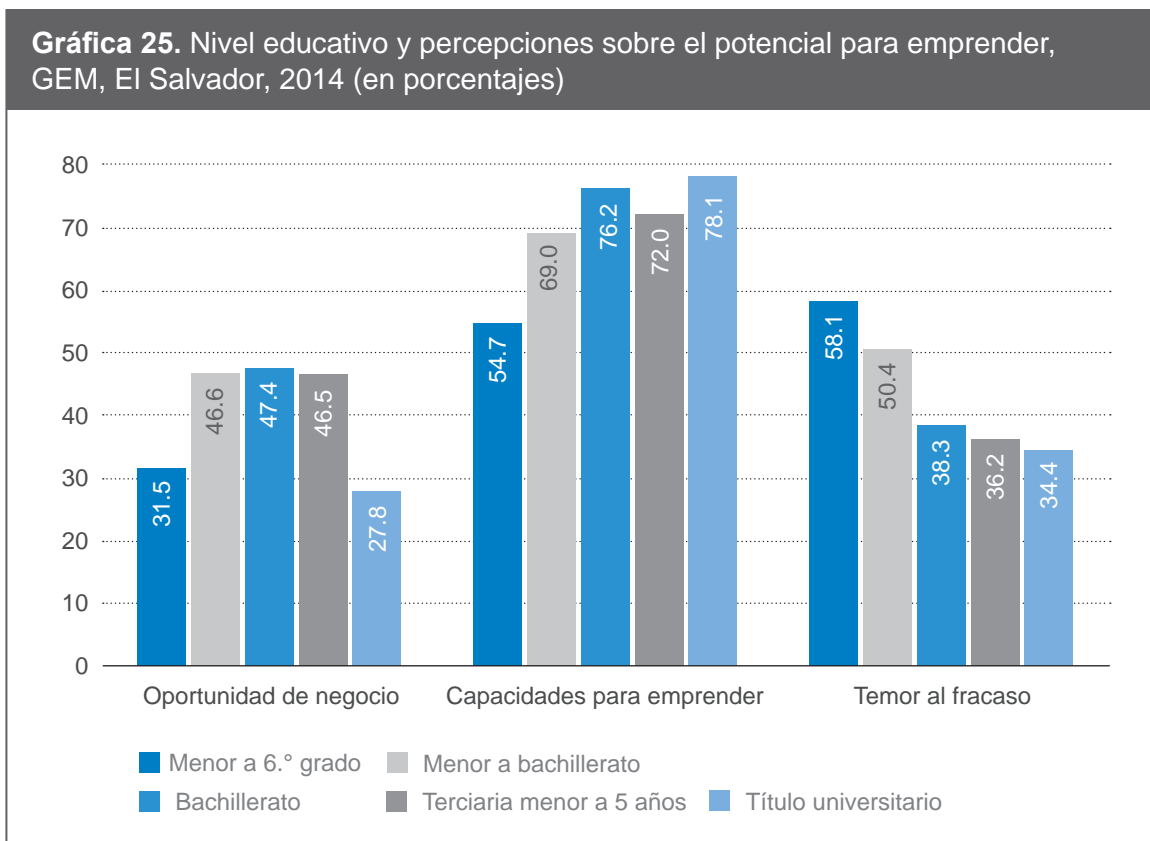
Resumiendo, las personas entre 25 y 34 años son las que muestran el mejor potencial de

emprender, ya que creen que existen oportunidades para emprender, que cuentan con las capacidades necesarias para hacerlo y poseen menor miedo al fracaso.

La gráfica 24 muestra las percepciones sobre la capacidad y oportunidad de emprender por sexo. En ella, se muestran menores percepciones de capacidad y mayores para la oportunidad de emprender entre las mujeres, pero estas no son significativas y las diferencias se encuentran dentro del margen de error de la encuesta. Solamente para el caso del indicador de miedo a fracasar las diferencias son significativas y señalan mayor temor al fracaso entre las mujeres, lo que puede deberse a menores alternativas laborales, menor acumulación de ahorros o mayores responsabilidades asumidas, así como a patrones culturales que deben ser identificados y analizados en trabajos posteriores. Por ejemplo, la literatura económica tradicional aporta evidencia de que las mujeres son más adversas al riesgo (Borghans, Golsteyn, Heckman y Meijers, 2009). Hay que recordar que las tasas efectivas de emprendimiento dependen no solamente de las actitudes y percepciones sobre el mismo, sino también de las condiciones económicas y laborales enfrentadas por las personas.

La gráfica 25 muestra la relación entre las percepciones sobre oportunidades y capacidades para emprender, la tasa de miedo al fracaso y el nivel educativo de las personas. En general, las personas con niveles intermedios de educación son las que perciben mayores oportunidades para emprender, mientras que la percepción es más baja entre los menos educados y los que tienen un título universitario.

También se observa una clara tendencia a que mayor educación se asocia con mejor percepción de capacidades y menor miedo a fracasar.



**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

Esto es coherente con la idea de que la educación secundaria y superior proporciona herramientas para conducir un negocio. Aparentemente, también es cierto que entre las personas más educadas, que perciben oportunidades de negocio, hay menos obstáculos subjetivos para emprender, aunque, como se dijo arriba, para las personas con educación universitaria, la percepción de oportunidades es significativamente menor.

Como se dijo arriba, los grupos con muy poca educación (menor a sexto grado) o con educación universitaria son significativamente más pesimistas en cuanto a las oportunidades para emprender, con 31.5 % y 27.8 % de respuestas positivas, respectivamente. En cambio, el resto

de la población muestra percepciones estadísticamente idénticas sobre la oportunidad para emprender, en torno al 47 %. Es posible conjeturar que esto se debería a las siguientes razones: una, la falta de capital y conocimiento del mercado de las personas con menor educación, que se ubican mayoritariamente en áreas rurales; y, dos, a que las personas con educación superior universitaria tienen más acceso al empleo formal, por lo que muchas de ellas no están buscando activamente otras oportunidades de ingresos como montar un negocio, o bien las oportunidades identificadas no les parecen satisfactorias.

Lo anterior sugiere que el grupo con mayor potencial de emprender es el que tiene educación

**El 23.1 % de quienes no son emprendedores declara tener la intención de iniciar un negocio, una marcada reducción desde el GEM 2012, donde 39.6 % tenía la intención de emprender.**



secundaria o técnica, pues al mismo tiempo que percibe más oportunidades de negocio, también se siente capacitado para manejar un emprendimiento y, en su mayoría, no está inhibido por el miedo al fracaso.

### La intención de iniciar un negocio

En la sección anterior se discutió un indicador importante dentro del marco metodológico del GEM. Este es el que muestra la intención de iniciar un negocio, que representa a aquellas personas que, sin ser emprendedoras en este momento, expresan su intención de iniciar un negocio en los próximos tres años.

En la tabla 4 se mostraba la evolución de las percepciones sobre la capacidad de emprender, en comparación con los datos de la primera edición del GEM El Salvador (2012). A pesar de la mejora observada en las percepciones sobre las oportunidades y capacidades para emprender, también se muestra entre 2012 y 2014 una baja sustancial en la intención de emprender, es decir, el porcentaje de personas que declaran que se proponen montar un negocio en los tres años siguientes a la fecha de la entrevista, descendió de 39.6 % a 23.1 % de la población.

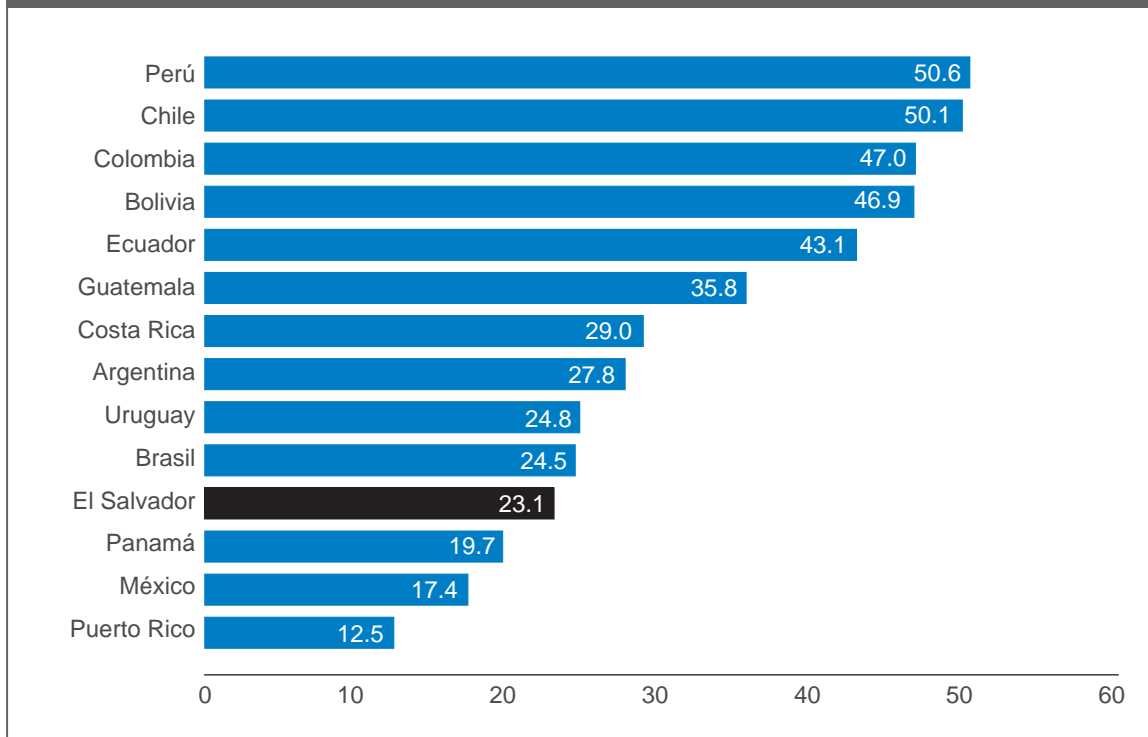
Estos dos resultados, la mejora en percepciones y la baja en la intención de emprender, son contradictorios. La diferencia entre ambas mediciones supera además con mucha claridad los márgenes de error de la encuesta. En El Salvador, la intención de emprender es inferior

al promedio latinoamericano de 33.8 % y al de países cercanos como Guatemala, donde 35.8 % de los no emprendedores tienen la intención de iniciar un negocio en los próximos tres años. La gráfica 26 muestra los valores de la intención de emprender para los países latinoamericanos participantes en la edición del GEM 2014. Puede observarse que El Salvador es, después de México y Panamá, el tercer país latinoamericano con la más baja intención de emprender. Hay que mencionar que esos otros dos países poseen mayores niveles de desarrollo y, por tanto, se esperaría que tuviesen menores tasas de intención emprendedora.

Varios factores pueden explicar la importante disminución de las tasas de intención emprendedora:

- Una mejora general en las condiciones del mercado laboral, como mejores ingresos, mayor formalidad laboral o mayor estabilidad esperada en el trabajo, producto de un clima económico positivo y estable.
- Cambios demográficos que apunten a una población con menor actividad económica: envejecimiento de la población, aumento de la migración y la recepción de remesas, disminución de la participación laboral femenina, etc. Es poco probable que estos cambios se manifiesten en un período tan corto, pues la estructura demográfica cambia de manera gradual.
- Un empeoramiento de las oportunidades de negocio, que reduzca la motivación a iniciar un emprendimiento (aunque más

**Gráfica 26.** Tasas de intención emprendedora en América Latina, GEM, 2014 (en porcentajes)



**Fuente:** Elaboración propia a partir de base de datos GEM Global 2014.

adelante las personas se vean obligadas a emprender por necesidad). Esto puede ser el reflejo de una economía estancada, de falta de recursos o capital para emprender, o de problemas sociales como la violencia, que en El Salvador es un problema serio, y que lo ubica como uno de los países con mayor tasa de homicidios en el mundo (UNODC, 2014). Además, la tasa de homicidios aumentó significativamente entre 2012 y 2014. También se menciona el elevado porcentaje de extorsiones: la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES, 2014) indica con datos producidos por Conapes (Consejo Nacional de la Pequeña Empresa

en El Salvador) que 79 % de los negocios son extorsionados en El Salvador.

Identificar cuál o cuáles de estas alternativas explica la reducción significativa en la intención de emprender es un tema para investigación posterior. Ciertamente, el lento crecimiento económico y la criminalidad representan restricciones para la actividad emprendedora. Las expectativas sobre el desempeño futuro del mercado y sobre el acceso a los recursos requeridos para emprender son también importantes. Sin embargo, como indicaba la tabla 4, ha habido una leve mejora en las expectativas sobre el mercado desde 2012, por lo que hay que buscar la explicación en otros factores.



## 5. Los tipos de negocios que se emprenden en El Salvador

El emprendimiento es un fenómeno heterogéneo. Abarca desde los pequeños negocios de subsistencia, como los vendedores ambulantes o los puestos de venta de alimentos en la calle, hasta los proyectos ambiciosos e innovadores. Por tal razón, es importante realizar análisis detallados y caracterizaciones de los emprendedores que informen a la política pública sobre las razones para emprender, los tipos de negocios, las intenciones de los propietarios, y las amenazas y debilidades que enfrentan. En este capítulo, se presenta una tipología de los negocios de los emprendedores salvadoreños, distinguiendo sus actividades, tamaño, expectativas e inserción en los mercados, entre otras variables.

### Los tipos de negocio que más se emprenden en El Salvador

Una primera pregunta es acerca de los tipos de negocio que predominan entre los emprendedores salvadoreños. La gráfica 27 muestra los giros de negocio más comunes, tanto para los negocios en etapa temprana (TEA) como para los ya establecidos. Se observa que los negocios dominantes corresponden a los sectores de comercio y de servicios.

Dentro de los emprendedores clasificados como TEA, son los pequeños comercios (donde predominan las ventas de ropa y de artículos personales) los que se encuentran con mayor frecuencia y que forman el 23 % de la TEA. Los puestos de venta de alimentos (que incluyen ventas ambulantes, ventas de helados, paletas, alimentos

típicos como tamales, etc.) son la segunda categoría más frecuente, y las tiendas de artículos básicos, el tercero, ambas categorías cercanas al 18 % de la TEA. Les siguen los restaurantes o comedores, y las pupuserías o tortillerías.

Entre los negocios establecidos, sobresalen las tiendas de productos básicos, que son 37 % del total. Les siguen las ventas de alimentos, los pequeños comercios y las pupuserías o tortillerías, como categorías de importancia relativa y que, entre las cuatro, suman el 69 % del total de negocios establecidos.

Se observa que los negocios más comunes son los que responden a las necesidades de consumo de la comunidad local y que requieren una inversión relativamente baja, además de una demanda constante, como es el caso de las tiendas

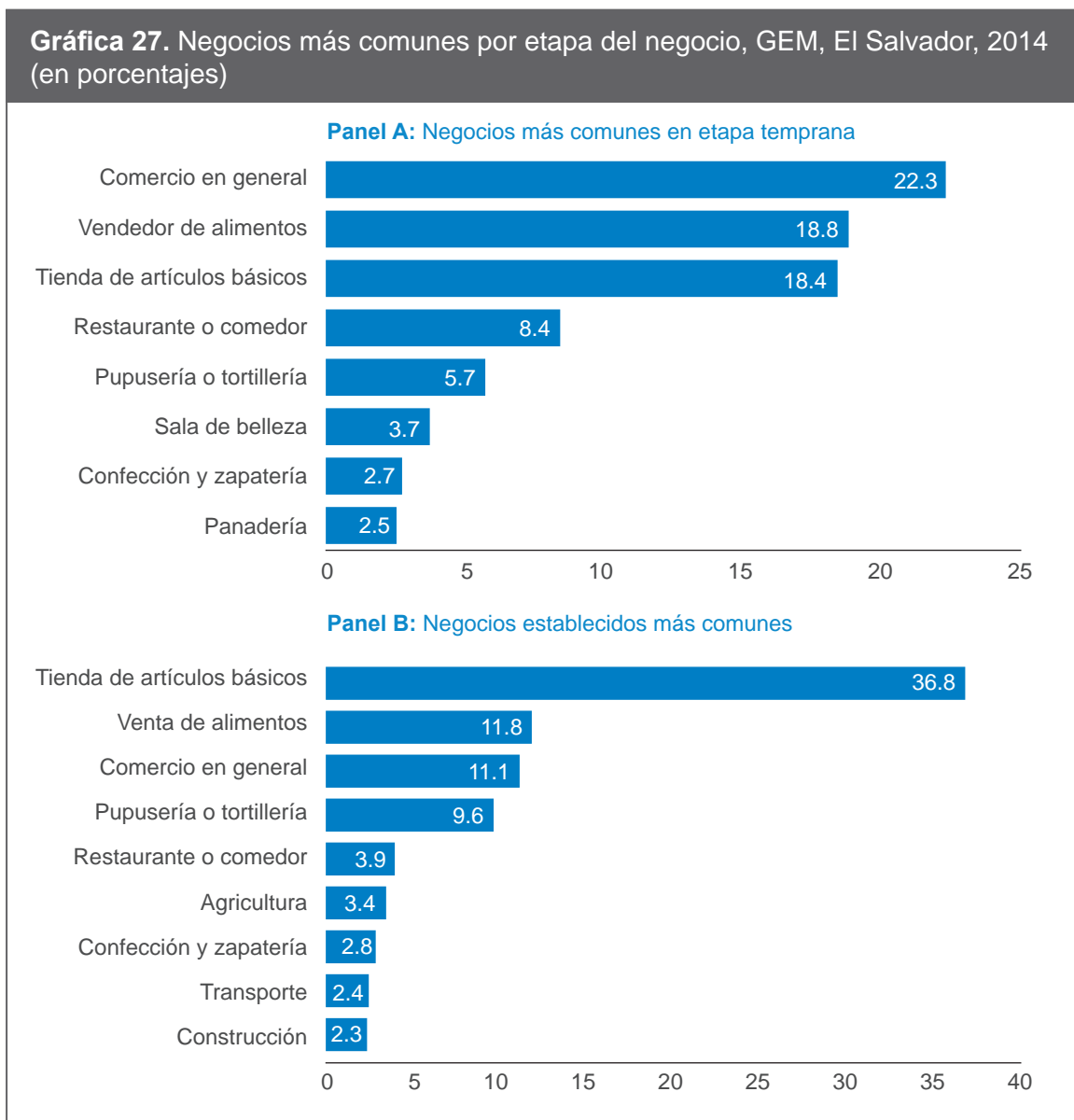




de barrio y de los diferentes tipos de ventas de productos alimenticios (comedores, pupuserías y tortillerías, puestos de venta de alimentos). Algunos comercios pueden estar dirigidos a un público más amplio, pero en general son negocios de tipo local y que necesitan poco conocimiento especializado, hacen uso de tecnologías tradicionales y requieren de poca sofisticación tecnológica.

En términos de la dinámica de los negocios, es interesante notar que las tiendas de productos básicos son mucho más prevalentes entre los negocios establecidos, lo que indica su relativa estabilidad; no se abren muchas tiendas nuevas, ya que el mercado está cubierto. Las pupuserías y tortillerías también muestran mayor prevalencia entre los negocios establecidos. En cambio, los restaurantes o comedores, y el comercio

72

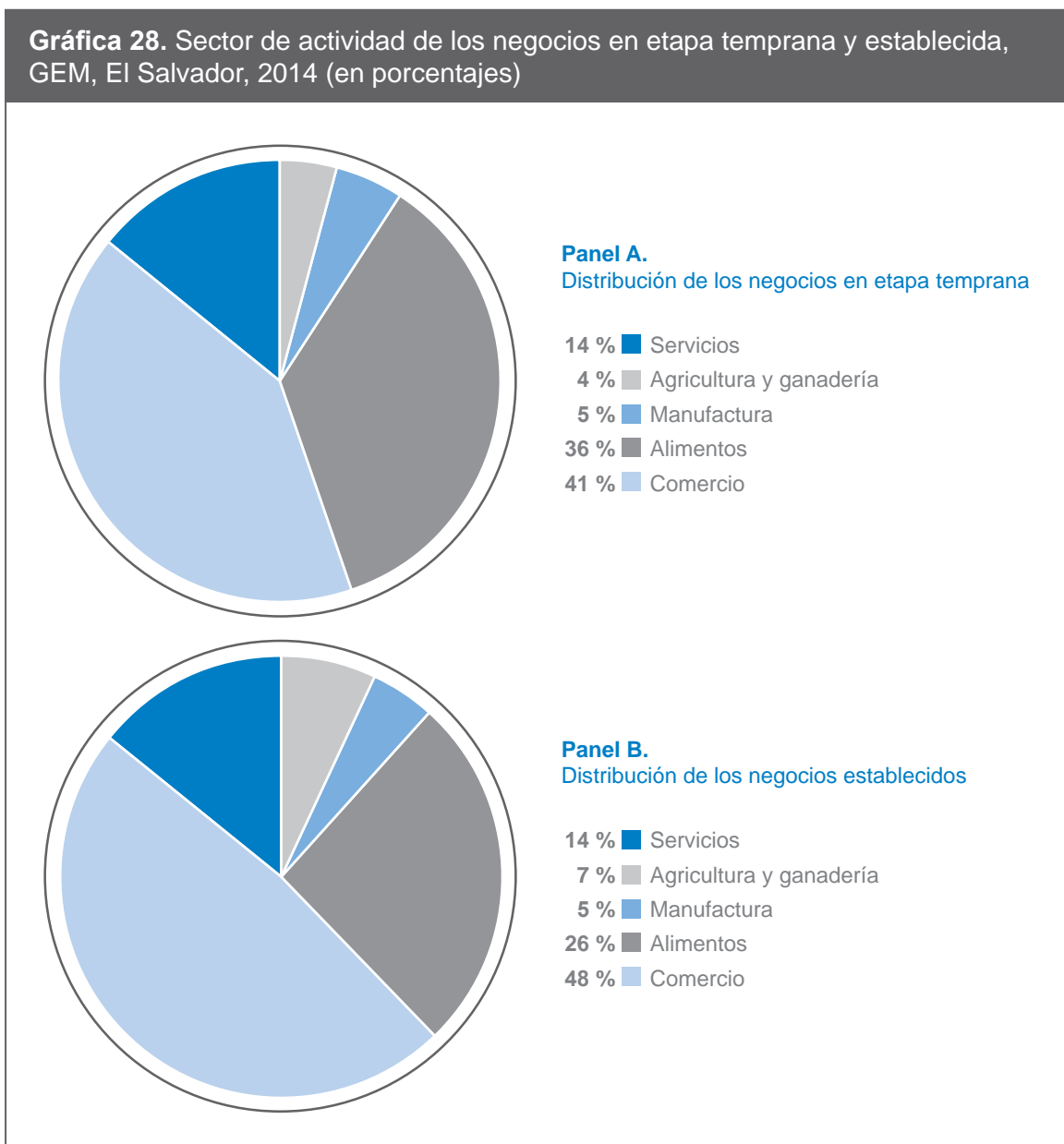


**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

en general, están relativamente poco representados en los negocios establecidos y son mucho más comunes dentro de la TEA, lo que indica que estos negocios son menos estables y, aunque se inician muchos de estos emprendimientos, un número importante de ellos no sobrevive para convertirse en negocios establecidos.

Al agrupar por sectores de actividad, se encuentra que el sector comercio es donde se desempeña la mayoría de emprendedores, con mayor prevalencia entre los emprendedores establecidos. Sin embargo, hay mayor prevalencia de negocios de venta de alimentos dentro de la TEA que en los negocios establecidos, y menor

**Gráfica 28.** Sector de actividad de los negocios en etapa temprana y establecida, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)



**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

importancia del sector primario (agricultura, ganadería, extracción) entre la TEA.

**Tipo de negocio dentro de la TEA por oportunidad y necesidad**

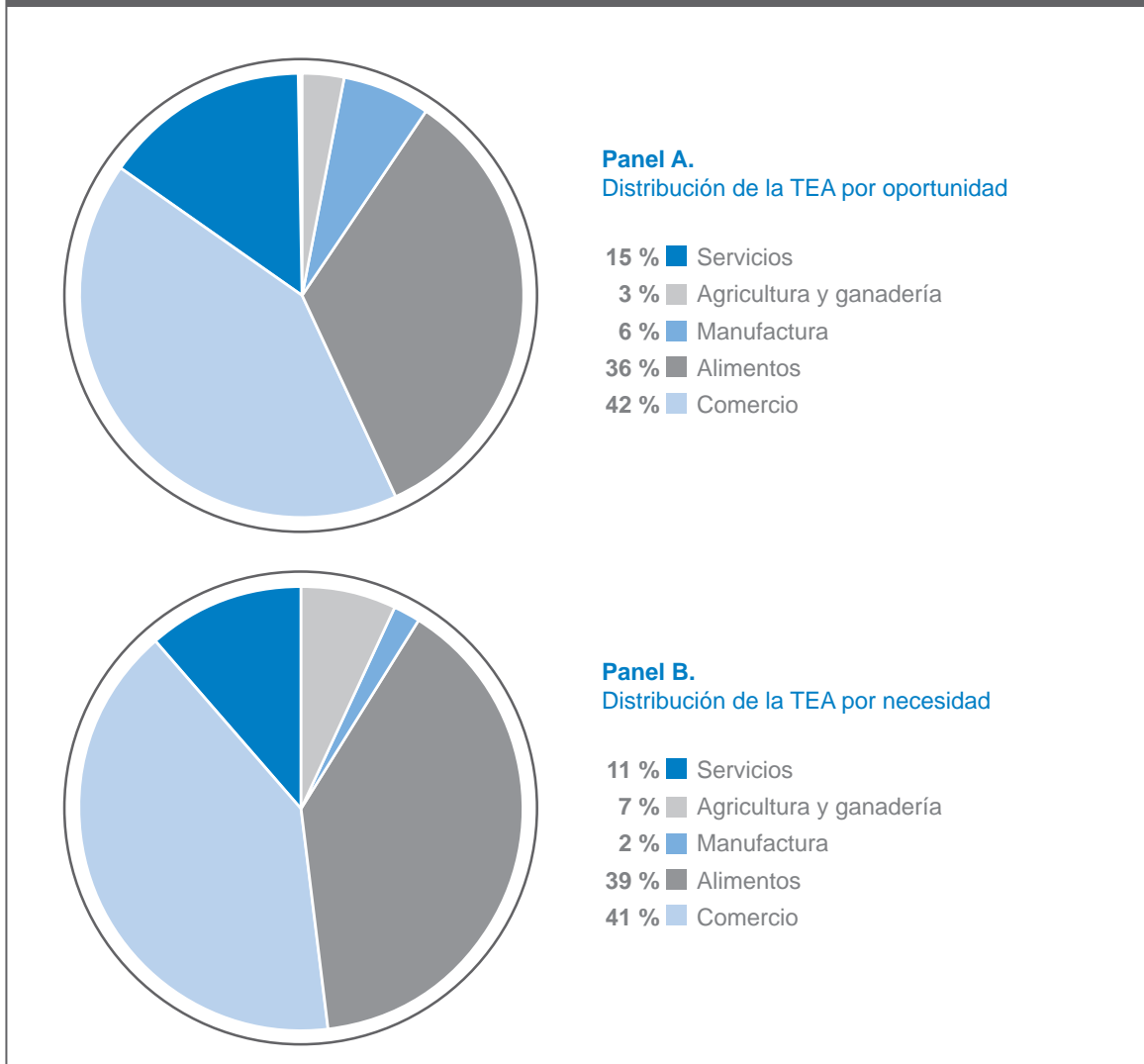
También es interesante comparar, dentro de la TEA, la composición de los negocios emprendidos por oportunidad y los que son motivados por la necesidad. A priori, se esperaría que en

los negocios con poco potencial de crecimiento haya más emprendedores por necesidad. Sin embargo, dado el pequeño tamaño de los negocios en El Salvador y su alta informalidad, no se puede hacer una distinción a priori de cuáles serían los negocios donde se concentran los emprendedores por oportunidad.

Los datos revelan algunas diferencias. En los negocios por oportunidad se encuentra un por-

74

**Gráfica 29.** Sector de actividad de los negocios en etapa temprana, por motivación para emprender (necesidad y oportunidad), GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)

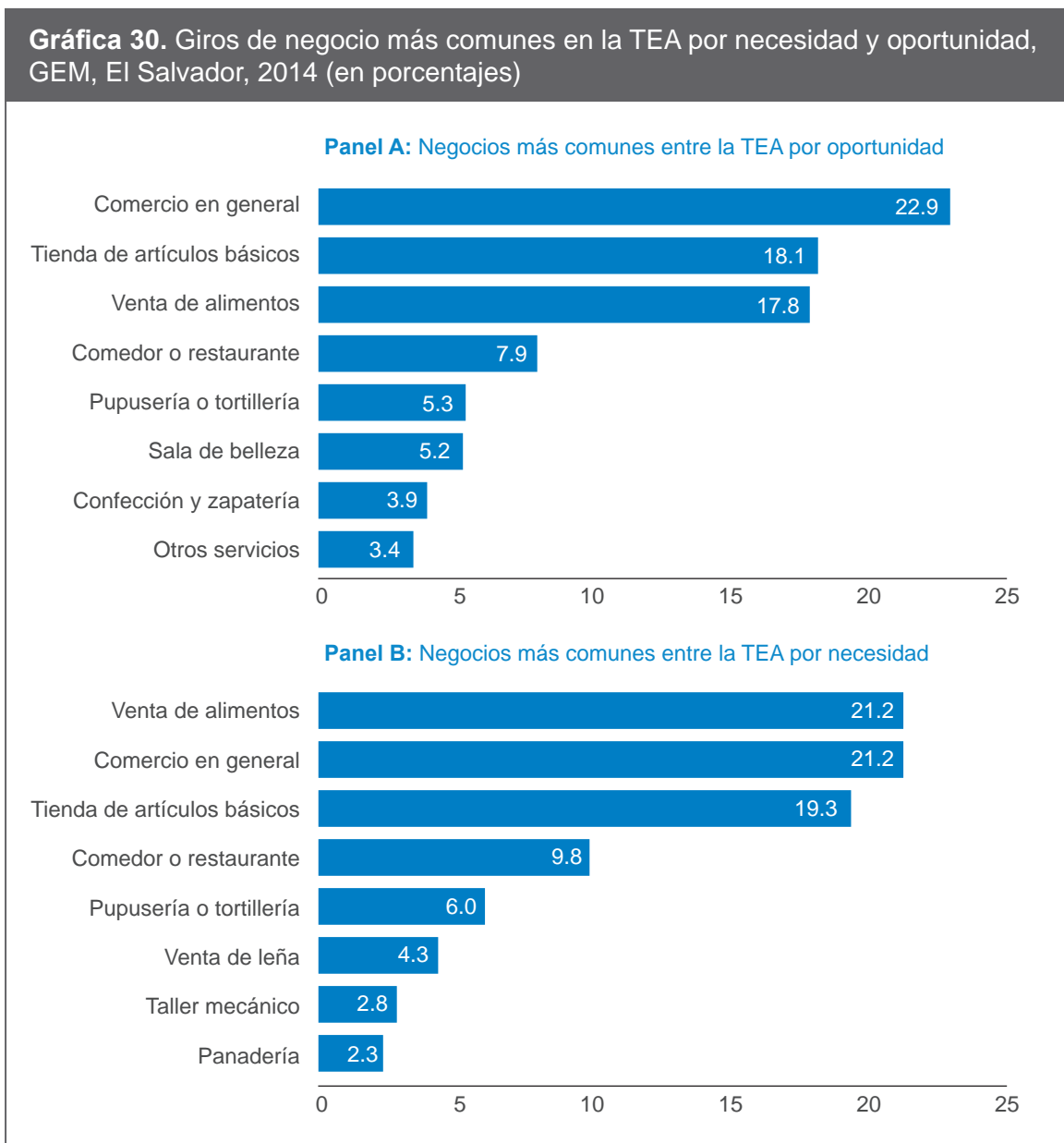


**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

centaje relativamente más alto de servicios y manufactura que en los negocios por necesidad, aunque siempre el comercio y la venta de alimentos son los rubros con el mayor número de emprendedores (76 % en la TEA por oportunidad y 80 % en la TEA por necesidad). Los negocios agropecuarios se encuentran con más frecuencia en la TEA por necesidad.

En ambas categorías de la TEA, los negocios dominantes son las tiendas, comercios y ventas de alimentos. Es solamente en las categorías de negocios menos comunes donde se encuentran diferencias: negocios como salas de belleza o talleres de sastrería y costura se encuentran solamente en la TEA por oportunidad. En general, los negocios por oportunidad

**Gráfica 30.** Giros de negocio más comunes en la TEA por necesidad y oportunidad, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)



**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

son más diversificados que aquellos por necesidad.

### Tipo de negocio y sexo

Entre hombres y mujeres, aparecen algunas diferencias claras en cuanto al tipo de negocios que emprenden. Estas diferencias se ven en la gráfica 31 y muestran un patrón donde los negocios dirigidos por hombres son más diversificados que los dirigidos por mujeres, patrón que es más acusado en los negocios establecidos. Por ejemplo, 95.3 % de los negocios establecidos propiedad de mujeres corresponden a ocho giros de negocio, mientras que para los hombres, los primeros ocho giros más comunes solamente suman 74 % del total. Donde se observa mayor diferencia es en la venta de alimentos (sin local), que es el más común de los negocios en etapa temprana dirigidos por mujeres (25.7 %), mientras que para los hombres representa solamente 11.4 %. Por otro lado, entre los hombres son más importantes las tiendas (23.4 %).

En general, los negocios establecidos poseen menor grado de diversificación y entre ellos sobresalen las tiendas de productos básicos (abarrotes) como negocio dominante. Entre los negocios dirigidos por mujeres, este patrón es aún más acusado, pues 38 % de ellos son tiendas. Junto a otros tres giros (ventas de alimentos, pupuserías/tortillerías y comercios en general), se tiene el 84 % de los negocios establecidos dirigidos por mujeres, lo que indica la muy baja diversificación del emprendimiento femenino, concentrado en el comercio básico y la venta de alimentos. El emprendimiento establecido masculino es más diversificado y más orientado hacia el comercio, el transporte, la agricultura y los oficios (construcción, mecánica, etc.).

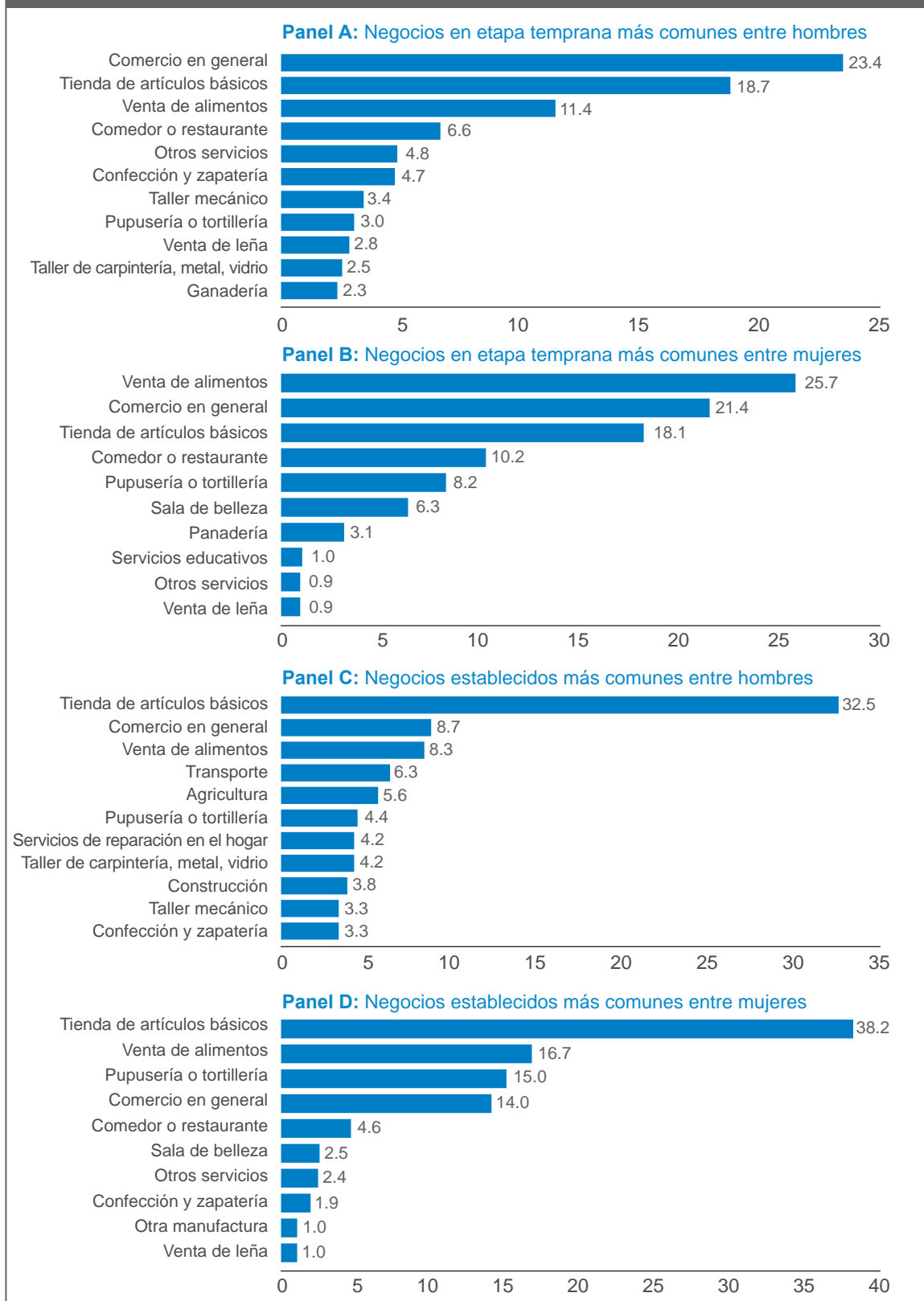
Para el caso de los negocios en etapa temprana, el patrón de menor diversificación del emprendimiento femenino se mantiene, aunque con menor intensidad que en los negocios establecidos. Para las mujeres, la venta de alimentos es el negocio más común en la TEA, mientras que para los hombres lo es el comercio en general. Se repite el hecho de que el emprendimiento femenino está concentrado en la venta de alimentos y el comercio, pero aparecen algunos negocios como salas de belleza o panaderías. El emprendimiento masculino también muestra el predominio del comercio y la venta de alimentos, pero también aparecen giros de negocio como la confección, talleres mecánicos y otros servicios.

Basándonos en los tipos de negocio observados, se encuentran algunas separaciones por género. Por ejemplo, los talleres mecánicos, de carpintería, metal o vidrio y los servicios varios (en especial servicios a domicilio) son comunes entre los hombres. En cambio, para las mujeres, servicios como las salas de belleza o actividades como la panadería son más comunes. Aunque comercio y venta de alimentos son los giros más frecuentes, los hombres se inclinan más hacia el primero y las mujeres, más hacia el segundo.

### Tipo de negocio y área de residencia

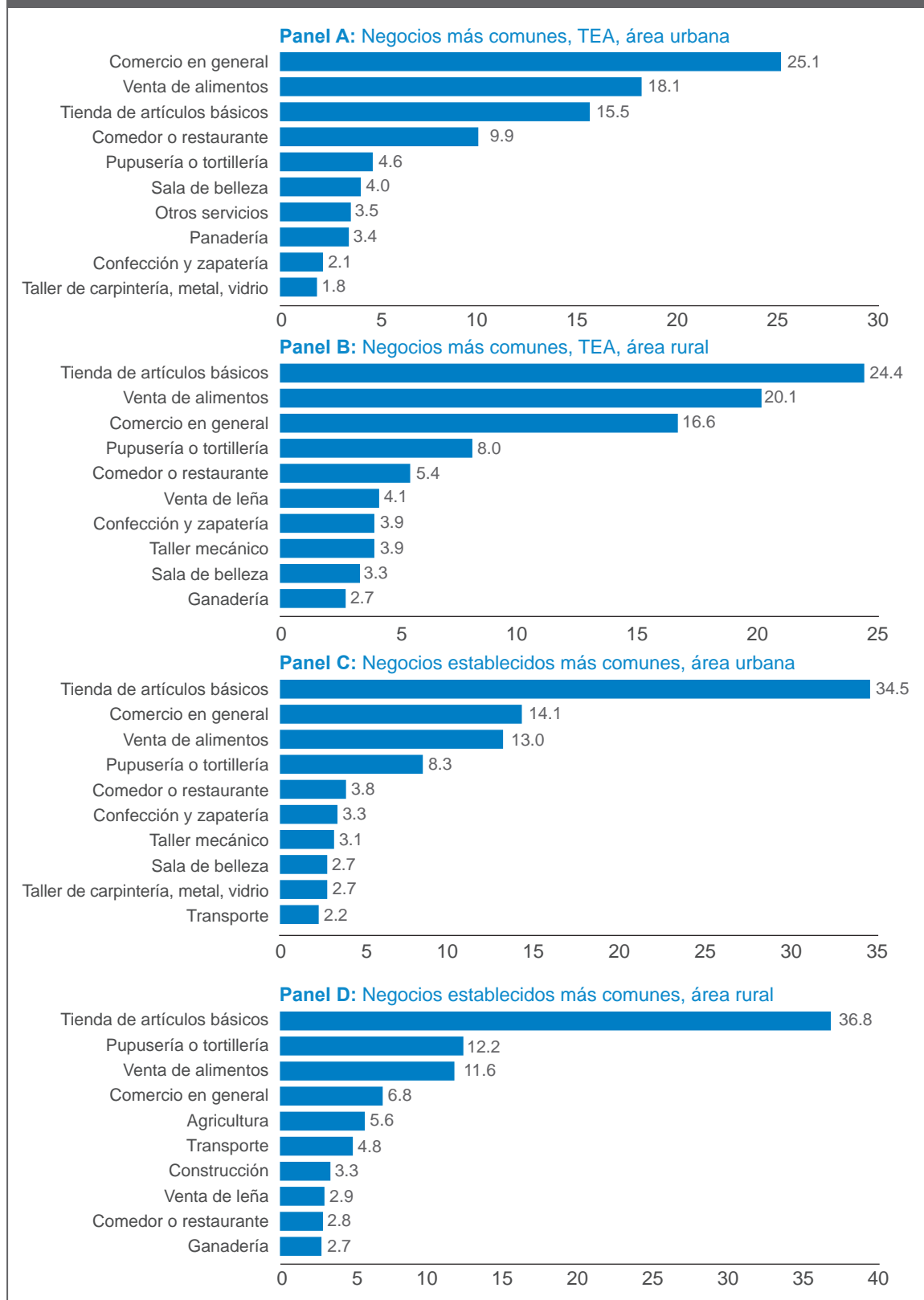
En las áreas urbanas, el patrón de los negocios más comunes muestra ciertas diferencias con el área rural, tanto para negocios en etapa temprana como para los establecidos. En particular, mientras que en áreas rurales las tiendas de artículos básicos y las ventas de alimentos son los más negocios más comunes, en el área urbana los comercios ocupan el primer lugar (para el caso de la TEA urbana). Como es de esperarse, en las zonas urbanas existe mayor movimiento de personas y, por tanto, es más conveniente

**Gráfica 31.** Negocios más comunes en la TEA y el emprendimiento establecido, por sexo, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

**Gráfica 32.** Negocios más comunes en la TEA y el emprendimiento establecido, por área geográfica, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.



colocar negocios comerciales. Esto mismo aplica para servicios como salas de belleza, confección o talleres mecánicos, que aprovechan la ubicación urbana para atraer clientes.

En cambio, en la zona rural existen algunos negocios muy distintos, como la venta de leña, la agricultura y ganadería, que no son adecuados para la demanda o el espacio urbano. El patrón general que emerge es el de la zona urbana como más favorable para el comercio y servicios, mientras que en la zona rural las pequeñas tiendas y la venta de alimentos son los giros dominantes.

### Tipo de negocio y educación

Finalmente, se desea observar si existen patrones relacionados con el nivel educativo de las personas que emprenden. Para ello, se buscan las ocupaciones más comunes por nivel educativo, las que efectivamente cambian con la escolaridad. En el caso de las personas con menor nivel educativo (que no completaron la secundaria), el negocio más común son las ventas de alimentos y las tiendas de productos básicos, que juntas forman la mitad del emprendimiento de este grupo de personas. En cambio, para personas que han concluido el bachillerato, los negocios más comunes son los comercios en general y las tiendas de artículos básicos. Hay una aparente tendencia a reducir la importancia de los negocios de venta de alimentos a medida que las personas poseen mayor nivel educativo.

### Tamaño de los emprendimientos

Al analizar los emprendimientos tempranos, interesa conocer su tamaño. Debido a las dificultades prácticas para obtener información confiable sobre las ventas o ingresos netos de

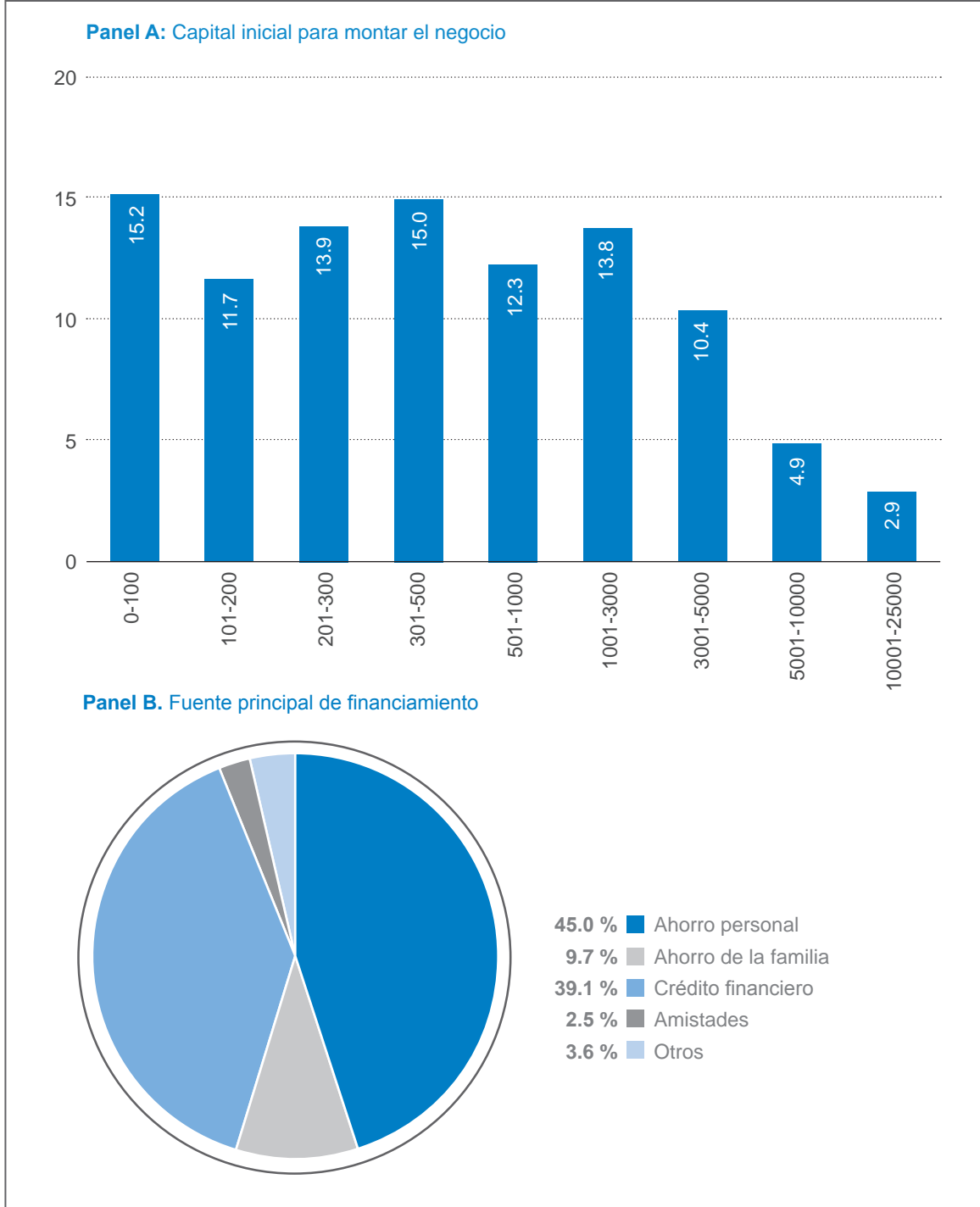
los negocios, debido también a lo variables de estos ingresos porque los negocios aún no se encuentran establecidos, y a que muchos de los negocios en la TEA no generan ingresos en forma continua, se prefiere analizar el tamaño de los negocios mediante otras variables, como la inversión inicial y el número de empleados que poseen.

### Capital inicial

A aquellos emprendedores que están iniciando su negocio, se les preguntó cuánto capital necesitarían para montarlo. Como muestra la gráfica 32, la mayoría de negocios requieren de un capital inicial relativamente bajo. El 55 % de los negocios requieren de un capital de US\$ 500 o menos y, de hecho, una cuarta parte (26.9 %) requieren de US\$ 200 o menos para montar el negocio. Por otro lado, hay casi un tercio de los negocios que requieren de más de US\$ 1000 para arrancar. Estos montos deben ser considerados junto con lo expuesto en la sección anterior, donde se indicó los tipos de negocios más comunes. Muchos de estos negocios (pequeñas tiendas, ventas de alimentos, etc.) requieren de poca inversión inicial, en especial si utilizan los recursos del hogar, como el espacio físico, electrodomésticos y mobiliario.

Podría pensarse que los emprendimientos por necesidad son aquellos que también requieren de una inversión inicial menor, pero los datos muestran un patrón ambiguo. Por ejemplo, hay 20.4 % de los negocios por necesidad que requieren US\$ 100 o menos para arrancar, mientras que solamente 13.4 % de los negocios por oportunidad demandan tan poco capital inicial. Pero, hay 40 % de los emprendimientos por oportunidad con un requisito de capital mayor a US\$ 700, mientras que 48.5 % de los negocios por necesidad requieren esa suma.

**Gráfica 33.** Capital necesario para iniciar el negocio (en dólares estadounidenses) y fuente de financiamiento, GEM, El Salvador, 2014 (en porcentajes)



**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

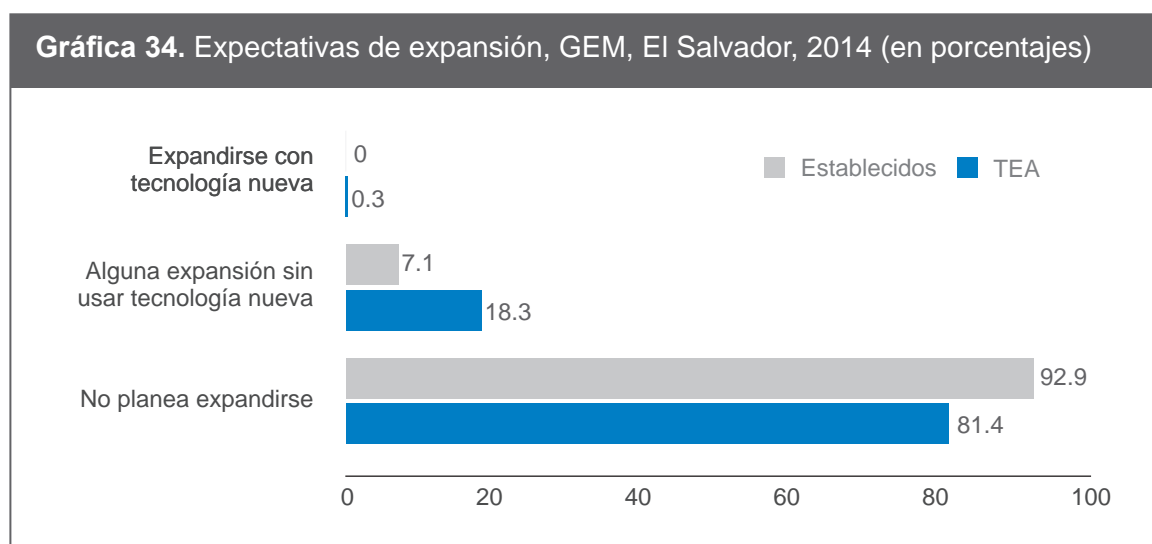
La gráfica 33 también muestra las fuentes principales de financiamiento para los nuevos negocios. Al igual que en la mayoría de países, la mayoría de nuevos emprendedores se financian con fondos propios. El 45 % recurren al ahorro personal y 10 % adicional utiliza los ahorros de otros miembros de la familia. Sin embargo, un porcentaje importante recurre al crédito financiero (39 %), significativamente mayor que en países desarrollados (por ejemplo, en EE. UU. el valor es de solo 16 % [Kelley et al., 2013]). Esto señala que los emprendedores nacientes disponen de cierto acceso a crédito. Es importante, sin embargo, determinar si ese acceso a crédito se obtiene a un costo razonable y de manera oportuna y sin sacrificar los activos del emprendedor como colateral.

Una forma de interpretar el patrón anterior es recordando que la definición de emprendimiento por oportunidad y necesidad se refiere a la motivación para emprender declarada por el mismo emprendedor, la que está relacionada con sus

expectativas y con sus oportunidades laborales. Así, alguien con expectativas de un ingreso mayor puede considerar que un emprendimiento relativamente grande o ambicioso no supera la categoría de por necesidad, si la motivación para emprender es sentirse excluido del mercado laboral. Alternativamente, alguien con acceso al mercado laboral, aunque con bajos salarios, puede percibir que un negocio relativamente modesto es una oportunidad, ya que representa una mejora sobre sus bajos ingresos actuales.

### Expectativas de expansión

Al indagar sobre las expectativas de expansión de los negocios, se encuentra una proporción relativamente baja de emprendedores con intención de crecer. Solamente 18 % de los emprendedores en etapa temprana y 7 % de los establecidos planean crecer, y hacerlo sin usar nueva tecnología. En el cuestionario de la APS se indaga sobre la expansión con nueva tecnología, pero solamente se obtuvo 1 respuesta positiva en la TEA (0.3 %).



**Fuente:** Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

Esto indica un panorama muy estático del emprendimiento, incluso de los nuevos negocios, que no posee la motivación, los recursos o el entorno para poder crecer.

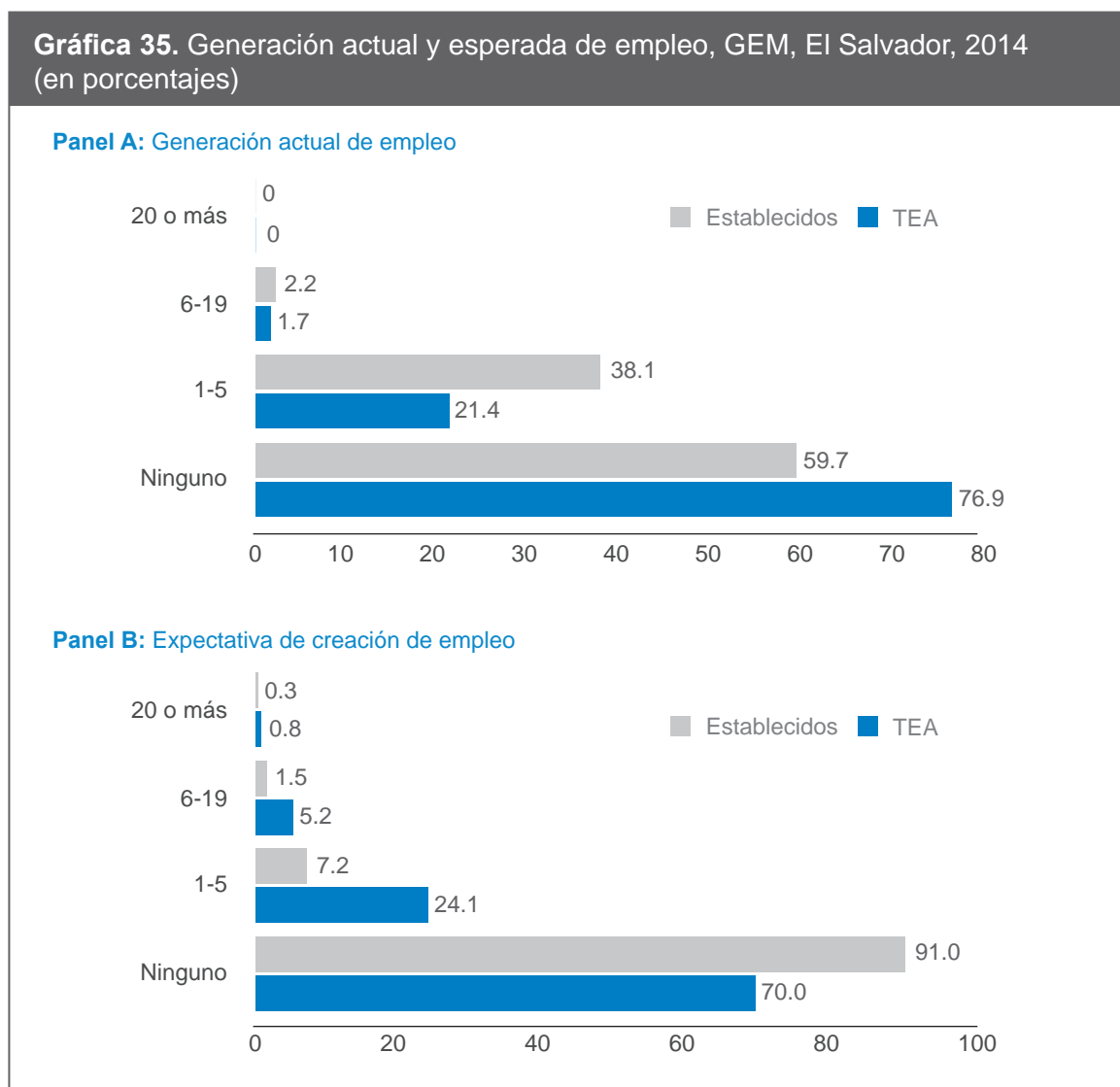
### Generación de empleo

Un aspecto muy importante del emprendimiento es su capacidad de generar riqueza no solamente para los propietarios, sino también, a través de la generación de empleos, de contri-

buir a la incorporación de más personas al mercado laboral y a ser más productivos.

El GEM pregunta a los emprendedores acerca de los empleos actualmente generados, pero también acerca de la expectativa de que en los próximos cinco años se generen nuevas plazas dentro de su negocio. Aunque esta pregunta puede reflejar las aspiraciones del emprendedor y no su potencial real de creación de empleo, es muy difícil que aquellos emprendedores

82



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

sin intención de crecer puedan generar puestos de trabajo. Por tanto, la expectativa de empleo puede considerarse como un techo o límite superior al potencial de creación de empleo que los emprendimientos poseen.

Muchos negocios no esperan crecer ya que se trata de trabajadores independientes, con negocios personales, donde a lo sumo se generan empleos para los miembros del grupo familiar. Otros negocios pueden esperar un crecimiento moderado, de 1 a 5 trabajadores, por ejemplo, cuando una tienda o un comedor aumentan su clientela y contratan uno o dos trabajadores adicionales. En casos excepcionales, estos negocios pueden generar más de 5 empleos. Pero solamente aquellos negocios que planean expandirse significativamente pueden generar un número elevado de puestos de trabajo. En la metodología GEM, se denominan emprendedores con alta expectativa de crecimiento a aquellos que pretenden generar 20 empleos o más en los próximos 5 años.

La gráfica 35 muestra la generación actual y esperada de empleo. La mayor parte de los negocios, tanto establecidos como en etapa temprana, no generan empleos (adicionales al propietario). Sin embargo, existe un porcentaje importante de negocios establecidos (38.1 %) y en etapa temprana (21.4 %) que generan entre 1 y 5 empleos adicionales. No se detectaron en la encuesta negocios con más de 20 trabajadores, que representan un porcentaje muy bajo del total de negocios en el país.

En cuanto a las expectativas de generación de empleos, la gran mayoría de emprendedores no espera generar ninguno, en particular los emprendedores establecidos. Se encuentra un cuarto (24.1 %) de los emprendedores tempranos con intención de generar entre 1 y 5 empleos y 5 % adicional que espera crear entre 6

y 19 empleos en los cinco años próximos. Son muy pocos (menos del 1 %) los emprendedores que esperan un crecimiento alto, que les permita generar 20 o más empleos.

## Competitividad de los emprendimientos

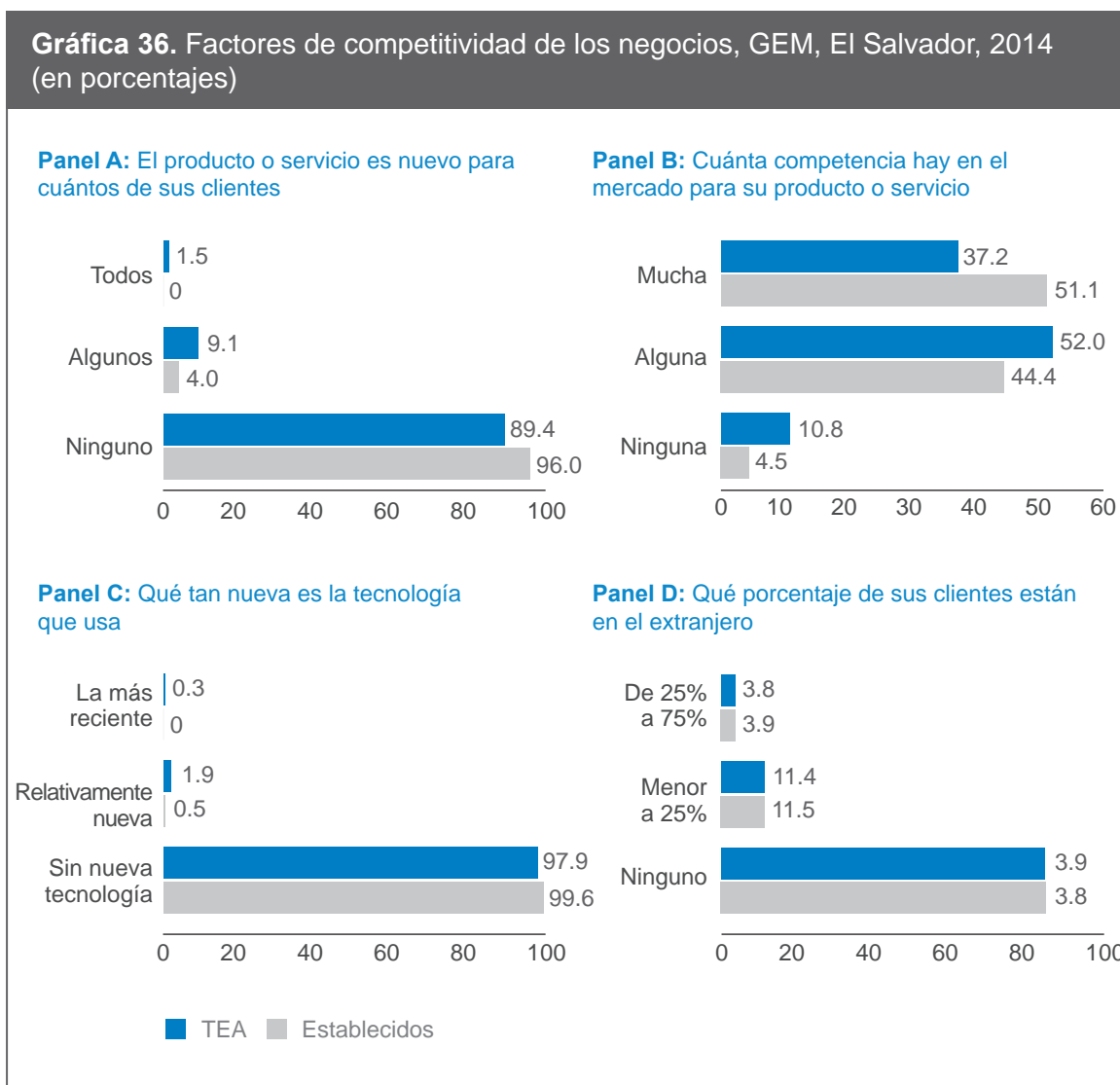
La competitividad es también una variable importante de los emprendimientos, que indica la capacidad de sobrevivir y crecer en el mercado. Emprendimientos más competitivos tienen mayor potencial de generar crecimiento económico para el país y mejores ingresos y reconocimiento social para sus propietarios.

Un aspecto importante de la competitividad es la innovación, que se define en el sentido “amplio” (Porter, 1990) como un producto o diseño nuevo, un nuevo mercado o una nueva forma de presentarse en el mercado. Por tal razón, el GEM indaga si el producto o servicio que cada emprendimiento vende es nuevo en el mercado, incorpora nueva tecnología o es desconocido por los consumidores. La gráfica 36 muestra diferentes variables relacionadas con la competitividad del mercado, incluyendo la novedad del producto o servicio, el grado de competencia del mercado, la adopción de nueva tecnología y el porcentaje de las ventas que se destinan a exportaciones (o a dar servicios a clientes extranjeros). Estas variables son consideradas representativas de la competitividad por las razones siguientes:

- Los negocios con productos innovadores poseen una ventaja competitiva en el mercado al poder atraer clientes en un mercado no saturado.
- El identificar productos innovadores señala la capacidad de identificar oportunidades de mercado no explotadas.

- Los productos nuevos en el mercado pueden ser difíciles de aceptar por los clientes, por lo que es necesario contar con mejores estrategias de mercado, si se compara con productos tradicionales.
- Las empresas que operan en mercados saturados tienen menor potencial de negocio y, en el caso de los negocios en etapa temprana, señalan cierta incapacidad de identificar mejores oportunidades de mercado, indicando emprendimiento por necesidad.
- Las empresas que no adoptan tecnología nueva pueden tener menor ventaja competitiva debido a que dejan de utilizar una de las posibles estrategias para diferenciar su producto o servicio, o alcanzar mayor eficiencia en la producción.
- Las empresas que operan solamente en mercados locales están expuestas a menor competencia y menores exigencias de sus

84



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta APS El Salvador 2014.

clientes, al mismo tiempo que limitan el potencial de expansión de sus actividades.

Como muestran los paneles de la gráfica 36, los emprendedores salvadoreños operan casi todos en mercados tradicionales, con alto nivel de competencia—limitada solamente por el tamaño del mercado local, donde no caben muchas empresas—y con muy baja orientación internacional. Debido al giro de los negocios predominantes (tiendas, ventas de alimentos, otros comercios), es lógico que así sea, ya que estos emprendimientos están enfocados solamente en los mercados locales y en satisfacer necesidades cotidianas de los clientes de la comunidad. Estos negocios no poseen mayor relación con los mercados mundiales, a excepción de atender turistas o visitantes en el caso de los servicios, en especial, la venta de alimentos preparados.

### Actividad emprendedora de los asalariados

El estudio GEM también indagó en 2014 sobre la actividad emprendedora de los empleados, que pueden desarrollar nuevos negocios para sus empleadores. Esta actividad ha sido denominada en ocasiones “intraemprendedores” (*intrapreneurs*, término acuñado por el autor Guilford Pinchot en 1985). En algunos países participantes en el GEM esta actividad es importante, en general cuando las economías son desarrolladas y hay poco espacio para emprender individualmente y, en cambio, las empresas favorecen las iniciativas emprendedoras de sus empleados. En América Latina, Chile, Colombia y Uruguay poseen las tasas de intraem-

prendimiento más altas, superiores a 4 % de la población adulta. En países como Dinamarca, Austria o Noruega superan el 8 % (y el 10 % en el caso del primer país).

En El Salvador, la presencia del intraemprendimiento es mínima y básicamente indetectable en la encuesta APS 2014, que reporta un valor de 0.6 %, estadísticamente indistinto de cero. Esto es similar a otros países de la región como Guatemala, Ecuador o México, que también reportan tasas muy cercanas a cero.

Este capítulo ha mostrado un panorama más detallado del emprendimiento en El Salvador, que muestra el modesto alcance de la gran mayoría de negocios, sean motivados por oportunidad o necesidad, y que se concentran en actividades tradicionales que satisfacen las demandas de la economía local en términos de comercio y servicios, especialmente alimentación. Si bien siempre es necesaria la presencia de negocios tradicionales en una región, es preocupante la ausencia total de negocios innovadores y la falta de diversificación de los existentes, concentrados todos en la economía local. Los modestos requerimientos de capital, la falta de adopción de nuevas tecnologías y de incursión en nuevos mercados implican que aun las nuevas iniciativas de negocio continuarán reproduciendo los modelos tradicionales de negocio y confirmando la falta de “autodescubrimiento” de la que hablan algunos autores (*self-discovery*, Hausman y Rodrik, 2005) y que consiste en la ausencia de innovación en el sentido amplio, es decir, no se descubren nuevos nichos para aprovechar el potencial productivo de los emprendedores, ni se desarrollan nuevos mercados o productos.

## 6. Las percepciones de los expertos sobre el entorno emprendedor en El Salvador

86

Este capítulo concluye la presentación de los resultados del estudio GEM 2014-2015 mostrando las percepciones de los expertos consultados con la metodología de la encuesta nacional a expertos (NES), el segundo instrumento cuantitativo de la metodología GEM. En dicha encuesta se solicita a personas del sector público, la academia y la empresa privada que completen un cuestionario estructurado donde deben expresar sus valoraciones sobre los componentes del entorno emprendedor, según ha sido definido en la metodología GEM. Los nueve componentes definidos en el marco conceptual del GEM se muestran en la tabla 6.

Desde los inicios del proyecto GEM (Reynolds et al., 2005), se planteó que el emprendimiento en un país depende de un conjunto de elementos denominados “condiciones de la actividad emprendedora”. Estas condiciones son las que crean un punto de partida para los posibles emprendedores y un entorno donde sus negocios pueden prosperar o fracasar. Hay varios factores importantes dentro del entorno emprendedor: la institucionalidad del país, las características del mercado y de la población, etc.

### Resultados de la encuesta nacional a expertos (NES)

La encuesta nacional a expertos (NES) recopila información de un conjunto de personas seleccionadas por su trayectoria y experiencia,

que les permite brindar una opinión informada sobre las condiciones del emprendimiento en el país. Estas opiniones son estandarizadas a través de la aplicación de un mismo instrumento en todos los países donde se realizan estudios GEM.

Para cada una de las nueve condiciones del entorno emprendedor que se muestran en la tabla 6, se realiza una serie de cinco o seis preguntas que reflejan la calidad de esos elementos en términos de promover el desarrollo de emprendimientos motivados por oportunidad. Las respuestas se codifican en una escala de 1 a 5, donde 1 significa “completamente en desacuerdo” y 5, “completamente de acuerdo”. Para presentar los resultados, se han recodificado las respuestas en una escala de -2 a 2, donde 0 implica “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, de modo que





**Tabla 6.** Las condiciones de la actividad emprendedora

Variable	Definición operativa
Apoyo financiero	Esta condición mide el acceso de los emprendedores a recursos financieros necesarios para iniciar, operar y expandir sus negocios. Incluye tanto el financiamiento a través de crédito como otros mecanismos públicos (subsidios, capital semilla) y privados.
Políticas gubernamentales	Indaga sobre el impacto que las políticas de gobierno, no necesariamente enfocadas en el emprendimiento, tienen sobre los negocios. Se incluyen aspectos como impuestos y regulaciones.
Programas de gobierno	Pregunta sobre la existencia e impacto de programas específicos diseñados para apoyar y potenciar los emprendimientos.
Educación para el emprendimiento	Cuestiona si el sistema educativo formal y los mecanismos de capacitación proveen a los estudiantes de las herramientas necesarias para iniciar y manejar un negocio, incluyendo los valores y habilidades requeridas para que un emprendimiento sea exitoso.
Transferencia de I+D	Mide el grado en que la investigación nacional e internacional logran conducir a los emprendedores a aprovechar nuevas oportunidades de negocio. Esto implica la generación de nuevas ideas y que estén al alcance de los emprendedores locales.
Infraestructura comercial y profesional	Cuantifica la existencia de un entorno donde proveedores e instituciones facilitan la creación de negocios proveyendo servicios de valor a los nuevos negocios.
Apertura del mercado interno	Se indaga sobre las prácticas comerciales, normas y acuerdos entre las empresas existentes que pueden facilitar o impedir la entrada de nuevos negocios. También se analiza el marco regulatorio, para evaluar si este es un obstáculo a la entrada en el mercado.
Acceso a infraestructura física	Mide la facilidad para acceder a instalaciones físicas (puertos, carreteras, aeropuertos) que son requeridas en la operación de los negocios nuevos.
Normas sociales y culturales	Evalúa las normas sociales y culturales de un país, en términos de su apoyo o rechazo a los emprendimientos nuevos y a las prácticas de las empresas dominantes.

**Fuente:** Adaptado de Reynolds et al., 2005.

sea posible observar si en promedio cada afirmación recibe apoyo o rechazo de parte de los entrevistados.

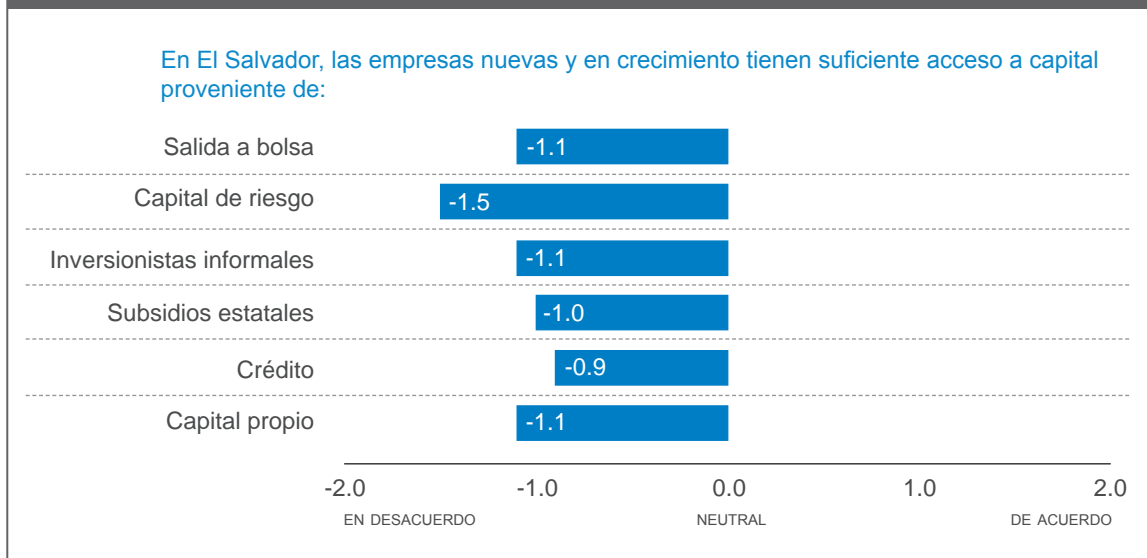
### Apoyo financiero

El primer componente del entorno emprendedor es el acceso a financiamiento. La NES indaga sobre el apoyo financiero proveniente de fuentes

públicas y privadas, que incluyen capital propio, crédito, subsidios estatales, inversión de socios informales, capital de riesgo o la posibilidad de reunir dinero mediante una salida a bolsa.

Como muestra la gráfica 37, el apoyo financiero a los emprendedores es escaso y la mayoría de expertos consultados muestran desacuerdo con la existencia de suficiente apoyo financiero

**Gráfica 37.** Percepción de los expertos sobre el apoyo financiero al emprendimiento, GEM, El Salvador, 2014



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta nacional a expertos, GEM, 2014.

de cada una de las opciones. La opción que tiene más entrevistados muy en desacuerdo es la existencia de fondos de capital de riesgo, aunque hay una opinión negativa acerca de todas las formas de financiamiento de los nuevos emprendedores, incluyendo el capital propio.

Se debe mencionar que el financiamiento es un obstáculo para el emprendimiento en todos los países del mundo, pues es difícil comprometer recursos de los inversionistas para proyectos riesgosos. Sin embargo, en El Salvador las opiniones sobre la existencia de recursos son muy negativas, lo que sugiere que una política que amplíe el acceso a financiamiento a los proyectos más prometedores podría tener un impacto positivo en el desempeño económico.

La falta de financiamiento también es un factor que lleva a los emprendedores a iniciar negocios tradicionales, que requieren de poco capital inicial y en los que es fácil desinvertir. Así, se

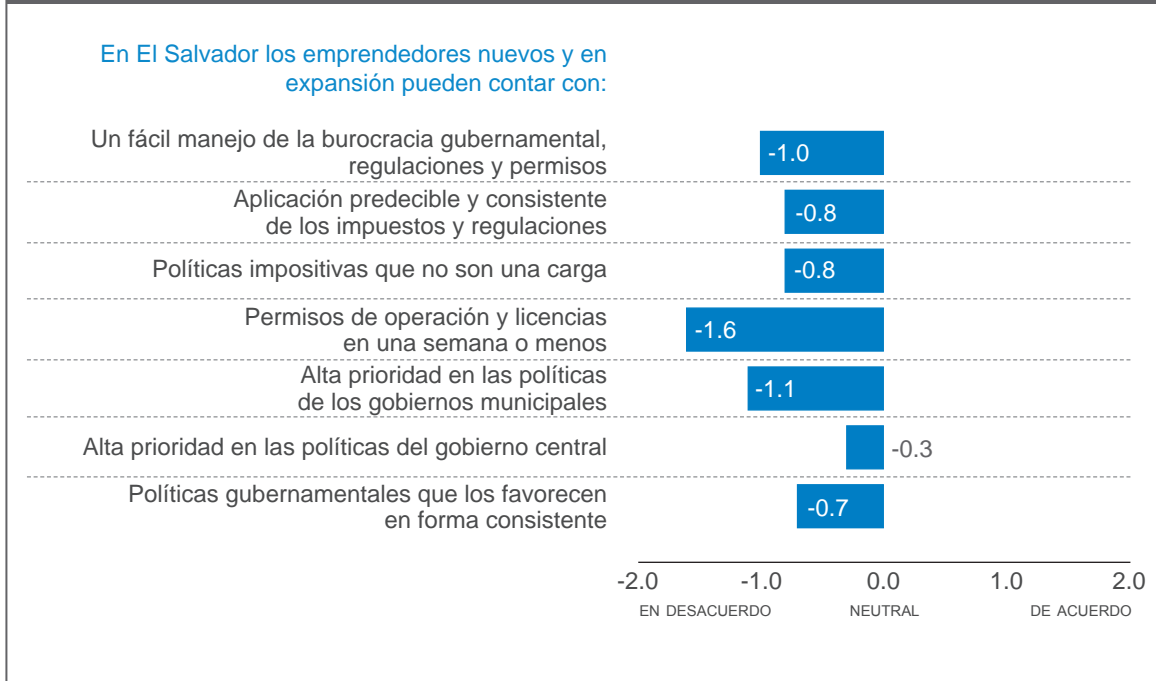
vuelve una trampa que impide el surgimiento del emprendimiento innovador y perpetúa la existencia de negocios poco rentables en mercados saturados y con falta de innovación, a su vez frenando el crecimiento económico y el progreso social del país.

### Políticas generales del gobierno

El segundo componente del entorno emprendedor son las políticas de gobierno, que aunque dirigidas a la totalidad de personas y empresas del país, tienen un impacto en estimular o frenar la actividad emprendedora. Esto incluye políticas fiscales (impuestos), de compras estatales, las regulaciones y la obtención de permisos y autorizaciones, así como el grado de prioridad que los negocios nuevos tienen para la política nacional.

La gráfica 38 muestra los resultados de la NES e indica las percepciones de los expertos acerca

**Gráfica 38.** Percepción de los expertos sobre las políticas generales y el emprendimiento, GEM, El Salvador, 2014



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta nacional a expertos, GEM, 2014.

90

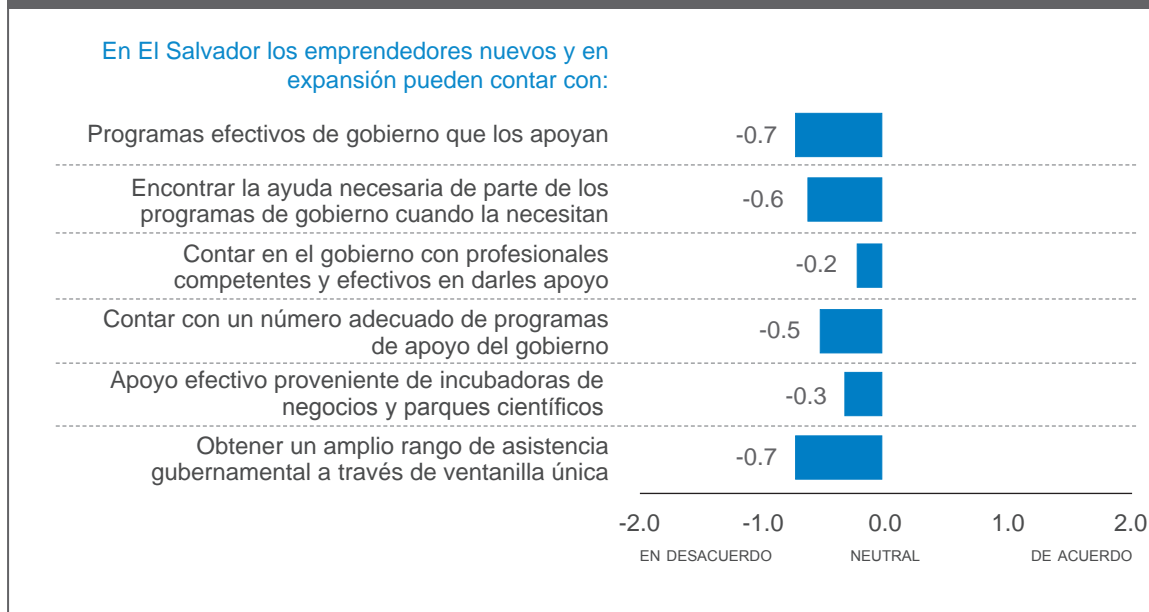
del efecto de las políticas de gobierno sobre el emprendimiento. La gran mayoría de los expertos está en desacuerdo con que las políticas de gobierno promuevan el emprendimiento, y obtienen mejor calificación la orientación general de las políticas del gobierno central y peor evaluación las políticas municipales.

El punto más negativo que los expertos señalan es que es imposible obtener todos los permisos y licencias en una semana, que sería un estándar adecuado de rapidez. La burocracia gubernamental también obtiene una baja aprobación. Por otro lado, la política fiscal parece ser costosa para los emprendimientos, tanto por el costo como por la dificultad de cumplimiento de los requisitos exigidos y la falta de predictibilidad.

### Programas de gobierno a favor del emprendimiento

Un tercer elemento analizado son los programas estatales que están específicamente dirigidos para promover el emprendimiento. Esto incluye calidad y recursos de las agencias de promoción para el emprendimiento, así como los apoyos necesarios y la institucionalidad para que las empresas nuevas y crecientes puedan expandirse. Estos programas son importantes ya que muchos emprendimientos nuevos carecen de los recursos o experiencia para insertarse en el mercado y lidiar con las regulaciones estatales de forma eficiente. También, importan ya que muchas buenas ideas de negocio pueden fracasar debido a la falta de experiencia en el manejo de empresas o al desconocimiento del

**Gráfica 39.** Percepción de los expertos sobre los programas de gobierno para el emprendimiento, GEM, El Salvador, 2014



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta nacional a expertos, GEM, 2014.

mercado y de la regulación, elementos que pueden ser aportados por un programa de apoyo a los emprendedores.

En la gráfica 39 se muestran las opiniones de los expertos consultados, las que vuelven a ser negativas, aunque de forma más moderada que respecto a las políticas generales de gobierno. En particular, los expertos señalan que no existen programas efectivos de gobierno para apoyar a los emprendedores y, por tanto, que no es posible encontrar ayuda necesaria. También hay opiniones bastante negativas acerca de la ventanilla única, la que existe pero que no ha podido consolidar el total de trámites requeridos para formalizar un negocio en el país y funciona como oficina de información.

Las opiniones menos negativas son las que se refieren a la calidad de los profesionales del gobierno y al apoyo de las incubadoras, aunque la

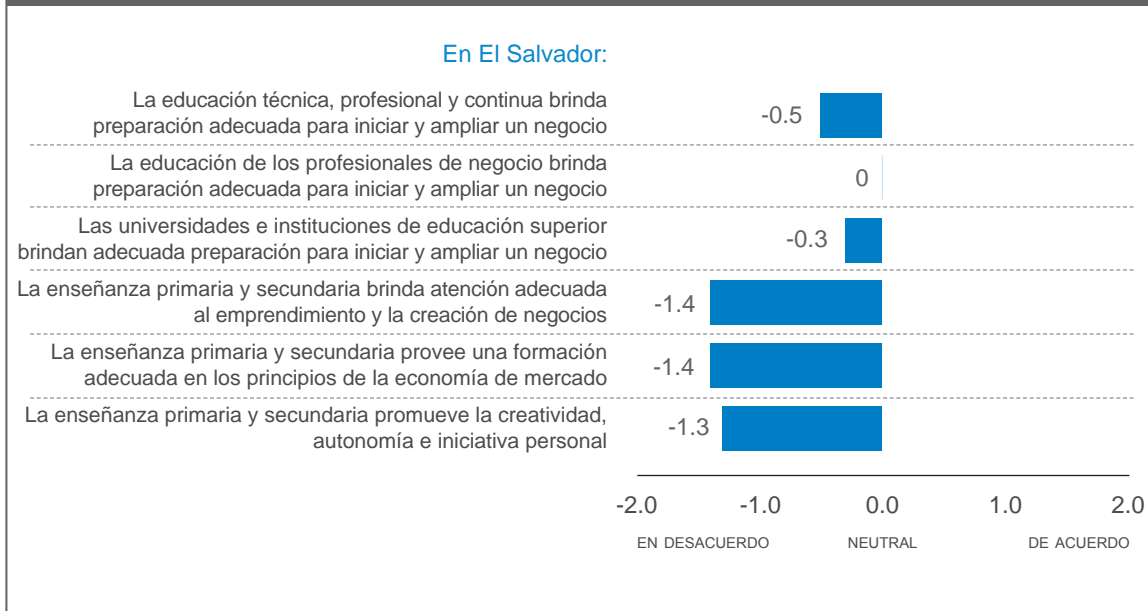
opinión es, en ambos casos, apenas neutral y no indica satisfacción con las mismas.

### Educación y capacitación para el emprendimiento

El cuarto componente reportado del entorno emprendedor es cómo el sistema educativo formal, en sus diferentes niveles, permite la acumulación de competencias importantes para el emprendimiento, incluyendo los principios y el funcionamiento del sistema de mercado, y el fomento de valores cruciales para el emprendedor, como son la autonomía personal, la creatividad y la iniciativa propia.

La gráfica 40 muestra que las opiniones de los expertos en relación con la educación para el emprendimiento son en su mayoría negativas, en especial en relación con el sistema educativo primario y secundario, y, en menor medida, el

**Gráfica 40.** Percepción de los expertos sobre la educación y capacitación para el emprendimiento, GEM, El Salvador, 2014



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta nacional a expertos, GEM, 2014.

92

de formación técnica y profesional. Las opiniones son levemente negativas incluso respecto de la preparación que dan las universidades para iniciar y ampliar un negocio. Las opiniones son totalmente neutrales solamente en relación con la educación de los profesionales de administración y negocios. Esto es importante porque, aunque concurren otros elementos del entorno emprendedor, los individuos deben estar motivados y capacitados para aprovechar y generar oportunidades de negocio. Al mismo tiempo, la falta de negocios innovadores puede estar relacionada con la débil formación de los emprendedores, en particular si —como la mayoría de la población— su nivel educativo es relativamente bajo y no alcanzaron a terminar la secundaria.

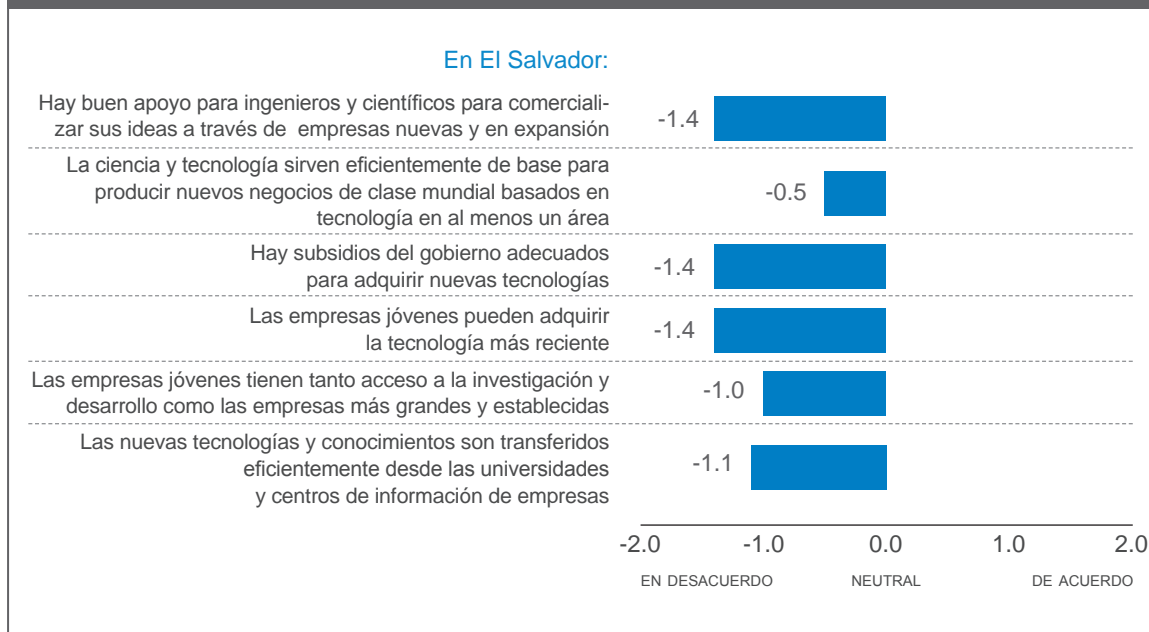
Mención especial debe hacerse del rol de la educación superior y profesional o técnica, que debieran enfocarse con más fuerza en desarrollar competencias específicas para emprender.

Como más adelante se argumenta, sin embargo, lo realmente crucial es que hay un consenso casi unánime en que la educación primaria y secundaria no están desarrollando los elementos de una cultura emprendedora. Muchos de los valores y actitudes requeridas para el emprendimiento —como la iniciativa individual y el tomar riesgos— deben ser formados a temprana edad, por lo que es urgente una intervención directa en el sistema educativo para promover el emprendimiento (Van der Kuip y Verheul, 2003).

#### Transferencia de la investigación y desarrollo (I+D)

Una quinta sección de la NES hace referencia al aprovechamiento de la I+D como elemento que potencia los emprendimientos y les permite crecer, incursionar en mercados y ser competitivos. Un país como El Salvador, con un sistema educativo débil y con casi nula inversión en

**Gráfica 41.** Percepción de los expertos sobre la investigación y desarrollo para el emprendimiento, GEM, El Salvador, 2014



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta nacional a expertos, GEM, 2014.

I+D<sup>3</sup>, debe permitir la adopción rápida de nuevas tecnologías para potenciar la productividad local.

En la gráfica 41 se muestran las percepciones de los expertos sobre el aprovechamiento de la I+D, las que son en general muy negativas, en especial en cuanto al acceso que tienen las empresas jóvenes a la I+D y a la tecnología más reciente, así como para el desarrollo de ideas. Las opiniones son más neutrales cuando se indaga sobre el uso de la ciencia y tecnología para generar negocios.

Los expertos también señalan la ausencia de subsidios del gobierno para la adquisición de tecnologías, lo que dificulta a las pequeñas empresas adquirir herramientas costosas pero importantes para ser competitivas. Por otro lado, una estrategia de subsidios tiene un costo fiscal

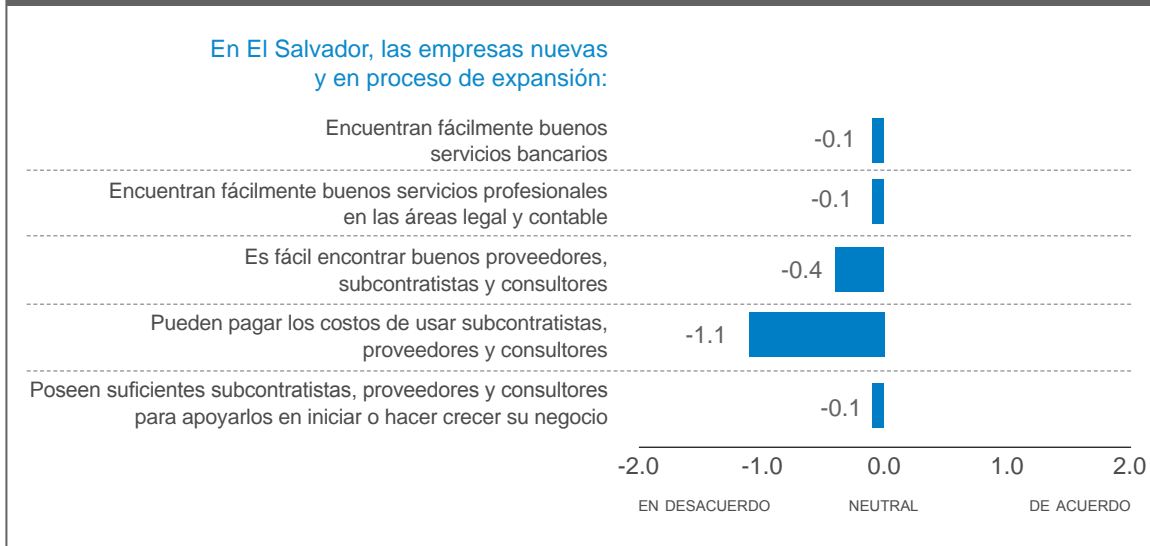
y puede ser usada por las empresas como herramienta de elusión de impuestos, por lo que no necesariamente es recomendable en un contexto como el salvadoreño.

Un problema adicional y donde existe un potencial de aprovechamiento es la vinculación entre academia y empresa privada. Los expertos señalan la falta de transferencia de conocimientos entre academia y sector productivo, lo que muestra un gran potencial para sinergias que mejoren los procesos productivos y generen ideas de negocio.

### Infraestructura comercial y profesional

El elemento número seis que se analiza es la infraestructura comercial y profesional, la que hace referencia a la cadena de proveedores y oferentes de servicios que son requeridos para

**Gráfica 42.** Percepción de los expertos sobre la infraestructura comercial y profesional, GEM, El Salvador, 2014



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta nacional a expertos, GEM, 2014.

94

que la empresa pueda operar eficientemente y concentrarse en el corazón de su negocio. Muchos de estos servicios son de gran ayuda para los nuevos emprendedores, que se ven así aliviados de parte de la carga de aspectos puramente operativos o de adquirir conocimientos especializados en áreas que no son de su negocio. También se evalúa acá la competitividad de los proveedores, que es clave para poder operar con costos razonables y sobrevivir en el mercado.

La gráfica 42 muestra las percepciones relacionadas con la infraestructura comercial y profesional, las que son en su mayoría neutrales, a excepción del costo de los proveedores y, en menor medida, la existencia de buenos proveedores. Los sectores mejor evaluados (aunque distan de ser considerados adecuados) son los servicios financieros y los servicios de asesoría legal y contable, así como la existencia de suficientes oferentes de servicios y proveedores.

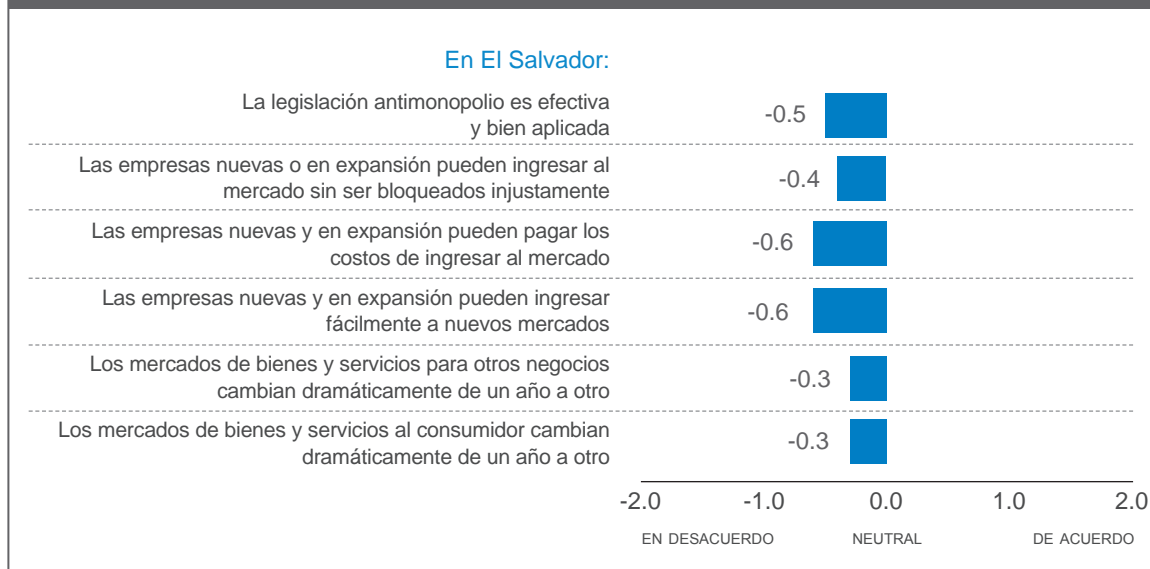
### Acceso al mercado interno

El entorno emprendedor incluye las características del mercado que permiten u obstruyen el ingreso de los nuevos emprendedores al mercado. Se asume que mercados más dinámicos y cambiantes ofrecen más oportunidades para los emprendimientos, ya que es necesario también un cambio continuo de las ofertas de bienes y servicios. Por otro lado, mercados estáticos pueden considerarse en equilibrio y en ellos las empresas establecidas tienen ventaja a la hora de proteger sus cuotas de mercado o, inclusive, utilizar estrategias desleales para destruir la nueva competencia. Por ello, en este componente, se incluye también la eficacia de la política antimonopolio como garante de la libre competencia en un mercado.

Los resultados de las preguntas realizadas a los expertos sobre la apertura de los mercados internos se muestran en la gráfica 43. Las opi-



**Gráfica 43.** Percepción de los expertos sobre el acceso al mercado interno, GEM, El Salvador, 2014



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta nacional a expertos, GEM, 2014.

niones son negativas en general, aunque con menos intensidad que en otros componentes, señalando un acceso moderadamente difícil a mercados. Los aspectos peor evaluados son la capacidad de pago de los emprendedores para los costos de ingresar al mercado y la facilidad del acceso a esos nuevos mercados. Las prácticas anticompetitivas y la legislación de la defensa de la competencia son valoradas en forma también negativa, así como la dinámica de los mercados, que son relativamente estáticos.

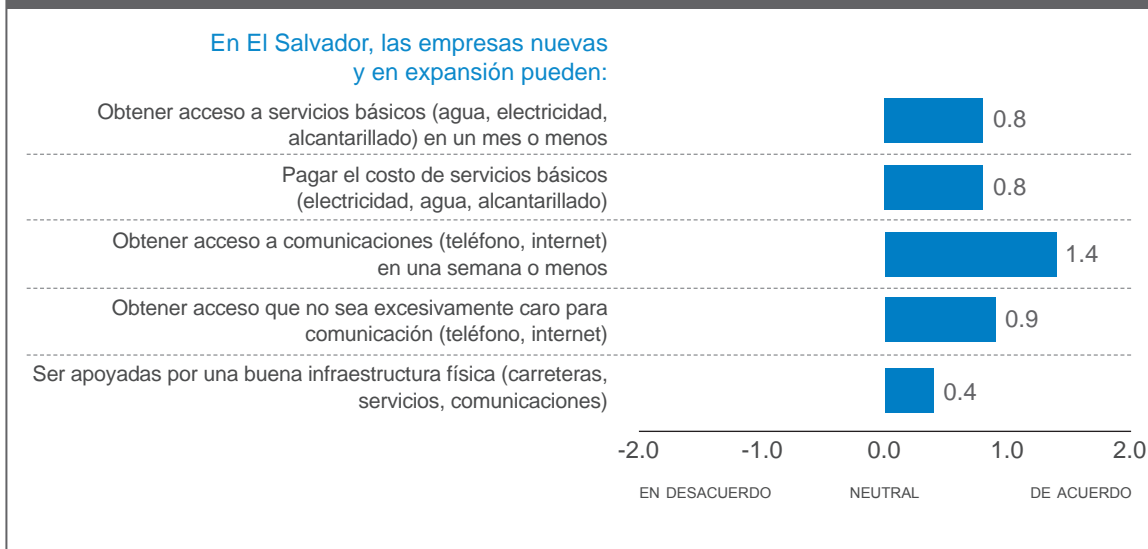
Aunque el panorama de los mercados internos no es el más favorable al emprendimiento, se identifican espacios de oportunidad para la política pública, como facilitar el cumplimiento de los requerimientos legales para ingresar a los mercados o fomentar los encadenamientos productivos entre empresas establecidas y proveedores, o entre distribuidores locales de reciente creación.

### Acceso a infraestructura física

Para emprender también es necesario poder contar con una infraestructura de transporte y comunicaciones adecuada, así como con acceso a servicios básicos a costos razonables y en un plazo breve. De lo contrario, los costos de operación aumentan debido a costos de transporte elevados, falta de acceso a mercados y la necesidad de invertir en mecanismos de protección como generadores eléctricos, depósitos de agua y otros. Aunque una buena infraestructura no garantiza el surgimiento de negocios, sí facilita la sostenibilidad y crecimiento de los que emergen, ya que aumenta su competitividad.

Los resultados de la encuesta a expertos son positivos y señalan la disponibilidad de infraestructura y servicios para los emprendedores nuevos y en crecimiento. Las respuestas se resumen en la gráfica 44.

**Gráfica 44.** Percepción de los expertos sobre la infraestructura física y servicios, GEM, El Salvador, 2014



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta nacional a expertos, GEM, 2014.

96

La mejor calificación la obtiene la rapidez para obtener servicios de comunicación, donde casi todos los expertos coinciden en que esto se puede hacer en menos de una semana. También reciben una calificación bastante positiva el costo y el acceso a todos los servicios (telefonía, electricidad, agua, internet).

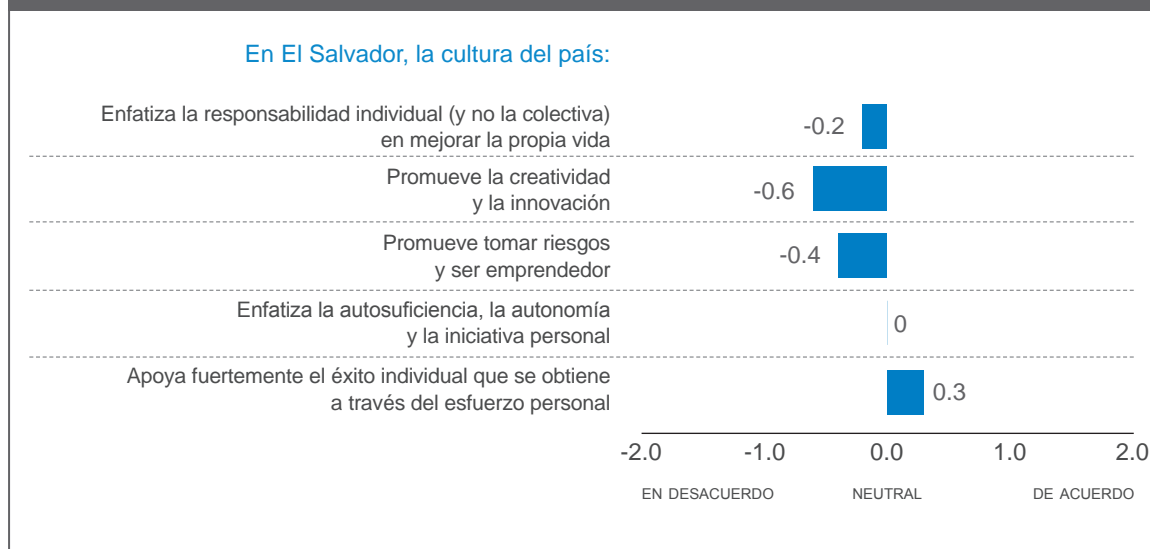
Solamente recibe una calificación moderadamente positiva la infraestructura física cuando se incluye carreteras, lo que sugiere que hay todavía, en la percepción de los entrevistados, brechas en el acceso físico, presumiblemente en ciertas regiones.

**Normas sociales y culturales**

El último componente analizado del entorno emprendedor son las normas sociales y culturales, que tienen una gran influencia en promover o frenar la ambición de los emprendedores potenciales y la búsqueda de oportunidades.

Esto no se refiere solamente al respeto y estatus otorgado a los emprendedores, sino también a la medida en que las normas sociales de un país fomentan los valores que son prerrequisitos para emprender en forma innovadora, tales como la autosuficiencia, la autonomía, el tomar riesgos, la creatividad y la obligación de hacerse cargo de la propia vida. Sin estos elementos, la actividad emprendedora —que puede ser abundante debido a la falta de otras opciones laborales— es vista como una opción inferior y, por tanto, aquellos con mayor motivación o conocimiento del mercado pueden preferir un trabajo asalariado a la opción de montar un negocio.

La gráfica 45 presenta las percepciones de los expertos sobre cómo la cultura nacional promueve los valores emprendedores. Las respuestas son relativamente neutrales, aunque la promoción de la creatividad e innovación, y de la toma de riesgos son moderadamente

**Gráfica 45.** Percepción de los expertos sobre las normas sociales y culturales, GEM, El Salvador, 2014

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta nacional a expertos, GEM, 2014.

97

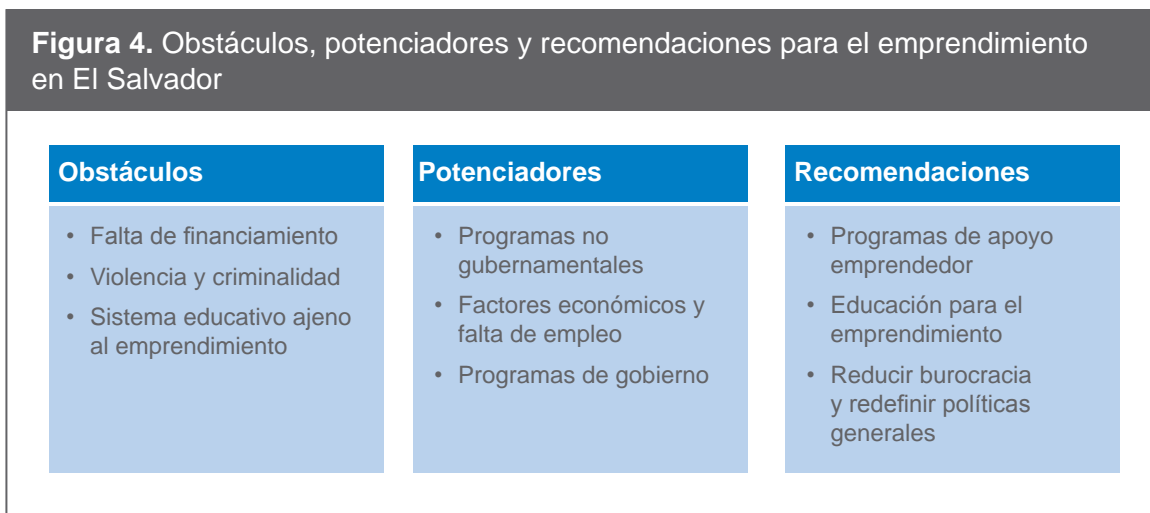
negativas. Al mismo tiempo, la valoración del éxito individual a través del esfuerzo personal obtiene un resultado levemente positivo. Esto indica un entorno que no es hostil al emprendimiento en términos culturales, pero que tampoco fomenta activamente las actitudes emprendedoras, en particular, las que se requieren para los emprendimientos innovadores y ambiciosos.

### Obstáculos y ventajas para emprender en El Salvador

Los expertos consultados también aportaron sus percepciones sobre los principales obstáculos al emprendimiento en el país, así como sobre los principales factores que actualmente lo promueven. También se les pidió que hicieran recomendaciones concretas para promover el emprendimiento en el país. La figura 4 resume los principales hallazgos.

Se observa que los tres principales obstáculos señalados son el financiamiento, el crimen e inseguridad, y el sistema educativo que no fomenta las capacidades y actitudes emprendedoras. Más de la mitad de entrevistados señala la falta de financiamiento como un obstáculo principal al emprendimiento. Esto es consistente con lo observado en otros países, donde la falta de fondos es señalada como la principal dificultad de los emprendedores, y es un problema inherente a la noción de emprender. Sin embargo, la prevalencia del crimen e inseguridad, señalada también por casi la mitad de entrevistados, es un factor particular del país y contribuye a que el entorno emprendedor sea desfavorable.

Otros elementos negativos que se señalan son la falta de suficientes programas de apoyo al emprendedor (tanto públicos como privados), el tamaño reducido y la falta de competencia del mercado interno, y una cultura relativamente desfavorable para emprender.



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados.

98

En cuanto a los factores que potencian el emprendimiento, los expertos consultados señalan como principales elementos los programas no gubernamentales (en especial los dirigidos por universidades) que apoyan a los emprendedores brindando asistencia técnica en su negocio, posiblemente, esto incluye centros como los centros de desarrollo de micro y pequeñas empresas (CDMYPE) que son operados dentro de una universidad con financiamiento estatal. El segundo elemento mencionado por los expertos es la situación económica, de bajo crecimiento y falta de generación de empleo formal, lo que estaría empujando a muchas personas a emprender para poder generar ingresos o buscar aumentar los que obtiene. Como se ha visto de los datos globales de emprendimiento en el capítulo 2, los países más pobres suelen poseer mayores tasas de emprendimiento.

Otros factores positivos mencionados son el acceso a nuevas tecnologías, que permite nuevos canales de comunicación y distribución, así como nuevos nichos de mercado; la promoción del emprendimiento en la educación superior, y la motivación individual de las per-

sonas, que las lleva a emprender aun en entornos adversos.

Finalmente, los expertos brindaron recomendaciones, que se han clasificado en categorías de respuesta, al igual que los elementos anteriores. Las principales recomendaciones son establecer programas de apoyo al emprendimiento, introducir el emprendimiento en el sistema educativo salvadoreño y mejorar las políticas generales para que sean más favorables a los nuevos negocios, lo que implica reducir burocracia, racionalizar regulaciones y orientar a las instituciones del Estado para que promuevan la actividad emprendedora.

En cuanto a la educación, los entrevistados señalan que debe introducirse el emprendimiento a lo largo del sistema educativo y desde temprana edad, como un eje transversal y como herramientas concretas de planificación, operación y manejo de los resultados de un negocio. Los entrevistados hacen énfasis en la inclusión del emprendimiento en la educación primaria y secundaria, así como en la formación de valores favorables para la actividad emprendedora.

## Valoración

Los resultados de la encuesta a expertos muestran una percepción negativa sobre los elementos del entorno emprendedor (a excepción de la infraestructura de servicios). En especial, el acceso a financiamiento para emprender y el impacto de las políticas generales de gobierno son evaluados de manera muy negativa, así como la educación emprendedora en primaria y secundaria (que es inexistente). La política para el emprendimiento es calificada de forma moderadamente negativa, en particular en lo que respecta a permisos de operación y regulaciones, así como en cuanto al rol de los gobiernos municipales.

En cuanto al rol del sector privado, también se señalan deficiencias, en particular en la existencia de proveedores y contratistas de bajo costo, y en la adopción de nuevas tecnologías, para lo que tampoco hay estímulos gubernamentales.

La imagen presentada es una de retos importantes para poder alcanzar un clima positivo para los emprendimientos innovadores y de oportunidad. Por un lado, las regulaciones deberían ser claras y no imponer una carga excesiva sobre los limitados recursos de los emprendedores nacientes. Por el otro, un mercado estático donde no hay una oferta diversificada y barata de proveedores dificulta el encontrar o aprovechar nuevos nichos de mercado, lo que invita a invertir y desarrollar el entorno de mercado en sectores específicos y prometedores. Finalmente, el rol del sistema educativo es crucial en formar las capacidades y los valores que promueven el emprendimiento exitoso, y tiene el potencial de inclinar los valores sociales a ser más favorables al emprendimiento.

## Notas del capítulo

3. El 0.03 % del PIB en investigación y desarrollo en 2011 (último dato disponible), según los Indicadores Mundiales de Desarrollo (World Development Indicators) del Banco Mundial.

## 7. Conclusiones y recomendaciones

100

Este reporte ha presentado los resultados más notables de la segunda edición del estudio Global Entrepreneurship Monitor en El Salvador. Este estudio, que a nivel mundial se ha realizado en dieciséis ocasiones, se ha constituido en el referente internacional para la medición del emprendimiento y sus características, las valoraciones sociales del emprendimiento y para diagnosticar el entorno emprendedor. El objetivo último de esta investigación es aportar insumos que permitan diseñar mejores programas y políticas de apoyo al emprendimiento.

En la edición 2014-2015 se reportan valores de la actividad emprendedora superiores a los mostrados en 2012, cuando se realizó la primera versión del estudio en El Salvador. Este aumento es ambiguo, pues al mismo tiempo que mayor actividad emprendedora se asocia a una mejor dinámica productiva, también es cierto que puede deberse a la falta de creación de empleos en el sector formal y en las empresas establecidas.

Las tasas de emprendimiento en El Salvador están ligeramente por debajo de lo que se esperaría para un país latinoamericano con su nivel de ingresos per cápita. La dinámica emprendedora muestra una proporción relativamente alta de negocios establecidos y un nivel moderado de emprendedores en etapa temprana. Sobre todo, el país sobresale por su altísima tasa de abandono de negocios, la más alta de América Latina.

El emprendimiento salvadoreño está compuesto, en su gran mayoría, por negocios de alcance modesto, que aportan un ingreso complementario o de subsistencia a sus propietarios, aun cuando estos declaran estar motivados por una oportunidad de negocio. Son negocios que exigen poco capital inicial, que operan en mercados saturados y tienen una orientación meramente local, sin hacer uso de nuevas tecnologías y, por todo lo anterior, sin mayores expectativas de crecimiento.

La encuesta a expertos refuerza la noción de un entorno desfavorable para el emprendimiento, donde, sin embargo, las personas se ven motivadas a iniciar negocios debido a las escasas oportunidades laborales. A excepción de la infraestructura de servicios y comunicaciones, el entorno emprendedor requiere de mejoras



significativas para promover emprendimientos innovadores y con potencial de crecimiento.

Para ser capaces de aportar recomendaciones de política a partir de los hallazgos del GEM 2014-2015, es necesario discutir el contexto económico salvadoreño. Los dos elementos más urgentes a resolver en ese contexto son, primero, la falta de empleo formal, productivo y decente, que sirva como medio de progreso social para las personas y, segundo, la escalada de violencia y criminalidad que apunta como víctimas principales a los jóvenes, que son los que poseen el mayor potencial productivo futuro. Ambos problemas se interrelacionan y pueden constituir un círculo vicioso donde la falta de empleo y de oportunidades se transforma en exclusión social, que empuja a muchas personas a las actividades ilegales, alimenta la economía subterránea y reduce los espacios para una economía productiva.

Aunque los salvadoreños demuestran un espíritu emprendedor muy positivo —ilustrado en las valoraciones sociales del emprendimiento— y mantienen una tasa emprendedora elevada a pesar del entorno adverso, no se puede negar que en muchos casos emprender es una estrategia de supervivencia. Los salvadoreños se arriesgan a iniciar negocios a pesar de las dificultades (falta de financiamiento, violencia, entre otras), pero estos son emprendimientos pequeños que no suelen generar más empleo que el propio o el de algún familiar, a veces no remunerado. Se trata de iniciativas en el sector servicios o comercio de muy baja productividad, sin posibilidad de alcanzar economías de escala o de vincularse con empresas establecidas. Al final muchos de estos emprendimientos no superarán el “valle de la muerte” del ciclo de estas iniciativas y otros mantendrán una trayectoria estable pero de reducida generación de ingresos.

Queremos que esta segunda edición del GEM dé inicio a una agenda de trabajo multisectorial que permita que el emprendimiento salvadoreño se convierta realmente en una herramienta para el desarrollo de las personas y de la economía. Esto supone una transformación de la realidad emprendedora del país. Hay que comenzar definiendo una tipología del emprendimiento en el país: posicionando el emprendimiento de innovación, que ahora es casi inexistente, y articulando los emprendimientos de oportunidad con el mercado formal y las empresas medianas y grandes para volverlas productivas y sostenibles.

El emprendimiento de necesidad debe reducirse, pues es el reflejo de la pobreza y la falta de oportunidades, ambas realidades incompatibles con el desarrollo inclusivo y sostenible al que El Salvador aspira.

La propuesta de trabajo que se realiza acá tiene tres ejes de intervención donde debe concurrir el esfuerzo coordinado de diversos actores de la sociedad civil, tanto públicos como privados. Los ejes son:

- Establecer una agenda de investigación en torno al tema del emprendimiento.
- Desarrollar capacidades emprendedoras en la población salvadoreña.
- Fomentar decididamente el emprendimiento en dos grupos:
  - o El emprendimiento femenino como herramienta de inclusión de cierre de brechas y de generación productiva, de empoderamiento y de resiliencia.
  - o El emprendimiento juvenil como herramienta de prevención de violencia y de arraigo a los territorios de origen.



## Establecer una agenda de investigación en torno al tema del emprendimiento

### a) Homogenización de la nomenclatura y los datos de emprendimiento

El GEM es un esfuerzo internacional de alto nivel académico que pone a disposición de la sociedad salvadoreña definiciones y datos sobre el emprendimiento que permiten hacer comparaciones internacionales, realizar el seguimiento y monitoreo a través del tiempo de la realidad productiva nacional. Esto es fundamental para establecer una agenda coherente de política pública alrededor del tema con miras a transformar el emprendimiento, que aporte a la transformación de las oportunidades productivas para la población del país.

Recomendamos que la nomenclatura del GEM sea adoptada por los actores vinculados con el tema (gobierno, ONG, cooperación, academia y empresa privada) para poder homogenizar el discurso relacionado. El GEM deja claro que el emprendimiento no es homogéneo y que no todo negocio supone crecimiento económico ni progreso social. Por ello es importante manejar ciertas distinciones que permitan diseñar intervenciones con impacto real. Asimismo, el seguimiento y el monitoreo de las intervenciones y acciones que se diseñen para apoyar las iniciativas en cualquier escala necesitan de datos que pueden ser provistos por el GEM.

### b) Establecer una red de investigadores en el tema

El GEM provee una riqueza de datos que debería ser aprovechada por aquellos investigadores que deseen profundizar en el tema desde una perspectiva cuantitativa o complementarlo con

una visión cualitativa. Seguramente los datos del GEM pueden complementarse muy bien con estudios de casos que ONG, organismos de cooperación o tanques de pensamiento ya tengan levantados o estén por levantar. Queremos vincular la investigación del GEM con la acción de quienes promueven el emprendimiento en el campo, y conocen las dificultades y fortalezas de nuestros emprendedores.

Por otro lado, las facultades de administración de empresas y economía de las universidades del país pueden aprovechar estos datos para incentivar a alumnos tesis y profesores para establecer líneas específicas de investigación. Debemos aprovechar estos datos y usarlos para responder preguntas de investigación más específicas y complementarlos, para poder hacer propuestas y discutirlos. Esta red es fundamental para sistematizar buenas prácticas y lecciones aprendidas de las intervenciones en el tema de emprendimiento que han tenido lugar a la fecha.

## Desarrollar capacidades emprendedoras en la población salvadoreña

Se suele hablar de la tendencia natural del salvadoreño al emprendimiento como un rasgo cultural. Ciertamente los salvadoreños no se quedan de brazos cruzados frente a la adversidad y buscan opciones en el autoempleo. Pero hemos visto que el emprendimiento por subsistencia no es una alternativa que permita que las personas y sus familias puedan ampliar sus oportunidades reales.

Las barreras que enfrentan los emprendedores para dar el salto de la subsistencia a la oportunidad o a la innovación son de diversa

naturaleza, pero la falta de capacidades es probablemente la fundamental. Existe la idea de que emprender es algo se aprende en un curso de habilidades productivas, por eso se habla de talleres de emprendimiento que en la práctica no van más allá de cursos de cocina, panadería, o corte y confección.

Sin embargo, el emprendedor es antes que nada un líder, uno que sabe arriesgarse pero que planifica. Hay rasgos de carácter (*soft skills*) particulares detrás del emprendedor que triunfa. Estas capacidades se forman a lo largo de la vida, desde temprana edad, y un espacio privilegiado para hacerlo es la escuela.

Incluir al emprendimiento como eje del currículo educativo del país es una apuesta fundamental y ya existen iniciativas a pequeña escala que lo hacen y de las que podemos aprender. No estamos pensando en cursos de emprendimiento sino en un currículo que deliberadamente empodere a los niños, les dé pensamiento lógico, autonomía y resolución de problemas a través de materias tan tradicionales como el Lenguaje y las Matemáticas. Las habilidades específicas como la contabilidad, la planificación de negocio o el estudio del potencial de mercado pueden introducirse en la educación media como aplicaciones específicas.

### **Fomentar el emprendimiento en dos grupos prioritarios para el desarrollo económico local**

#### **El emprendimiento femenino como herramienta productiva, de empoderamiento y de resiliencia**

Como ya se demostró con los datos, aunque no existe una brecha de género en la participación

entre hombres y mujeres en el emprendimiento, este es relativamente mucho más importante para las mujeres en términos de actividad económica. En un país en que la pobreza está feminizada (CEPAL, 2013) y en el que muchas familias cuentan con una mujer como cabeza de familia, la transformación de la productividad y calidad de esta opción de inserción es fundamental para el empoderamiento real de las mujeres.

#### **El emprendimiento juvenil como herramienta de prevención de violencia y de arraigo a los territorios de origen para reducir la migración**

Los fenómenos sociales de la violencia y la migración caracterizan hoy a El Salvador. Por otro lado, el país tiene la oportunidad de aprovechar un bono demográfico por los próximos 30 años, cuyo rédito dependerá de las apuestas que se hagan en las juventudes de hoy. En la actualidad, la violencia y la migración son fuente de vulnerabilidad para este grupo, que además sufre de dificultades importantes para educarse debidamente y para insertarse en los mercados laborales. El emprendimiento es una de las salidas laborales que encuentran, pero la exclusión de los mercados de crédito y la falta de capacidades suelen atraparles en un ciclo de emprendimiento de baja productividad. La formación en emprendimiento en las escuelas, realizando una contextualización de acuerdo con las vocaciones productivas de los territorios, puede ser una opción valiosa para transformar la realidad de este grupo, que tiene las energías para emprender pero no cuenta con un entorno habilitante.

Es importante resaltar que estos dos grupos necesitan apoyos particulares pues son grupos que actualmente viven exclusión en varios niveles. Ambos grupos son fundamentales para

el desarrollo presente y futuro del país, pero se necesita un apoyo coordinado desde el Estado y las organizaciones comprometidas con el emprendimiento para otorgarles:

- a) Apoyo técnico para formar las habilidades necesarias y alcanzar el empoderamiento individual.
- b) Fomento del trabajo cooperativo a través de financiamiento a esta modalidad emprendedora.
- c) Vinculación con empresas establecidas del sector formal (modelo de empresas tracto-

ras o anclas), favoreciendo alianzas clave para ampliar mercados e identificación de nichos de desarrollo productivo en sus territorios.

Las intervenciones realizadas para las mujeres y para los jóvenes deben ser diferenciadas. La buena noticia es que existen muchas lecciones aprendidas de lo que tiene éxito en el empoderamiento y desarrollo de cada grupo. Esperamos encontrar, entre los lectores de este informe, a los futuros socios y socias para llevar adelante esta agenda de trabajo.



# Bibliografía

- Banco Mundial. (2015). *Base de datos del World Development Indicators*. Recuperado de <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators/wdi-2014>
- Borghans, L.; Golsteyn, B. H. H.; Heckman, J. J.; y Meijers, H. (2009). Gender Differences in Risk Aversion and Ambiguity Aversion. *Journal of the European Economic Association*, 7(2-3): 649-658, 04-05. Recuperado de <http://www.nber.org/papers/w14713>
- CEPAL. (2013). *Panorama Social de América Latina 2012*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina.
- DIGESTYC. (2014). *Encuesta de hogares de propósitos múltiples*. Ministerio de Economía, Dirección General de Estadística y Censos.
- FUSADES (2014). *Informe de coyuntura legal e institucional. Primer semestre 2014*. Antiguo Cuscatlán: Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social.
- Hausman, R. y Rodrik, D. (2005). Self-discovery in a Development Strategy for El Salvador. *Economía, Journal of the Latin American and Caribbean Economic Association*, 6(1): 43-101. Recuperado de <http://www.brookings.edu/press/Journals/2006/economiafall2005.aspx>
- Kelley, D.; Ali, A.; Brush, C.; Corbett, A. C.; Majbourni, M. y Rogoff, E. (2013). *2012 United States Report Global Entrepreneurship Monitor*. Boston: Babson College y Baruch College.
- MINED. (2013). *Resultados de la información estadística de las instituciones de educación superior*. San Salvador: Ministerio de Educación.
- PNUD. (2013). *Informe de Desarrollo Humano El Salvador 2013: Imaginar un nuevo país. Hacerlo posible. Diagnóstico y propuesta*. San Salvador: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Porter, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. Free Press.
- Porter, M.; Sachs, J. y McArthur, J. (2002). *Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development*. Foro Económico Mundial, Davos.
- Porter, M., Stern, S. y Green, S. (2015). *Social Progress Index 2015*. Londres. Recuperado de <http://www.socialprogressimperative.org/publications>
- Reynolds, P.; Bosma, N.; Autio, E.; Hunt, S.; De Bono, N.; Servais, I.; Lopez-Garcia, P. y Chin, N. (2005). Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231. Recuperado de <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11187-005-1980-1>
- Singer, S.; Amorós, E. y Moska, D. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report*. Babson MA: Babson College. Recuperado de <http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202014%20Global%20Report.pdf>
- UNODC. (2014). *Estudio Global de Homicidios 2013*. Viena: Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Crimen.
- Van der Kuip, I. y Verheul, I. (2003). *Early Development of Entrepreneurial Qualities: the Role of Initial Education*. SCALES paper N200311, Zoetermeer, Holanda: EIM Business and Policy Research. Recuperado de <http://www.entrepreneurship-sme.eu/pdf-ez/N200311.pdf>

## Anexo 1: Composición de la muestra para la encuesta nacional a expertos (NES)

Las encuestas fueron conducidas entre agosto y septiembre de 2014, mediante invitación personal a una lista de expertos.

Por formación académica		Por lugar de trabajo	
Negocios	14	Sector privado	15
Economía	7	Academia	6
Derecho	2	Centros de pensamiento y ONG	6
Finanzas y Contabilidad	4	Gobierno	4
Ingeniería	2	<b>Total</b>	<b>31</b>
Otro	2		
<b>Total</b>	<b>31</b>		





Este documento presenta la situación del emprendimiento en El Salvador en 2014, a través de los resultados del segundo estudio GEM (Global Entrepreneurship Monitor) en el país, conducido por la Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN). El estudio abarca los diferentes tipos de emprendimiento y los elementos que lo caracterizan, a partir de una investigación original con datos primarios, representativa de la población salvadoreña. Este reporte posee como una de sus fortalezas el utilizar la metodología del GEM, el mayor proyecto mundial de investigación sobre emprendimiento, que ha sido replicado en más de 100 países y territorios hasta la fecha. Tanto las definiciones usadas en este estudio como los cálculos realizados han sido validados por un equipo central de expertos, lo que facilita la comparación en el tiempo y con otros países.

#### **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  
centroemprededor@esen.edu.sv

[www.esen.edu.sv](http://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](mailto:info@gemconsortium.org)

[www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)