

SEGÚN UN ESTUDIO, EL 20,8% DE LOS ADULTOS EMPEZÓ LUEGO DE QUE SE LE PRESENTARA UNA OPORTUNIDAD

Los emprendedores alternan su profesión con sus microempresas

Psicólogos, guías turísticos, empleados públicos y privados conjugan sus carreras con sus innovaciones. Confiesan que al mes ganan más que en sus profesiones.



Daicy Bravo creó hace tres años Miss Daicy, una microempresa en donde tiene 10 variedades de mermeladas. Dejó la empresa de telefonía por su pasión.

Redacción Economía

economia@telegrafo.com.ec

Quito

La profesión queda a un lado cuando se trata de emprender. O, al menos, eso cree un grupo de 200 pequeños empresarios que se reunieron en la organización 'Hecha a mano' y alternan sus carreras universitarias con sus nuevas empresas. Muchos realizan actividades que les apasionaron cuando eran pequeños o dejaron pendientes en algún momento de su vida.

Un informe anual del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2016, realizado por la Escuela de Negocios de la Espol (Espae), destacó que Ecuador tuvo un porcentaje del 31,8% en la Actividad Emprendedora Temprana (TEA). Con esta cifra, el país cuenta con la actividad más alta de América Latina, superando a países y vecinos como Colombia, que tiene una cifra del 27,3%, y Perú, con el 25,1%.

Ese estudio, también, determinó que el 20,8% de la población adulta habría emprendido tras aprovechar una oportunidad, mientras que el 8,9% lo hizo por necesidad.

Katty López (48 años), por ejemplo, emprendió luego de haber trabajado por 15 años en varias instituciones bancarias y en empresas privadas. Migró en 2008 a Francia para mejorar su situación económica. En ese país trabajó durante tres años arreglando habitaciones. En Francia, López conoció la cultura gastronómica y siempre le llamaron la atención en dicho país las rosas comestibles. Es así que nació hace dos años Alquimia Orgánica, empresa dedicada a la elaboración de

té de rosas comestibles con frutos rojos. Además prepara jalea de rosas con reducción de vino tinto que se usa, incluso, para marinar la carne.

También realiza arreglos florales con rosas eternizadas y vidrio soplado. "Siempre me decían que Ecuador tenía rosas maravillosas y yo me preguntaba por qué no hacíamos productos comestibles", dijo.

A López, al igual que a Daicy Bravo (62 años) les motivó el deseo de innovar. Esta última tomó la decisión de estudiar gastronomía, luego de haber trabajado por 35 años en una empresa de telefonía como supervisora. Esa nueva profesión —que estudió en la Fundación Kolping, en donde obtuvo el certificado de chef de partida— fue su eterna pasión, pero centró su atención en la preparación de conservas.

"Quería saber cómo los europeos realizaban las conservas para guardar en sus bodegas", contó. Esa fue su motivación para fundar hace tres años Miss Daicy. Confesó que sus hijos y familiares fueron los primeros en probar sus productos y venderlos entre sus compañeros de trabajo. No usa ni preservantes ni colorantes en sus productos.

Oferta 10 tipos de mermeladas, como las de frutos rojos: fresa, mora y mortiño. Pero también ofrece de durazno y arazá. De ellas sobresalen las mermeladas de ají con tomate de árbol y kiwi con piña, cuyos precios varían entre \$ 3 y \$ 4,50.

De la psicología a los tejidos

Pero hay como Valeria Grijalva (35 años), quienes alternan la profesión con su microempresa. Grijalva aprendió con su madre a tejer en crochet a los 12 años. En 2009 realizó un curso en el cual aprendió a realizar bufandas y sacos. Sin em-

EMPRESAS PUEDEN PARTICIPAR

La AEI apoya la reactivación productiva

Más de 1.900 emprendedores de 11 cantones de Manabí y Esmeraldas se han beneficiado de una iniciativa de la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI) que inició en abril de 2016. A través del programa Re-emprende se brinda asesoría técnica y planes de financiamiento para los microemprendedores afectados por el terremoto y que tenían negocios con al menos un año de funcionamiento. La asistencia técnica es gratuita e incluye hasta 5 meses de asesoramiento en administración de fondos, presentación de productos en perchas, entre otros. Por otro lado y gracias a aportes de varias organizaciones y empresas, la AEI cuenta con \$ 10 millones que le permiten subsidiar las tasas de interés de los créditos bancarios a los que los emprendedores accedan. "Si la tasa es del 22%, la AEI subsidia el 10% con la condición de que asistan a las capacitaciones y paguen puntualmente al banco", indicó Andrés Zurita, presidente ejecutivo de la AEI. Unas 1.400 personas ya participan en esta iniciativa. Las entidades aliadas de la AEI son Banco Solidario, Cooperativa 29 de Octubre, Fundación Espoir y Banco D-Miro. "Nos ha ido muy bien, pero necesitamos más apoyo para la recolección de fondos", dijo Zurita, y añadió que aspiran a apoyar a 5.000 personas más. Las empresas pueden realizar aportes monetarios o mentorías. Ahora se enfocarán en la agroindustria y el turismo. (I)

bargo, cuando cursaba sus estudios en psicología clínica, ya elaboraba varios tejidos para sus compañeros. De manera empírica siguió innovando y logró montar muñecos, gorros personalizados y llaveros. "La intención no es hacer el típico tejido tradicional, sino innovar a través de la creación con crochet", asegura, por ello creó una maceta en lana que puede convertirse en muñeca.

Con iniciativa de su hermano, Jonathan, creó la empresa Valú, tejidos personalizados a mano. Con el paso del tiempo perfeccionó su técnica y ahora crea cualquier diseño.

Para la psicóloga que trabaja por horas en un hogar de ancianos y además atiende en un consultorio privado, realizar estas actividades le permitió salir un poco de la rutina.

"Siempre es importante tener algo que te saque del quehacer diario", aseguró. En su consultorio psicológico cobra entre \$ 20 y \$ 30 por hora, pero tan solo una de sus creaciones cuesta \$ 20 e invierte de tres a cuatro horas en realizarla.

En cambio, Estefanía Vargas (28 años) estudió para ser guía de turismo, pero al ver que no tenía espacio en su profesión decidió montar su empresa de ají gourmet. Su abuela le enseñó a realizar las conservas. Al principio las preparaba en reuniones con sus amigos, pero siempre le pedían más. Un día su esposo se llevó el ají al trabajo y al regresar ya tuvo 10 pedidos. Así creció La Diablada, que ofrece dos tipos de ají, uno de ellos con finas hierbas, albahaca y aceite de oliva.

Al mes vende \$ 780, pero recibe como ganancias \$ 580.

En promedio vende 168 frascos. Hace unos meses retomó su profesión, pero confiesa que su pasión es su empresa. (I)