

La economía desanima la creación de negocios

La tasa de emprendimiento cae de un 31,6 % a un 29,6 % ■ La fragilidad de sus bases, con nula innovación, los vuelve **insostenibles**

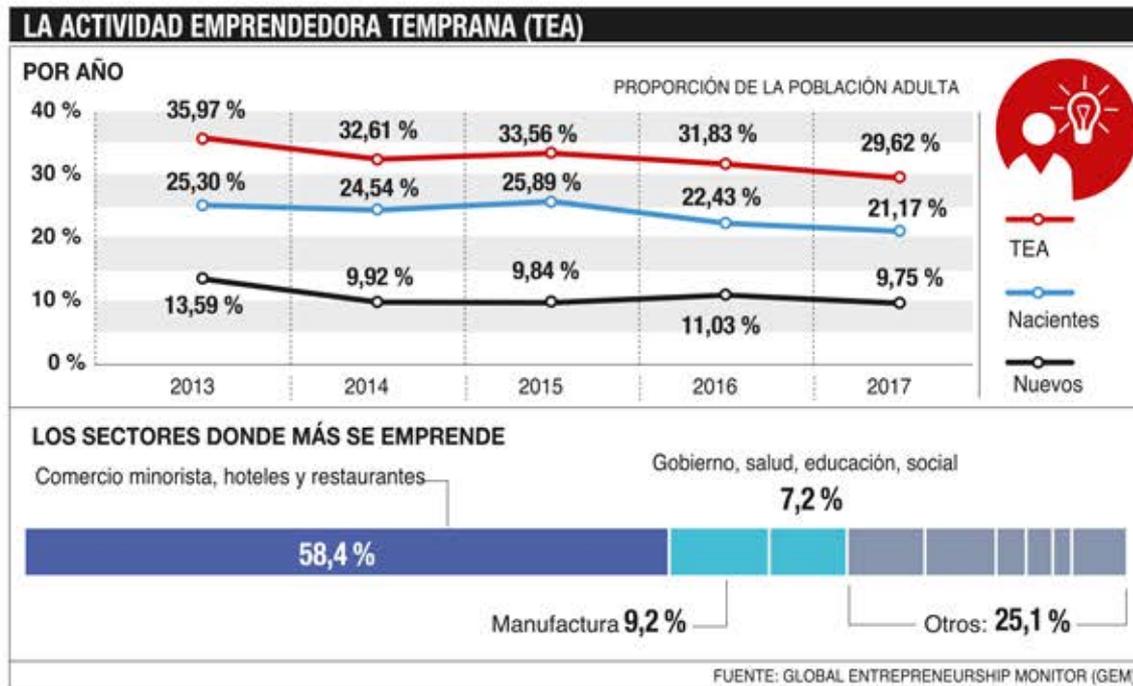
LISBETH ZUMBA R.
Zumbal@granasa.com.ec ■ GUAYAQUIL

La inestabilidad económica que el país vive no solo ha incidido en la pérdida de empleo de calidad, sino en el ánimo de crear y sostener nuevos negocios. Al menos así coinciden las estadísticas del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que para el 2017 ubica a la TEA (Actividad Emprendedora Temprana) del país en un 29,6 %, versus los 31,6 % del año previo.

EL DETALLE

Por necesidad. En el país, tres de cada diez ecuatorianos son emprendedores. No obstante, los expertos cuestionan la baja calidad de los negocios que se crean.

El estudio fue presentado ayer por la escuela de negocios de la Espol (Espae), que en el país es la encargada de aterrizar el estudio del GEM. "Lo que ha disminuido son los negocios nuevos que han tenido un declive en aproximadamente dos puntos porcentuales. Similar caída se observa en los negocios nacientes", dijo Virginia Lasio, directora del GEM Ecuador, quien atribuyó a esto al mal entorno económico que enfrenta el país y que sobre todo llega a



afectar a los negocios más débiles. Y eso es lo preocupante, explica, porque el impacto recae sobre una mayoría.

Aunque Ecuador sigue teniendo la tasa más alta de emprendimiento a nivel regional, el resultado sigue siendo desalentador porque, después de una década, en el país sigue prevaleciendo la generación de negocios en base a una necesidad y no a una oportunidad. Esto, explica, lleva a que muchas personas creen negocios básicos y en sectores donde existe una alta competencia, características que

los hace vulnerables ante cualquier adversidad. "La mayoría son negocios que no han nacido para perdurar en el tiempo, nacen como una solución temporal, para complementar la economía familiar", dice.

Según el GEM, en el país el 60 % de los emprendimientos está orientado a atender al mercado doméstico. Son tiendas de víveres y negocios de retail que, generalmente, no incluyen un componente de innovación y tecnología (en Ecuador, solo el 0,93% de los negocios de la TEA se encuentran involucrados en

este sector, versus Colombia y Perú que tienen el 3 % o Argentina (la más alta), un 8 %).

Aldo Arellano, un economista que lleva tres años acompañando el trabajo de más de 300 emprendedores, a través de su coworking Invernadero, explica que esta realidad es producto del nivel de educación académica que tienen estas personas que, en la mayoría de los casos, tienen un bajo índice de conocimientos tecnológicos que los lleva también a tomar decisiones erradas a la hora de montar o hacer expandir un negocio.

EN ESTE SECTOR

ESCENARIO

■ En el 2017, alrededor de 3 millones de adultos pusieron en marcha de un negocio (emprendimiento naciente) o poseían uno con menos de 42 meses de antigüedad (emprendimiento nuevo), lo que representa el 29,6 % de la población entre 18 y 64 años.

IDEAS BÁSICAS

■ No obstante, de los negocios creados, el 69 % se orienta hacia los consumidores o a atender al mercado doméstico. Son negocios que, por lo general, se enfocan en el comercio y que, en su mayoría, no incluyen ideas innovadoras y que no hacen uso de la tecnología.

INFORMALIDAD

■ Sigue la tendencia. En el 2017, solo un 37,3 % de los negocios establecidos tenía algún tipo de registro, ya sea en la Cámara de Comercio, RISE, Patente Municipal; de los negocios nuevos solo un 29,6 % se encontraba registrado y de los nacientes solo un 12,1 %.

LOS ERRORES

■ Una falla común que se comete es no validar lo suficiente el mercado al que se desea entrar; creer que el emprender es una labor que está de moda y no tener una visión y determinación para seguir; confiar en que las ganancias deben llegar a corto plazo.