

# Emprendimiento decrece en el país, señala un estudio

## 2009

Uno de cada siete adultos planea emprender un nuevo negocio o lo hizo en los últimos 42 meses, según los resultados que arrojó el Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) en el 2009 y que presentó ayer la escuela de posgrados (Espae) de la Espol.

El documento señala que el índice de emprendimiento es del 15,82%, frente al 17% que significó en el 2008. La tendencia a la baja de este indicador, según Guido Caicedo, parte del equipo del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que mantienen desde el 2004.

Caicedo indicó que esto puede ser causado por una percepción de mayor estabilidad laboral o la sensación de que es menos arriesgado encontrar un trabajo que poner un negocio.

A esto agrega que un factor del emprendimiento local es que gran parte se inicia por necesidad y está destinado a hacer del emprendedor un autoempleado o el dueño de una empresa de no más de cinco empleados.

Dentro del análisis realizado se estableció que en el 2009, el 10,7% de los emprendedores respondió a una oportunidad, mientras que el 5,12% lo hizo por necesidad.

De las empresas iniciadas, según el estudio, sobresalen los negocios enfocados en el sector de servicios y el área del mercado doméstico.

## 68%

de quienes comenzaron negocios tiene menos de 45 años.

## 32,1%

de los ecuatorianos espera iniciar un negocio en los próximos 3 años.

## 67%

de los emprendedores consideró que empezar un negocio es ahora más difícil.

El reporte señala que entre las características de los emprendedores está contar con educación superior, pero solo el 14% tiene un título de cuarto nivel o de posgrado, mientras otro 33,4% había recibido algún entrenamiento de cómo comenzar un negocio.

El entorno profesional, social y cultural fue parte de los factores que influyeron en el emprendimiento. El 75,4% de los consultados consideró empezar un negocio como opción de su carrera; otro 63,9% dijo que hay reconocimiento y respeto a los emprendedores exitosos, mientras que el 54,7% señaló que los medios de comunicación transmiten mensajes positivos para nuevas empresas.