



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Ingeniería
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial

**DISEÑO DE INVESTIGACIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA GUÍA DE ESTRATEGIAS DE
INNOVACIÓN PARA EMPRENDEDORES DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN
CIUDAD SAN CRISTÓBAL ZONA 8 DE MIXCO**

Marco Tulio Josué Reyna Gordillo

Asesorado por la M.A. Licda. Pamela Abigail Castañeda García

Guatemala, agosto de 2021

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE INGENIERÍA

**DISEÑO DE INVESTIGACIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA GUÍA DE ESTRATEGIAS DE
INNOVACIÓN PARA EMPRENDEDORES DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN
CIUDAD SAN CRISTÓBAL ZONA 8 DE MIXCO**

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO A LA JUNTA DIRECTIVA DE LA
FACULTAD DE INGENIERÍA
POR

MARCO TULIO JOSUÉ REYNA GORDILLO

ASESORADO POR LA M.A. LICDA. PAMELA ABIGAIL CASTAÑEDA GARCÍA

AL CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE

INGENIERO INDUSTRIAL

GUATEMALA, AGOSTO DE 2021

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE INGENIERÍA



NÓMINA DE JUNTA DIRECTIVA

DECANA	Inga. Aurelia Anabela Cordova Estrada
VOCAL I	Ing. José Francisco Gómez Rivera
VOCAL II	Ing. Mario Renato Escobedo Martínez
VOCAL III	Ing. José Milton de León Bran
VOCAL IV	Br. Christian Moisés de la Cruz Leal
VOCAL V	Br. Kevin Armando Cruz Lorente
SECRETARIO	Ing. Hugo Humberto Rivera Pérez

TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN GENERAL PRIVADO

DECANO	Ing. Pedro Antonio Aguilar Polanco
EXAMINADOR	Ing. Hugo Humberto Rivera Pérez
EXAMINADOR	Ing. Sindy Massiel Godinez Bautista
EXAMINADOR	Ing. Edgar Darío Alvarez Cotí
SECRETARIA	Inga. Lesbia Magalí Herrera López

HONORABLE TRIBUNAL EXAMINADOR

En cumplimiento con los preceptos que establece la ley de la Universidad de San Carlos de Guatemala, presento a su consideración mi trabajo de graduación titulado:

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA GUÍA DE ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN PARA EMPRENEDORES DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN CIUDAD SAN CRISTÓBAL ZONA 8 DE MIXCO

Tema que me fuera asignado por la Dirección de Escuela de Estudios de Postgrado con fecha 26 de noviembre de 2020.

Marco Tulio Josué Reyna Gordillo

Ref. *EEPFI-1604-2020*
Guatemala, 26 de noviembre de 2020

Director
César Ernesto Urquizú Rodas
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial
Presente.

Estimado Ing. Urquizú:

Reciba un cordial saludo de la Escuela de Estudios de Postgrado. El propósito de la presente es para informarle que se ha revisado y aprobado el **DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: CREACIÓN DE UNA GUÍA DE ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN PARA EMPRENDEDORES DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN CIUDAD SAN CRISTÓBAL ZONA 8 DE MIXCO**, presentado por el estudiante **Marco Tulio Josué Reyna Gordillo** carné número **200614948**, quien optó por la modalidad del "PROCESO DE GRADUACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA OPCIÓN ESTUDIOS DE POSTGRADO". Previo a culminar sus estudios en la Maestría en Artes en Gestión Industrial.

Y habiendo cumplido y aprobado con los requisitos establecidos en el normativo de este Proceso de Graduación en el Punto 6.2, aprobado por la Junta Directiva de la Facultad de Ingeniería en el Punto Décimo, Inciso 10.2 del Acta 28-2011 de fecha 19 de septiembre de 2011, firmo y sello la presente para el trámite correspondiente de graduación de Pregrado.

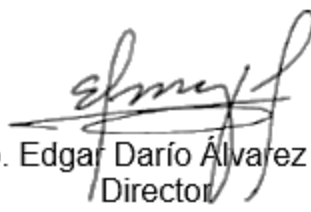
"Id y Enseñad a Todos"


Mtra. Pamela Abigail Castañeda García
Asesora

M.E. Pamela Abigail Castañeda García
Col.: 27778

M. A. Ing. Mec. Ind.
Hugo Humberto Rivera Pérez
2020-11-27 02:33:06 PM

Mtro. Hugo Humberto Rivera Pérez
Coordinador de Gestión Industrial
Plan entre semana


Mtro. Edgar Darío Álvarez Cotí
Director
Escuela de Estudios de Postgrado
Facultad de Ingeniería


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE INGENIERÍA
DIRECCIÓN
ESCUELA DE POSTGRADO



EEP-EIMI-080-2020

El Director de la Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala, luego de conocer el dictamen del Asesor, el visto bueno del Coordinador y Director de la Escuela de Estudios de Postgrado, del Diseño de Investigación en la modalidad Estudios de Pregrado y Postgrado titulado: **CREACIÓN DE UNA GUÍA DE ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN PARA EMPRENDEDORES DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN CIUDAD SAN CRISTÓBAL ZONA 8 DE MIXCO**, presentado por el estudiante universitario **Marco Tulio Josué Reyna Gordillo**, procedo con el Aval del mismo, ya que cumple con los requisitos normados por la Facultad de Ingeniería en esta modalidad.

ID Y ENSEÑAD A TODOS



Ing. César Ernesto Urquizú Rodas
Director
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial

Guatemala, noviembre de 2020

DTG. 377.2021

La Decana de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala, luego de conocer la aprobación por parte del Director de la Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial, al Trabajo de Graduación titulado: **DISEÑO DE INVESTIGACIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA GUÍA DE ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN PARA EMPRENDEDORES DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN CIUDAD SAN CRISTÓBAL ZONA 8 DE MIXCO**, presentado por el estudiante universitario: **Marco Tulio Josué Reyna Gordillo**, y después de haber culminado las revisiones previas bajo la responsabilidad de las instancias correspondientes, autoriza la impresión del mismo.

IMPRÍMASE:



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
DECANA
FACULTAD DE INGENIERÍA

Inga. Anabela Cordova Estrada
Decana

Guatemala, agosto 2021

AACE/cc

ACTO QUE DEDICO A:

- Dios** Por haberme permitido culminar esta etapa de estudios con éxito. A Dios sea la honra.
- Mis padres** Marco Tulio y Gricelda Reyna por haberme enseñado la importancia del estudio y con su ejemplo formarme y ayudarme a ser cada día mejor.
- Mis hermanos** Daniel, Marian y Mariela Reyna por ser mis grandes amigos y compañeros de vida.

AGRADECIMIENTOS A:

Universidad de San Carlos de Guatemala	Por ser la institución que me formó y de la cual tengo bellos recuerdos.
Facultad de Ingeniería	Por darme los conocimientos necesarios para hoy poder desenvolverme como un profesional de éxito.
Mi asesora	M.A. Licda. Pamela Abigail Castañeda García, por toda su paciencia y apoyo en el proceso de trabajo de graduación
Familia y amigos en general	

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	V
LISTA DE SÍMBOLOS.....	VII
GLOSARIO.....	IX
RESUMEN.....	XI
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. ANTECEDENTES.....	3
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
3.1. Contexto general.....	9
3.2. Descripción del problema.....	9
3.3. Formulación del problema.....	10
3.3.1. Pregunta central.....	11
3.3.2. Preguntas auxiliares.....	11
3.4. Delimitación del problema.....	12
4. JUSTIFICACIÓN.....	13
5. OBJETIVOS.....	15
5.1. General.....	15
5.2. Específicos.....	15
6. NECESIDADES POR CUBRIR Y ESQUEMA DE SOLUCIÓN.....	17

7.	MARCO TEÓRICO	19
7.1.	Emprendimiento.....	19
7.1.1.	Tipos de emprendimiento.....	21
7.1.2.	Micro y pequeña empresa.....	22
7.1.3.	Emprendimiento en Guatemala	23
7.1.3.1.	Factores macroeconómicos.....	26
7.2.	Estrategias de innovación para el emprendimiento	30
7.2.1.	Estudio de mercado.....	32
7.2.2.	Análisis financiero.....	34
7.3.	Efectos de la educación en el emprendimiento.....	35
7.3.1.	Tipos de educación.....	36
7.3.2.	Escolaridad en Guatemala.....	38
7.4.	Guía de emprendimiento.....	40
7.4.1.	Características de una guía	42
8.	PROPUESTA DE ÍNDICE DE CONTENIDOS	43
9.	METODOLOGÍA	47
9.1.	Tipo de estudio	47
9.2.	Características del estudio.....	48
9.3.	Unidades de análisis	49
9.4.	Variables	49
9.5.	Fases del estudio	52
9.5.1.	Fase 1: Revisión de literatura	52
9.5.2.	Fase 2: Gestión o recolección de la información.....	52
9.5.3.	Fase 3: Análisis de información	53
9.5.4.	Fase 4: Interpretación de información	53
9.5.5.	Fase 5: Creación de la guía	53

10.	TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	55
11.	CRONOGRAMA	57
12.	FACTIBILIDAD DEL ESTUDIO.....	59
13.	REFERENCIAS	61
14.	APÉNDICES	67
15.	ANEXOS	69

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

FIGURAS

1.	Emprendimiento y educación.....	6
2.	Segmentación de mercado en emprendimientos en Guatemala.....	7
3.	Segmentación de emprendimiento por departamentos	24
4.	Emprendimientos por municipio en el departamento de Guatemala	25

TABLAS

I.	Educación en el mundo.....	5
II.	Esquema de solución	18
III.	Microempresas en Guatemala.....	22
IV.	Demografía y PIB en Guatemala.....	27
V.	Inflación 2020 en Guatemala.....	28
VI.	Tasa de cambio en Guatemala.....	29
VII.	Variables independientes.....	50
VIII.	Variables dependientes.....	51
IX.	Cronograma	57
X.	Recursos necesarios para la investigación.....	59

LISTA DE SÍMBOLOS

Símbolo	Significado
=	Igual que
Km	Kilómetro
%	Porcentaje
Q	Quetzales

GLOSARIO

Adjudicar	Dar o ceder la propiedad de algo.
ASEGUA	Asociación de Emprendedores de Guatemala.
BANGUAT	Banco de Guatemala.
CDE	Creación y desarrollo de empresas.
GEM	Global Entrepreneurship Monitor (Monitor Global de Emprendimiento).
INE	Instituto Nacional de Estadística.
Macroeconomía	Parte de la teoría económica que se encarga de estudiar los indicadores globales de la economía.
Microeconomía	Es una parte de la economía que estudia el comportamiento económico de agentes individuales; así como su interrelación en los mercados.
MINECO	Ministerio de Economía.
MIPYME	Micro, pequeña y mediana empresa.
PIB	Energía debida a un movimiento determinado.

PNUD Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

RAE Real Academia Española.

REDEM Red de educación Mundial.

Retail Comercio a detalle, hace referencia la venta de productos al consumidor final.

SEGEPLAN Secretaría de Planificación y Programación de la Nación.

RESUMEN

El emprendimiento es el proceso de crear, iniciar y administrar un nuevo negocio, o proyecto, que normalmente inicia como una pequeña empresa o una emergente, dando a la venta un producto, servicio o proceso. El emprendimiento puede ser propiciado por múltiples razones y condiciones, la historia de cada emprendedor es diferente. Este trabajo se centra en aquellos emprendedores en fase inicial, especialmente aquellos que no han tenido acceso a educación emprendedora, con la finalidad de proporcionar un recurso para brindar apoyo en conocimientos y conceptos básicos de emprendimiento que puedan servir para optimizar el desarrollo del mismo.

El presente diseño de investigación busca conocer las políticas macroeconómicas que afectan la actividad emprendedora y que debilitan el ambiente propicio para nuevos negocios, además de determinar qué conceptos básicos de emprendimiento pueden aportar al mejor desarrollo de los mismos. De esta forma identificar conceptos fundamentales y estrategias esenciales para el inicio de un nuevo negocio. Con estos datos crear una guía, de fácil lectura y amigable para todo tipo de lector, brindando una oportunidad de acceso a estos conocimientos básicos y útiles para el desarrollo de un emprendimiento.

1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con Monitor Global de Emprendimiento (GEM, 2020) en su Reporte Nacional de Emprendimiento destaca que, a nivel mundial Guatemala es uno de los países que destaca por el espíritu emprendedor de su población comprendida entre las edades de 18 a 64 años. Posee la tercera tasa de emprendimiento temprano más alta del mundo con un 25.1 %, comparado con el resto de América Latina que alcanza el 17.6 %. Según este reporte, algunas de las causas son resultado de la problemática de desempleo y la afectada economía que vive el país especialmente en la última década provocando así en la población la búsqueda de nuevas alternativas de generación de ingresos y una nueva oportunidad de desarrollo económico, y es ahí donde el emprendimiento cobra relevancia para el país y la región.

El presente estudio pertenece a la línea de investigación Innovación Estrategia, tiene un enfoque mixto con un alcance descriptivo y correlacional. Las poblaciones de estudio serán emprendedores de micros y pequeñas empresas en Ciudad San Cristóbal de la zona 8 de Mixco del departamento de Guatemala. Según el Reporte Nacional de Emprendimiento, mencionado previamente, en la región de cada 20 negocios que inician, únicamente 7 permanecen más allá de 42 meses y la cifra es más contundente luego de 60 meses con solo 5 negocios funcionando como a sus inicios fue planificado. La causa principal a la que se adjudica este fracaso se relaciona con la baja formación académica de los emprendedores guatemaltecos, ya que solamente el 55 % de ellos tiene el nivel

de diversificado completo y un 5% no tuvo la oportunidad de ingresar al sistema educativo formal.

La metodología de investigación que se empleará consta de cinco fases, siendo la primera el rastreo y revisión de fuentes bibliográficas sobre emprendimiento, conceptos básicos y estrategias de innovación esenciales en un nuevo negocio. En base la información obtenida, la segunda fase consistirá en la recolección de datos con emprendedores, elegidos por un muestreo no probabilístico, para conocer su experiencia y determinar sus conocimientos de educación emprendedora, así como la situación actual del negocio (retos, necesidades, aciertos). En la tercera fase, se hará una transcripción de los datos obtenidos para luego en la cuarta, realizar un análisis de los datos e identificar si existe una causalidad o correlación entre variables. Es decir, analizar la incidencia del conocimiento de educación emprendedora y estrategias de innovación para nuevos negocios, con el mejor funcionamiento y ejecución de un emprendimiento y determinar así la información más relevante que se debería incluir en la quinta fase que es la creación de una guía de estrategias de innovación básicas para un nuevo emprendimiento.

2. ANTECEDENTES

Tomando como referencia a Kim (2008) se indica que para que un país crezca en su economía es necesario el emprendimiento local. Guatemala es un país con uno de los mayores índices de emprendimiento a nivel mundial, según el último reporte nacional de Monitor Global de Emprendimiento del (GEM, 2019) en Guatemala existen 2.2 millones de emprendedores en fases tempranas de operación, y esto le da al país la posición 2 de los 49 países que participaron en el estudio. Estos emprendimientos son caracterizados por bajo capital financiero, baja formación y mucho optimismo. Según lo mencionado por Boone (1996) un país como Guatemala necesita una inyección interna económica y un ambiente propicio para que emprender sea más viable y los emprendimientos tengan mayor oportunidad de éxito.

De acuerdo con un estudio realizado por Monitor Global de Emprendimiento (GEM, 2020) cuatro de cada diez negocios de los emprendedores guatemaltecos (43 %) inician con una inversión inicial menor a Q.5 mil. Dos de cada 3 están orientados al sector de consumo y 5 de cada 10 emprendimientos no generan ningún empleo. Aun así, siete de cada diez emprendedores establecidos (71 %) y 8 de cada 10 emprendedores tempranos (84 %), tienen la esperanza de generar algún empleo adicional en los próximos cinco años. Con estas condiciones, la posibilidad de crecer es muy limitada. La evidencia es contundente, de los 20 negocios que inician, únicamente 7 permanecen más allá de 42 meses. La baja escala de los emprendimientos existentes en Guatemala y su limitada duración tiene múltiples causas, las cuales se retroalimentan entre sí. “El bajo nivel de

educación y capacitación de los emprendedores limita el tipo negocios que emprenden. La insuficiente cantidad y calidad de la infraestructura vial representa serias dificultades para ampliar mercados” (Casasola, 2015, p. 3).

Esto también se ve reflejado en lo indicado en un aspecto influyente en el desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) en Guatemala “el desarrollo económico a nivel mundial estuvo relacionado con las grandes organizaciones, tendencia que comenzó a disminuir en las últimas décadas, ahora la tendencia es hacia la MIPYME, el sistema es más dinámico, es de múltiples fuerzas interrelacionadas” (Ministerio de Economía [MINECO], 2020, párr. 8).

Según el estudio de Casasola (2015), tener poca educación y no estar capacitados es un factor de alto impacto en los resultados de éxito de los emprendimientos, identificando que el bajo nivel de conocimiento es una limitante para las personas que emprender al momento de ejecutar sus ideas. La importancia de la capacitación como estrategia para la generación de innovación y emprendimiento, también se ve reflejada en uno de los lineamientos planteados para el logro de las metas del eje “Riqueza para todos y todas” de K’atun 2032, “Aumentar los niveles de productividad del país mediante la innovación, el conocimiento y apoyo a emprendedores, programas de capacitación, educación asistencia técnica” (Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia [SEGEPLAN], 2015, p. 94).

Dentro de los distintos desafíos económicos y sociales que Guatemala afronta, el acceso a educación presenta un importante rezago al compararse con otros países en una similar etapa de desarrollo. El Programa de las Naciones

Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2020) en el Índice de Desarrollo Humano del 2020 presentó que Guatemala ocupó el puesto número 126. Ubicándose debajo de países como: El Salvador, Vietnam y las Filipinas, y superando a países como Honduras, Nicaragua, y Camboya. Algunos de estos países comparten la misma ubicación geográfica y vocación productiva con Guatemala y otros, aunque se encuentran lejos, son competidores directos en actividades económicas intensivas en la generación de empleo como: la elaboración de vestuario y textiles y la producción de café y azúcar. Al comparar algunos indicadores educativos generales de Guatemala con el de los países mencionados anteriormente, es posible evidenciar algunas desventajas que tiene su fuerza laboral, a un grupo menor de ellos sabe leer y escribir, tiene menos años promedio de educación formal y una reducida proporción tiene acceso a educación secundaria, datos que se comparan en la siguiente tabla:

Tabla I. **Educación en el mundo**

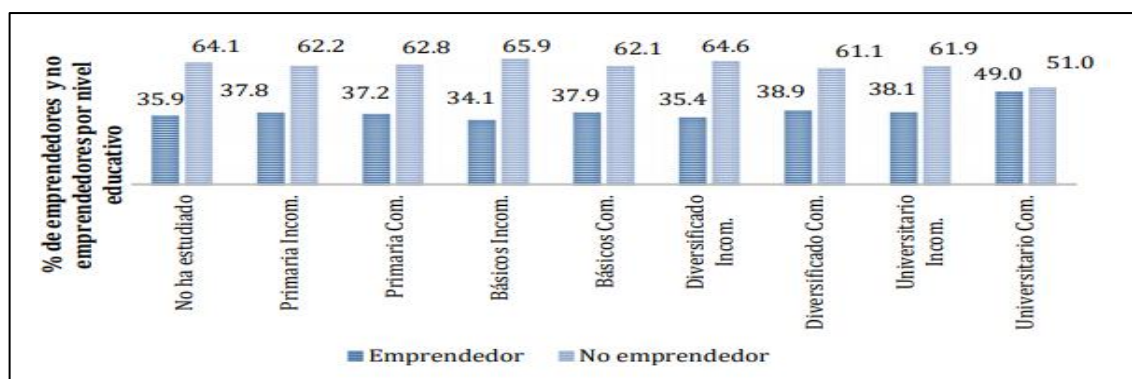
País	Posición/187	IDH	Años Promedio de Educación	Tasa de Alfabetismo	Porcentaje de población adulta con educación Secundaria
El Salvador	115	0.662	6.5	84.5 %	39.8 %
Filipinas	117	0.660	8.9	95.4 %	64.8 %
Vietnam	121	0.638	5.5	93.4 %	65.0 %
Guatemala	125	0.628	5.6	75.9 %	22.6 %
Honduras	129	0.617	5.5	85.1 %	27.0 %
Nicaragua	132	0.614	5.8	78.0 %	37.6 %
Camboya	136	0.584	5.8	73.9 %	15.5 %

Fuente: Casasola (2015). *El acceso y las necesidades de capacitación de los emprendedores en Guatemala*. Consultado el 11 de julio de 2020. Recuperado de: www.gem.ufm.edu.gt

Además de las estadísticas a nivel educativo es importante considerar los conocimientos productivos a partir del acceso a capacitación técnica. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2016) en la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (ENCOVI), únicamente el 4.23 % de la población económicamente activa recibió algún tipo de educación durante el último año, mientras que el 33 % manifestó interés en recibir alguna capacitación. Esto refleja un importante vacío en la formación de los guatemaltecos.

La educación en sus diferentes tipos ha demostrado ser un eje fundamental en la sociedad, es decir, es un indicador del desarrollo del país y la economía del mismo. Guatemala cuenta con un gran reto en este sentido, ya que relaciona una de las tasas más bajas en educación y una de las tasas más altas en emprendimiento, por lo que implementar estrategias de formación permitirá mejorar los indicadores económicos del país. Existe una menor escolaridad en los emprendedores, en relación con los no emprendedores.

Figura 1. **Emprendimiento y educación**

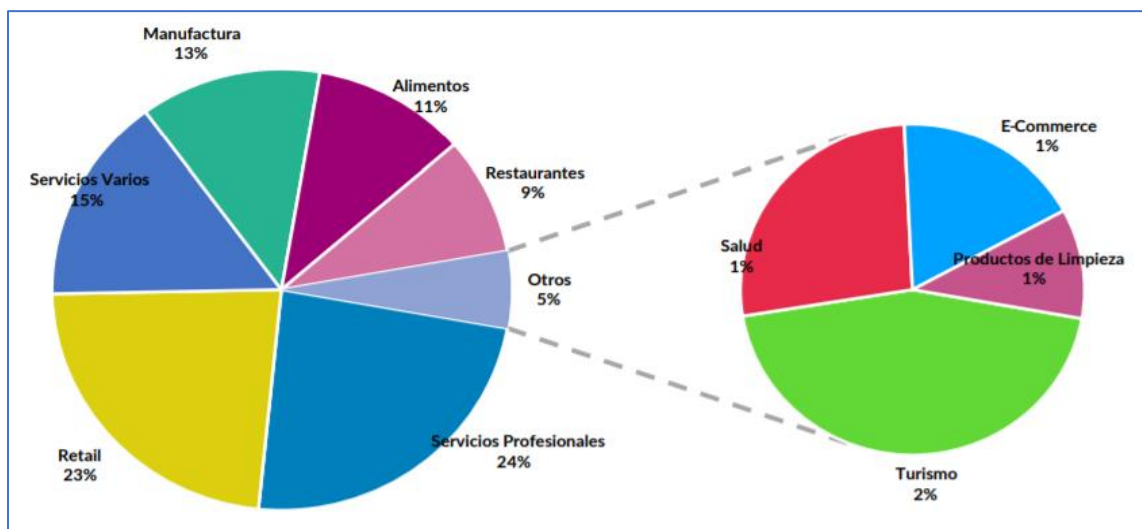


Fuente: Monitor Global de Emprendimiento (GEM, 2020). *Reporte Nacional 2019/2020*.

Consultado el 11 de julio de 2020. Recuperado de: www.gem.ufm.edu.gt.

Añadido al factor de formación en los emprendedores, los guatemaltecos actualmente afrontan un nuevo reto derivado del impacto económico provocado por la pandemia COVID-19, al respecto la Asociación de Emprendedores de Guatemala (ASEGUA, 2020) en el Diagnóstico de Emprendedores en Guatemala durante esta emergencia, muestra que los servicios profesionales y el sector *retail* (venta minorista o comercio a detalle) abarcan casi el 50 % de los negocios. En la siguiente gráfica vemos la participación por giro de negocio en la actualidad.

Figura 2. **Segmentación de mercado en emprendimientos en Guatemala**



Fuente: Asociación de Emprendedores de Guatemala (ASEGUA, 2020). *Diagnóstico de Emprendedores en Guatemala durante el Covid-19*. Consultado el 11 de julio de 2020.

Recuperado de: <https://www.prensalibre.com>

Esta segmentación de mercado por giro de negocio, a nivel país, nos da una perspectiva de qué negocios son los más comunes en que los

emprendedores ejecutan sus esfuerzos, por lo que es importante analizar qué factores influyen directa e indirectamente para los resultados de este, que pueden facilitar esta actividad emprendedora. Considerando estos aspectos y tomando en cuenta que en Guatemala se emprende con poca formación y poco capital económico, se identifica una oportunidad para apoyar a los nuevos emprendedores con base a la necesidad de conocimiento de herramientas de innovación para el inicio de un nuevo negocio que les permita alcanzar los objetivos trazados y así contribuir con la economía del sector a largo plazo.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El emprendimiento es un tema que se desarrolla en todo el mundo de diferentes formas. Existen datos específicos de Guatemala que nos ayudarán a entender mejor el desarrollo del mismo en nuestro país. Esto también ayuda a conocer el problema en específico que se presenta.

3.1. Contexto general

Guatemala posee la tercera Tasa de Emprendimiento Temprano más alta del mundo, ya que se considera una buena oportunidad para generar ingresos. En relación con las actitudes hacia el emprendimiento, Guatemala presenta varios puntos importantes: las personas ven más oportunidades de negocio y el indicador del miedo al fracaso es bajo. Sin embargo, en contraste, los años de escolaridad son bajos y existe una carencia de educación emprendedora, dando como resultado una falta de conocimiento de estrategias de innovación para la iniciación de un nuevo negocio en un alto porcentaje de emprendedores de micro y pequeñas empresas, situación que puede repercutir en el mejor funcionamiento de un emprendimiento.

3.2. Descripción del problema

En todo el mundo ha existido un impacto económico derivado de la pandemia COVID-19 provocando altos niveles de desempleo, situación que ha desencadenado un incremento en la necesidad de creación de nuevas micro y

pequeñas empresas. Guatemala no ha sido la excepción de esta crisis, para efecto de esta investigación se ha delimitado el estudio a Ciudad San Cristóbal en zona 8 de Mixco. Esta necesidad de generación de ingresos ha hecho aventurarse a muchos nuevos emprendedores a iniciar un nuevo proyecto de negocio, quienes se enfrentan a diferentes retos, siendo uno de estos la falta o pocos conocimientos básicos de estrategias de innovación para la creación de un negocio y en general educación emprendedora, lo que puede poner en riesgo el cumplimiento de los resultados esperados.

Este trabajo de investigación busca conocer las políticas microeconómicas que afectan la actividad emprendedora, determinar los conceptos básicos de emprendimiento que pueden aportar al mejor desarrollo de los mismos y analizar la incidencia de estos conocimientos con el mejor funcionamiento y ejecución de un nuevo negocio. Con esta información crear una guía con conceptos básicos de educación emprendedora y estrategias de innovación básicas para un nuevo negocio, que sea de fácil lectura, amigable y accesible para todo tipo de lector. Esto considerando que muchos emprendedores no cuentan con los recursos (tiempo, dinero, transporte, entre otros) para optar por educación emprendedora a nivel formal y tener acceso a estos conocimientos elementales que le pueden orientar a un mejor manejo y desarrollo del mismo.

3.3. Formulación del problema

Una menor cantidad de conocimiento de educación emprendedora y estrategias de innovación puede ser un factor determinante y que influya en el buen desarrollo de un emprendimiento. Sin embargo, la baja escolaridad es una realidad en un país como Guatemala, por lo que encontrar estrategias para poder

llegar a las personas que emprenden y no tienen estos conocimientos significa un aporte importante. Una guía de fácil lectura puede ser un elemento importante para apoyar a esta población.

3.3.1. Pregunta central

¿Qué conocimientos básicos de educación emprendedora y estrategias de innovación para un nuevo negocio ayudan al emprendedor de micro y pequeñas empresas en Ciudad San Cristóbal a desarrollar su proyecto de negocio de manera más efectiva?

3.3.2. Preguntas auxiliares

- ¿Qué políticas microeconómicas afectan la actividad emprendedora debilitando el ambiente propicio para nuevos emprendimientos?
- ¿Cuál es el perfil de los emprendedores y cuáles son los emprendimientos más comunes?
- ¿Cuáles son las razones principales que determinan el éxito o fracaso de un micro o pequeño emprendimiento?
- ¿Qué conocimientos básicos de educación emprendedora y estrategias de innovación para un nuevo negocio han sido funcionales según historias de éxito de emprendedores que han desarrollado grandes negocios a partir de pequeñas ideas?

- ¿Cómo se puede facilitar conocimientos básicos de educación emprendedora y estrategias de innovación para un nuevo negocio a emprendedores por medio de una guía para aumentar las posibilidades de éxito en un nuevo negocio?

3.4. Delimitación del problema

La falta o poca educación emprendedora en una alta proporción de emprendedores, ante la incipiente vida productiva de un nuevo negocio que incide en el óptimo desarrollo del mismo, afectando inclusive el posicionamiento en la preferencia del público objetivo, haciendo necesario el conocimiento de estrategias de innovación.

4. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación pertenece a la línea de investigación Innovación Estrategia, debido a que presenta una propuesta enfocada en la facilitación de conocimientos básicos de educación emprendedora y estrategias innovación para nuevos negocios que permitirán a emprendedores el mejor desarrollo de empresas y poder alcanzar sus objetivos. Derivado de la situación económica actual, una gran cantidad de personas han perdido su fuente principal de ingresos y se han visto en la necesidad de generar nuevas ideas de negocio, llevando al alza el número de emprendimientos de micro y pequeñas empresas. Sin embargo, no todos los emprendedores cuentan con los conocimientos necesarios para la correcta planificación, ejecución y control de una empresa. Según el INE en Guatemala en el 2019, solamente el 4.26 % de los guatemaltecos cuentan con estudios a nivel licenciatura y el 24.4 % tiene diversificado, cifra que muestra un bajo nivel de escolaridad, lo que puede incidir en la formación emprendedora del guatemalteco.

El presente estudio de investigación es importante porque busca apoyar a los emprendedores que carezcan de educación emprendedora y que no tienen los recursos para adquirirla, brindando una guía, no muy extensa pero que compile conceptos básicos de emprendimiento que le apoyen en el desarrollo de su negocio y que al conocerlos pueda aportar a una optimización del mismo. De esta forma estimular el emprendimiento dinámico e impulsar la creatividad y el espíritu de innovación como fuente de oportunidades de negocio y resolución de

problemas. Promoviendo el emprendimiento como mecanismo que contribuya no solo al beneficio propio, sino al desarrollo económico del país.

5. OBJETIVOS

5.1. General

Diseñar una guía de conceptos básicos y estrategias de innovación para un nuevo emprendimiento, dirigida al emprendedor de micro y pequeñas empresas en Ciudad San Cristóbal para mejorar el desarrollo de un nuevo proyecto de negocio de manera más efectiva.

5.2. Específicos

- Conocer las políticas microeconómicas que afectan la actividad emprendedora que debilitan el ambiente propicio para nuevos negocios.
- Segmentar el perfil de los emprendedores y tipos de emprendimiento más comunes.
- Construir un listado con conceptos básicos de educación emprendedora y estrategias de innovación para un nuevo negocio, como base para realizar la guía, según historias de éxito de emprendedores que han desarrollado grandes negocios a partir de pequeñas ideas.
- Crear una guía que brinde conceptos básicos de educación emprendedora y estrategias de innovación de nuevos proyectos para aumentar las posibilidades de éxito en un nuevo negocio.

6. NECESIDADES POR CUBRIR Y ESQUEMA DE SOLUCIÓN

El presente trabajo de investigación busca apoyar a los emprendedores en fase de emprendimiento temprano que deseen mejorar sus probabilidades de éxito a partir de la implementación de herramientas de innovación para nuevos negocios que les permitan aprovechar las oportunidades que se presenten. Emprender significa explorar, comenzar, tomar riesgos. En este proceso, el sumar conocimientos básicos de educación emprendedora, así como estrategias para la creación de un nuevo negocio, representa un aporte significativo para el emprendedor.

Sin embargo, según el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2019) solo el 45% de los emprendedores en el país cuenta con estudios a nivel superior. Conscientes que la educación tiene una influencia significativa sobre la formación de una mente emprendedora y en esto tienen que ver todos los procesos de formación a los que ha sido sometida una persona, desde la familia, lugares de estudio, amigos y religión. Es necesario aportar a todos estos los emprendedores, especialmente en fase de emprendimiento temprano, conceptos básicos, herramientas y estrategias de planificación de proyecto.

Como resultado de esta investigación se creará una guía que facilite esta información, que, a pesar de básica, para algunos emprendedores puede ser desconocida y que la misma puede permitir a los emprendedores de Ciudad San Cristóbal zona 8 de Mixco poder desarrollar su negocio de una mejor forma. Para llevar a cabo este proyecto se realizarán etapas, primero se buscará conocer las

políticas microeconómicas que afectan la actividad emprendedora, conceptos básicos de y estrategias para el inicio de un nuevo negocio. El resultado de la presente investigación será una “Guía de estrategias de innovación para emprendedores de micro y pequeñas empresas en ciudad San Cristóbal zona 8 de Mixco”. Este trabajo se realizará de la siguiente manera.

Tabla II. **Esquema de la solución**

ACTIVIDAD	TIEMPO
Documentación bibliográfica sobre educación emprendedora y estrategias de innovación para un nuevo negocio.	4 semanas
Creación de aspectos a evaluar.	2 semana
Elección de tipo de muestreo.	1 semana
Elaboración de Instrumentos de investigación: - Encuesta y lista de cotejo para emprendedores en Ciudad San Cristóbal - Entrevista a Emprendedores exitosos - Análisis Documental	3 semanas
Aplicación de Técnicas e instrumentos de investigación a la muestra seleccionada.	4 semanas
Tabulación y análisis de datos	2 semanas
Creación de guía de emprendimiento.	3 semanas
TOTAL	19 semanas

Fuente: elaboración propia.

7. MARCO TEÓRICO

La acción de emprender ha tomado mayor realce en los últimos años. Muchas familias generan ingresos de esta forma alrededor del mundo. Sin embargo no todos los emprendimientos tienen el mismo éxito y para ello es importante entender este concepto.

7.1. Emprendimiento

Existen diferentes maneras de generar ingresos económicos, uno de los principales es el emprendimiento, la cual ha tomado mayor relevancia. El emprendimiento se define de la siguiente forma “Un conjunto de competencias, que parte de la actitud de la persona, para optar oportunidades de su entorno, lo cual requiere un pensamiento sistemático, convertirlas en ideas innovadoras, con base en su creatividad y generar proyectos productivos” (Uribe y Reinoso, 2013, p. 14).

Según esta definición, el emprendimiento es más que iniciar un negocio nuevo, este refiere a la generación de ideas o proyectos que aporten un valor agregado y sean capaces de producir como resultado ganancias económicas. Esto resalta la importancia del emprendedor y la actitud con la que afronte el emprendimiento. La actitud de emprender es importante y se describe así “La capacidad que tiene una persona para desarrollar un proyecto o una empresa, basado en la inspiración, la confianza y la valentía de actuar y luchar en pro de alcanzar los sueños hasta hacerlos realidad” (Parra, Rubio y López, 2017, p. 13).

Una actitud correcta para emprender es importante y es la que inspira a muchas personas, cada día más, a atreverse a buscar nuevas formas de generar ingresos. Sin embargo, además de la actitud, el emprendimiento está estrechamente ligado al concepto de innovación y la generación de ideas nuevas, con un giro de creatividad que haga una diferenciación o brinde un valor agregado. Este concepto se define como: “La innovación es producir, asimilar y explorar con éxito una novedad de manera que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita responder a las necesidades de las personas, de las empresas y, en general de la sociedad” (Sainz, 2020, p. 51). Hoy en día para emprender es importante evolucionar de las antiguas formas de negociar y de generar ganancias económicas, creando nuevas soluciones a las nuevas problemáticas. Respecto a la relación entre emprendimiento e innovación se propone lo siguiente “Emprender es más que gestionar una empresa, es adaptarse a los nuevos escenarios de mercado que la economía impone. Es prácticamente imposible hablar de este asunto y no relacionarlo con el término de innovación ya que son indispensables” (Vásquez, 2015, p. 13).

Con base en lo expuesto por Vásquez, ser emprendedor requiere ser también innovador. Sin embargo, muchas veces se desligan estos conceptos y estos son importantes el uno con el otro, porque iniciar un negocio, sin tener una idea novedosa o claramente definida puede ser un riesgo alto de inversión. Pero por otro lado tener una idea, por muy creativa que sea sin saberla ejecutar y llevarla a la acción deja de ser funcional. El concepto de emprendedor se define como “La persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios en concreto y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenzarla y llevarla a la práctica” (Schnarch, 2014, p. 3).

Ser emprendedor es explorar diferentes facetas para poder ejecutar una nueva idea de negocios de una forma exitosa. Es decir, el emprendimiento se refiere a la ejecución de un negocio, desde la idea hasta la práctica de la misma y abarca diferentes formas de generar ingresos.

7.1.1. Tipos de emprendimiento

Existen diferentes ámbitos en donde la actitud emprendedora cobra relevancia. De acuerdo con Scharch (2016) el emprendimiento puede ser de diferentes tipos, empezando por el empresarial que tiene motivación netamente económica, el emprendimiento público que es producido por organizaciones cívicas y objetivos de administración pública. Diferente al emprendimiento social que trabaja iniciativas a cubrir necesidades sociales. También otros tipos menos comunes como el emprendimiento artístico-cultural que es enfocado, tal y como su nombre lo dice a ideas culturales, y el emprendimiento religioso que está enfocado a la creación de iniciativas de índole espiritual. De estos tipos solamente el empresarial busca un objetivo lucrativo, siendo de varias clases:

De subsistencia, empresas formales o informales, unidades productivas dirigidas a generar ingresos diarios para vivir, sin una planificación, ni visión de crecimiento, con bajos niveles de ingreso y que no generan valor agregado, ni tienen perspectivas de crecimiento en venta. Por necesidad, cuando se ejecuta una idea de negocio de forma, pero sin el total de conocimiento de su potencial en el mercado. Por oportunidad, cuando se materializa una idea en una empresa con potencial de crecimiento. Y por último dinámicos que son proyectos innovadores que están en capacidad de crecer de manera rentable, rápida y sostenible en el tiempo, es decir,

que tienen alto potencial de crecimiento que puede deberse a la calidad de su equipo emprendedor. (Schnarch, 2016, p. 7)

7.1.2. Micro y pequeña empresa

Las empresas también pueden ser clasificadas por el tamaño y la rentabilidad económica de las mismas. Estas se pueden clasificar en micro, pequeña, mediana y grande empresa. Al referirnos a emprendimientos que están en su fase inicial, para efectos de este estudio nos enfocaremos en los conceptos de micro y pequeña empresa. En Guatemala según la nueva definición que fue aprobada mediante el Acuerdo Gubernativo 211-2015, se define:

Empresa es aquella unidad de producción que realiza actividades de transformación, servicios o comercio. Una Microempresa es aquella que tiene de 1 a 10 trabajadores y ventas anuales máximas de 190 salarios mínimos no agrícolas, entre Q 2,530.34 y Q 480,764.60. Una Pequeña Empresa tiene entre 11 y 80 trabajadores, con ventas anuales de entre 190 a 3,700 salarios mínimos, equivalentes a Q 483,294.94 y Q 9,362,258.00 respectivamente. (Ministerio de Economía [MINECO], 2017, p. 2)

Tabla III. **Microempresas en Guatemala**

Tamaño de la Empresa	Número de Empleados	Ventas anuales en salarios mínimos mensuales de actividades no agrícolas
Micro	1-10	1-190
Pequeña	11-80	191-3,700
Mediana	81-200	3,701-15,420

Fuente: elaboración propia.

En medio de la globalización de mercados, el reto para las micro y pequeñas empresas es aún mayor, influenciadas por entornos en constante cambio y regidas por políticas económicas que pueden determinar su incursión en los diferentes sectores de la productividad nacional.

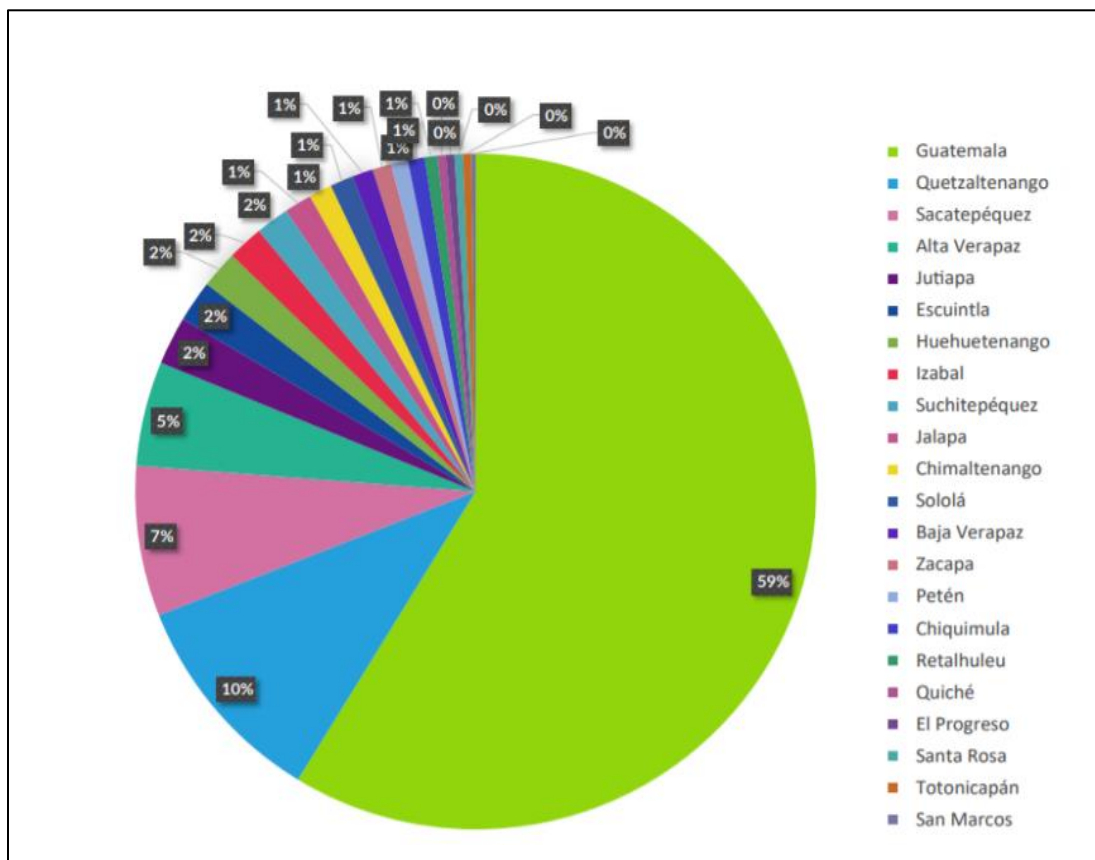
7.1.3. Emprendimiento en Guatemala

Guatemala es uno de los países con mayores índices de emprendimiento, gran cantidad de los habitantes participa directa o indirectamente en la creación de nuevos negocios, siendo la mayoría de estos micro y pequeñas empresas “En Guatemala las micros, pequeñas y medianas empresas constituyen un sector de importancia especial, su aporte en la generación de empleo es de alrededor del 80 %, su contribución al producto interno bruto de alrededor del 40 %” (MINECO, 2017, p. 1).

Según este informe se puede observar que el porcentaje de empresas catalogadas como grandes es menor y la meta debería ser que en un par de años el porcentaje varíe y sea mayor el número de empresas grandes, porque los pequeños proyectos han evolucionado. Además, el Informe de Situación y Evolución del Sector menciona que “Las MIPYMES en Guatemala tienen una importante brecha por cerrar para la generación de oportunidades como la alta incidencia de informalidad, los procesos de producción básica y las limitadas oportunidades de acceso a crédito” (MINECO, 2017, p. 1). Además, la información sobre estas empresas es escueta y de baja calidad, por lo que la trazabilidad y medición de indicadores en el sector llega a complicarse, sin embargo, este juega un papel de mucha importancia para tomar decisiones y para la elaboración de las políticas públicas.

Según el Diagnóstico de Emprendedores en Guatemala durante Covid-19 realizado por la Asociación de Emprendedores de Guatemala (ASEGUA, 2020) menciona que actualmente existen 2.5 millones de emprendedores y emprendedoras en el país. La participación por departamento muestra que la mayor participación se encuentra en el departamento de Guatemala con 59 % de los participantes.

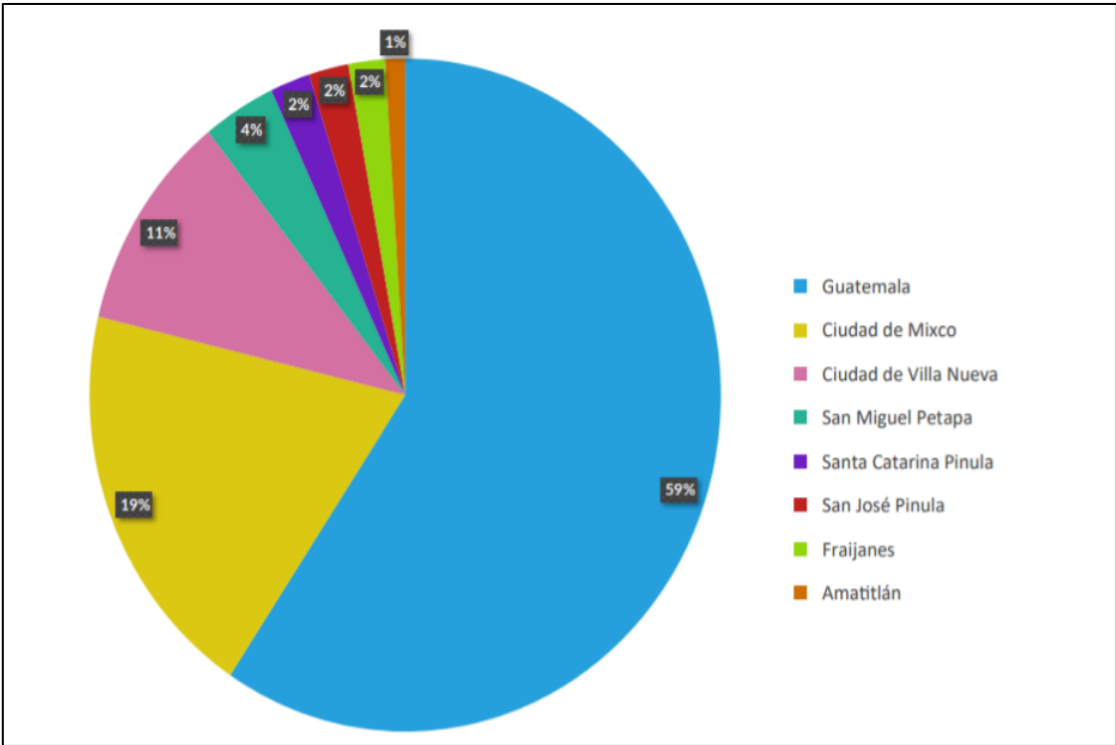
Figura 3. Segmentación de emprendimiento por departamentos



Fuente: ASEGUA (2019). *Diagnóstico de Emprendedores en Guatemala durante Covid-19*. Consultado el 26 de octubre de 2020. Recuperado de: www.cenpromype.org

Con base en la gráfica del departamento de Guatemala, en el cual existe mayor porcentaje de emprendimiento, ahora se desglosará el departamento por municipio. Siendo el municipio con mayor proporción de emprendedores el de Guatemala, seguido por el municipio de Mixco. Siendo las proporciones de estos dos municipios considerablemente mayores a las del resto.

Figura 4. **Emprendimientos por municipio en el departamento de Guatemala**



Fuente: ASEGUA (2020). Diagnóstico de Emprendedores en Guatemala durante Covid-19. Consultado el 27 de septiembre de 2020. Recuperado de: www.cenpromype.org

También están las etapas que un emprendimiento sufre, que se clasifican acorde a la cantidad de años que llevan en funcionamiento. Se considera un emprendimiento naciente, aquellos que lleven entre 0 y 1 año desde su formación, es decir están en una etapa inicial. Aquellos que llevan entre 1 y 3 años, se les conoce con el nombre de propietarios. Por otro lado, aquellos que se encuentran en el rango de 3 a 5 años se consideran establecidos y finalmente todos los que tengan de 5 años en adelante son nombrados consolidados. En Guatemala los emprendimientos en su mayoría, es decir el 42 % son “propietarios” porque llevan operando entre 1 y 3, seguidos por los nacientes que representan el 24 % y los establecidos que son el 21 %, siendo el menor porcentaje, con el 13 % los negocios en etapa de consolidados.

A partir de estos datos nos damos cuenta que el número de negocios consolidados en Guatemala llega a ser bajo. Esto lo podemos adjudicar a variables internas y externas que se detallaran más adelante. Y considerando que el emprendimiento es una de las piezas claves para la generación de nuevos empleos y así garantizar el dinamismo de la economía del país, su incidencia en la macroeconomía del país cobra más relevancia.

7.1.3.1. Factores macroeconómicos

El emprendimiento y su éxito está influenciado por diferentes variables, es por ello que la macroeconomía de un país puede facilitar o complicar el crecimiento y sostenibilidad de un nuevo proyecto. Dentro de los elementos macroeconómicos a considerar que pueden influenciar un nuevo emprendimiento están: crecimiento del PIB, la inflación y el tipo de cambio de la moneda. Siendo el PIB uno de los elementos críticos como parámetro de salud económica en el

país e indicador de la capacidad de producir riqueza por medio de los negocios. “PIB es la suma de todos los bienes y servicios finales producidos en un país durante un año, ya sea por nacionales o por extranjeros residentes. El PIB contabiliza las riquezas generadas en un año” (Arrieta, 2011, p. 106).

Tabla IV. **Demografía y PIB en Guatemala**

Demografía	Dato
Extensión Territorial	108,889 KM2
Población	16,346,950 habitantes
Densidad poblacional	155 HAB/KM2
Empleo	
Población Económicamente activa	7,114,935
Sector agrícola	41.5 %
Sector comercio	19.3 %
Sector Industrias Manufactureras	12.3 %
Producción	
PIB Nominal	\$76,252.24 millones
PIB per cápita	\$4,505.54 por habitante

Fuente: Ministerio de Economía (MINECO,2018). *Informe de Situación y Evolución del Sector MIPYME de Guatemala 2015-2017*. Consultado el 20 de septiembre de 2020. Recuperado de: www.informedesituacion_y_evolu_delsector_mipymedeguatemala2015.com

Otro elemento importante es la inflación que se define como “el argumento generalizado y continuo de los precios de los bienes y servicios de una economía. Supone una pérdida del valor del dinero pues se requiere una cantidad mayor de él para adquirir la misma cantidad de producto” (Legna y González, 2010, p. 136).

Esta inflación puede derivarse de la demanda de un producto o servicio, si existe un exceso de demanda el precio aumenta, es decir, se demandan más bienes de los disponibles, provocando escases y alza en el precio. Esta inflación puede provocar a los emprendimientos que sus costos de materia prima se vean elevados, creando así una cadena en el aumento en el precio de los productos en general, haciendo el mismo no competitivo y automáticamente la competencia lo saca del mercado. Por otro lado, con un punto de equilibrio que no se refleja en la calidad del servicio, también se queda afuera, esta vez por el propio mercado que le saca de la competencia. En Guatemala la inflación al cierre de agosto para el año 2020 presenta los siguientes índices:

Tabla V. **Inflación 2020 en Guatemala**

Período	Índice	Variación intermensual 1/	Variación interanual 2/	Variación acumulada 3/	Variación promedio 4/
Enero	141.46	-0.24	1.78	-0.24	1.78
Febrero	140.89	-0.40	1.24	-0.64	1.51
Marzo	141.57	0.48	1.77	-0.16	1.60
Abril	142.58	0.71	1.88	0.55	1.67
Mayo	142.85	0.19	1.80	0.74	1.69
Junio	144.86	1.41	2.39	2.16	1.81
Julio	145.47	0.42	2.88	2.59	1.97
Agosto	146.05	0.40	4.19	3.00	2.24

Fuente: Banco de Guatemala (BANGUAT, 2020). *Índice de precios al consumidor*. Consultado el 20 de septiembre de 2020. Recuperado de: <https://www.banguat.gob.gt>.

A través de estos indicadores vemos un alza en los precios de los productos a lo largo del presente año, lo que representa pérdida en el poder adquisitivo de la población, generando incertidumbre económica, provocando así una

importante disminución de la inversión en el país a corto y mediano plazo. Otro elemento importante al estudiar los factores macroeconómicos, es el tipo de cambio, “El número de unidades monetarias del país estudiado que hay que entregar a cambio de una unidad monetaria de otro país” (Bajo y Monés, 2000, p. 452). Tomando en cuenta que Guatemala es un país que se ve impactado fuertemente en su economía por el aporte de las remesas y además estas pueden ser un factor determinante del tipo cambio, la correcta gestión de políticas públicas juega un rol determinante al permitir escenarios favorables o, al contrario, escenarios donde la competencia comercial extranjera tenga ventaja en precios, afectando así a los productores, comerciantes y emprendedores en general.

Tabla VI. **Tasa de cambio en Guatemala**

Mes	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Enero	7.65479	7.66605	7.53483	7.35846	7.74681	7.70849
Febrero	7.65536	7.67790	7.41851	7.37695	7.74816	7.66636
Marzo	7.64119	7.73207	7.36996	7.40911	7.70558	7.70558
Abril	7.71896	7.74601	7.41774	7.41774	7.66063	7.72668
Mayo	7.69527	7.65908	7.35470	7.45840	7.68880	7.71035
Junio	7.66225	7.65750	7.35470	7.49857	7.72019	7.71459
Julio	7.66361	7.61101	7.31663	7.49864	7.68912	7.71225
Agosto	7.66323	7.55132	7.29092	7.52377	7.68669	7.72076
Septiembre	7.70262	7.53772	7.32132	7.68142	7.72755	
Octubre	7.69388	7.51249	7.36729	7.73813	7.77130	
Noviembre	7.65670	7.52111	7.34769	7.71488	7.71999	
Diciembre	7.62948	7.51906	7.35635	7.74935	7.70474	
Promedio	7.66978	7.61594	7.36433	7.53545	7.71413	7.70866

Fuente: elaboración propia.

Podemos observar que el tipo de cambio se ha mantenido constante en los últimos 5 años, sabiendo que este comportamiento puede afectar a algunas empresas en la que los costos operativos por compras de materias primas se relacione a costos internacionales, y para aquellos emprendedores que han logrado exportar sus productos donde pueden ver mermado o aumentado sus ganancias en relación a la tasa vigente, vemos que estas políticas macroeconómicas inciden financieramente en los resultados del negocio. Es ahí donde el emprendedor debe estar preparado y ser capaz de implementar estrategias de innovación que le permitan afrontar estas variables externas, si su negocio lo requiere, así como toda aquella planificación interna que aumente las posibilidades de éxito del negocio y llevarlo a una etapa de consolidado.

7.2. Estrategias de innovación para el emprendimiento

Una estrategia es un plan de acción que permite alcanzar una meta. Sin importar el ámbito donde se aplique, la falta de una estrategia previamente definida puede tener resultados negativos en el logro de la meta planteada. “Ofrecer una definición de estrategia no resulta sencillo. Existen algunos elementos de estrategia que tienen una validez universal y pueden aplicarse a cualquier institución, más allá de su naturaleza. Estrategia es dar explícitamente forma a las metas” (Hax y Majluf, 2004, p. 25).

Por tal razón, una acción como lo es el emprendimiento no puede iniciarse sin tener una serie de estrategias para la realización. El no tenerlas podría exponer a dicho emprendimiento a experimentar diferentes situaciones no concebidas, que se pudieron evitar con una planificación previa. Además, el no contar con una meta por alcanzar, hará que esta empresa se dirija sin rumbo

alguno, improvisando en el camino diferentes formas para sobrevivir como negocio. Por lo contrario, cuando se tiene una planificación estratégica previamente definida permite analizar escenarios hipotéticos y como poder enfrentarlos. Además, conociendo hacia dónde se quiere llegar y la forma de cómo llegar, es mucho más fácil dirigir acciones para conseguirlo, trabajando inteligentemente.

Por otro lado, las estrategias de un emprendimiento además deberían ir ligadas con la innovación. Un negocio que no presente “algo nuevo” es presa fácil de la competencia despiadada y el castigo de los mercados. Lo que hará sobresalir un emprendimiento nuevo de los demás, será ese valor agregado que lo diferencia de los otros. Sin embargo, encontrar ese elemento de innovación en ocasiones puede no existir, haciendo de éste una copia de algo que ya existe, haciendo que los clientes potenciales, continúen consumiendo el producto al que están acostumbrados. Por ello es importante que un emprendedor tenga conocimientos de conceptos y estrategias básicas de innovación para todo negocio.

De acuerdo con Morales (2014) propone que todo emprendimiento debería diseñar un plan de negocios el cual debe incluir: conocer el mercado, haciendo un análisis en detalle del mismo conociendo su tamaño, tendencias, clientes, distribución, precio, publicidad y marca. Por otro lado, conocer la industria, específicamente la competencia y la no competencia, así como prever la entrada de nuevos competidores a la industria. Luego de esto, se debería trabajar el recurso financiero para identificar una mejor rentabilidad, estableciendo la inversión inicial y la forma de recuperación de la misma, fijando plazos para cubrirlas y empezar a generar ganancias, determinar el flujo de caja para poder

conocer la cantidad de clientes a la que se debe de llegar y proponer metas diarias, para con base en eso dirigir los esfuerzos de mercadeo. Además, en esta época actual será importante conocer la tecnología en el área y cómo poder implementarla. Con todo esto en mente, se podrá plantear la formulación estratégica y el plan de acción, el cual parte de un pronóstico estratégico que ayude a la toma de decisiones.

Con base en una estrategia de innovación hay dos puntos importantes que pueden ayudar a todo emprendedor. Primero, el estudio de mercado que le ayudará a conocer las necesidades de su público objetivo y que le permita desarrollar nuevas ideas. Segundo, es de vital importancia que exista un análisis económico que permita conocer con la mayor certeza el capital de inversión necesario, los medios de financiamiento y la implementación de estrategias que permitan alcanzar las metas y objetivos trazados.

7.2.1. Estudio de mercado

El estudio de mercado es una estrategia que ayudará a la innovación y ejecución de un emprendimiento. Tal y como su nombre lo dice, se trata de estudiar el mercado. Una investigación en toda regla del grupo objetivo debe tomar en cuenta los siguientes elementos “su volumen, en número, si está repartido actualmente el consumo entre los diferentes competidores de nuestro negocio, el grado de satisfacción de dicho público objetivo y la percepción del precio que consideran equivalente” (Creación y Desarrollo de Empresas [CDE], 2020, p. 7).

Por otro lado, es importante realizar una Segmentación del Mercado, que se refiere a concretar las características específicas del grupo objetivo que ya se ha identificado previamente. No importa el tamaño del emprendimiento o el giro de negocio, necesita y debe realizar un estudio de mercado ya que le dará una visión clara y precisa para el alcance de sus objetivos. El estudio de mercado permite tener una perspectiva integral del negocio a partir de estos tres objetivos:

Objetivo social que su propósito es recopilar, organizar, y procesar la información obtenida en la investigación de mercado teniendo como actores principales a los consumidores, productores, productos y servicios que una compañía ofrece en el mercado. Objetivo económico que es la investigación que sirve para aclarar las alternativas de beneficio, utilidad o rentabilidad económica que obtendría la compañía en el sector donde desarrolla su actividad comercial. Y por último encontramos el objetivo administrativo que la empresa utiliza la investigación de mercados como instrumento de planeación, ejecución y control para facilitar la toma de decisiones gerenciales con base en lo que necesitan, esperan y desean los consumidores y clientes. (Prieto, 2013, p. 6).

Es importante el estudio de mercado como herramienta para suministrar la información exacta que permita disminuir la falta de datos para tomar decisiones mercadológicas, porque se cambia de ser de un enfoque intuitivo y subjetivo a un enfoque sistemático, analítico y objetivo. Es por ello el valor agregado para los emprendedores el tener conocimientos básicos para poder realizar un estudio de mercado al iniciar un negocio, aunque vale la pena mencionar que esta herramienta no sirve solamente para productos nuevos sino también para los ya

existentes, porque permitirá tener un panorama integral del negocio y así evaluar riesgos y ventajas competitivas que les permitan sobresalir en el mercado.

7.2.2. Análisis financiero

El análisis financiero son todas aquellas variables que relacionan la situación económica de una empresa. “El análisis financiero nos ayuda a estudiar todos y cada uno de los resultados de la empresa separada en sus partes para después poder generar un diagnóstico integral del desempeño financiero de la misma” (Lavalle, 2016, p. 1).

Para realizar el análisis financiero de una empresa es necesario conocer los estados financieros, que son reportes que se elaboran a partir de los registros contables de la empresa. Todo emprendedor sin importar el giro de negocio o sector económico al que pertenezca su negocio debería realizar estados financieros, ya que le proporcionará información confiable y oportuna de la gestión administrativa de la empresa en un determinado periodo de tiempo, el no hacerlo puede significar una debilidad mayor, que aunque se justifica que es capital semilla o que se está en fases incipientes, por lo cual, esto puede ser controlado por el propio emprendedor, después de un tiempo comienza los problemas de falta de liquidez, descontrol financiero y tributario, lo cual se profundiza cada año. Los estados financieros se definen como “La manifestación fundamental de la información financiera; son la representación estructurada de la situación y desarrollo financiero de una entidad a una fecha determinada o por un periodo definido. Su propósito es proveer información acerca de la posición financiera” (Román, 2019, p. 12).

La realización de análisis financieros como herramienta para los emprendedores les permite conocer la realidad económica del emprendimiento a través de brindar información al momento de elegir que decisiones o rumbo debe tomar la empresa basados en los resultados económicos donde puedan definir o reorientar las estrategias considerando factores tanto internos como externos que definen los posibles escenarios a enfrentar.

7.3. Efectos de la educación en el emprendimiento

La educación es un factor importante para el desarrollo del ser humano. La ignorancia puede ser el peor enemigo de una persona, sociedad e inclusive un país. Una persona con mayor cantidad de conocimientos, tendrá más posibilidades de resultados mejor estructurados en tiempos más breves. Por el contrario, una persona que carece de conocimientos, se expone a que la ignorancia le haga cometer errores. “Existe una asociación positiva entre gasto en educación con el crecimiento económico. Un análisis de 134 países demostró que un aumento de 1.5 por ciento en el gasto en educación, aumenta en 0.3 por ciento el crecimiento económico” (Ruiz, 1997, p. 14).

Es un hecho que no se puede ignorar, que la educación proporciona conocimiento, desarrolla habilidades y destrezas que preparan mejor a una persona para una vida laboral como empleado o como futuro empleador. Una persona, entre mejor educación tiene, así serán las oportunidades y su visión de vida. El emprendimiento es un ejercicio que requiere planificación, visión y estrategias para tener mejores oportunidades de éxito. El desconocer o ignorar la realización de un plan, la falta de conocimiento de estrategias, vulnera al emprendedor a errar o dejar de prever factores que pueden determinar el éxito o

fracaso de su emprendimiento, “la preocupación por lograr una educación emprendedora tiende a estar cada vez más integrada en la agenda de los gobiernos e incluye acciones que van desde la escuela primaria hasta la universidad” (Moori, 2004, p. 144).

Muchos gobiernos están conscientes que cada día es mayor la cantidad de personas que deciden emprender y los beneficios que conlleva que los habitantes de un país realicen emprendimientos exitosos, el beneficio no es únicamente de carácter individual sino también incide en la economía global. Además, se ha relacionado la educación emprendedora con la mejora en las opciones de éxito de este. Existen casos de emprendedores que sin tener estudios han logrado un éxito, sin embargo, el alcance que pueden llegar a tener con el conocimiento puede ser exponencial.

7.3.1. Tipos de educación

La educación puede ser categorizada de diferentes formas, según diferentes perspectivas. Entre las más comunes están: contexto, formato, contenido y edad. Cuando se refiere a contexto se habla de la educación formal, informal y no formal haciendo referencia a la forma en el que se imparte la misma. Formato, tiene que ver con la manera en que se presenta o transmite la educación, estas pueden ser presencial, semipresencial u online. Contenido puede depender en lo que se está educando, puede ser educación en valores, educación física, educación emocional, educación social o educación intelectual.

Para efectos de la presente investigación, el enfoque se hará en los tipos de educación según el contexto, es decir: formal, informal y no formal. Esto debido a que el tema de emprendimiento, no es exclusivo para un nivel de escolaridad, cualquier persona puede emprender sin importar si ha tenido la oportunidad de asistir o no a una institución educativa, lo que sí puede variar es la probabilidad de éxito o fracaso, que puede generar la exposición al aprendizaje específico de estrategias para emprender. Es por ello, que cualquier tipo de información y conocimientos al que el emprendedor pueda llegar a tener acceso, podrá ser de apoyo y marcar una diferencia en su forma de ejecutar su nuevo negocio y como resultado lograr la sostenibilidad del mismo a un corto plazo y a largo la consolidación del mismo. Existen diferentes tipos de educación y estos pueden ser:

Según el contexto en el que la educación se imparte puede ser formal, no formal e informal. La educación formal (reglada) se imparte en centros educativos y presenta tres características: está regulada, es intencional y está planificada. Está regulada por ley, hay una intención detrás del acto educativo, que es formar profesionalmente a las personas, y está planificada porque sigue un orden que tras superar las distintas etapas se entregan certificados o diplomas. Además, también se describe la educación no formal como un tipo de educación que es intencional y organizada, pero que está fuera del ámbito formal, por lo que no existe ley alguna y no está regulada por la esfera gubernamental. Por último, se añade que la educación informal se da sin ninguna intención, y ocurre a lo largo de la vida. Sucede en el ámbito social, por ejemplo, cuando los padres educan a en valores. (Red Educativa Mundial [REDEM], 2020, pár. 3)

Se puede definir que todos los emprendedores han experimentado la educación informal, que son los aprendizajes que la vida les ha dado de forma empírica, sin necesidad de haber asistido a un centro educativo. Sin embargo, no podemos asegurar que todos han pasado por algún tipo de educación formal o no formal, por lo que no existe una seguridad para que ellos conozcan las bases para un emprendimiento. Anteriormente, se ha hablado de la importancia de la educación emprendedora, para tener mayores oportunidades de emprender ideas exitosas. Con esto se puede deducir que, sin el acceso a este tipo de aprendizajes, existe una exposición mayor a que las circunstancias no previstas puedan afectar el emprendimiento.

Por ello, buscar la forma que los diferentes emprendedores sean expuestos a una educación formal, idealmente, sería de gran beneficio para ellos y para el país. En caso de no poder garantizar educación formal para toda la población emprendedora, opciones de educación no formal o alternativas viables de fácil acceso significan un aporte, pero sí se esté enseñando la información y los conocimientos más básicos e importantes sobre el emprendimiento y las estrategias de innovación, que además sean facilitados a los emprendedores de una forma más amigable y accesible para ellos puede significar un aporte importante para mayores oportunidades éxito en su negocio.

7.3.2. Escolaridad en Guatemala

Guatemala es un país subdesarrollado, que lamentablemente en temas de educación, según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2019) en el Índice de Desarrollo Humano muestra que en Guatemala los años promedio de estudio son de 6 años, lo que significa que la mayoría de la

población, llega únicamente hasta sexto primaria. Los años de escolaridad de Guatemala están muy por debajo en comparación con países con Desarrollo Humano muy alto como Estados Unidos que son 13.4 o Alemania 14.1. donde según estos datos la mayoría de la población tiene como mínimo estudios universitarios. Este es un dato alarmante, debido a que la mayoría de pensum de estudios, se dedica a enseñar temas básicos, más no se adentra en temas específicos de emprendimiento. Por lo que se puede deducir que la mayoría de la población no cuenta con formación emprendedora, por medio de educación formal. Según el Ministerio de Economía:

Del total de los negocios TEA (Actividad Emprendedora Temprana) en Guatemala, el 35.9 % son realizados por personas con un nivel bajo de educación formal, que no pasa de la primaria completa, de esta ponderación el 8.8 % tienen nula escolaridad”. El 10.7 % primaria incompleta y 16.4 % primaria completa. Con lo que respecta a básicos el 10.7 % completó el nivel, contra un 3.4 % incompleto, diversificado tiene un alcance educativo con un 31.2 % de emprendedores que completaron el ciclo. El dato que más impacta es que “a nivel de estudios superiores únicamente el 4.6 % de emprendedores de negocios TEA completó la universidad, mientras que el 12.6 % interrumpió sus estudios. (Viceministerio de Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa, 2015, p. 32)

Estos datos muestran que al menos el 50 % de los emprendedores guatemaltecos cuentan con una escolaridad baja, existiendo inclusive un porcentaje de 8.8 % de emprendedores sin educación. Si se hace una relación con los datos de la importancia de los conocimientos para el emprendimiento y estos números, se puede identificar que es importante buscar diferentes formas

de generar información sobre el tema y hacerlo llegar a las personas que emprenden, como apoyo a la estructuración, ejecución y evaluación de sus proyectos.

7.4. Guía de emprendimiento

La palabra guía hace referencia a algo que dirige, puede referirse a una persona a una marca, entre otros conceptos. Sin embargo, esta investigación se refiere al concepto de guía como un documento de fácil acceso, que compila información sobre un tema en particular con el fin de encaminar al lector al logro de alguna tarea determinada, especialmente para aquellos que por diversos motivos no cuentan con conocimientos básicos de educación emprendedora y asistir a un tipo de cursos puede ser inaccesible en la actualidad. Una puede ser una herramienta de enseñanza-aprendizaje, sin la mediación de un maestro, por medio de la lectura de la misma. “Tratado en que se dan preceptos para encaminar o dirigir en cosas, ya espirituales o abstractas, y puramente mecánicas” (Real Academia Española [RAE (2020) p. 3).

En términos educativos, se habla del concepto de guía didáctica, para referirse específicamente a la que tiene como fin la enseñanza. Estas surgieron por la necesidad de la educación a distancia, especialmente en Norteamérica. Dentro de las nuevas formas de enseñanza, universidades y otras instituciones implementaron este tipo de formación, como estrategia para facilitar la educación de una forma no presencial, considerando que esto traería mayor accesibilidad de estudio, abarcando más sectores, que tenían dificultades de hacerlo presencialmente y por ello dejaban de hacerlo. Sin embargo, estas son cada vez más utilizadas inclusive en la forma presencial, porque promueven

la independencia y la metacognición del estudiante. Una guía didáctica la podemos definir como:

Un instrumento con orientación técnica para el estudiante, que incluye toda la información necesaria para el correcto y provechoso desempeño de este dentro de las actividades académicas de aprendizaje independiente. Constituye un instrumento fundamental para la organización del trabajo del alumno y su objetivo es ofrecer todas las orientaciones necesarias que le permitan integrar los elementos didácticos para el estudio de la asignatura y un recurso que tiene el propósito de orientar metodológicamente a la actividad independiente, promueve la autonomía con diferentes recursos didácticos. (Ecured, 2020, p. 1 y 6)

Bajo este concepto, ya conociendo lo que significa emprender, al hablar de guía de emprendimiento se hace referencia a un documento con información general de los conceptos básicos de educación emprendedora y un listado de estrategias de innovación para nuevos negocios y brinden conocimientos básicos al emprendedor, especialmente al que no tiene acceso y desconoce estas bases, con esta propuesta aportar a disminuir la desinformación que puede causar cometer errores por ignorar la misma e inclusive afecten en el desarrollo del mismo.

El emprendimiento puede ser empírico, pero también puede ser guiado. El conocer las bases del mismo, así como la forma de desarrollarse brinda una mejor perspectiva para abordarlo. Los países que informan a su población sobre esta área tienen mejor incidencia en sus índices económicos. Una guía de emprendimiento significa una oportunidad de conocimiento.

7.4.1. Características de una guía

La guía como documento o guía didáctica tiene ciertos requerimientos que se deben contemplar para su creación. Es importante que esté bien estructurada y sea fácil de entender para el lector. Existen tres características a tomar en cuenta: “Ofrece información acerca del contenido, presenta instrucciones acerca de cómo construir y desarrollar el conocimiento, las habilidades (saber hacer), las actitudes y valores (saber ser) y aptitudes (saber convivir), define los objetivos específicos y las actividades de estudio independiente” (Venngage, 2020, p. 2).

8. PROPUESTA DE ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

LISTA DE SÍMBOLOS

GLOSARIO

RESUMEN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

OBJETIVOS

RESUMEN DEL MARCO TEÓRICO

1. INTRODUCCIÓN

2. ANTECEDENTES

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
 - 3.1. Contexto general
 - 3.2. Descripción del problema
 - 3.3. Formulación del problema
 - 3.3.1. Pregunta central
 - 3.3.2. Preguntas auxiliares
 - 3.4. Delimitación del problema

4. JUSTIFICACIÓN

- 5. OBJETIVOS
 - 5.1. General
 - 5.2. Específicos

- 6. NECESIDADES POR CUBRIR Y ESQUEMA DE SOLUCIÓN

- 7. MARCO TEÓRICO
 - 7.1. Emprendimiento
 - 7.1.1. Tipos de emprendimiento
 - 7.1.2. Micro y pequeña empresa
 - 7.1.3. Emprendimiento en Guatemala
 - 7.1.3.1. Factores macroeconómicos
 - 7.2. Estrategias de innovación para el emprendimiento
 - 7.2.1. Estudio de mercado
 - 7.2.2. Análisis financiero
 - 7.3. Efectos de la educación en el emprendimiento
 - 7.3.1. Estudio de mercado
 - 7.3.2. Análisis financiero
 - 7.4. Guía de emprendimiento
 - 7.4.1. Características de una guía

- 8. PROPUESTA DE ÍNDICE DE CONTENIDOS

- 9. METODOLOGÍA
 - 9.1. Tipo de estudio
 - 9.2. Características del estudio

- 9.3. Unidades de análisis
- 9.4. Variables
- 9.5. Fases del estudio
 - 9.5.1. Fase 1: Revisión de literatura
 - 9.2.2. Fase 2: Gestión o recolección de la información
 - 9.2.3. Fase 3: Análisis de información
 - 9.2.4. Fase 4: Interpretación de información
 - 9.2.5. Fase 4: Creación de la guía

- 10. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN
 - 10.1. Instrumentos de recolección de datos
 - 10.2. Instrumentos de análisis de información

- 11. CRONOGRAMA

- 12. FACTIBILIDAD DEL ESTUDIO

- 13. REFERENCIAS

- 14. APÉNDICES

- 15. ANEXOS

9. METODOLOGÍA

El presente diseño de investigación busca conocer las políticas microeconómicas que afectan la actividad emprendedora y que debilitan el ambiente propicio para nuevos negocios, además de determinar qué conceptos básicos de emprendimiento pueden aportar al mejor desarrollo de los mismos. De esta forma identificar conceptos fundamentales y estrategias esenciales para el inicio de un nuevo negocio. Con estos datos crear una guía, de fácil lectura y amigable para todo tipo de lector, brindando una oportunidad de acceso a estos conocimientos básicos y útiles para el desarrollo de un emprendimiento.

9.1. Tipo de estudio

La metodología de la presente investigación ha sido definida con base en las características específicas de la misma. Se determinó que será de un enfoque mixto con un alcance descriptivo y correlacional, adoptando un diseño no experimental. La población de estudio será emprendedores de micros y pequeñas empresas Ciudad San Cristóbal de zona 8 de Mixco elegidos por un muestreo no probabilístico donde a partir de la aplicación de instrumentos se recolectará y analizará información para determinar la relación existente entre la escolaridad, los conocimientos de educación emprendedora, estrategias de innovación para un nuevo negocio y las políticas macroeconómicas con el buen desarrollo de un emprendimiento. Con estos datos crear una guía, de fácil lectura y amigable para todo tipo de lector para proporcionar una oportunidad de acceso a estos conocimientos.

9.2. Características del estudio

El enfoque del presente estudio es mixto. Es cuantitativo debido a que será una investigación de carácter deductivo y se basará en premisas para obtener resultados, buscando el análisis de causa y efecto. De esta manera, poder plantear una posible solución, por medio de una guía. Por otro lado, tal y como se puede notar, también se tendrán variables cualitativas, es decir que expresan características, profundizando en resultados de datos sin tener una medición precisamente numérica, permitiendo analizar la problemática desde diferentes dimensiones.

El alcance de la propuesta será descriptivo y correlacional. Será descriptivo porque buscará conocer las actitudes y situaciones que predominan en la descripción del perfil del emprendedor. También será correlacional debido a que tal y como se detalló previamente, se buscará conocer la relación entre dos variables, siendo estas la escolaridad, conocimiento de educación emprendedora y estrategias de innovación para nuevos negocios con el éxito o fracaso de un emprendimiento. Según la correlación positiva (directamente proporcional) entre las variables, este estudio basará la propuesta de un aporte para la resolución del mismo. El diseño adoptado será no experimental, no se realizan pruebas experimentales, es decir se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación del emprendimiento tal y como se da en su contexto natural, para después analizarlo.

9.3. Unidades de análisis

La población del estudio será emprendedores de micro o pequeñas empresas de Ciudad San Cristóbal, zona 8 de Mixco, quienes son la unidad de análisis. Las subpoblaciones se dividirán en dos grupos, primero los emprendedores en etapa inicial y el segundo en emprendedores establecidos. El tipo de muestreo será no probabilístico y no aleatorio, utilizando un muestreo por conveniencia, acorde a la facilidad de acceso y la disponibilidad de las personas de formar parte de la muestra en el tiempo de fase de aplicación de instrumentos de esta investigación. Con base en los datos conocidos, según el último reporte del GEM existen 2.2 millones de emprendedores activos en Guatemala representando el 12.75 % de la población total del país, de los cuales solamente el 13.20 % de emprendimientos llegan a un estatus de negocios establecidos; extrapolando esta información a los 139,000 habitantes en Ciudad San Cristóbal, zona 8 de Mixco, tendremos un dato de 2,300 negocios establecidos en esta ciudad, de los cuales se tomará una muestra intencionada, por conveniencia, de 50 participantes para realizar la investigación.

9.4. Variables

Las variables en estudio se describen a continuación:

Tabla VII. **Variables independientes**

Variable	Definición teórica	Definición operativa
Escolaridad	Según la Real Academia Española RAE escolaridad se define como: “Conjunto de cursos que un estudiante sigue en un establecimiento docente” (Real Academia Española [RAE], 2020, P. 1)	Se refiere al último grado académico cursado por el emprendedor que seleccione en la lista de cotejo propuesta, para poder analizar los resultados con base en este.
Conocimiento de estrategias de innovación para nuevos negocios	Según la RAE conocimiento se define como: “Noción, saber o noticia elemental de algo” (Real Academia Española [RAE], 2020, P. 1). En términos de negocios, es lo que permite a las empresas el establecimiento de sus estrategias comerciales.	Se refiere a la noción que tienen los emprendedores de sobre la gestión de negocios y la capacidad para destacar con éxito en un entorno competitivo, así como las tácticas que pueden ayudarle para el logro de sus objetivos.
Políticas microeconómicas	Según la RAE: “Estudio de los sistemas económicos de una nación o región, como un conjunto.” (Real Academia Española [RAE], 2020, P. 1)	Se refiere a las políticas o condiciones del país que afectan el emprendiendo.

Continuación tabla VII.

Tipo de emprendimiento	Según la RAE, al hablar de tipos se refiere a: “Clase, índole, naturaleza de las cosas, en este caso emprendimiento.” (Real Academia Española [RAE], 2020, P. 3)	Se refiere a la segmentación del emprendimiento según su giro de negocio.
-------------------------------	--	---

Fuente: elaboración propia.

Tabla VIII. **Variables dependientes**

Variable	Definición Teórica	Definición Operativa
Éxito del emprendimiento	La (RAE) define éxito como: “Resultado feliz de un negocio. Buena aceptación que tiene alguien o algo.” (Real Academia Española (RAE), 2020, P.1)	El cumplimiento de indicadores planteados en la empresa después de un lapso de cinco años.
Fracaso del emprendimiento	Según la (RAE) lo define como: “Malogro, resultado adverso de una empresa o negocio. Caída o ruina de algo con estrépito y rompimiento.” (Real Academia Española (RAE), 2020, P.1)	Se refiere al no logro del cumplimiento de indicadores planteados en la empresa después de un lapso de cinco años, o a su cierre.

Fuente: elaboración propia

9.5. Fases del estudio

El presente estudio se realizará en cinco fases para completar el estudio. Se partirá de una revisión bibliográfica, que servirá como base para la creación de instrumentos para la segunda fase que consistirá en la recolección de la información, para luego en una tercera fase analizar los datos obtenidos y generar una interpretación de los mismos. Con todo este proceso, se tendrá el material necesario para la quinta y última fase que consistirá en la creación de la guía propuesta.

9.5.1. Fase 1: revisión de literatura

En esta fase se trabajará una recopilación de información teórica bibliográfica sobre Emprendimiento, abarcando los tipos de emprendimiento y políticas macroeconómicas. También se realizará una documentación de estrategias de innovación, según la perspectiva de diferentes autores, creando un listado de las más comunes y principales.

9.5.2. Fase 2: gestión o recolección de la información

Esta fase recolectará la información correspondiente a los datos estadísticos de las variables definidas por medio de los instrumentos de recolección de datos aplicados a los dos grupos de las subpoblaciones, primero a los emprendedores en etapa inicial se realizará una encuesta y una lista de cotejo. Y al segundo grupo, emprendedores establecidos, una entrevista. Ambos instrumentos serán aplicados a una muestra por conveniencia, descrita anteriormente, en Ciudad San Cristóbal, zona 8 de Mixco.

9.5.3. Fase 3: análisis de información

Con base en los instrumentos aplicados, utilizando el diagrama de Pareto, diagrama de Ishikawa y diagrama de dispersión se analizará si existe una causalidad o correlación entre variables. Es decir, analizar si existe incidencia en el nivel de escolaridad, cantidad de conocimiento de estrategias de innovación, con el éxito o fracaso del emprendimiento. Por otro lado, de los resultados del segundo instrumento, de la información obtenida se trabajará una hoja de ruta para evitar errores que pudieron retrasar el éxito o fracaso de un negocio.

9.5.4. Fase 4: interpretación de información

En esta fase se llegará a la conclusión, con base en los datos analizados. Determinando si la hipótesis planteada es comprobada y confirmada o no. De esta forma se identificará si el conocer estrategias de innovación incide en el éxito de un emprendimiento. Estableciendo así, si una guía con estrategias de innovación significaría un aporte para nuevos emprendedores apoyando el desarrollo de su emprendimiento y el éxito del mismo.

9.5.5. Fase 5: creación de la guía

Con base en la interpretación de la información, se determinarán los elementos importantes a incluir en una guía con estrategias de innovación para los nuevos emprendedores. Esta fase desarrollará la creación de esta guía basados en las estrategias en común identificadas en la documentación y la experiencia de emprendedores exitosos entrevistados.

10. TÉCNICAS DE ANÁLISIS

Las técnicas que se utilizarán para la ejecución de la metodología propuesta constan de instrumentos de recolección de datos como lo son encuestas, listas de cotejo y entrevistas. A partir de los resultados obtenidos se analizará la información por medio de instrumentos como el diagrama de Pareto, diagrama de Ishikawa y diagrama de dispersión; apoyándonos de estas herramientas para comprobar la relación existente entre las variables previamente planteadas:

Los instrumentos de recolección de datos son:

- Encuesta: este instrumento será aplicado en línea a la muestra de emprendedores seleccionado. Será parte de un instrumento combinado, el objetivo de este será poder determinar condiciones del emprendimiento. En este también se determinará los temas de interés para esta investigación como lo son la escolaridad, conocimientos sobre estrategias de emprendimiento y el alcance de los objetivos de su negocio en un tiempo determinado. Estará compuesto por preguntas directas y de fácil entendimiento.
- Lista de cotejo: este instrumento, junto con la encuesta descrita previamente, será parte del instrumento combinado que se aplicará en línea a la muestra de emprendedores seleccionada. El objetivo de este será identificar datos generales del emprendedor y el emprendimiento.

- Entrevista: con base en los resultados obtenidos del instrumento combinado (encuesta y lista de cotejo) se aplicará este instrumento al grupo de emprendedores establecidos. Esta entrevista tendrá una serie de preguntas base, enfocadas a las estrategias utilizadas para el éxito de su negocio y conceptos de educación emprendedora que fueron vitales en el desarrollo de su emprendimiento Tablas de datos de desgaste.

Los instrumentos de análisis de información serán:

- Diagrama de Pareto: con esta herramienta se buscará analizar los resultados obtenidos en la encuesta y lista de cotejo a partir de identificar cuáles son aquellas causas principales que afectan positiva o negativamente la mayoría de los objetivos alcanzados en el emprendimiento.
- Diagrama de dispersión: con esta herramienta se buscará representar de forma gráfica la incidencia encontrada en los resultados recolectados para comprobar la relación existente entre la relación de las políticas macroeconómicas, el nivel de escolaridad, los conocimientos de innovación del emprendedor y el éxito o fracaso de su emprendimiento.
- Diagrama de Ishikawa: con esta herramienta se representará los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas para determinar cuáles son las estrategias y conceptos de educación emprendedora que los emprendedores establecidos consideran fueron de mayor utilidad en el desarrollo de su negocio.

11. CRONOGRAMA

Tabla IX. Cronograma

	Inicio – Fin Duración	Noviembre 2020				Diciembre 2020				Enero 2021				Febrero 2021				Marzo 2021				Abril 2021				
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	
Fase 1 Aprobación de Protocolo.	1/11/20 – 4/11/20 4 semanas	X	X	X	X																					
Fase 2 Creación instrumentos de recolección de datos.	1/12/20 – 28/01/21 8 semanas					X	X	X	X	X	X	X	X	X												
Aplicación de encuestas y listas de cotejo	1/02/21 – 14/12/20 2 semanas											X	X													
Aplicación de entrevistas	14/02/21 – 28/02/21 2 semanas												X	X												
Fase 3 Aplicación de instrumentos de análisis de información	1/03/21 – 07/02/21 1 semana																									
Fase 4 Interpretación de resultados (comprobación de relación de variables)	08/03/21 – 19/03/21 2 semanas																								X	X
Conclusiones de la investigación	20/03/21 – 27/03/21 1 semana																								X	
Fase 5 Creación de Guía de Estrategias de Emprendimiento	05/04/21 – 11/03/21 1 semana																									X
Informe final	05/04/21 – 11/03/21 1 semana																									X
Duración total	23 semanas																									

Fuente: elaboración propia

12. FACTIBILIDAD DEL ESTUDIO

La ejecución del trabajo de investigación es factible porque se realizará con recursos propios del estudiante de maestría para ejecutar cada una de las fases establecidas. El investigador debe disponer de los siguientes recursos:

- Humano: el investigador, en este caso el estudiante, quien realiza el proceso de investigación. El asesor, quien será quien acompañará en el proceso al estudiante.
- Tecnológicos: acceso a internet, Microsoft Office, Google Form.
- De infraestructura y equipo: mobiliario en casa y equipo de cómputo.

Tabla X. Recursos necesarios para la investigación

No.	Tipo de Recurso	Descripción	Costo
1	Humano	Asesor	Q2,500.00
2	Material	Papelería y útiles	Q500.00
3	Tecnológico	Internet semestral	Q1,200.00
4	Tecnológico	Línea celular semestral	Q1,200.00
5	Varios	Contingencias	Q500.00
Total			Q5,900.00

Fuente: elaboración propia.

13. REFERENCIAS

1. Arrieta, E. (2011). *Si el PIB estornuda, la inflación se resfría*. Barcelona, España: Bubok.
2. Asociación de Emprendedores de Guatemala, ASEGUA. (2020). *Diagnóstico de Emprendedores en Guatemala durante el Covid-19*. Guatemala, Guatemala. Recuperado de: <https://www.prensalibre.com/wp-content/uploads/2020/04/Diagn%C3%B3stico-de-Emprendedores-en-Guatemala-durante-COVID-19-Digital-3.pdf>.
3. Bajo, O. y Monés, M. (2000). *Curso de macroeconomía*. Barcelona, España: Antoni Bosch Editor.
4. Boone, P. (1996). Politics and the effectiveness of foreign aid. [Políticas y la efectividad de la ayuda exterior]. *Inglaterra: European economic review*. 40(12), 289-329. Recuperado de: https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/3451296/Barro_GovernmentSpending.pdf.
5. Casasola, D. (2015). *El acceso y las necesidades de capacitación de los emprendedores en Guatemala*. Guatemala, Guatemala: Universidad Francisco Marroquín. Recuperado de: <https://gem.ufm.edu/wp-content/uploads/2016/01/El-acceso-y-las-necesidades-de-capacitaci%C3%B3n-de-los-emprendedores-en-Guatemala.pdf>.

6. Creación y Desarrollo de Empresas, CDE. (2020). *Guía para la Elaboración de un Estudio de Mercado*. La Paz, Bolivia: Autor. Recuperado de: http://www.ademaf.gob.bo/inf/digital/Guia_para_Elaboracion_de_Estudio_de_Mercado.pdf

7. Ecured (2020). *Guía Didáctica*. Habana, Cuba: Autor. Recuperado de: https://www.ecured.cu/Gu%C3%ADa_did%C3%A1ctica.

8. Global Entrepreneurship Monitor, GEM. (2020), *Reporte Nacional 2019-2020*. Guatemala, Guatemala: Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Francisco Marroquín. Recuperado de: https://gem.ufm.edu/wp-content/uploads/2020/11/Reporte_2019_2020_nov_18.pdf.

9. Hax, A. y Majluf, N. (2004). *Estrategias para el liderazgo competitivo*. Argentina: Ediciones Granica, S. A.

10. Instituto Nacional de Estadística, INE. (2016). *Encuesta Nacional de Condiciones de Vida 2014*. Guatemala: Autor. Recuperado de: <https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2016/02/03/bWC7f6t7aSbEI4wmuExoNR0oScpSHKyB.pdf>.

11. Kim, G. (2008). Entrepreneurship and Self-Employment: The State-of-the-Art. *New England Journal of Entrepreneurship*. [Emprendimiento y autoempleo: El Estado del Arte. El Diario de Emprendimiento de Nueva Inglaterra]. *Estados Unidos: Emerald Publishing Limited*, 11(1), 39-49. Recuperado de: <https://digitalcommons.sacredheart.edu/neje/vol11/iss1/5/>.

12. Lavallo, A. (2016). *Análisis Financiero*. México: Editorial Digital UNID.
13. Legna, C. y González, O. (2010). *Comprender la macroeconomía Argentina*: Teseo.
14. Ministerio de Economía, MINECO. (2020). *Desarrollo de la Mipyme*. Guatemala: Autor. Recuperado de: <https://www.mineco.gob.gt/centros-de-emprendimiento>.
15. Ministerio de Economía, MINECO. (2017). *Informe de situación y evolución del sector MIPYME de Guatemala 2015-2017*. Guatemala: Autor. Recuperado de: https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/MIPYMES/informedesituacion_y_evolu_delsector_mipymedeguatemala2015-2017.pdf.
16. Moori, V. (2004). *Desarrollo Emprendedor*. Estados Unidos: IDB.
17. Morales, C. (2014). *El emprendedor de organizaciones innovadoras*. Colombia: Siglo del Hombre Editores.
18. Parra, Rubio y López. (2017). *Emprendimiento y creatividad: Aspectos esenciales para crear empresa*. Colombia: Ecoe Ediciones.
19. Prieto, J. (2013). *Investigación de Mercados*. Colombia: Ecoe Ediciones.
20. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD. (2019). *Informe sobre el Desarrollo 2019*. Nueva York: Autor. Recuperado de: http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2019_overview_-_spanish.pdf.

21. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD. (2019). *Informe sobre el Desarrollo 2019*. Nueva York: Autor. Recuperado de: http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2019_overview_-_spanish.pdf.
22. Real Academia Española, RAE. (2020). *Diccionario de la Lengua Española*. (23 edición). Madrid: Autor. Recuperado de: <https://dle.rae.es/gu%C3%ADa>.
23. Red Educativa Mundial, REDEM. (2020). Los 18 tipos de educación: clasificación y características. *Psicología y Mente*. Recuperado de: <https://www.redem.org/los-18-tipos-de-educacion-clasificacion-y-caracteristicas/>.
24. Román, J. (2019). *Estados Financieros Básicos 2019: Proceso de elaboración y reexpresión*. México: Ediciones Fiscales ISEF.
25. Ruiz, C. (1997). *El Reto de la Educación Superior en la Sociedad del Conocimiento*. México: Anuies.
26. Sainz, J. (2020). *Emprendimiento en la práctica: Cómo las amenazas permiten reinventarse*. España: ESIC Editorial.
27. Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión*. Colombia: Ecoe Ediciones.
28. Schnarch, A. (2016). *El marketing como estrategia de emprendimiento*. Colombia: Ediciones de la U.

29. Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia, SEGEPLAN. (2015). *Política Nacional de Desarrollo. Guatemala: Gobierno de Guatemala.* Guatemala: Autor. Recuperado de: http://www.segeplan.gob.gt/downloads/2015/SPOT/Mandatos_y_Normativas/PoliticasyPolitica_Nacional_de_Desarrollo.pdf.
30. Uribe, M. y Reinoso, J. (2013). *Empresarismo y Emprendimiento. Diferencias, conceptos, cultura emprendedora, idea y proyecto de empresa.* Colombia: Ediciones de la U.
31. Vásquez, J. (2015). *El Emprendimiento Empresarial: La Importancia de ser Emprendedor.* España: IT Campus Academy.
32. Venngage. (25 septiembre, 2020). Principales Características y Estructura de la Guía Didáctica [Mensaje en un blog]. Guatemala: Autor. Recuperado de: <https://venngage.net/p/211188/caractersticas-y-estructura-de-una-gua-didctica>.
33. Viceministerio de Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa. (2015). *Guatemala Emprende.* Guatemala: Autor. Recuperado de: <https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/Politica%20Emprendimiento.pdf>.

14. APÉNDICES

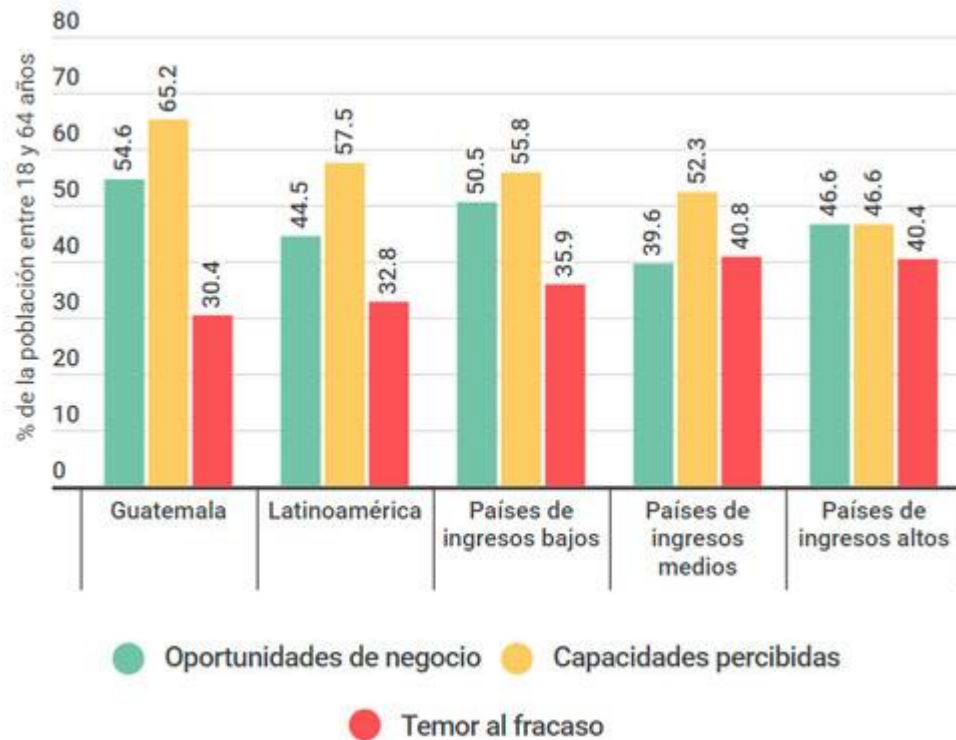
Apéndice 1. Matriz de coherencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Metodología	Resultados esperados
¿Qué estrategias de innovación ayudan al emprendedor de micro y pequeñas empresas en Ciudad San Cristóbal a desarrollar su proyecto de negocio de manera más efectiva?	Diseñar una guía de estrategias de innovación dirigida al emprendedor de micro y pequeñas empresas en Ciudad San Cristóbal para mejorar el desarrollo de un nuevo proyecto de negocio de manera más efectiva.	El conocimiento de conceptos básicos y estrategias de innovación para nuevos negocios servirán de ayuda para los emprendedores de micro y pequeñas empresas en Ciudad San Cristóbal para desarrollar su proyecto de negocio de manera más efectiva.	Tipo de investigación: Mixta Técnicas: Entrevista, Encuesta. Instrumentos: Guía de entrevista. Guía de encuesta. Como: Muestreo no probabilístico Cuando: 11/20 – 08/21 Dónde: Ciudad San Cristóbal Z. 8 de Mixco	Un listado de estrategias en común de emprendedores exitosos que han sido funcionales en sus negocios, para crear la guía, con base en las necesidades observadas según los errores más comunes en nuevos emprendimientos por falta de conocimientos del emprendedor.

Fuente: elaboración propia.

15. ANEXOS

Anexo 1. Actitudes frente al emprendimiento



Fuente: Universidad Francisco Marroquín. *Reporte Guatemala*. Consultado el 25 de noviembre de 2020. Recuperado de ww.gem.ufm.edu.gt.