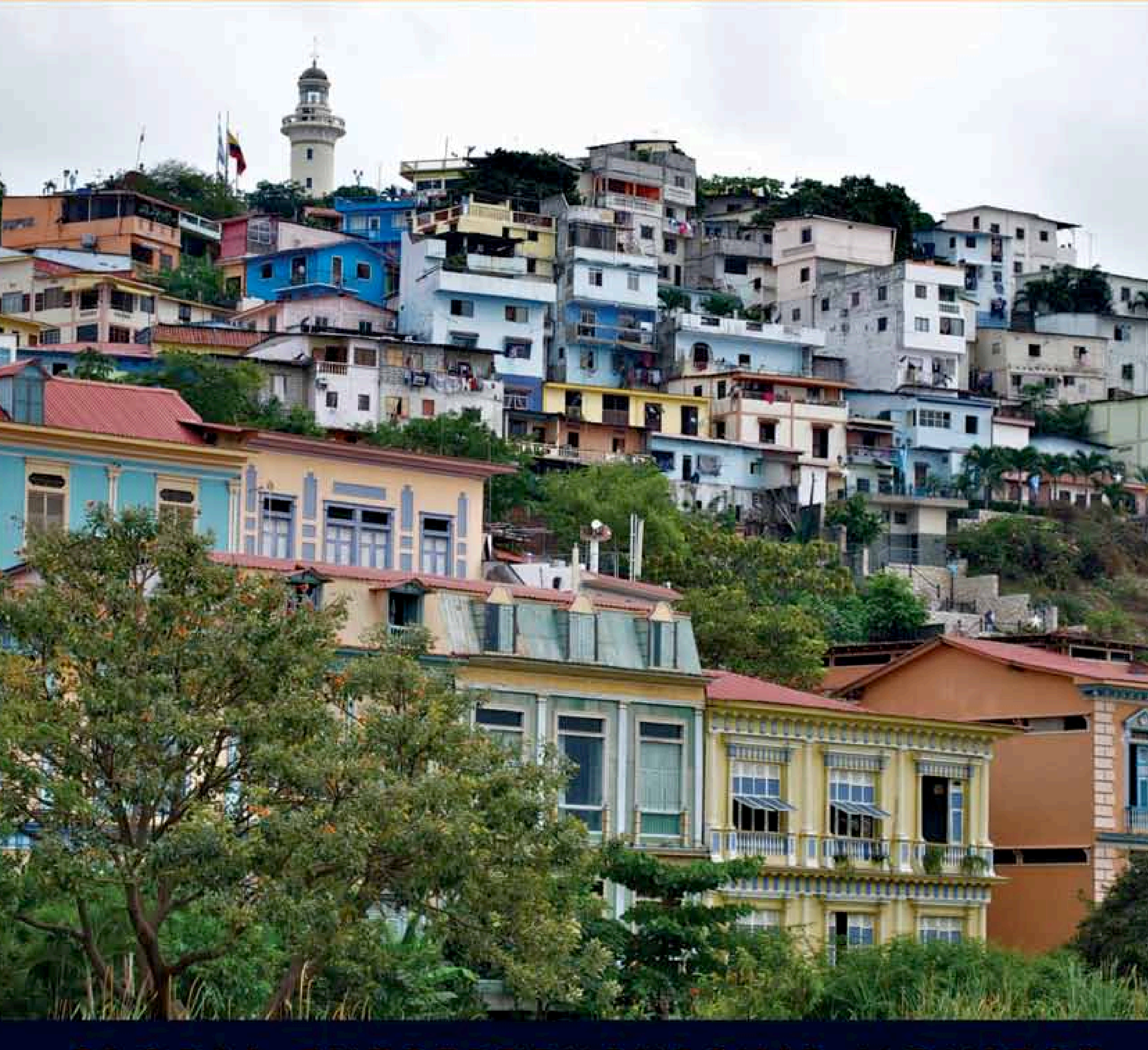
ISSN No. 13903047

ESPAE GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

GEM



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

ECUADOR - 2010

Virginia Lasio Ma. Elizabeth Arteaga Guido Caicedo

BABSON

UDD Universidad del Desarrollo
Universidad de Excelencia

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL ESPOL

GLOBAL **ENTREPRENEURSHIP** MONITOR ECUADOR 2010

COLABORARON EN DIVERSAS PARTES DEL ESTUDIO:

Juan Manuel Domínguez, profesor ESPAE

Clermont Muñoz, profesor ESPAE

Xavier Ordeñana, profesor ESPAE

Byron López, alumno MBA, promoción XXVI

Francisco Parra, ex alumno MBA, promoción XXIV

Andrea Samaniego, alumna MBA, promoción XXVI

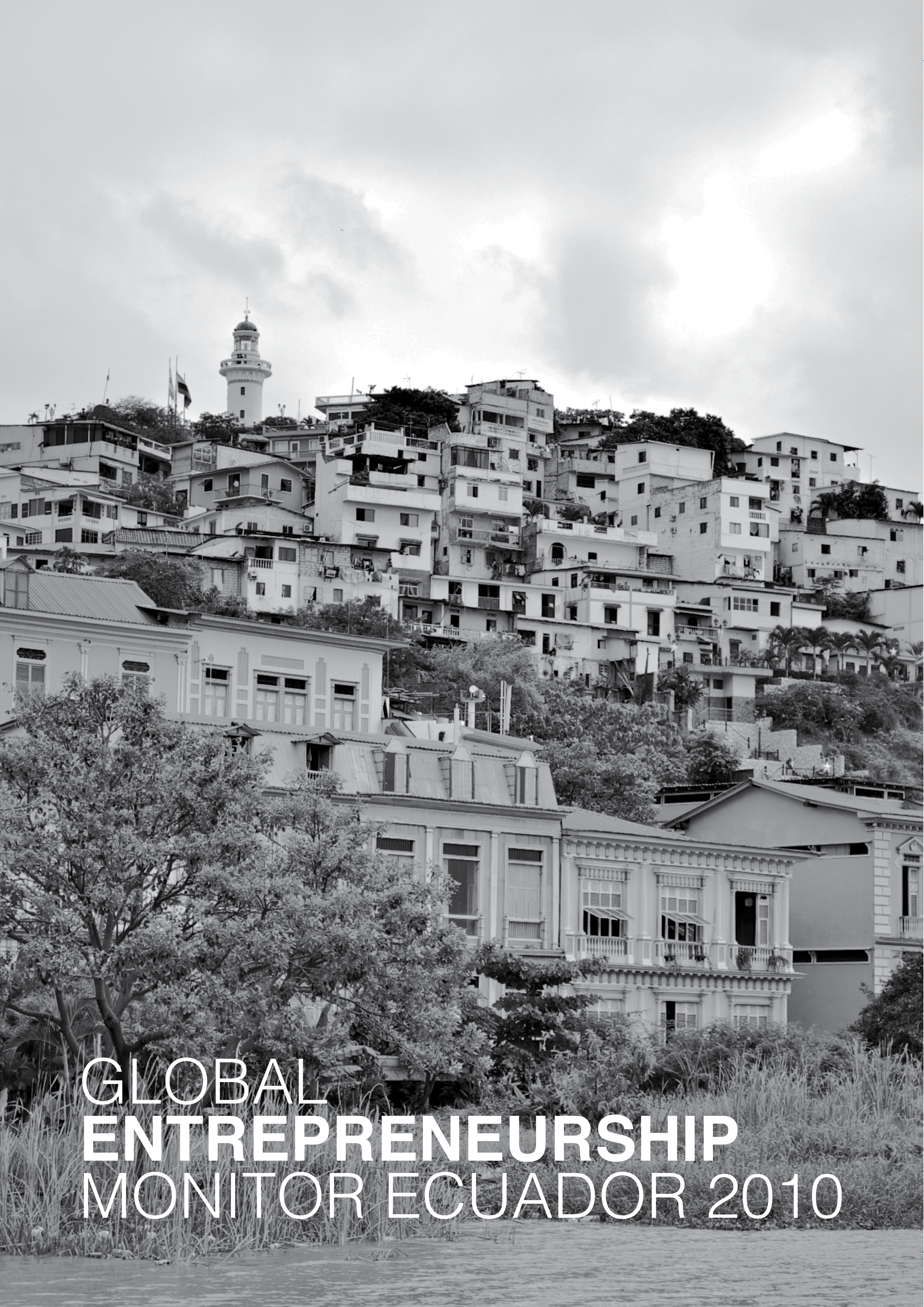
Juan Fernando Tinoco, ex alumno MBA, promoción XXIII

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
Alberto Mite B.
593 91052128

FOTOGRAFÍA DE PORTADA
Cerro Santa Ana, Guayaquil
Alberto Mite B.

ISSN No.13903047

IMPRESIÓN
Esta obra se terminó de imprimir en los talleres de
Monsalve Moreno
593 7 2858800



GLOBAL **ENTREPRENEURSHIP** MONITOR ECUADOR 2010

PRESENTACIÓN

Por tercer año consecutivo realizamos este estudio que actualmente conducen 59 países alrededor del mundo. La actividad emprendedora temprana TEA como el índice más representativo del Global Entrepreneurship Monitor –GEM- nos permite entender la dinámica emprendedora de un país desde la perspectiva del individuo durante el proceso de creación de empresa. Las fluctuaciones de la TEA desde el 2008 han sido motivo de preocupación por los efectos de la crisis global en la actividad empresarial y por las respuestas de los emprendedores.

Analizamos el perfil del emprendedor y sus motivaciones, los sectores en los cuales emprende, y también sus aspiraciones; estas últimas importantísimas al estimar el impacto de los emprendimientos.

En el 2010 observamos una recuperación de la TEA con respecto al año anterior, pero como veremos a lo largo del informe, esta no lo dice todo. Las percepciones y actitudes de la población y de los emprendedores complementan nuestra apreciación de la dinámica de creación de empresas en Ecuador; las contribuciones de un panel de expertos nos permiten entender mejor cuáles serían las acciones y políticas deseables para crecer en cantidad y calidad.

Esperamos que estos resultados sean comentados y discutidos ampliamente por diversos sectores y así saquemos el máximo provecho a la información y el análisis que contiene el GEM Ecuador 2010.

Nuestro agradecimiento a las instituciones que apoyaron con recursos para el estudio, ESPOL y Survey Data, a los profesores y asistentes de investigación, y por supuesto a los 36 expertos por sus valiosas opiniones.

Virginia Lasio
Directora
ESPAE

TABLA DE CONTENIDO

Resumen Nacional 10
National Summary 11
Introducción y antecedentes 13
El potencial del emprendimiento en el Ecuador 21
La actividad emprendedora 29
El impacto de la crisis global: perspectiva de los emprendedores 43
Educación en emprendimiento 49
Factores críticos para la iniciativa emprendedora 53
Reflexiones sobre los resultados 57
Referencias 61
Anexos 63
Sobre los autores 77
Promotores del GEM 78
Ejecutores del Global Entrepreneurship Monitor en Ecuador 79
Contactos 80

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Actividad Emprendedora en los 59 países participantes del GEM 2010, por Fase Económica de Desarrollo
Tabla 2 Nivel de orientación innovadora del consumidor y de las organizaciones
Tabla 3 Percepción de los emprendedores respecto al impacto de la crisis en su intención de emprender, expectativas de crecimiento y oportunidades para su nuevo negocio
Tabla 4 Grado de capacitación en Emprendimiento de emprendedores y la población en el período 2008-2010
Tabla 5 Efecto de la capacitación en Emprendimiento en la acción de iniciar un negocio
Tabla 6 Factores que fortalecen el Emprendimiento: Comparación de percepciones de los expertos de los años 2008, 2009 y 2010
Tabla 7 Factores que limitan el Emprendimiento: Comparación de percepciones de los expertos de los años 2008, 2009 y 2010
Tabla 8 Calificaciones promedio de las opiniones de los Expertos agrupadas en categorías

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM
Figura 2 Características de los grupos económicos y factores claves para el desarrollo
Figura 3 El modelo del GEM
Figura 4 Tasas de la actividad emprendedora temprana total y PIB per cápita para el 2010
Figura 5 Actividad emprendedora temprana por necesidad y PIB per cápita para 2010
Figura 6 Índice de la Actividad Emprendedora Temprana (TEA) 2010 por país
Figura 7 Estatus Laboral de los emprendedores - TEA 2009
Figura 8 Ingreso familiar anual de los emprendedores - TEA 2010
Figura 9 Etapa de desarrollo del negocio y sexo de los emprendedores - TEA 2010
Figura 10 América del Sur: Categorías de edad de los emprendedores - TEA 2010
Figura 11 Nivel de educación de los emprendedores - TEA 2010
Figura 12 América del Sur: Nivel de Educación de la proporción de la población incluida - TEA 2010
Figura 13 Aceptación del Emprendimiento como opción de carrera
Figura 14 Consideran que los medios destacan las experiencias de los emprendedores y los negocios exitosos
Figura 15 Consideran que poseen los conocimientos y habilidades para iniciar un negocio
Figura 16 Etapa de desarrollo del negocio de los emprendedores - TEA 2010
Figura 17 América del Sur: Etapa de desarrollo del negocio - TEA 2010
Figura 18 TEA, TEA oportunidad y TEA necesidad en los años 2004, 2008, 2009 y 2010
Figura 19 América del Sur: Motivación de la proporción de la población incluida en la TEA 2010
Figura 20 Tipo de motivación por oportunidad de los emprendedores - TEA 2010
Figura 21 Nivel de educación y motivación de los emprendedores - TEA 2010
Figura 22 Sector de negocio de los emprendedores - TEA 2010
Figura 23 Sector económico de los emprendimientos en el período 2008 - 2010
Figura 24 América del Sur: Sector de negocio de los emprendedores - TEA 2010
Figura 25 Empresas Nacientes: Sector de negocio de los emprendedores - TEA 2010
Figura 26 Empresas Nuevas: Sector de negocio de los emprendedores - TEA 2010
Figura 27 América del Sur: Adopción de tecnología de los emprendedores en la - TEA 2010
Figura 28 América del Sur: Clientes extranjeros de los emprendedores en la - TEA 2010
Figura 29 América del Sur: oferta de nuevos productos a nuevos mercados de los emprendedores en la - TEA 2010
Figura 30 Número actual de empleo generado por los emprendedores - TEA 2008, 2009 y 2010
Figura 31 Número de empleos que los emprendedores esperan generar en los próximos 5 años - TEA 2008, 2009 y 2010
Figura 32 América del Sur: Proporción de emprendedores con expectativas de alto crecimiento de empleo
Figura 33 América del Sur: Monto de inversión inicial
Figura 34 Evolución de la TEA necesidad según el sexo en el período 2008-2010
Figura 35 Evolución de la TEA oportunidad según el sexo en el período 2008-2010
Figura 36 Evolución de la TEA, empresas nacientes y nuevas en el período 2008-2010
Figura 37 Consideran que hay oportunidades de negocio en los próximos 6 meses
Figura 38 Tienen la intención de emprender en los próximos 3 años
Figura 39 Poner un negocio en marcha ahora en comparación con un año atrás - TEA 2010
Figura 40 Sus expectativas de crecimiento del negocio ahora en comparación con un año atrás - TEA 2010
Figura 41 Impacto de la crisis económica global en las oportunidades para su nuevo negocio - TEA 2010
Figura 42 Entrenamiento en emprendimiento y nivel de educación de los emprendedores - TEA 2010

RESUMEN NACIONAL

Principales características de la actividad emprendedora: En el 2010 se obtuvo un Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 21,30%, notándose un incremento con respecto a la TEA 2009 que fue 15,8%; es decir que aproximadamente 1 de cada 5 adultos estaba planeando un nuevo negocio (10,40%) o poseía actualmente uno cuya antigüedad no superaba los 42 meses (10,90%); el porcentaje de ecuatorianos que poseían negocios establecidos (con más de 3,5 años de funcionamiento) decreció 1,4% respecto al 2009.

El 15,40% de los emprendedores en la TEA respondieron a una oportunidad, y 5,90% emprendieron por necesidad; 48% de los emprendedores por oportunidad mencionaron que su motivación fue incrementar sus ingresos. Los nuevos negocios pertenecían en su mayoría a los sectores de servicios al consumidor y estaban enfocados principalmente en el mercado doméstico. El porcentaje de emprendedores con altas expectativas de generación de empleo fue 6,30%. La mayor parte de los emprendedores tenía educación secundaria, solamente un 11% poseía título universitario o de postgrado. El 27% había recibido algún entrenamiento en cómo iniciar un negocio. En este año la proporción de hombres involucrados en el emprendimiento superó a la de mujeres (55% vs. 45%). El 75% de los emprendedores tenía menos de 45 años. El 58% era auto empleado y un 28% tenía ingresos familiares anuales superiores a los US$7.200.

El 90% de los emprendedores creía poseer los conocimientos, las habilidades y la experiencia para iniciar un nuevo negocio, y el 14% de ellos además reportó la utilización del plan de negocios. El entorno cultural fue favorable ya que el 83% de la población consideró el iniciar un negocio como una buena opción de carrera, el 74% creyó que había reconocimiento y respeto a los emprendedores exitosos, y el 63% opinó que los medios de comunicación transmiten historias de nuevos negocios exitosos frecuentemente.

La actividad emprendedora y la crisis económica: Este año el emprendimiento por oportunidad se incrementó, lo cual se reflejó en la razón de emprendimiento oportunidad/necesidad que creció de 2,09 (2009) a 2,60.

Al momento de comparar la situación actual con la de un año atrás, el 67% de los emprendedores ecuatorianos consideró que empezar un negocio era más difícil y el 23% tuvo expectativas de crecimiento inferiores. Un 65% coincidió en que la crisis económica global había generado menos oportunidades de negocio. Sin embargo, el 49% de las personas encuestadas esperaba iniciar un negocio en los próximos 3 años y el 59% de los emprendedores creía que habría buenas oportunidades de negocios en los próximos seis meses[1].

Según los expertos, los programas de gobierno y la apertura de mercados fueron los factores que más apoyaron al emprendimiento; las políticas de gobierno y el contexto político, institucional y social fueron considerados como los mayores limitantes.

Entre las iniciativas de apoyo al emprendimiento destacaron en el sector público los esfuerzos en promover las redes de apoyo, el soporte financiero para nuevas ideas de negocio y la capacitación; en el sector privado se han promovido los concursos de planes de negocio.

[1] La Encuesta a la Población Adulta (APS) fue aplicada entre mayo y junio de 2010.

NATIONAL SUMMARY

Main characteristics of entrepreneurial activity: In 2010, early-stage entrepreneurial activity measures 21.3%, which means that more than one in five adults was planning to start a new business (10.4%) or is already running one that is between 3 & 42 months old (10.9%). The percentage of Ecuadorians in established business (more than 3.5 years old) decreased from 16.1% (2009) to 14.7%. Some 15.4% of the adult population reported that they were responding to an identified opportunity, and 5.9% were entrepreneurs through necessity. Among the opportunity entrepreneurs, 48% mentioned that they were motivated to increase their incomes. New businesses are mostly consumer-oriented and target predominantly the domestic market. The employment generation (i.e., businesses that expect to employ more than 10 people within 5 years of start-up and increase 50% of their current jobs) is 6.3%. Most entrepreneurs have a secondary education level; with just 11% of them holding a university or postgraduate degree, and 28% of them have received specific training in how to start a business. The ratio of male to female involvement in entrepreneurship is equitable. The Ecuadorian entrepreneur is under 40 years (65%), is currently self-employed (58%) and has an annual household income above US$7200. In terms of skills and abilities, 90% of adults involved in early-stage entrepreneurial activity believe that they possess the knowledge, skills and experience to start a new business, and 14% of them even reported the use of a business plan. Cultural support is favorable, in fact 79% consider starting a business as a career choice; 71% think that successful entrepreneurs have status and deserve respect, and 61% affirm that, frequently, local media reports successful new businesses stories.

Entrepreneurial activity and the economic crisis: This year, opportunity entrepreneurship increased and this is reflected in the ratio of opportunity: necessity which grew from 2.1 (2009) to 2.6 this year. In comparing the current situation with a year earlier, 67% of Ecuadorian entrepreneurs consider starting a business is more difficult and 23% have lower growth expectations; 65% agree that the global economic crisis resulted in fewer opportunities for their businesses. However, 49% of respondents expect to start a business in the next three years and 59% of early-stage entrepreneurs believe that there will be good opportunities for starting a business in the next six months[2].

According to Ecuadorian experts, the main constraining factors for entrepreneurship are government policies and political, institutional and social context. Government programs and market openness are considered factors that support entrepreneurship.

There are some initiatives to support entrepreneurship. In the public sector, there are efforts to promote networks, financial support to start new businesses and training. While in the private sector, as well as in 2009, the initiatives are aimed at business plan contests.

2 The Adult Population Survey (APS) was applied in the period of May- June 2010.

1. INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES[3]

1.1. EL ROL DEL EMPRENDIMIENTO EN LA ECONOMÍA GLOBAL

La mayoría de los formuladores de política pública y académicos están de acuerdo en que el emprendimiento es fundamental para el desarrollo y bienestar de la sociedad. Los emprendedores crean puestos de trabajo. Impulsan y dan forma a la innovación, acelerando los cambios estructurales en la economía. Por medio de la introducción de nueva competencia, contribuyen indirectamente con la productividad. El emprendimiento es, entonces, un catalizador para el crecimiento económico y la competitividad nacional.
GEM tiene tres objetivos principales:

- Medir las diferencias en las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de las economías.
- Descubrir los factores que determinan la naturaleza y el nivel de la actividad emprendedora nacional de los países.
- Identificar las implicaciones en la formulación de políticas para la mejora del emprendimiento en la economía.

El GEM se basa en las siguientes premisas. En primer lugar, la prosperidad de una economía depende en gran medida de la existencia de un sector emprendedor dinámico. Esto es cierto en todas las etapas del desarrollo. Sin embargo, la naturaleza de esta actividad puede variar en carácter e impacto. El emprendimiento, cuando es impulsado por la necesidad, especialmente en las regiones menos desarrolladas o aquellas que están experimentando pérdidas de puestos de trabajo, puede ayudar a una economía a beneficiarse de iniciativas de empleo por cuenta propia, cuando hay menos opciones de trabajo disponibles. Las economías más desarrolladas, por otro lado, pueden aprovechar su capacidad de innovación y su riqueza, aunque también ofrecen más opciones de empleo para atraer a quienes, de lo contrario, podrían convertirse en emprendedores. Con el fin de mantener su dinamismo emprendedor necesitan infundir mayor motivación basada en la oportunidad.

En segundo lugar, la capacidad emprendedora de una economía requiere de personas con el talento y la motivación para iniciar negocios, y una percepción social positiva sobre el emprendimiento. El emprendimiento debería incluir la participación de todos los grupos de la sociedad, incluyendo las mujeres, un rango variado de edades y niveles educativos y grupos menos privilegiados. Por último, el emprendimiento de alto impacto tiene una contribución crítica en la generación de nuevo empleo en una economía, y la competitividad nacional depende de iniciativas emprendedoras innovadoras, que trasciendan las fronteras de un país.

1.2. LAS MEDICIONES DEL GEM

Cuando se fundó el GEM, la mayoría de los análisis tradicionales de crecimiento económico y competitividad, habían descuidado el papel desempeñado por las nuevas y pequeñas empresas en las economías nacionales, debido, en cierta medida, a la falta de buena información sobre este sector. Esta información, cuando estaba disponible, tendía a corresponder sólo a los países en las fases más avanzadas de desarrollo económico. Las mediciones existentes, tales como tasas de empleo por cuenta propia, no reflejaban el alcance dinámico del emprendimiento. Mientras que la mayoría de los gobiernos ha mantenido durante mucho tiempo los datos de los registros de negocios formales, no fue sino hasta el surgimiento del GEM que se pudo extraer una imagen precisa de las personas y cuántas de estas iniciaron negocios en diferentes rincones del mundo.

El principio rector del GEM es medir la participación individual en la creación de empresas. Esto diferencia al GEM de otras bases de datos, la mayoría de las cuales registran datos a nivel de empresa. Un segundo objetivo de esta investigación es promover el emprendimiento como un proceso que comprende diferentes fases, desde la intención de iniciar una empresa, a estar recién comenzando un negocio, a llevar adelante una empresa nueva o ya establecida e incluso a la interrupción de su actividad. La Figura 1 resume el proceso emprendedor y las definiciones operacionales del GEM. Las variables más comunes del reporte están descritas en el Anexo A.

[3] Traducción al español y adaptación de la versión en inglés de la misma sección del Global Entrepreneurship Monitor 2010 Executive Report.

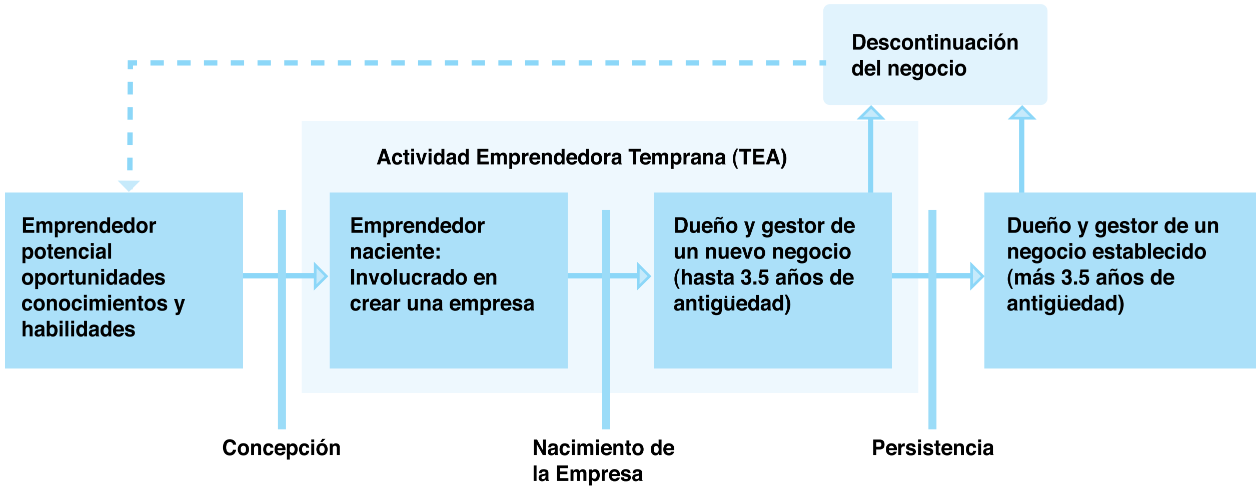


Figura 1 – El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM

A través de la riqueza de las mediciones del GEM, podemos entender qué tipos de personas están (y quiénes no) participando en emprendimientos. Capturamos tanto aquellos que han registrado formalmente sus negocios como también los que llevan adelante negocios informales. Esos negocios no registrados, de hecho pueden representar hasta un 80% de la actividad económica en los países en desarrollo (The World Bank, 2010). Las personas inician negocios por una variedad de razones. Pueden ser llevados a emprender por la necesidad: la búsqueda de empleo por cuenta propia cuando no hay mejores opciones de trabajo. Por el contrario, sus esfuerzos pueden estar motivados por el deseo de mantener o mejorar sus ingresos, o aumentar su independencia. El GEM, por lo tanto, evalúa aquello que motiva a los emprendedores.

El GEM mide también las aspiraciones. Estas aspiraciones pueden evidenciarse en productos o servicios innovadores o en la búsqueda de clientes más allá de las fronteras nacionales. Pueden incluir ambiciones de alto crecimiento, contribuyendo así más marcadamente en la generación de nuevo empleo en sus economías.

Reconociendo que los emprendedores están impulsados no sólo por sus propias percepciones acerca de iniciar un negocio, sino también por las actitudes de las personas a su alrededor, el GEM considera las actitudes que transmiten el clima para el emprendimiento en una sociedad. Los emprendedores deben estar dispuestos a asumir riesgos y tener convicciones positivas acerca de la disponibilidad de oportunidades a su alrededor, su capacidad para iniciar negocios y el valor de hacerlos realidad. Al mismo tiempo, necesitan clientes que estén dispuestos a comprarles, proveedores dispuestos a suministrarles bienes y servicios y familiares e inversores listos a apoyar su esfuerzo. Incluso las percepciones sociales positivas sobre el emprendimiento pueden indirectamente estimular esta actividad.

1.3. NIVEL DE DESARROLLO ECONÓMICO Y EMPRENDIMIENTO

Las bases de datos armonizadas del GEM permiten comparaciones de la actividad emprendedora alrededor del globo, y dentro y a través de regiones geográficas. Este informe examina además grupos de economías de niveles de desarrollo similar. Siguiendo la tipología usada por el Foro Económico Mundial, el GEM clasifica los 59 participantes del GEM como economías "basadas en factores," "basadas en la eficiencia" o "basadas en la innovación" (Porter, Sachs & McArthur, 2002). La Figura 2 ilustra las características de estos grupos económicos y el foco clave para el desarrollo en cada nivel.

Figura 2 — Características de los grupos económicos y factores claves para el desarrollo

A medida que se desarrolla una economía, la productividad aumenta y, consecuentemente, también lo hace el ingreso per cápita. Esto es a menudo acompañado por la migración de mano de obra a través de los diferentes sectores económicos. Por ejemplo, la fuerza de trabajo puede desplazarse de los sectores agrícolas y extractivos hacia la fabricación y luego eventualmente a los servicios (Gries & Naude, 2010). En sus primeras etapas de desarrollo, las economías tienen normalmente una proporción mayor de actividades basadas en la necesidad. Aquí, la demanda de puestos de trabajo en sectores de alta productividad supera con creces la oferta. Como resultado, muchas personas deben crear su propia fuente de ingresos.

El mayor desarrollo viene acompañado del crecimiento de los sectores productivos. Esto aumenta la capacidad de empleo pero conduce a la disminución gradual del nivel de emprendimiento por necesidad. Al mismo tiempo, mejoras en la riqueza y la infraestructura estimulan el emprendimiento por oportunidad, cambiando la naturaleza de la actividad emprendedora. Estas nuevas empresas están más probablemente asociadas con mayores aspiraciones de crecimiento, innovación e internacionalización. Se apoyan, sin embargo, en las instituciones económicas y financieras creadas durante las fases de desarrollo. En la medida en que estas instituciones sean capaces de alojar y apoyar la actividad emprendedora por oportunidad, firmas innovadoras y emprendedoras pueden emerger como importantes motores de la creación de riqueza y crecimiento económico (Henrekson, 2005).

1.4. EL MODELO DEL GEM

La Figura 3 ilustra el modelo de GEM, que muestra, en primer lugar, la relación entre el contexto social, cultural y político y tres conjuntos de condiciones marco. Estas condiciones marco se modelan afectando las actitudes de la población hacia el emprendimiento y la actividad y aspiraciones de los emprendedores. A su vez, la actividad emprendedora, así como el crecimiento de las empresas establecidas influyen en el crecimiento económico.

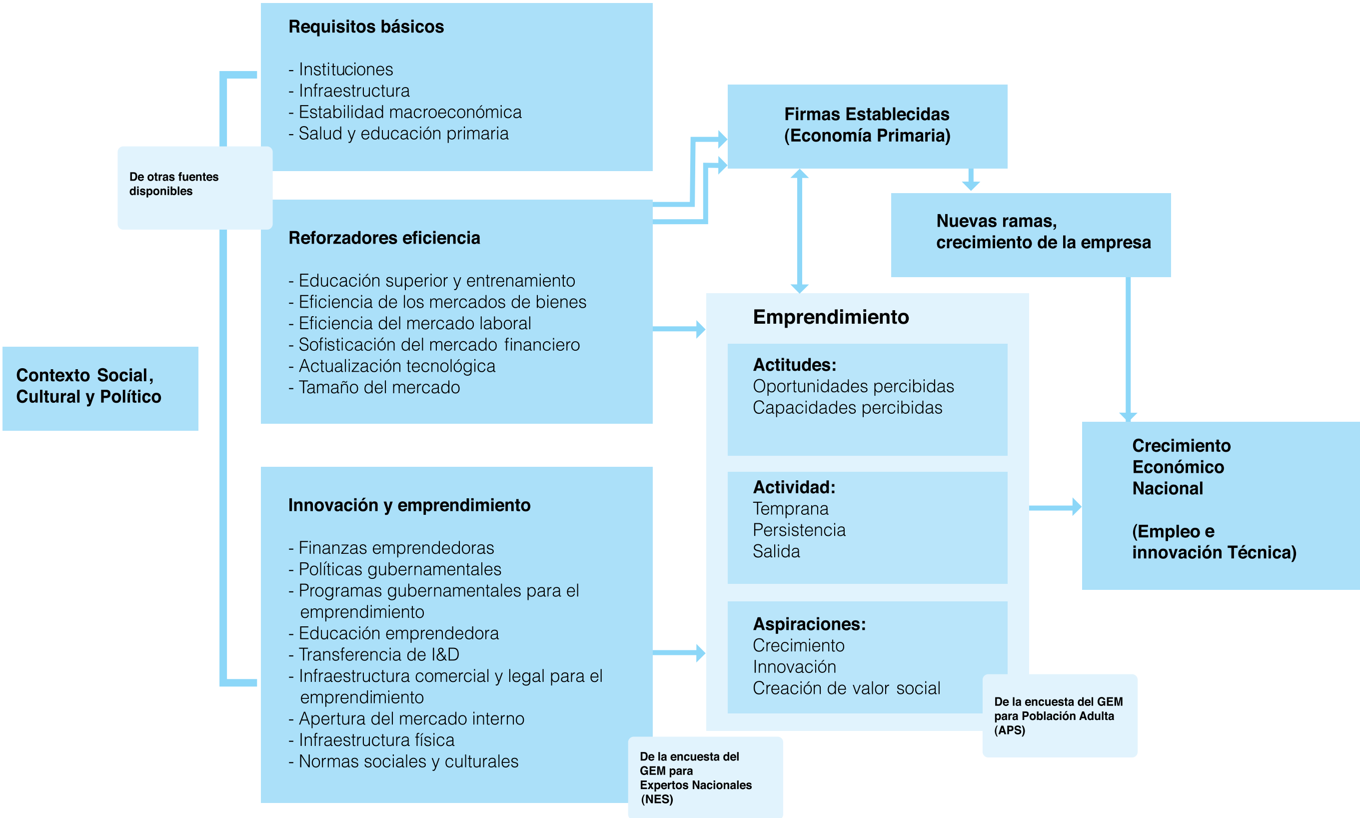


Figura 3 – El modelo del GEM

Como se observa en la Figura 3, la clave en las economías basadas en factores se encuentra en la construcción de los requisitos básicos tales como educación primaria, salud, infraestructura y otros. Factores propios de las fases finales, como programas de finanzas para emprendimientos o programas de dirección para emprendedores es poco probable que tengan un impacto sustancial si, por ejemplo, los emprendedores no tienen buenos caminos para el transporte de mercancías o una fuerza de trabajo donde reclutar empleados lo suficientemente educada. En otras palabras, las inversiones en las condiciones marco específicas al emprendimiento puedes ser menos eficaces para facilitar la creación de empresas si se hacen a expensas de los requisitos básicos.

Los emprendedores con altas aspiraciones obtienen mejores resultados en los países con economías y climas políticos estables e instituciones bien desarrolladas. Esto, de hecho, puede explicar las actividades de cierto grupo de inmigrantes en las economías más ricas. Al mismo tiempo, el progreso económico engendra economías de escala. Las grandes empresas son más eficientes desde una perspectiva nacional y, para muchos individuos, una alternativa de empleo más atractiva que el emprendimiento por necesidad.

Para reemplazar la migración de los emprendedores por necesidad hacia el empleo en las grandes empresas, las economías basadas en la eficiencia deben atraer más emprendedores por oportunidad. El segundo conjunto de condiciones marco representa potenciadores de la eficiencia. Estos son dirigidos a garantizar que los mercados funcionen correctamente. El apoyo a las economías de escala puede, de hecho, ser complementado por la aparición de emprendedores orientados al crecimiento y la tecnología, ampliando el ámbito del empleo en una sociedad.

Las economías avanzadas tienen una plataforma relativamente sofisticada de requisitos básicos y potenciadores de la eficiencia. Si bien estos factores son esenciales para el sustento del emprendimiento por necesidad, pueden ser insuficientes para impulsar comportamientos basados en oportunidades. Aquí, prevalece el conocimiento, pero los costos laborales son altos. Las condiciones marco específicas para el emprendimiento se transforman en palancas que impulsan comportamientos dinámicos, orientados a la innovación, mientras los requisitos básicos y los potenciadores de la eficiencia se mantienen.

1.5. EL EMPRENDIMIENTO CON RELACIÓN A LOS NIVELES DE DESARROLLO

La Figura 4 grafica la TEA contra el PIB per cápita, ajustado a la paridad de poder adquisitivo. Como se muestra, las TEA son más altas para los países más pobres, disminuyendo con rapidez y, a continuación, nivelándose en la etapa de eficiencia, manteniendo bajos niveles en la fase de la innovación hasta un punto en que se elevan ante aumentos en los niveles de riqueza.

Una de las razones clave para esta tendencia puede encontrarse en las diferencias entre el nivel de emprendimiento por necesidad y oportunidad en un nivel dado del PIB. Los emprendedores por necesidad son los que han incursionado en el auto empleo porque no tienen mejores opciones de trabajo, en otras palabras, inician un negocio para generar ingresos para ellos y sus familias. Por otro lado, los emprendedores por oportunidad han decidido iniciar empresas, incluso cuando tienen otras posibilidades de empleo. GEM formula consultas adicionales a estos individuos con relación a sus motivos: si tratan de mantener o aumentar sus ingresos, o si desean independencia en su trabajo.

La actividad de los emprendedores por necesidad (principalmente los trabajadores por cuenta propia) tiende a ser mayor como proporción de la TEA en los países menos desarrollados. Los sectores agrícolas y extractivos, así como las empresas locales orientadas al consumidor, dominan estas regiones. Hay más demanda de plazas de trabajo que las que los empleadores pueden ofrecer. En consecuencia, muchas personas deben crear sus propios puestos de trabajo para generar ingresos. En este nivel de desarrollo es frecuente encontrar muchas pequeñas empresas.

El mayor desarrollo viene acompañado por estabilidad política y macroeconómica y el crecimiento de los sectores productivos. También surgen instituciones fuertes que organizan y controlan las funciones de la sociedad y su economía. Un cambio comienza a producirse, la práctica previa basada en normas de comportamiento comúnmente aceptadas, pasa a ser sustituida por sistemas legales y reglamentarios, transparentes y respetados.

La industrialización y las economías de escala favorecen a empresas más grandes y mejor establecidas, que pueden satisfacer los apetitos de mercados en crecimiento, incrementando su peso en la economía. Acompañando a todo esto se produce una expansión de la capacidad de empleo, lo que permite a más personas encontrar puestos de trabajo estables en grandes plantas industriales. Como consecuencia la proporción de emprendedores por necesidad declina. Al mismo tiempo, las mejoras en la riqueza y el desarrollo de los requisitos básicos (infraestructura, estabilidad económica, educación) permiten que las empresas basadas en oportunidades prosperen, cambiando la naturaleza de la actividad emprendedora. Pero el dominio de las grandes empresas también conduce a una reducción general del número de nuevas empresas.

En las sociedades más ricas, los individuos viven con sofisticados requerimientos básicos y potenciadores de eficiencia. Más importante aún, tienen acceso a financiamiento, mercados abiertos, conocimientos de I&D y otras condiciones marco específicas para emprendimientos. Hacia el lado derecho de la figura, el papel desempeñado por el sector emprendedor puede aumentar debido a que más personas tienen acceso a los recursos necesarios para iniciar sus propios negocios en entornos intensivos en conocimiento con abundantes oportunidades. Esto tiende a crear una tendencia al alza a medida que el PIB se eleva a su más alto nivel, completando así la curva en forma de U.

En países con bajos niveles de ingreso per cápita, una disminución en la prevalencia de la actividad emprendedora temprana puede ser positiva. Podría significar una mayor sustentabilidad, especialmente si esto va acompañado por crecimiento económico y estabilidad política. En ese caso, representa una evolución natural en el desarrollo, en tanto la economía pasa a depender cada vez más de organizaciones establecidas con escala.

Por lo tanto, mientras que bajas TEA, o caídas en este índice, pueden ser un motivo de preocupación en algunas economías, en otras podría significar que el clima general de la economía ha mejorado y que las oportunidades están aumentando. Adicionalmente, pueden estar acompañadas por un giro hacia aspiraciones de crecimiento más prometedoras, de innovación y comercio internacional, aún mientras el número de emprendedores decline. De esta manera, cada uno de esos emprendedores contribuye más marcadamente al crecimiento del empleo y a las ventajas competitivas nacionales.

Un examen adicional revela que la dispersión en las estimaciones de la TEA no depende sólo de las diferencias en el desarrollo económico (o bienestar) sino también de otros factores. Por ejemplo, los países de Europa del Este han experimentado disminuciones de sus poblaciones y un stock muy bajo de negocios donde los propietarios son los gerentes, como un legado del comunismo. Los puntos que reflejan las estimaciones de sus TEA se agrupan debajo de la línea de tendencia. Por el contrario, los países de América Latina, con tasas sanas de crecimiento de la población y un stock más grande de propietarios de negocios, tienden a aparecer encima de la línea de tendencia.

Mientras el desarrollo tiende a estar asociado con un determinado nivel de sofisticación y de atención a diversas condiciones marco, las economías también tienen sus propias culturas y políticas, entre otras fuentes de singularidad. Estos aspectos merecen ser tomados en consideración al enfrentar resultados no concluyentes o contradictorios.

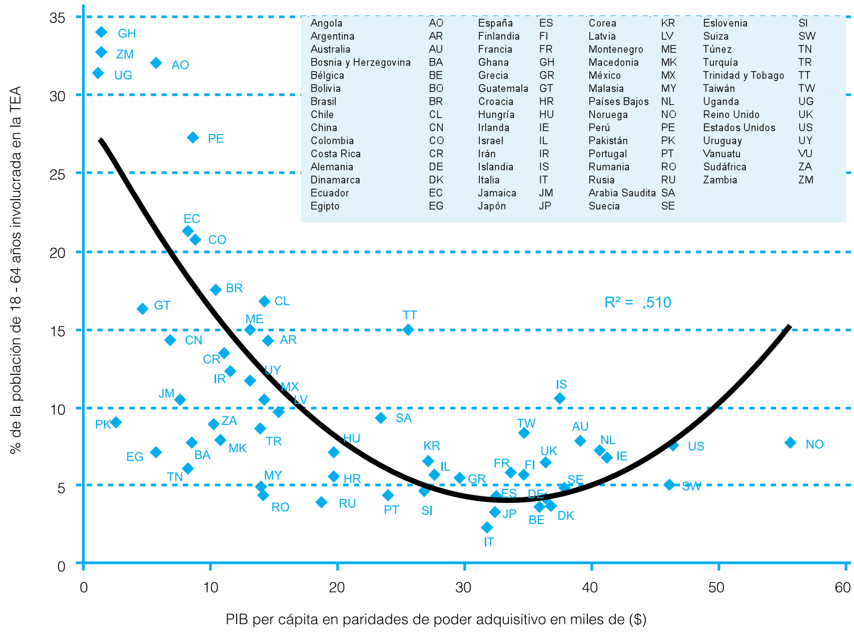


Figura 4 — Tasas de la actividad emprendedora temprana total y PIB per cápita para el 2010

Fuente: GEM Adult Population Survey (APS) and IMF World Economic Outlook Database

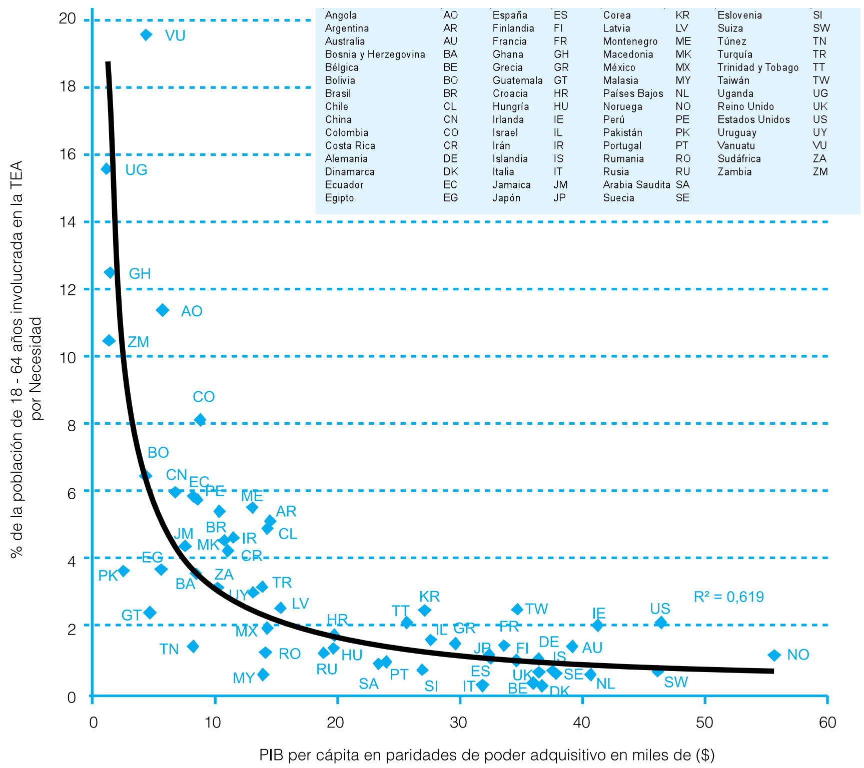


Figura 5 – Actividad emprendedora temprana por necesidad y PIB per cápita para 2010

Fuente: GEM Adult Population Survey (APS) and IMF World Economic Outlook Database

La Figura 5 muestra una gráfica basada en el emprendimiento por necesidad. La gráfica revela que la pendiente de la parte izquierda de la curva en la Figura 4 se debe a niveles muy altos de emprendimiento por necesidad para los menores niveles del PIB per cápita. A lo largo del eje horizontal, los niveles iniciales bajan rápidamente a medida que aumenta el PIB, para luego continuar con un descenso más moderado. Cuando se compara con la Figura 5, es evidente que tanto la pendiente más gradual de la izquierda como el aumento de la derecha son creados por el aumento del emprendimiento por oportunidad a medida que el PIB aumenta.

1.6. METODOLOGÍA APLICADA EN ECUADOR

En Ecuador, la Encuesta de Población Adulta se aplicó a 2077 individuos, cuyas edades estuvieron comprendidas entre los 18 y 64 años, seleccionados a nivel nacional mediante un muestreo probabilístico por estratos de acuerdo al área de residencia (urbana o rural), edad y sexo. Como marco muestral se establecieron siete dominios que se determinaron a partir de datos reportados en el Censo de Población y Vivienda (INEC, 2001).

A continuación se detallan las características descriptivas de la muestra nacional:

- El 49,4% de los individuos fueron hombres y el 50,6%, mujeres.
- El 22,6% tenían edades comprendidas entre 18 y 24 años, el 27,6% entre 25 y 34 años, el 22% entre 35 y 44 años, el 16,6% entre 45 y 54 años, y el 11,2% entre 55 y 64 años.
- En cuanto a la educación, el 16,7% poseía secundaria incompleta, el 26,8% nivel de secundaria completa, el 14,4% no había culminado la universidad, el 7,5% tenía grado universitario, y el 0,4% postgrado.
- El 37% poseía empleo, ya sea de tiempo parcial o completo, el 23,5% se dedicaba a tareas domésticas, el 25,5% estaba auto empleado, el 6,8% eran estudiantes y el 1,6% estaba desempleado o retirado.
- El 28,1% de los encuestados tenía un ingreso familiar anual inferior a US$2.880, el 49,5% entre US$2.880 y US$7.200, y el 22,4% mayor a US$7.200.
- El el 66,6% de los entrevistados residía en área urbana, y el 33,4% en el área rural.

Para la consulta a los expertos, se seleccionaron treinta y seis en total, cuatro representantes por cada uno de los nueve factores de emprendimiento (Anexo B). El grupo de expertos estuvo conformado por ministros, emprendedores, consultores, directores ejecutivos, gerentes y representantes de importantes instituciones del país. (Anexo D)

2. EL POTENCIAL DEL EMPRENDIMIENTO EN EL ECUADOR

El Global Entrepreneurship Monitor-GEM- mide la actividad emprendedora de un país a través de las percepciones, actitudes, actividad y aspiraciones de los individuos adultos entre 18 y 64 años. Incluye empresas en proceso de creación, negocios jóvenes, autoempleo, y en general la actividad empresarial formal e informal.

El índice TEA, que representa la actividad emprendedora temprana de un país, está compuesto por los emprendedores nacientes, proporción de aquellos adultos que están iniciando un negocio, y por los emprendedores nuevos, proporción de aquellos individuos que poseen un negocio de hasta 42 meses de vida. A lo largo de este informe nos referiremos a ambos tipos como los emprendedores.

En un periodo de aparente recuperación de los efectos de la crisis global, la actividad emprendedora también inició su reactivación; la TEA para Ecuador en el 2010 fue de 21,3%, mostrando un incremento con respecto a la TEA 2009 (15,8%).

La TEA muestra que en el 2010 aproximadamente un quinto de la población se encontraba planificando el inicio de un negocio o era propietario de uno de reciente creación. El 72% de los emprendedores manifestó haber creado el negocio atendiendo una oportunidad en el mercado, mientras que el 28% manifestó haberlo hecho por necesidad. La razón entre la proporción de negocios creados por oportunidad y los negocios iniciados por necesidad fue de 2,6, siendo la mayor razón obtenida desde el año 2004 en que tenemos registros para la TEA Ecuador. En el 2010 se redujo la proporción de emprendedores por necesidad e incrementó la de emprendedores por oportunidad, recuperando los niveles del 2008. En el periodo de estudio se observó una reducción del desempleo, del subempleo, y un incremento de la población económicamente activa en el sector formal[4]. Estos cambios podrían explicar en parte la composición de la TEA 2010 y las variaciones con respecto al año anterior.

La TEA incrementó también para otros países de la región, tales como Perú, Brasil y Chile; la TEA prácticamente se mantuvo para Argentina, y se redujo ligeramente para Colombia y Uruguay. Bolivia, país que no participó en el estudio en el 2009, muestra en el 2010 la TEA más alta de la región. La Figura 6 y la Tabla 1 muestran los índices TEA obtenidos para los 59 países participantes en el 2010.

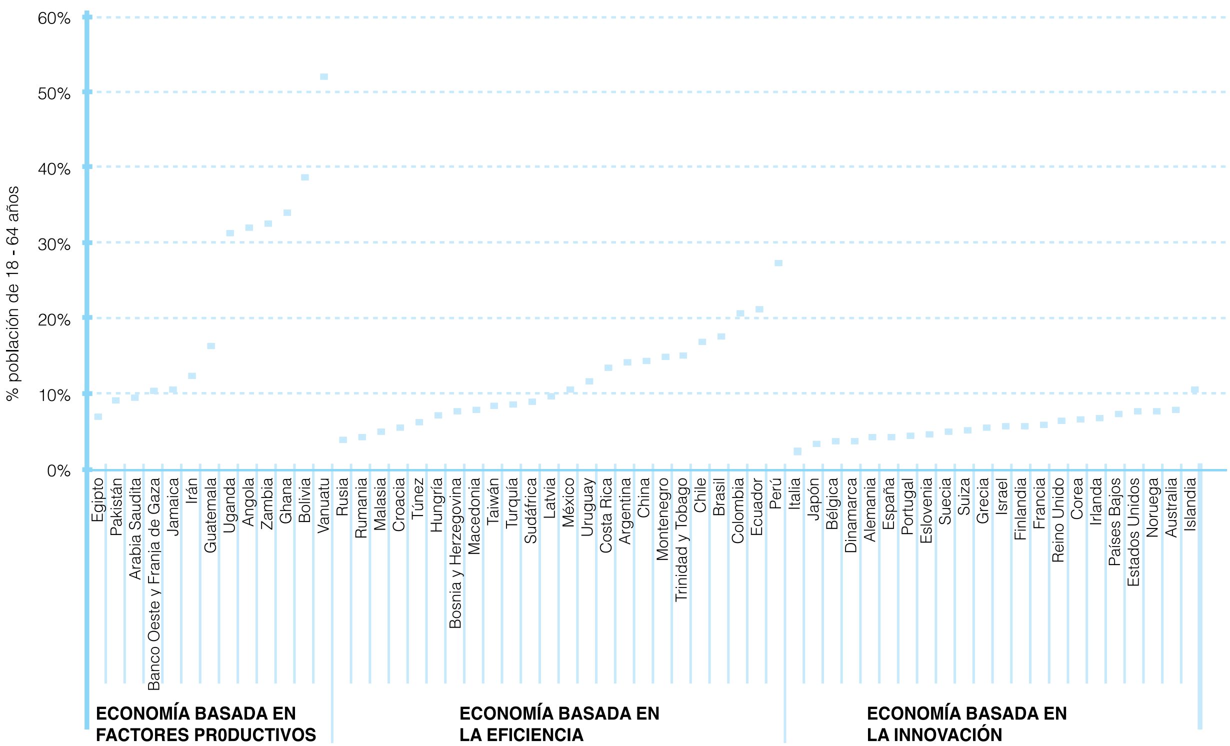


Figura 6 – Índice de la Actividad Emprendedora Temprana (TEA) 2010 por país

[4] Durante el periodo de estudio el subempleo disminuyó de 51,6% a 50,4%, así también el desempleo pasó de 8,3% a 7,7% entre junio de 2009 y junio de 2010. La PEA en el sector formal se incrementó de 38,9% a 39,4%, mientras que el sector informal registró un decremento de 44,6% a 43,4%, entre junio de 2009 y junio de 2010 (INEC, 2010).

Tabla 1 — Actividad Emprendedora en los 59 países participantes del GEM 2010, por Fase Económica de Desarrollo

	Tasa Emprendimientos Nacientes	Tasa Emprendimientos Nuevos	Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA)	Tasa de Negocios Establecidos	Tasa de cierre de negocios	Tasa de Emprendimiento por Necesidad (% de TEA)	Tasa de Emprendimiento Mejorado (% de TEA)
Economías basadas en Factores Productivos							
Angola	13.6	19.1	32.4	8.6	19.9	36	30
Bolivia	28.8	14.0	38.6	18.2	9.0	17	57
Egipto	2.1	4.9	7.0	4.5	3.8	53	25
Ghana	10.7	24.6	33.9	35.5	25.7	37	35
Guatemala	8.3	8.4	16.3	6.6	3.9	15	28
Irán	4.8	7.8	12.4	12.2	7.3	38	39
Jamaica	5.5	5.1	10.5	6.9	8.1	42	39
Pakistán	6.6	2.7	9.1	4.7	2.6	41	39
Arabia Saudita	5.9	3.5	9.4	3.9	3.8	10	75
Uganda	10.6	22.0	31.3	27.7	27.4	50	34
Vanuatu	31.2	28.2	52.2	23.2	22.0	38	24
Banco Oeste y Franja de Gaza	7.9	2.6	10.4	2.0	5.7	32	33
Zambia	17.3	17.1	32.6	9.6	23.5	32	41
promedio (sin ponderar)	11.8	12.3	22.8	12.6	12.5	34	38
Economías basadas en la eficiencia							
Argentina	7.0	7.4	14.2	12.4	3.8	36	43
Bosnia y Herzegovina	4.1	4.1	7.7	6.6	4.7	47	30
Brasil	5.8	11.8	17.5	15.3	5.3	31	46
Chile	11.1	6.1	16.8	6.0	5.6	29	53
China	4.6	10.0	14.4	13.8	5.6	42	34
Colombia	8.6	12.7	20.6	12.2	5.1	40	41
Costa Rica	10.4	3.6	13.5	4.8	2.0	32	38
Croacia	3.8	1.9	5.5	2.9	4.5	32	49
Ecuador	10.4	11.5	21.3	14.7	7.2	28	45
Hungría	4.6	2.6	7.1	5.4	2.9	20	43
Latvia	5.6	4.2	9.7	7.6	4.2	27	51
Macedonia	4.4	3.6	8.0	7.6	3.7	59	23
Malasia	1.4	3.6	5.0	7.9	1.9	12	41
México	8.6	2.0	10.5	0.4	5.9	19	42
Montenegro	12.0	3.1	14.9	7.8	7.3	37	38
Perú	22.1	6.0	27.2	7.2	9.2	21	47
Rumania	3.3	1.1	4.3	2.1	2.6	31	47
Rusia	2.1	1.9	3.9	2.8	0.8	32	30
Sudáfrica	5.1	3.9	8.9	2.1	4.8	36	31
Taiwán	4.7	3.8	8.4	7.2	3.7	30	48
Trinidad y Tobago	8.9	6.4	15.1	8.5	2.9	14	47
Túnez	1.7	4.4	6.1	9.0	4.1	24	48
Turquía	3.7	5.1	8.6	10.7	4.6	37	47
Uruguay	7.8	4.1	11.7	7.2	3.5	26	54
promedio (sin ponderar)	6.7	5.2	11.7	7.6	4.4	31	42

Economías basadas en La innovación							
Australia	3.9	4.0	7.8	8.5	2.7	19	59
Bélgica	2.3	1.4	3.7	2.7	2.0	10	54
Dinamarca	1.8	2.2	3.8	5.6	1.7	8	54
Finlandia	2.4	3.4	5.7	9.4	1.8	18	54
Francia	3.7	2.3	5.8	2.4	2.5	25	56
Alemania	2.5	1.8	4.2	5.7	1.5	26	48
Grecia	2.0	3.5	5.5	14.8	3.4	28	39
Islandia	7.4	3.3	10.6	7.4	3.4	7	68
Irlanda	4.4	2.6	6.8	8.6	2.3	31	33
Israel	3.2	2.6	5.7	3.1	3.8	29	54
Italia	1.3	1.0	2.3	3.7	1.6	13	55
Japón	1.5	1.8	3.3	7.4	1.5	36	47
República de Corea	1.8	4.8	6.6	11.2	1.6	39	49
Países Bajos	4.0	3.4	7.2	9.0	1.4	8	64
Noruega	4.4	3.4	7.7	6.7	2.6	15	74
Portugal	1.8	2.8	4.5	5.4	2.6	22	52
Eslovenia	2.2	2.4	4.7	4.9	1.6	16	54
España	2.2	2.1	4.3	7.7	1.9	25	42
Suecia	2.3	2.6	4.9	6.4	2.9	13	72
Suiza	2.0	3.1	5.0	8.7	2.4	14	60
Reino Unido	3.2	3.3	6.4	6.4	1.8	11	43
Estados Unidos	4.8	2.8	7.6	7.7	3.8	28	51
promedio (sin ponderar)	3.0	2.8	5.6	7.0	2.3	20	54

Fuente: Encuesta de la Población Adulta (APS)

2.1. LOS EMPRENDEDORES

El 68% de los emprendedores provenía de áreas urbanas, y sólo el 30% tenía ingresos anuales superiores a $7200; un 48% tenía ingresos de hasta $4800 por año, lo que representó un ingreso mensual inferior en aproximadamente US$140 al costo de la canasta familiar básica de US$538,12 (INEC, 2010).

En el 2010 la proporción de emprendedores nacientes fue del 49%, mostrando un incremento del 9% con respecto al 2009; la de emprendedores nuevos fue del 51%. El incremento de emprendedores nacientes es una buena señal de dinamismo del sector empresarial mostrando el ingreso de nuevos actores al mercado; la reducción en emprendedores nuevos podría reflejar el cierre de algunos negocios. Adicionalmente a sus iniciativas empresariales, el 48% de los emprendedores nacientes y el 21% de los nuevos estaban empleados a tiempo completo; el 35,5% de los emprendedores nacientes y el 78,9% de los nuevos se definieron como auto empleados. La Figura 7 muestra las actividades laborales, y otras ajenas al negocio, como por ejemplo los estudios, con las que los emprendedores compartían la actividad empresarial.

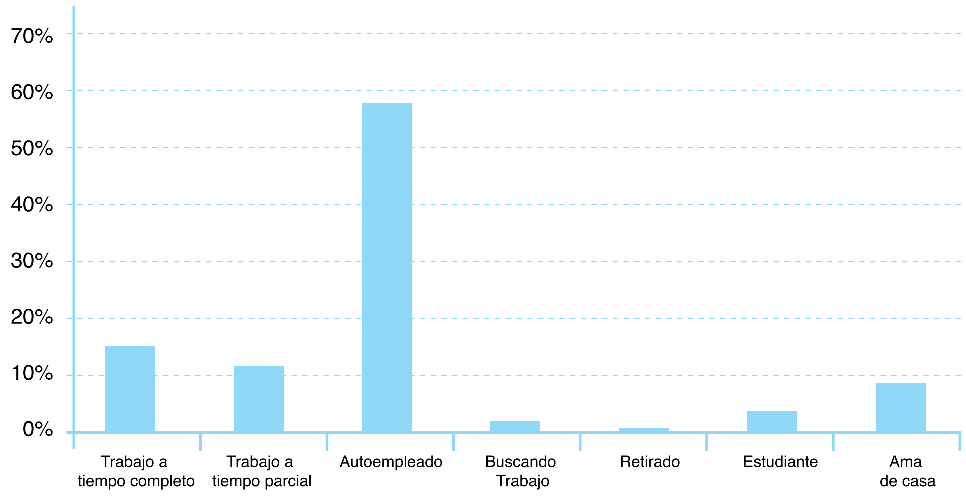


Figura 7 - Estatus Laboral de los emprendedores - TEA 2009

El 41% de los emprendedores que también estaban empleados a tiempo completo tenía ingresos familiares por encima de los $7200 (el año pasado fue del 60%); sólo el 24% de los auto empleados y el 17,2% de las amas de casa tenían ingresos superiores, proporciones similares a las obtenidas en 2009. La distribución del ingreso familiar de los emprendedores se muestra en la Figura 8.

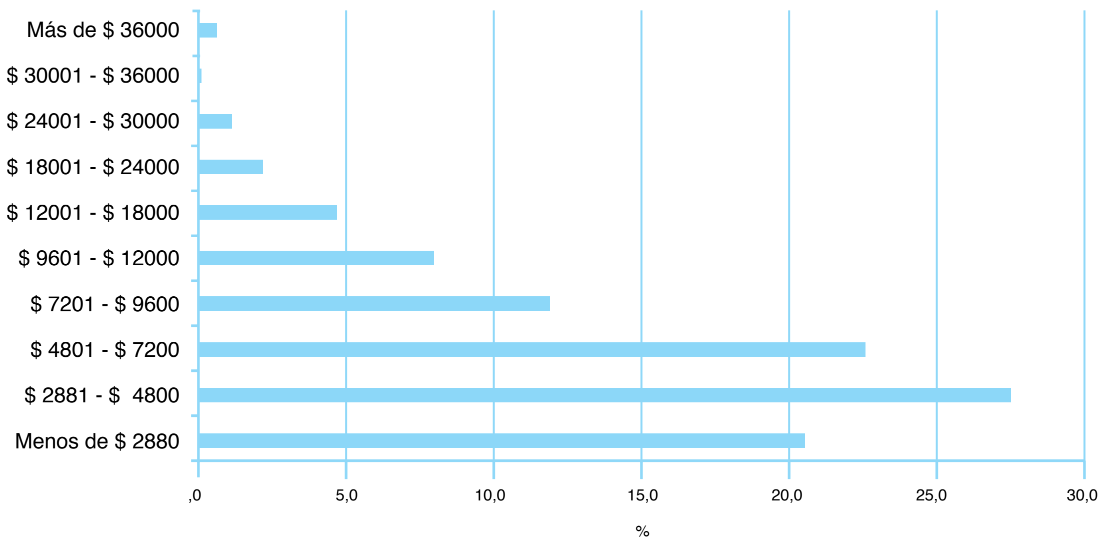


Figura 8 - Ingreso familiar anual de los emprendedores - TEA 2010

En 2010 la proporción de hombres en la TEA (54,6%) excedió a la de mujeres (45,4%), acentuándose la brecha entre los emprendedores nacientes (Figura 9). La proporción de hombres es superior a la de mujeres tanto entre los emprendedores motivados por oportunidad como por necesidad.

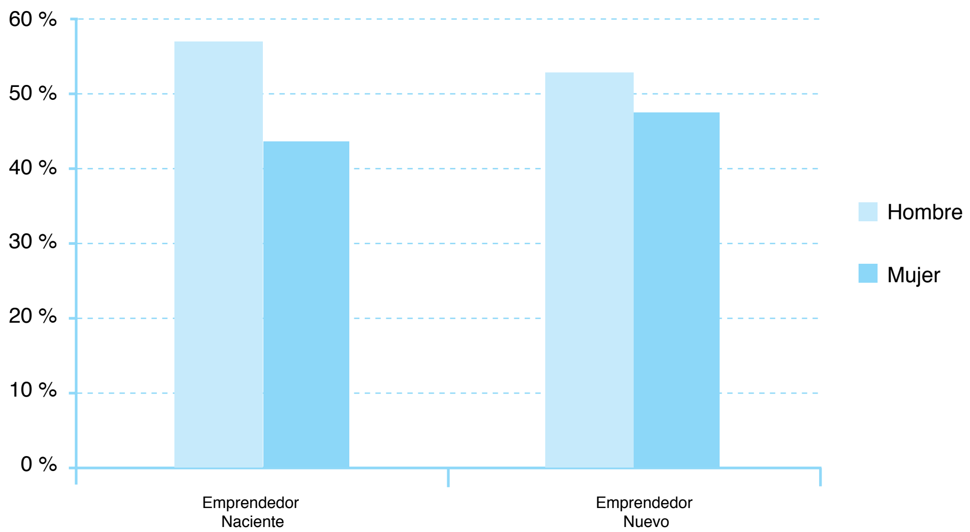


Figura 9 – Etapa de desarrollo del negocio y sexo de los emprendedores - TEA 2010

Aproximadamente el 62% de los emprendedores tenía edades comprendidas entre 25 y 44 años, rango de edades en el que se concentraron ambos tipos de emprendedores, nacientes y nuevos. El 18% de los emprendedores nacientes tenía edades entre 18 y 24 años; en 2009 más del 50% de los emprendedores nacientes tenía edades entre 18 y 34, lo que muestra una reducción de emprendedores jóvenes. En la región se observa un patrón similar; destacan las proporciones de emprendedores entre 18 y 24 años en Bolivia y en Brasil (Figura 10).

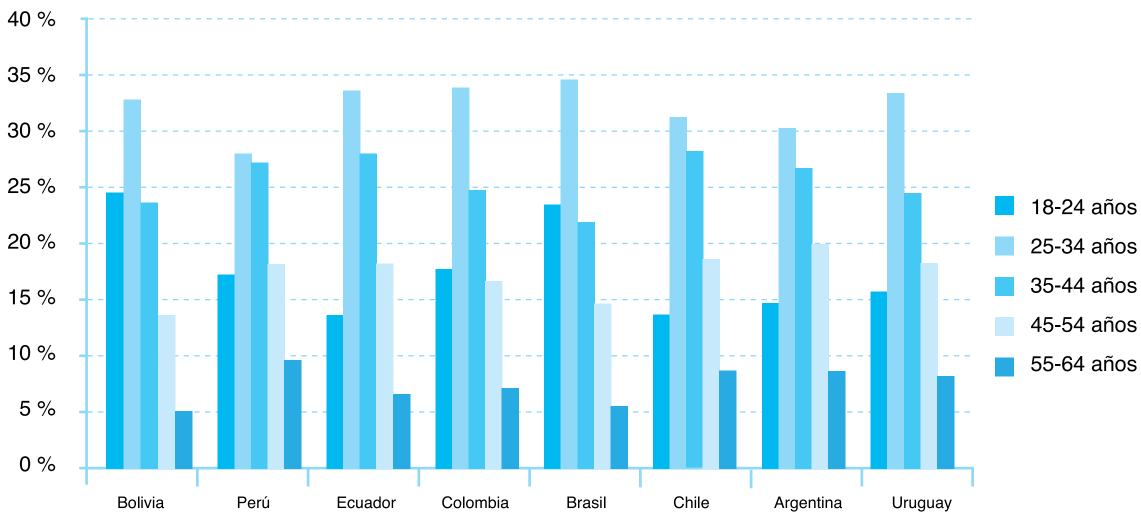


Figura 10 – América del Sur: Categorías de edad de los emprendedores - TEA 2010

Más del 60% de los emprendedores poseía niveles educativos comprendidos entre educación primaria incompleta, completa, secundaria incompleta y grado de bachiller, sólo el 10% contaba con título universitario; la participación de educación de postgrado fue despreciable (Figura 11). No se observa un patrón definido de diferencias entre emprendedores nacientes y nuevos. Entre los primeros hay mayor proporción de emprendedores con educación primaria completa y estudios universitarios; entre los segundos, hay mayor proporción con estudios secundarios. Entre los emprendedores hombres, la proporción con educación secundaria supera a la de mujeres con el mismo nivel educativo; es superior también la proporción de emprendedores con título universitario. Desde el 2009 se ha reducido la proporción de emprendedores con título universitario en 3%, aun cuando el desempleo de profesionales ha crecido en el mismo periodo[5].

[5] Durante el periodo de estudio la tasa de desempleo de los individuos con educación superior creció del 30% a 33% entre marzo de 2009 (INEC, 2009) y marzo de 2010 (INEC, 2010).

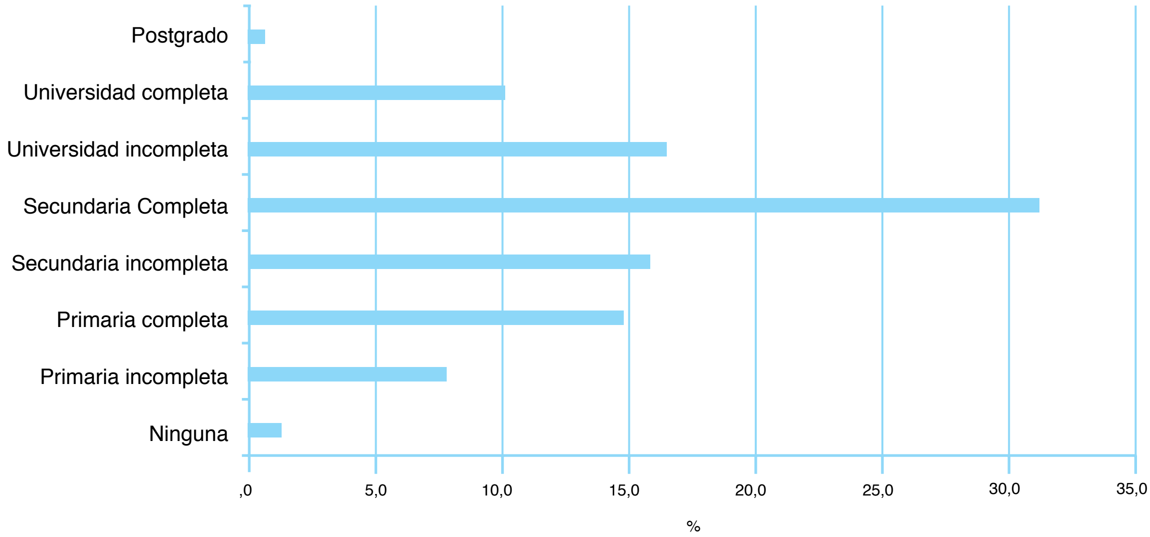


Figura 11 – Nivel de educación de los emprendedores - TEA 2010

En la región la proporción promedio de emprendedores con título universitario fue de 22%; sin incluir Bolivia donde llegó al 49%, excediendo ampliamente al nivel de los demás países (Figura 12).

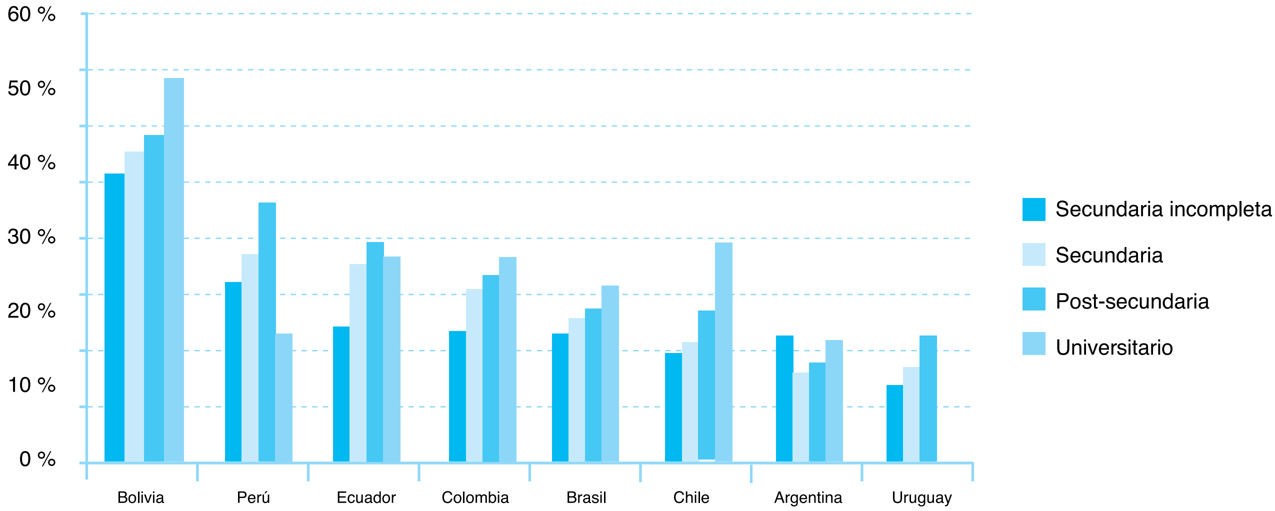


Figura 12 – América del Sur: Nivel de Educación de la proporción de la población incluida - TEA 2010

2.2. PERCEPCIONES Y ACTITUDES

En esta sección se analiza la percepción de los emprendedores y de los ecuatorianos en general, con respecto a algunos factores que inciden en la decisión de iniciar un negocio propio, tales como el entorno, la reciente crisis global, aspectos culturales de la sociedad, conocimientos y habilidades, temor al fracaso, cierre previo de una empresa, entre otros.

Al igual que en años anteriores en el 2010[6] se observó una cultura favorable al emprendimiento. Un 83% de la población adulta consultada consideró que ser propietario de un negocio era una buena opción de carrera, esta proporción superó al 58% del año pasado. Entre los emprendedores el 79% aproximadamente opinó lo mismo. Igualmente, alrededor del 60% de la población y de los emprendedores coincidieron en que los medios destacan las experiencias de emprendedores exitosos. La percepción de la población y los emprendedores con respecto a la aceptación social del emprendimiento en 2010 fue positiva y superó a la del 2009. En años anteriores las normas sociales y culturales fueron consideradas

[6] La Encuesta de la Población Adulta (APS) fue aplicada entre mayo y junio de 2010.

por los expertos consultados como potenciadores y a la vez limitantes del emprendimiento; en 2010 estas no tuvieron un rol predominante, y algunos expertos consideraron por ejemplo como un efecto favorable la mejora en la actitud hacia el riesgo; sin embargo, otros las ven aun como fuente de barreras, refiriéndose al temor a la incertidumbre y la busca de réditos en el corto plazo.

En las Figuras 13 y 14 se observa que en el 2010 no existió brecha entre la apreciación de los emprendedores y de la población; ambos coincidieron en que los emprendedores y los nuevos negocios contaban con apoyo cultural y social.

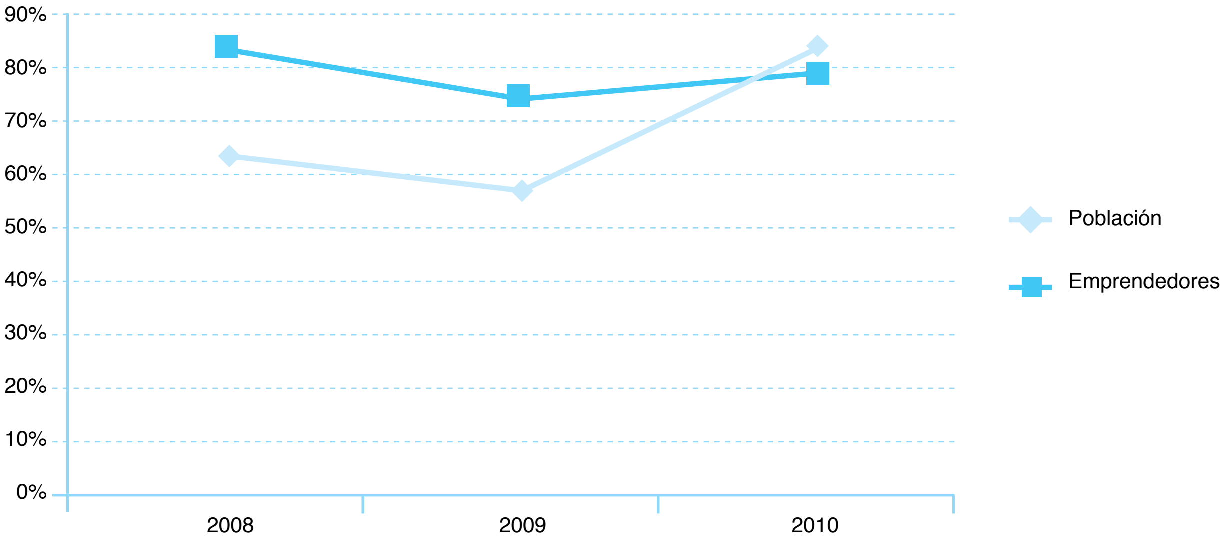


Figura 13 – Aceptación del Emprendimiento como opción de carrera

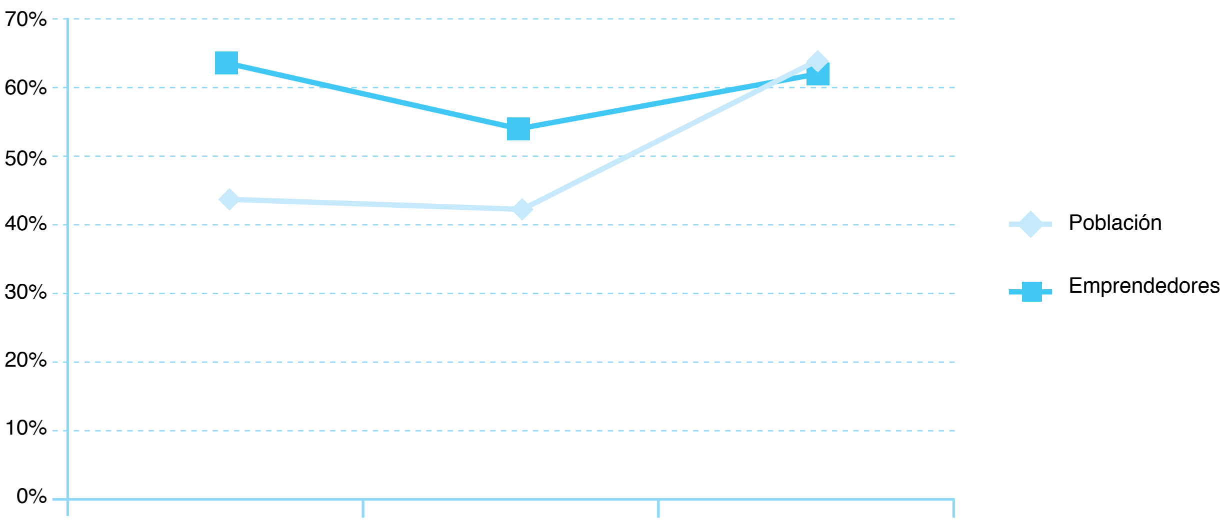


Figura 14 – Los medios destacan las experiencias de los emprendedores y los negocios exitosos

2.3. PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES, ACTITUDES E INTENCIÓN DE EMPRENDER

Un 50% de la población y un 59% de los emprendedores consideraron que habría buenas oportunidades en los siguientes seis meses, proporciones superiores a las del 2009. El 49% de la población y el 63% de los emprendedores indicaron tener la intención de iniciar un nuevo negocio en los próximos tres años.

La intención de emprender y la creación de empresas se ven afectadas por el temor al fracaso y el impacto de experiencias negativas. En el 2010, el 38% de los individuos encuestados manifestaron que el temor al fracaso podría impedir que inicien un negocio, entre los emprendedores el 26% tenía la misma preocupación, y aun aquellos que indicaron que esperan crear una empresa en los siguientes tres años en un 30,1% coincidían en esta apreciación. Tanto en la percepción de oportunidades como en la intención de emprender la proporción de hombres superó a la de mujeres; con respecto al impacto del temor al fracaso la reacción de hombres y mujeres resultó similar.

2.3.1. COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

Las percepciones y actitudes de los emprendedores dependen también de la educación recibida y de cuan competentes se consideran. Por ejemplo, se encontró que la intención de iniciar un negocio en los siguientes tres años fue superior para quienes habían recibido entrenamiento específico en creación de empresas, en comparación con quienes no estaban capacitados en esta área[7]. Con respecto a las competencias, el 72% de los individuos consultados declaró poseer conocimientos, habilidades y experiencia para iniciar un negocio; el 90% de los emprendedores también lo afirmó. La Figura 15 compara el comportamiento de los emprendedores y la población encuestada y se observa que los primeros creen en mayor grado poseer conocimientos y habilidades. Aproximadamente el 29% de los emprendedores que consideraron poseer las competencias para iniciar una empresa poseía estudios universitarios en comparación con tan solo el 5% de quienes afirmaron no poseerlas.

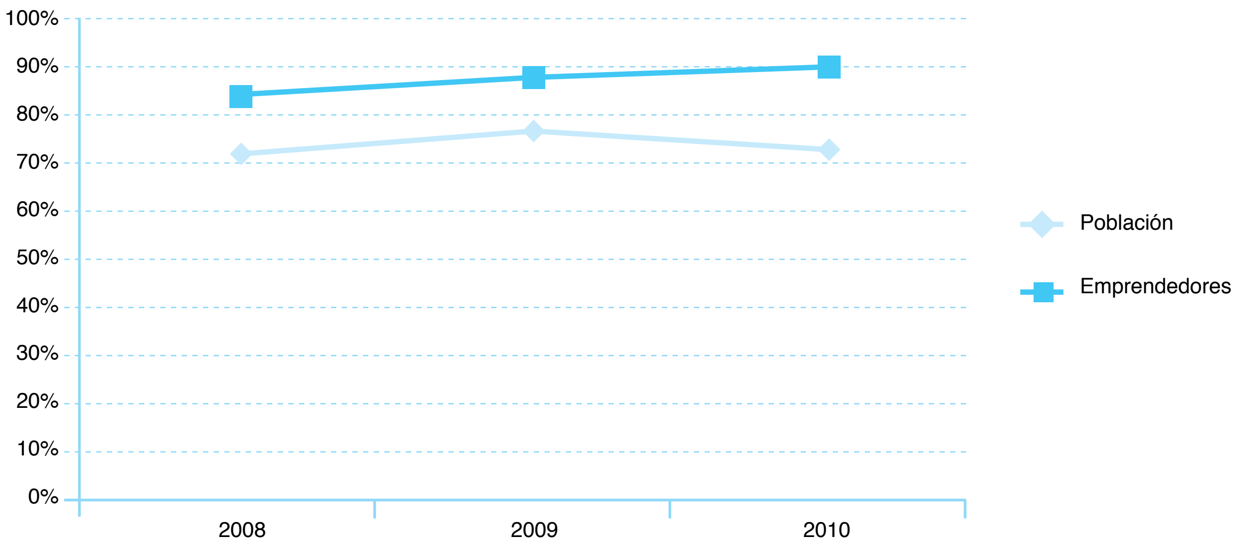


Figura 15 – Consideran que poseen los conocimientos y habilidades para iniciar un negocio

Entre quienes percibieron una oportunidad de creación de empresa en los siguientes 6 meses, el 66% consideró que poseía los conocimientos y habilidades requeridos, en comparación con el 41% que declaró no poseer las competencias[8]. De igual manera, entre quienes manifestaron su intención de emprender en los siguientes tres años, un 69% se consideró competente en comparación con un 24% que no lo hizo[9]. Esto evidencia cuan decisiva es la eficacia personal del emprendedor en la percepción de oportunidades y en la intención de emprender.

7 Se encontró diferencias estadísticamente significativas entre las proporciones de emprendedores que tenían intención de iniciar un negocio en los próximos tres años según habían recibido o no educación en Emprendimiento (74% vs. 60%). Valor p<0,01

8 Se encontró diferencias estadísticamente significativas entre las proporciones de emprendedores que percibían oportunidades de negocio según consideraran o no poseer los conocimientos y habilidades para iniciar un negocio (66% vs. 41%). Valor p<0,01

9 Se encontró diferencias estadísticamente significativas entre las proporciones de emprendedores que manifestaron su intención de iniciar un negocio según consideraran o no poseer los conocimientos y habilidades para iniciarlo (69% vs. 24%). Valor p<0,01

3. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

El 2009 mostró ser un año crítico para la actividad emprendedora en la mayoría de los países. Independientemente de su estado de desarrollo económico, se redujo la proporción de emprendedores nacientes y crecieron los emprendimientos por necesidad; en Ecuador la TEA fue de 15,8%. En el 2010 en cambio, se observa una mejora en este índice, con una TEA de 21,3% compuesta por 10,4% de emprendedores nacientes y 10,9% de emprendedores nuevos (Figura 16), proporciones superiores a las encontradas en el 2009, lo que refleja una sociedad más activa en el inicio de nuevos negocios. La proporción de negocios establecidos, 14,7%, se redujo en 1,4% con respecto al año anterior.

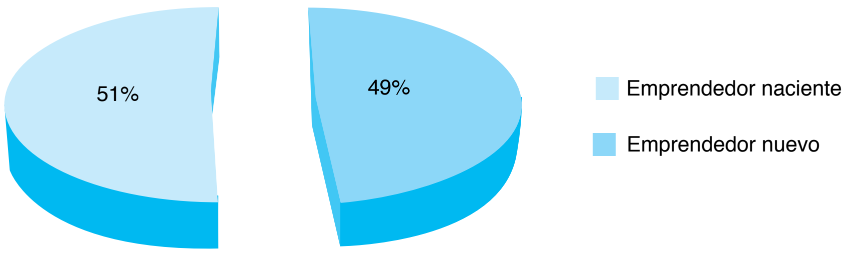


Figura 16 – Etapa de desarrollo del negocio de los emprendedores - TEA 2010

En la región se observa un incremento de los emprendedores nacientes con respecto al 2009 en Argentina, Perú y Chile; Brasil y Uruguay prácticamente mantienen la misma proporción. Con respecto a los negocios nuevos, se observa un incremento con respecto al 2009 en Colombia y Brasil; en Argentina se observa una reducción y en Brasil se mantiene el nivel de estos negocios. La Figura 17 muestra la composición de los negocios en el año 2010.

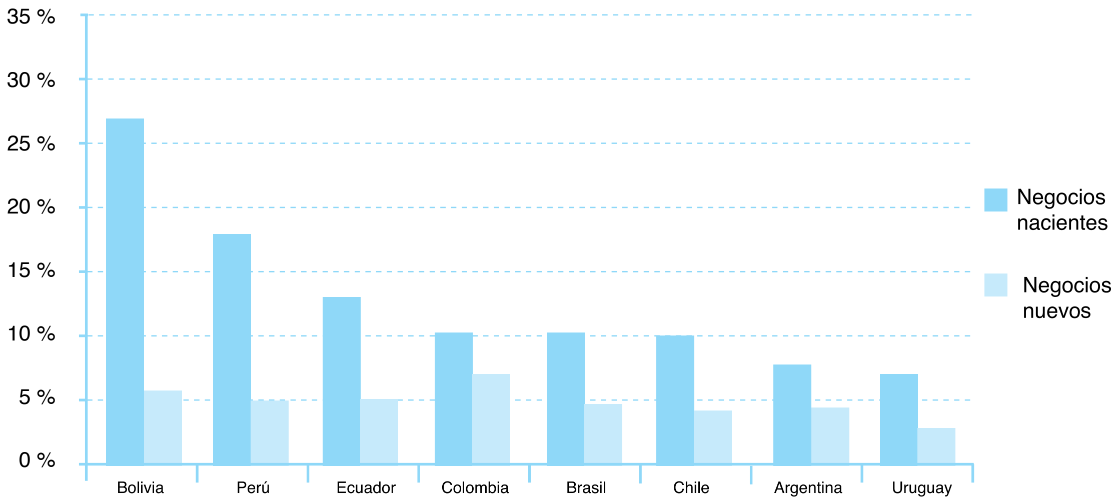


Figura 17 – América del Sur: Etapa de desarrollo del negocio - TEA 2010

3.1. MOTIVACIÓN: OPORTUNIDAD Y NECESIDAD

El 72% de los emprendedores informó estar motivado por una oportunidad, mientras que el 28% consideró que emprendía por falta de mejores alternativas para generar ingresos, es decir por necesidad. Se identifica entonces una TEA oportunidad de 15,4 y una TEA necesidad de 5,9; ambos tipos de emprendimiento crecieron en el 2010 (Figura 18), sin embargo se observa una mejora en la razón entre TEA oportunidad a TEA necesidad, siendo esta 2,6.

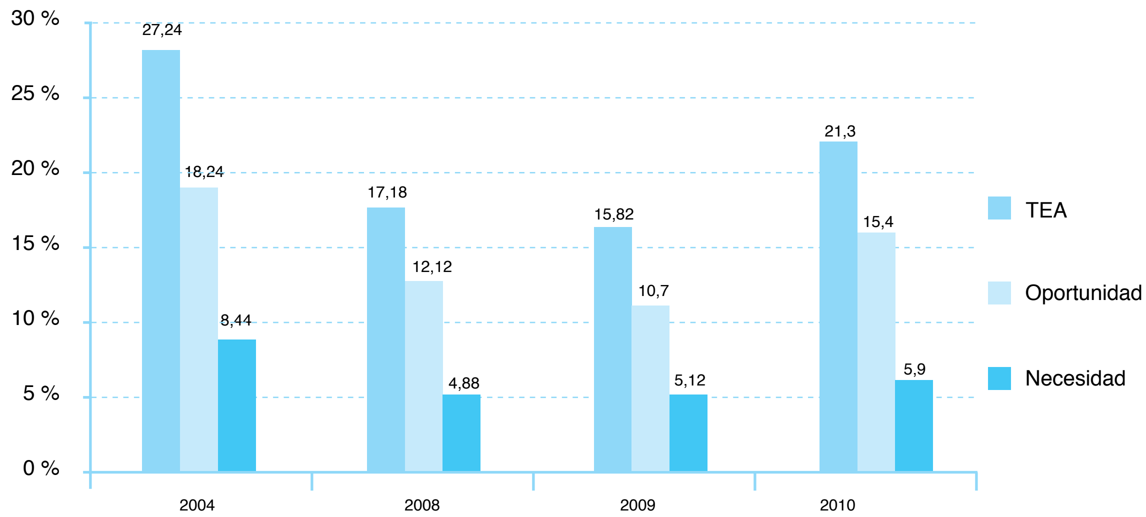


Figura 18 – TEA, TEA oportunidad y TEA necesidad en los años 2004, 2008, 2009 y 2010.

En los emprendimientos urbanos predominan los motivados por la oportunidad, mientras que en los rurales la oportunidad como la necesidad se dan casi en partes iguales.

En la región los emprendedores por oportunidad superan a aquellos por necesidad en todos los países; Bolivia, Perú y Ecuador mostraron las mayores proporciones de emprendedores por oportunidad, siendo Colombia el país que mostró la mayor proporción de emprendedores por necesidad (Figura 19).

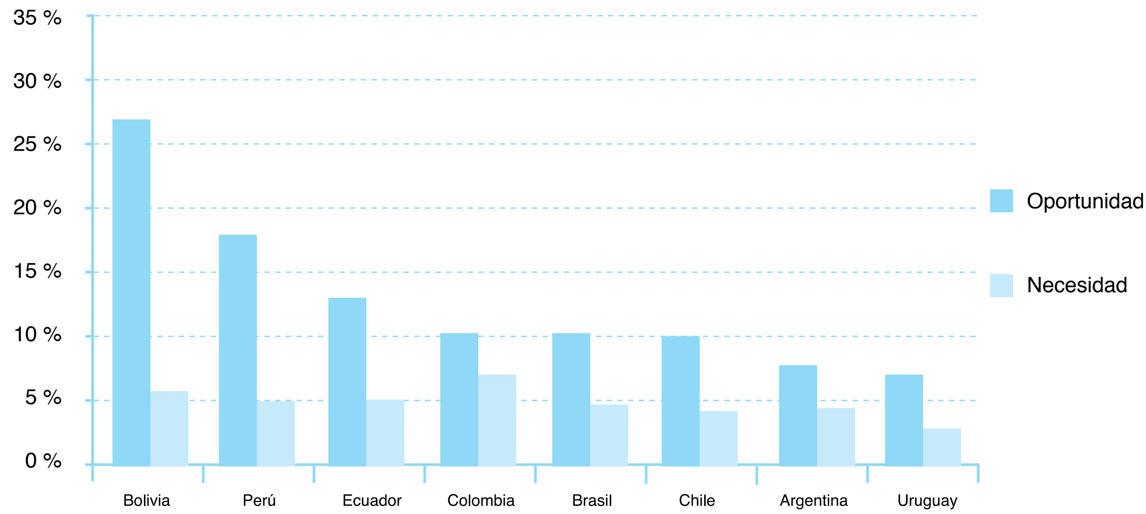


Figura 19 – América del Sur: Motivación de la proporción de la población incluida en la TEA 2010

La Figura 20 muestra los motivos particulares de los emprendedores por oportunidad, observándose una reducción con respecto al 2009 en la motivación de "tener mayor independencia" y un aumento en la motivación de "incrementar los ingresos personales". Tanto en los emprendimientos por oportunidad como por necesidad la proporción de hombres fue superior a la de mujeres; con respecto a las motivaciones particulares se encuentra que "tener mayor independencia" predomina en las mujeres y en los hombres "incrementar los ingresos personales", igual situación se presentó en el 2009.

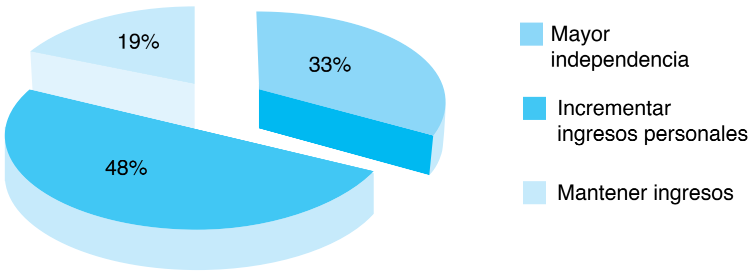


Figura 20 – Tipo de motivación por oportunidad de los emprendedores - TEA 2010

En la Figura 21 se puede observar que los emprendedores por oportunidad han alcanzado mayor nivel de educación, las proporciones con educación secundaria completa, estudios universitarios, y título universitario superan a los emprendedores por necesidad, aunque la proporción de emprendedores por oportunidad con título universitario se ha reducido desde 2008. Entre los emprendedores con título profesional se cuentan Economistas, Administradores de Negocios, Ingenieros (Química, Civil, Industrial, Sistemas, entre otros), Chefs, Médicos, Abogados, Profesores, entre otras ramas.

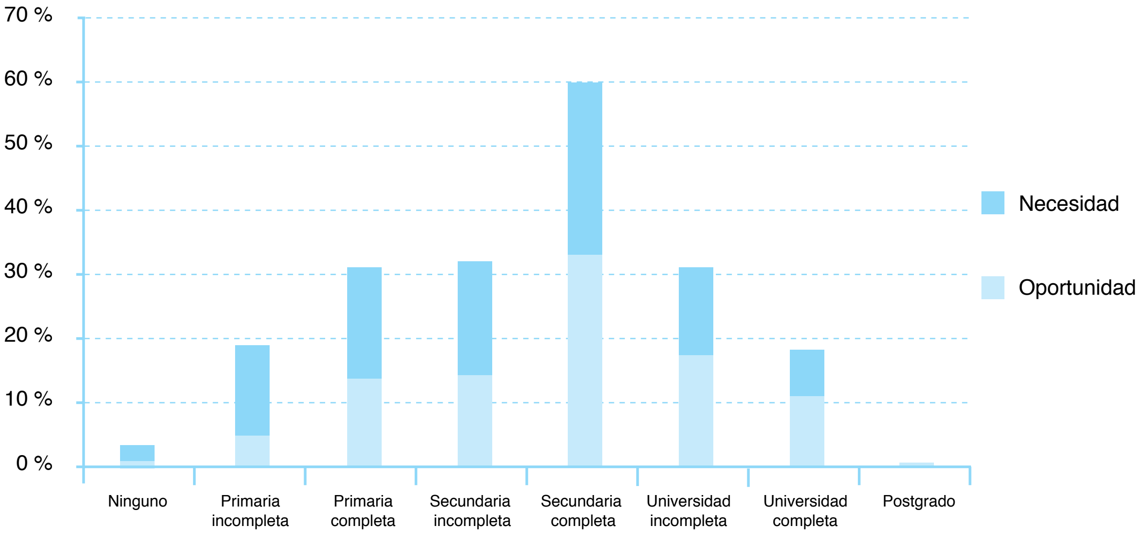


Figura 21 – Nivel de educación y motivación de los emprendedores - TEA 2010

3.2. CIERRE DE NEGOCIOS

Así como interesa conocer la dinámica de creación de empresas en un país, el cierre de negocios tiene implicaciones importantes en el entorno empresarial y en las decisiones personales de emprender. En el 2010 el 7,2% de la población consultada manifestó que había cerrado un negocio en el último año, periodo que coincidió con el año 2009 , en el cual la crisis global se hacía sentir en la región. Esta proporción de cierres de negocios superó a la declarada en el año anterior que fue del 6%.

El motivo de cierre más común fue la falta de rentabilidad del negocio y, aunque las experiencias negativas o de anteriores fracasos podrían ser un obstáculo para la creación de nuevas empresas, encontramos que el 61% de quienes habían cerrado previamente un negocio veían buenas oportunidades en un futuro cercano, y un 70% esperaba iniciar un nuevo negocio en los próximos tres años.

Entre los emprendedores, el 12% había cerrado previamente un negocio, de estos un 50% percibía oportunidades para iniciar un nuevo negocio en los siguientes seis meses, y el 70% esperaba iniciar otro negocio en los próximos tres años.

En el 2009, al igual que en el 2008, el principal motivo de cierre mencionado por los Latinoamericanos, fue la falta de rentabilidad del negocio; en Argentina, Colombia y Venezuela, las razones personales también fueron una causa importante de cierre. En Brasil y Chile, mencionaron la falta de financiamiento como otra causa relevante.

3.3 LOS NEGOCIOS: SECTORES ECONÓMICOS

Como en todos los países de la región en los años 2008 y 2009, en Ecuador en el 2010 predominaron los negocios pertenecientes al sector de servicios al consumidor, prácticamente comercio al detalle. La Figura 22 muestra la proporción de negocios en cada sector.

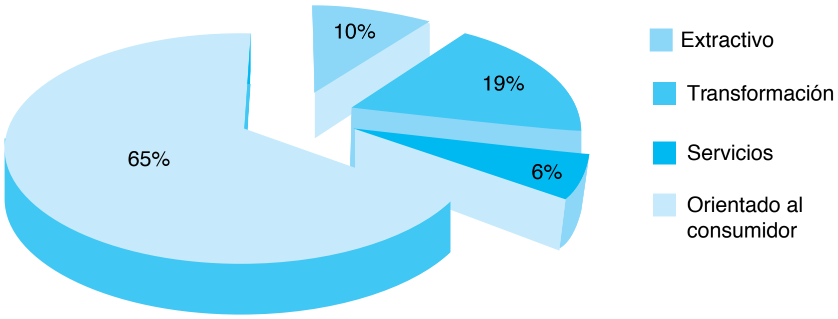


Figura 22 – Sector de negocio de los emprendedores - TEA 2010

La Figura 23 muestra la evolución de la distribución de los sectores en la TEA, y aunque en los últimos tres años el sector de servicios al consumidor predomina, este ha ido decayendo (73% al 65%), al igual que el de transformación (12% al 9%) y servicios (9% al 6%). En menor proporción, el número de negocios en el sector extractivo ha ido creciendo (6% al 10%).

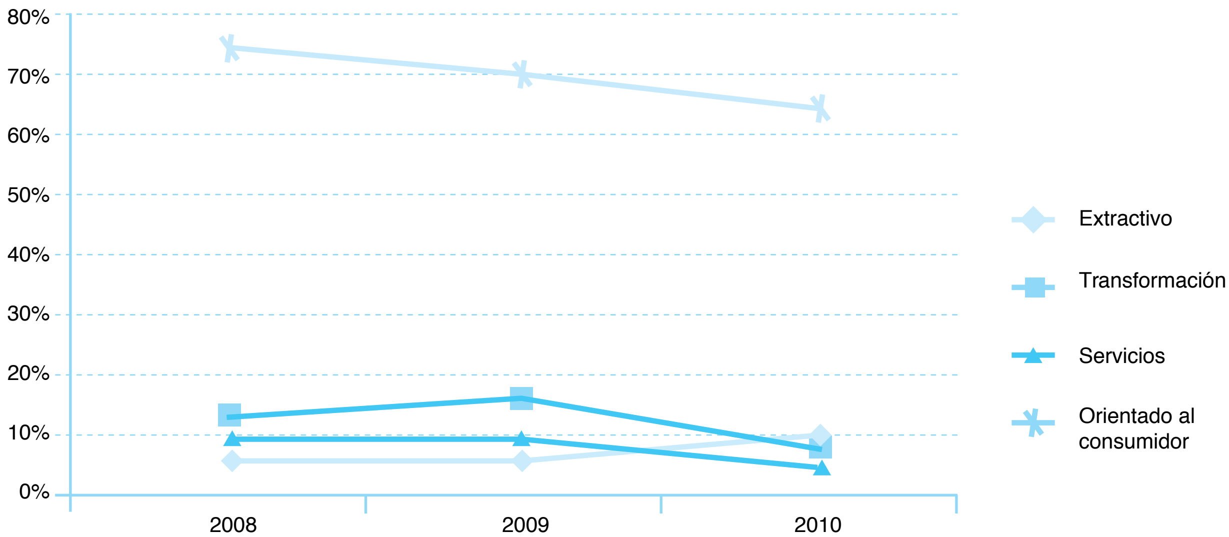


Figura 23 – Sector económico de los emprendimientos en el período 2008 - 2010

El 68% de los negocios nacientes pertenecían al sector de servicios al consumidor; el 62% de los negocios nuevos también, pero se encontró un 24% de negocios en el sector de transformación. En el sector extractivo predominaron los negocios nacientes, mientras que en el sector de transformación predominaron los negocios nuevos.

Los emprendedores por oportunidad iniciaron negocios preferentemente en los sectores de servicios al consumidor y de transformación; aquellos motivados por la necesidad los iniciaron en los sectores de servicios al consumidor, transformación, y extractivo. En todos los sectores prevalecieron los negocios motivados por la oportunidad; es interesante notar que en el sector de servicios a empresas el 82% de los negocios fueron motivados por la oportunidad en comparación con el 18% motivado por la necesidad; en el sector de servicios al consumidor el 79% fue motivado por oportunidad en comparacion al 21% motivado por la necesidad.

En todos los países de la región con excepción de Uruguay, más del 50% de los emprendimientos se ubicaron en el sector de servicios al consumidor-comercio al detalle; Ecuador es el país que presentó más emprendimientos en el sector extractivo, Uruguay destacó en el de transformación, y en servicios a empresas destacaron Chile y Argentina (Figura 24).

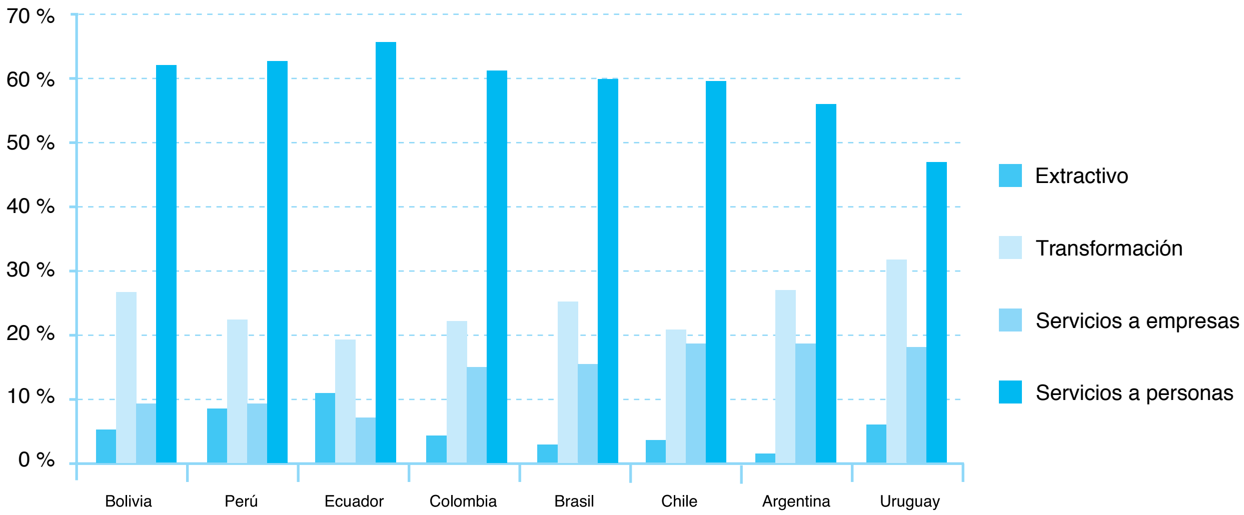


Figura 24 – América del Sur: Sector de negocio de los emprendedores - TEA 2010

En la Figura 25 se observa que un 62% de los emprendimientos nacientes estuvo distribuido en negocios tales como: a) almacén de zapatos, ropa y productos en general, b) restaurantes, cafeterías y fuentes de soda, c) compra y venta de alimentos y bebidas (tiendas), y d) producción y venta de productos agrícolas y animales. No se registraron diferencias respecto a los negocios con mayor participación encontrados en el 2009.

Figura 25 – Empresas Nacientes: Sector de negocio de los emprendedores - TEA 2010

El 51% de los emprendimientos nuevos (Figura 26) estuvo distribuido en negocios tales como: a) compra y venta de alimentos y bebidas (tiendas), b) almacén de zapatos, ropa y productos en general, c) producción y venta de productos agrícolas y animales, y d) consultoras y gabinetes de belleza. No se registraron diferencias con respecto a los resultados del 2009, excepto en el sector de restaurantes que disminuyó del 12% al 6%.

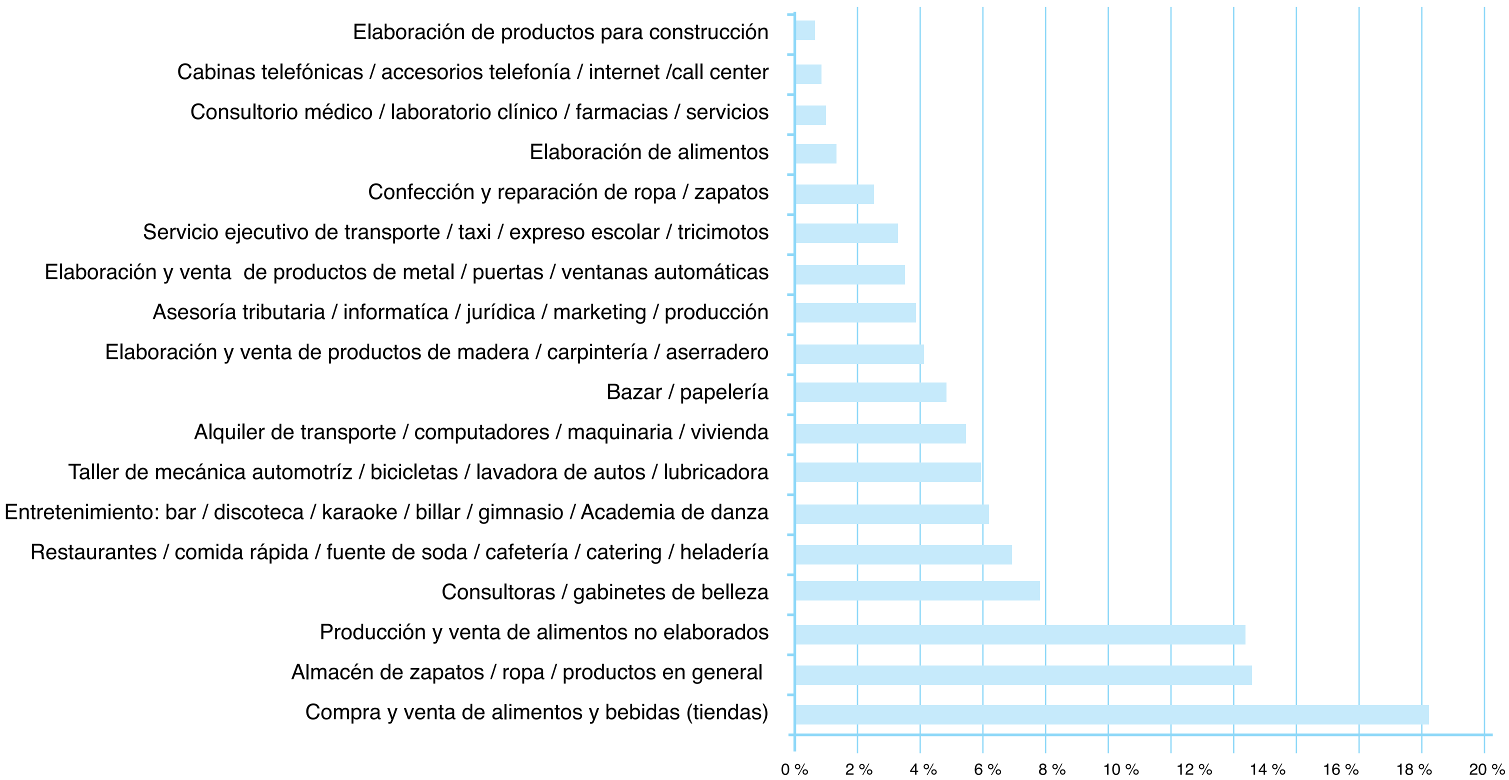


Figura 26 – Empresas Nuevas: Sector de negocio de los emprendedores - TEA 2010

3.4 ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍA

El 99% de los negocios de los emprendedores pertenecieron a sectores con baja o nula utilización de tecnología. El 88% de los emprendedores manifestó estar utilizando tecnología de hace 5 años o más de antigüedad. Tan solo seis emprendedores- 5 por oportunidad y 1 por necesidad- se clasificaron en sectores de alta o media tecnología, cuatro de estos negocios pertenecían al sector de servicios a empresas y dos correspondieron a manufactura. Cuatro de los emprendedores tenían grado universitario y 2 secundaria incompleta. En general en todos los países de América Latina, más del 80% de los emprendedores informaron utilizar tecnología antigua; Chile, Colombia, Perú y Uruguay fueron la excepción, mostrando las mayores proporciones de utilización de tecnología reciente e incluso con menos de un año de antigüedad (Figura 27).

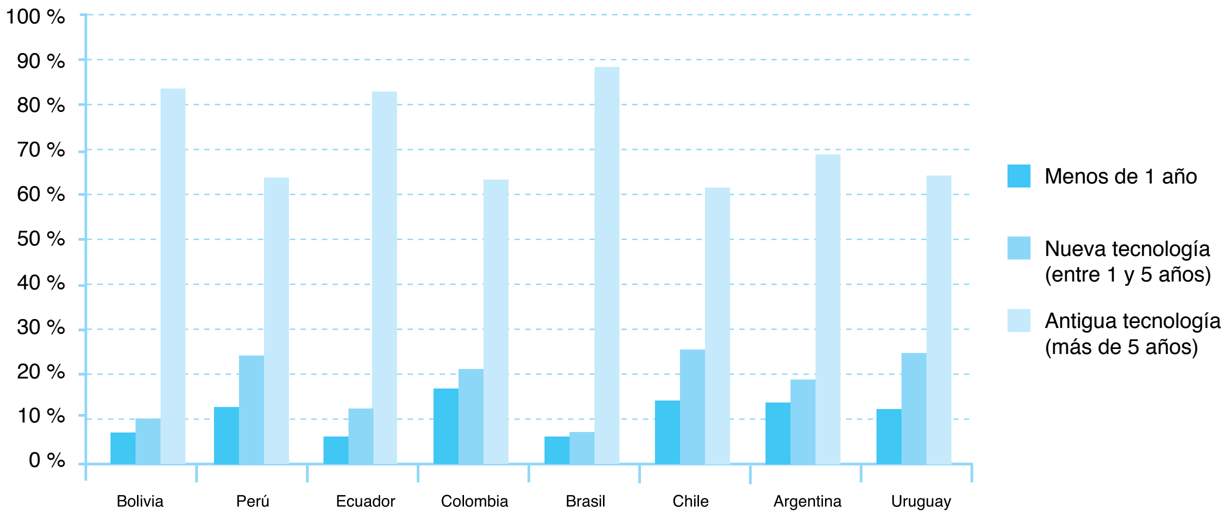


Figura 27 – América del Sur: Adopción de tecnología de los emprendedores en la TEA 2010

3.5 ASPIRACIONES

3.5.1 ORIENTACIÓN INTERNACIONAL

La orientación internacional se refiere al grado en que los clientes potenciales residirían en el exterior, es decir que incluye tanto exportaciones como la adquisición de productos y servicios por extranjeros cuando visitan el Ecuador. El 69% de los emprendedores no esperaba tener clientes extranjeros; tanto los emprendimientos nacientes como nuevos fueron en su mayoría comercios que están orientados fundamentalmente al consumidor local. El 21% de los emprendedores manifestó que tendría hasta 25% de sus clientes del exterior. A diferencia de años anteriores, los propietarios de negocios nuevos fueron más optimistas que los emprendedores nacientes y esperaban tener mayor número de clientes de otros países.

En 2010 no se apreció una diferencia sustancial en la orientación a mercados externos entre los emprendedores por oportunidad y por necesidad, aunque la proporción de negocios que tendrían hasta el 25% de sus clientes procedentes de otros países fue superior para los emprendedores por oportunidad. Los sectores que reportaron emprendimientos con el mayor porcentaje de clientes extranjeros fueron el de servicios a empresas seguido del de servicios al consumidor. Uruguay y Chile fueron los países de la región con mayor orientación internacional (Figura 28).

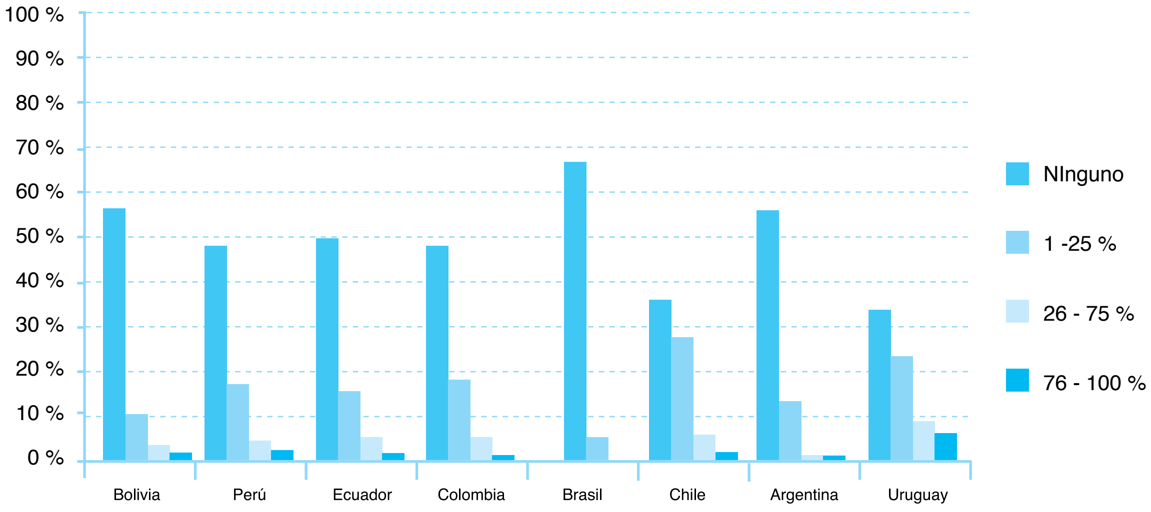


Figura 28 – América del Sur: Clientes extranjeros de los emprendedores en la TEA 2010

3.5.2. ORIENTACIÓN INNOVADORA

Los expertos consultados han considerado a I+D como un factor que limita el emprendimiento, en particular el dinámico, en el país. Mencionan entre los responsables el bajo gasto en I+D de Ecuador (el 0.25% del PIB 2008 (SENESCYT, 2011) correspondía a gasto en I+D[10]).

Una visión un tanto diferente obtenemos del último estudio Global Innovation Index 2010-2011 desarrollado por INSEAD (2011) que ubica a Ecuador en la posición 93 entre 125 países, mostrando una mejora en su posición relativa al año anterior en el ranking general, ubicándose en la posición 16 de 20 países de América Latina y el Caribe en este año.

El GEM mide la orientación innovadora de los emprendimientos a través del grado de novedad que los productos y servicios tendrían para los consumidores y a través del número de competidores en el mercado. El 17% de los emprendedores indicó que ofrecería nuevos productos para todos o algún consumidor y que tendría pocos o ningún competidor. Chile, Perú y Uruguay fueron los países de América Latina cuyos emprendedores indicaron ofrecer las mayores proporciones de nuevas combinaciones de producto mercado (Figura 29).

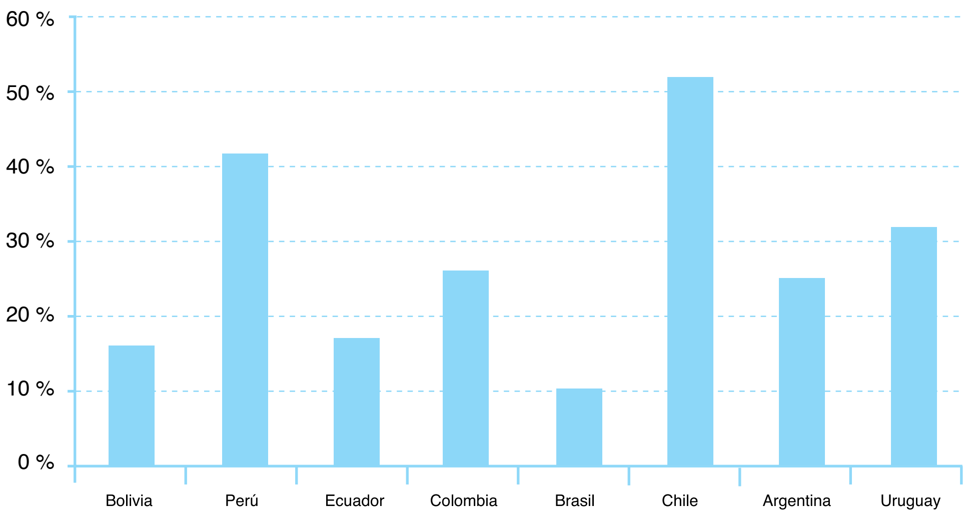


Figura 29 – América del Sur: oferta de nuevos productos a nuevos mercados de los emprendedores en la TEA 2010

10 En el reporte GEM Ecuador 2009 este indicador fue erróneamente reportado (0.23%), ya que el gasto en I+D del PIB 2007 correspondió a 0,15%.

Al respecto los expertos consultados expresaron opiniones similares a las de años anteriores; consideraron que la falta de innovación en las empresas ecuatorianas se debía principalmente a la desvinculación entre las empresas y la academia, y que además las primeras no muestran inclinación a experimentar con nuevas tecnologías ni formas diferentes de hacer las cosas. Pero consideran que las empresas establecidas no estarían interesadas en contar entre sus proveedores con nuevos negocios emprendedores, y además que aunque reconocen que los consumidores valoran la innovación en productos y en servicios, estos no necesariamente los comprarían si provienen de nuevas pequeñas empresas.

En este sentido el índice de Confianza en la Innovación por parte de consumidores y empresas aporta información complementaria que facilita un entendimiento preliminar.

3.5.3. ÍNDICE DE CONFIANZA EN LA INNOVACIÓN

El Índice de Confianza en la Innovación fue desarrollado por el Hunter Centre for Entrepreneurship de la Universidad de Strathclyde Business School y complementa la información sobre la orientación innovadora de los emprendedores, midiendo la confianza en la innovación tanto de los consumidores como de las organizaciones.

El Índice de Confianza del Consumidor en la Innovación, CIC, se construyó como una medida del porcentaje promedio de individuos que respondieron afirmativamente a las preguntas a, b, y c; el Índice de Confianza de las Organizaciones en la Innovación, OIC, a través de las respuestas afirmativas para las preguntas d, e, y f, en relación a la empresa para la cual trabajan (ver Tabla 2).

Tabla 2: Nivel de confianza en la innovación del consumidor y de las organizaciones

Preguntas sobre orientación a la Innovación	Población (%)	Emprendedores (%)
a) ¿En los próximos seis meses estaría dispuesto a adquirir productos que no estaban antes disponibles en el mercado?	51,1	57,4
b) ¿En los próximos seis meses, probaría productos o servicios que usan por primera vez una tecnología nueva?	54,8	57,2
c) ¿En los próximos seis meses, la presencia de nuevos productos y servicios en el mercado mejorarían su vida?	55,8	61,7
d) ¿En los próximos 6 meses, la organización para la cual trabaja estaría dispuesta a comprar productos o servicios nuevos para la misma?	51,8	56,4
e) ¿En los próximos seis meses, en su trabajo diario probaría productos o servicios que usan por primera vez nuevas tecnologías?	56,2	60
f) ¿En los próximos seis meses, la presencia de nuevos productos y servicios en el mercado mejorarían su vida laboral?	56,6	59,6

El Índice de Confianza del Consumidor en la Innovación-CIC- fue 54%, inferior al 61% obtenido en el 2009. Entre los consumidores no se observó diferencias entre hombres y mujeres; sin embargo entre los emprendedores se encontró que los hombres mostraron mayor confianza que las mujeres. En el 2008 y el 2009 se encontró diferencias tanto en la población como entre emprendedores; los hombres mostraron mayor confianza para adquirir y probar nuevos productos y servicios que las mujeres, así como también consideraron en mayor grado que estos mejorarían su vida. Los grupos que muestran mayor confianza son en general auto empleados y empleados a tiempo completo, seguidos por quienes están dedicados al hogar, con edades entre 25 y 44 años.

El Índice de Confianza de las Organizaciones en la Innovación-OIC- fue de 54,9 , prácticamente el mismo obtenido en el 2009, y por un punto superior al Índice de Confianza de los Consumidores en la Innovación; en el 2009 OIC fue inferior al CIC. Al igual que con el CIC, los emprendedores mostraron mayor confianza que los demás encuestados; tanto en la población como entre los emprendedores, una mayor porporción de hombres respondió favorablemente con respecto a la disposición de la organización a adquirir nuevos productos y servicios, a probar productos o servicios con nueva tecnología, y con respecto a las mejoras en la vida laboral que estos traerían. Una visión más favorable de la disposición empresarial tuvieron quienes trabajaban a tiempo completo y quienes eran auto empleados con edades entre los 25 y 44 años, sin embargo también se observó una proporción interesante entre 44 y 54 años.

En el 2010 aunque tanto el CIC como el OIC fueron inferiores a los encontrados en el 2009, al ser el OIC ligeramente superor al CIC podría estar mostrando mejor predisposición de las empresas para adquirir y probar productos y servicios nuevos y con nueva tecnología.

3.5.4. EXPECTATIVA DE CRECIMIENTO Y CREACIÓN DE EMPLEO

Al igual que en el 2009, en el 2010 el 54% de los emprendedores no había creado ningún empleo, y el 44% entre uno y cinco puestos de trabajo (Figura 30). Si bien se observa un crecimiento de la TEA con respecto al año pasado, este obedece mayormente al aumento en los negocios nacientes que aun no han generado empleos, mientras que los negocios nuevos han disminuido; en estos últimos adicionalmente casi el 80% correspondió a autoempleo.

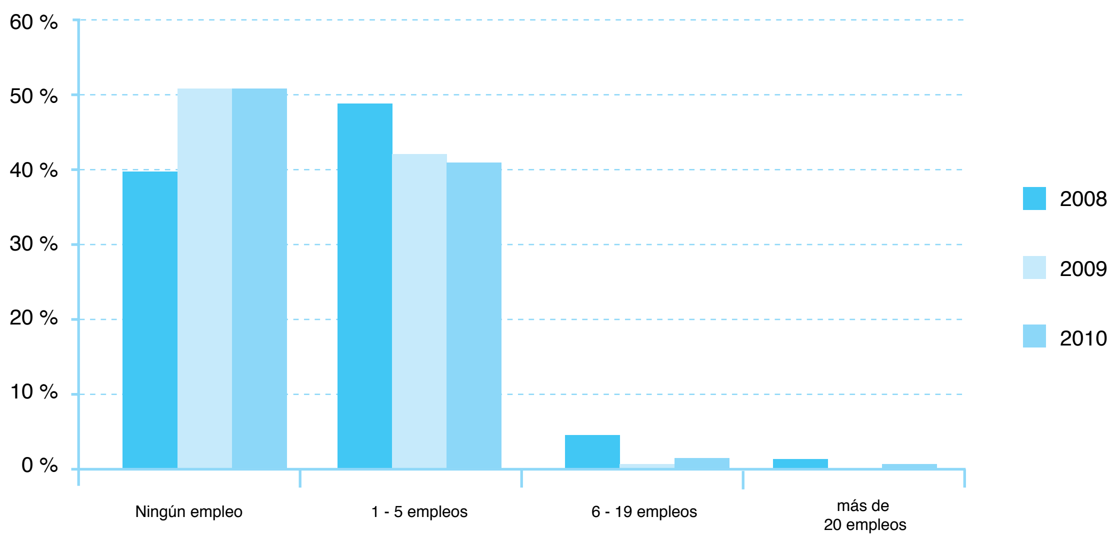


Figura 30 – Número actual de empleo generado por los emprendedores - TEA 2008, 2009 y 2010

De manera consecuente la expectativa de crecimiento, estimada a través de los empleos que los emprendedores esperan generar en los próximos cinco años, se mantiene prácticamente estable con respecto al 2009 (Figura 31). Como es ya habitual las expectativas de los emprendedores nacientes fueron superiores a las de los nuevos y, con excepción de la proporción de emprendedores que esperaba generar más de 6 empleos, donde los emprendedores por oportunidad excedieron a los de necesidad, no hay mayores diferencias en sus expectativas de crecimiento. El sector de servicios a personas es el que proporcionalmente mostró mayor expectativa de crecimiento.

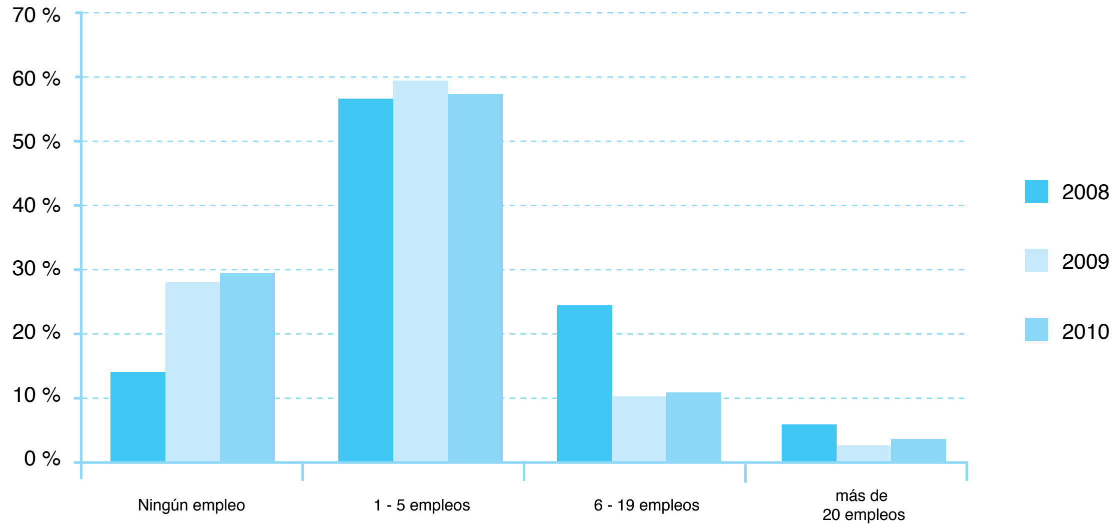


Figura 31 – Número de empleos que los emprendedores esperan generar en los próximos 5 años - TEA 2008, 2009 y 2010

Con respecto al nivel educativo, se observa igual tendencia que en años anteriores, a medida que se eleva, los emprendedores tienen expectativas de crecimiento superiores. En el 2010 el 57% de los emprendedores con educación básica esperaba generar entre uno y cinco puestos, el 24% de aquellos con educación universitaria esperaba crear más de 6 empleos.

Chile, Colombia y Uruguay mostraron las mayores expectativas de crecimiento en plazas de trabajo, lo cual coincide con lo encontrado en el 2009 (Figura 32).

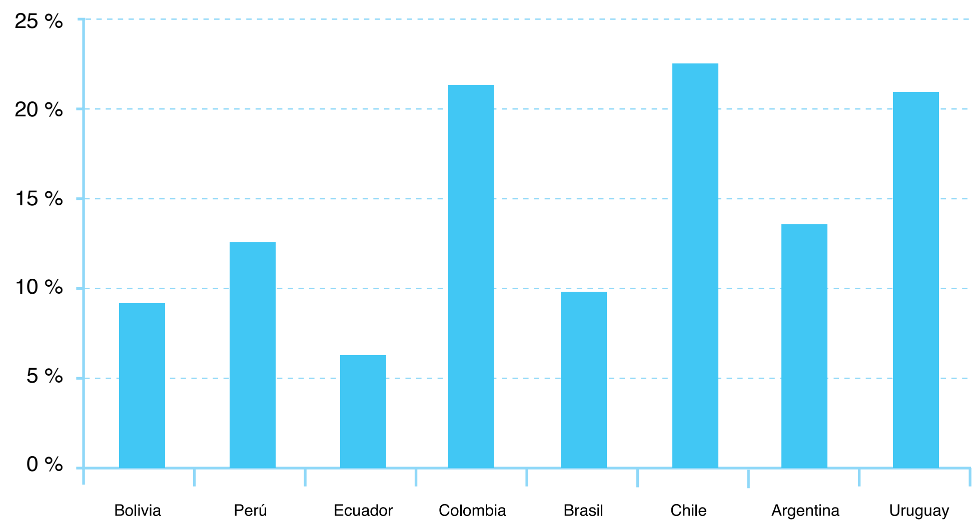


Figura 32– América del Sur: Proporción de emprendedores con expectativas de alto crecimiento de empleo

3.6. FINANCIAMIENTO

En el 2010 el 83% de los emprendedores indicó que había invertido o requeriría invertir menos de US$ 10.000, proporción igual a la obtenida en el 2009. En América del Sur, Uruguay es el país donde los emprendimientos registraron los mayores montos promedio de inversión inicial aunque inferior al 2009 (US$ 36770,46), seguido por Chile (US$ 36103,4). Ecuador y Bolivia registraron los menores montos promedio de inversión, US$ 8574,65 y US$ 6907,46, respectivamente (Figura 33).

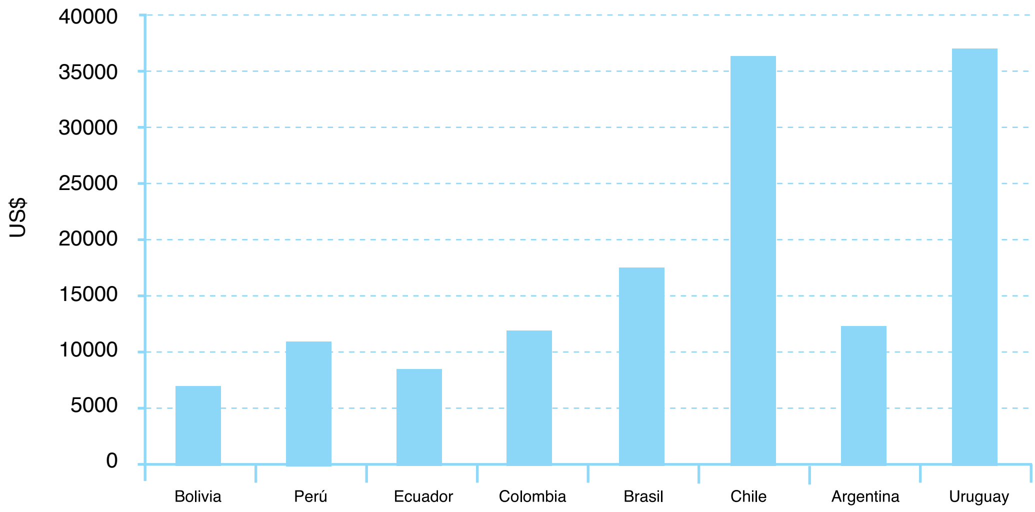


Figura 33 – América del Sur: Monto de inversión inicial

Los emprendimientos, independientemente de sus montos de inversión inicial, fueron principalmente motivados por el aprovechamiento de una oportunidad del mismo modo que en el año anterior. El 20% de los emprendimientos con inversiones iguales o menores a US$ 5.000 no generó nuevas plazas de trabajo, y un 66% esperaría crear solamente entre 1 y 5 empleos. Tanto los emprendimientos de baja inversión inicial (US$5.000 o menos) como aquellos con inversiones iniciales superiores a US$5000 estuvieron orientados, principalmente, al consumidor, pero en este último nivel de inversión prevalecen también los negocios en los sectores de transformación y servicios. Aquellos emprendimientos cuyos montos de inversión superaron los US$ 5.000 tuvieron mayores expectativas de generación de empleo, cerca del 34% requeriría más de 6 empleados.

Más del 50% de emprendedores tanto nacientes como nuevos, informó utilizar recursos propios. Así como los emprendedores reciben recursos de familiares y amigos, también financian negocios de familiares cercanos y amigos. En el 2010, 11.5%, de los emprendedores, casi el doble que en el 2009, informó que había provisto fondos a un tercero en los últimos tres años. Los montos fueron sin embargo reducidos, en su mayoría menos de US$1.000. Se observa también que quienes están emprendiendo o poseen un negocio, proveen recursos para negocios de terceros en mayor proporción que quienes no son emprendedores.

3.6.1. INICIATIVAS DE APOYO FINANCIERO

En el tema de financiamiento al emprendedor, además de las opciones de microcrédito ofertado por el sector financiero (banca y cooperativas), el sector gubernamental manejó durante el periodo de estudio tres programas impulsados por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC) que son: CreEcuador, InnovaEcuador y EmprendEcuador.

El Programa CreEcuador busca facilitar el acceso a la propiedad empresarial mediante su participación como accionista en empresas privadas y de propiedad del Estado, a través de un fondo de Capital de Riesgo, que apoya proyectos de transformación productiva, cuyos montos de inversión van de un mínimo de $ 250.000 a un máximo de $2'000.000. El programa a través de su fondo, podrá invertir máximo en el 49% del valor total del proyecto. El tiempo de permanencia del MCPEC como inversionista es de mínimo 3 años, máximo 6 años y dependerá del tiempo que le tome al proyecto alcanzar su punto de equilibrio. Se ha realizado la primera convocatoria la cual finaliza en agosto 15 de 2011.

InnovaEcuador se enfoca en proyectos con impacto en el aumento de la productividad y la competitividad del país, a través de dos fuentes de co financiamiento que son InnovaEmpresa e InnovaConocimiento. InnovaEmpresa cofinancia hasta US$50000 para la creación de nuevos productos y nuevos procesos de comercialización. InnovaConocimiento asigna hasta US$ 300000 para la generación de nuevas tecnologías que mejoren la productividad sectorial. Hay 31 beneficiarios de las 2 convocatorias nacionales realizadas, con un total de 514 postulaciones siendo 334 de la línea Empresa y 180 de Conocimiento.

EmprendEcuador apoya a los emprendedores en la creación de negocios con potencial de crecimiento, que sean innovadores o altamente diferenciados, otorgándoles confinanciamiento de hasta US$ 10000 para la elaboración de planes de negocio o recibir asistencia técnica, y hasta US$ 60000 para la elaboración de prototipos y formalización de la empresa. Se han realizado 3 convocatorias nacionales con un total de 4303 postulaciones, siendo beneficiados 308 proyectos, de los cuales 11 tienen planes de negocio terminados.

Entre otras fuentes de obtención de recursos está el sector bursátil, sin embargo, este se interesa en proyectos de alta inversión, que requieran al menos un millón de dólares de financiamiento, criterio compartido por agencias internacionales de fomento empresarial.

4. EL IMPACTO DE LA CRISIS GLOBAL: PERSPECTIVA DE LOS EMPRENDEDORES

El año 2010 se caracterizó por ser un año de recuperación de la crisis económica del 2008. El crecimiento económico en el 2010, de acuerdo al Banco Central del Ecuador, fue de 3,58%[11]. Sin embargo, ese crecimiento estuvo por debajo del resto de la mayoría de los países de la región, que crecieron considerablemente durante el 2010, como consecuencia de la recuperación post crisis financiera. Argentina, Brasil, Perú entre otros crecieron alrededor del 8%. La única excepción fue Venezuela que tuvo un crecimiento negativo de alrededor del 2% durante el 2010[12].

El crecimiento económico ecuatoriano se debió en parte a un incremento importante tanto del consumo de los hogares (7,67%) y de las empresas (10,24%), pero que fue de la mano de un incremento - aún mayor- de las importaciones: 16,29%. Además, al analizar la contribución al PIB por sectores, se nota que el sector con mayor crecimiento fue el de "intermediación financiera", alcanzando un 17,33%.

Y es que de acuerdo al Banco Central del Ecuador, el crédito privado aumentó en un 6,2%, alcanzando el crédito de consumo un aumento del 9%. Esto sugiere un crecimiento del consumo de los hogares basado mayoritariamente en el crédito.

El desempleo en el país continuó bajando situándose oficialmente en 6,1%[13] al finalizar el 2010. Sin embargo, el subempleo – aunque disminuyendo- se encontraba en niveles muy elevados: a diciembre del 2010 el 47,1% de la PEA ecuatoriana se encontraba subempleada.

En este contexto, contrastaremos la percepción de los emprendedores con respecto al impacto de la crisis global del 2008-2009; igual consulta se les hizo en el 2009 en relacion a la facilidad de crear negocios, hacerlos crecer y las oportunidades futuras con respecto al 2008.

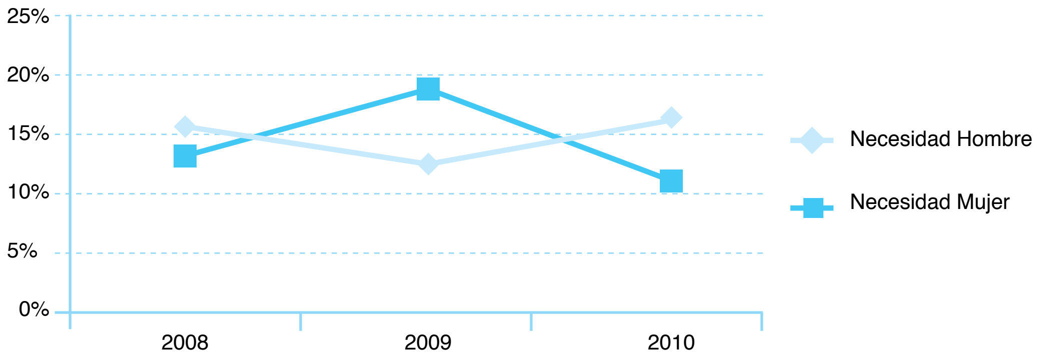


Figura 34 – Evolución de la TEA necesidad según el sexo en el período 2008-2010

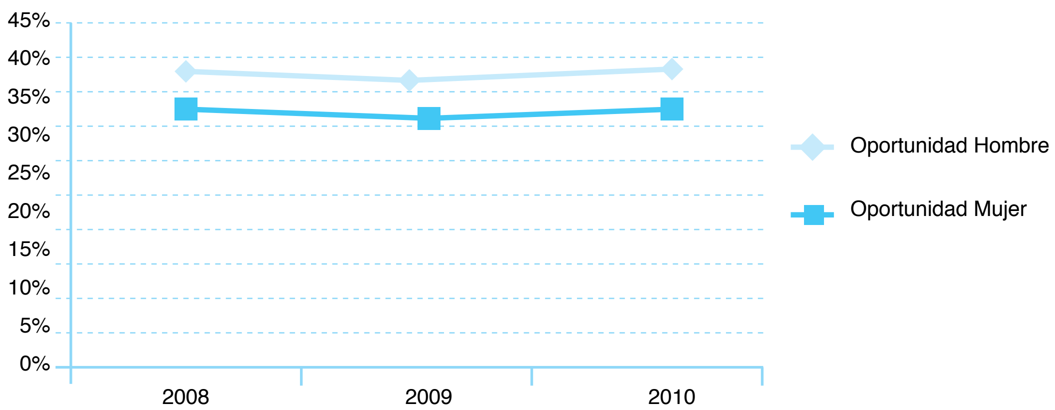


Figura 35 – Evolución de la TEA oportunidad según el sexo en el período 2008-2010

11 Banco Central del Ecuador. Cuentas Nacionales Trimestrales No. 74. www.bce.fin.ec
12 Fuente: CESLA (Centro de Estudios Latinoamericanos) y Global Economic Prospects del Banco Mundial Vol. 2
13 Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC,www.ecuadorencifras.com

En el año anterior el aumento en la TEA necesidad reflejó prácticamente al crecimiento de emprendimientos femeninos por necesidad en 7 puntos porcentuales (Figura 34), probablemente en respuesta al aumento del desempleo de mujeres entre el 2008 y el 2009, mientras que entre el 2009 y el 2010 el desempleo de mujeres se incrementó en 1%. Sin embargo el emprendimiento por necesidad de hombres también creció, mientras que el de mujeres se redujo en una proporción similar a la del aumento en el 2009[14]. La TEA oportunidad mostró tanto para hombres como mujeres un ligero crecimiento entre el 2009 y el 2010 (Figura 35).

Las Figuras 36, 37 y 38 muestran la evolución de la actividad emprendedora temprana, la percepción de oportunidades y la intención de emprender desde el 2008 hasta el 2010.

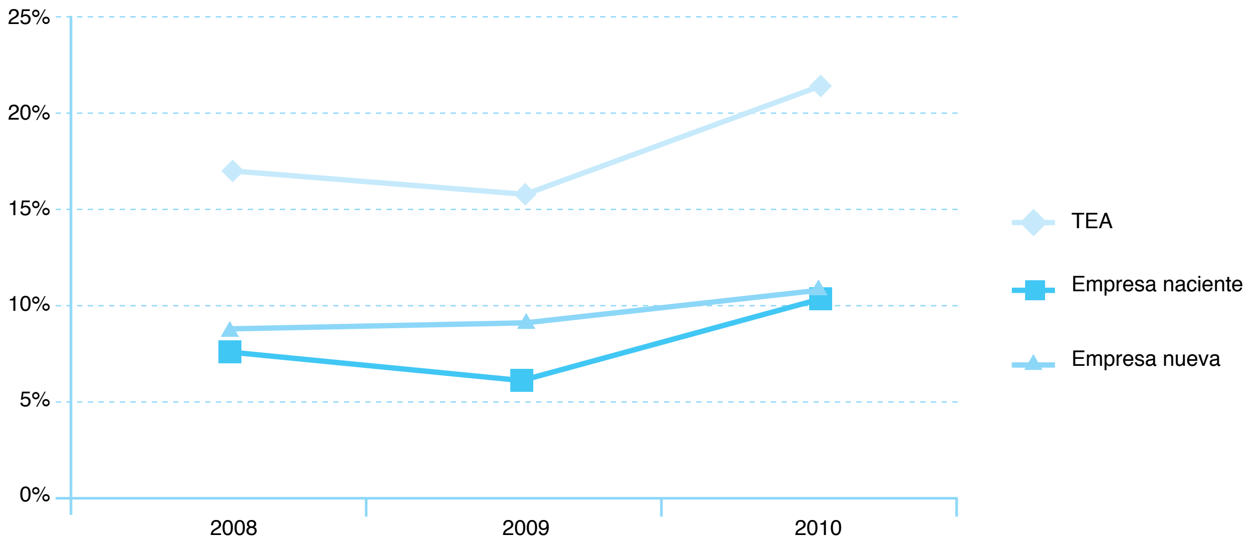


Figura 36 – Evolución de la TEA, empresas nacientes y nuevas en el período 2008-2010

La Figura 36 permite apreciar una reducción de los negocios nacientes en el 2009 y una recuperación de esta actividad en 2010, casi al nivel que tenía en el año 2008.

[14] Entre 2008 y 2009 el desempleo de mujeres incrementó de 49% al 54%, mientras que entre 2009 y 2010 se incrementó al 55%; en el último año sin embargo el emprendimiento por necesidad de hombres subió, mientras que el de mujeres se redujo en 18%. Los índices de desempleo fueron tomados de los informes ENEMDU de marzo 2008, 2009 y 2010 elaborados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC).

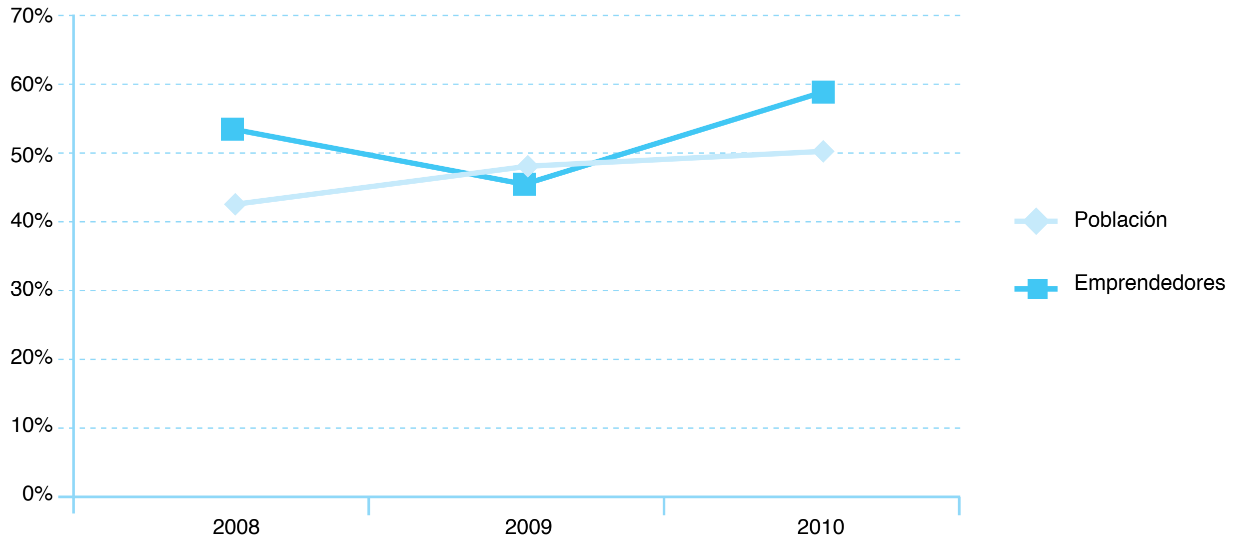


Figura 37 – Consideran que hay oportunidades de negocio en los próximos 6 meses

La crisis habría afectado mayormente la percepción de oportunidades en los emprendedores, como muestra la caída experimentada en el 2009 con respecto a la percepción de oportunidades de negocio en el 2008; en el 2010, estas nuevamente superan a las de la población encuestada (Figura 37).

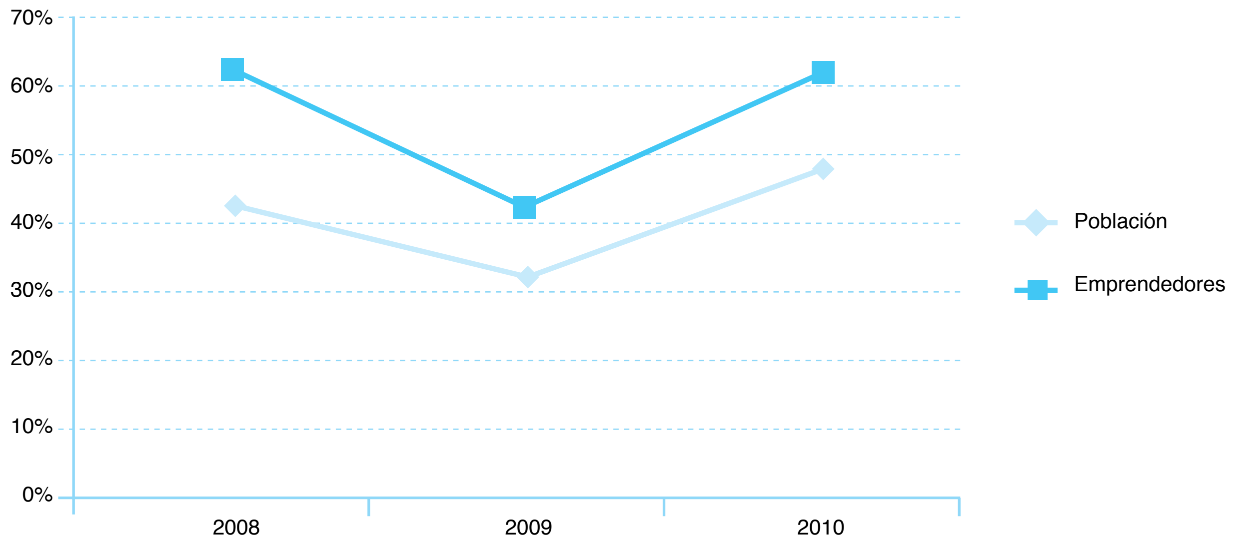


Figura 38 – Tienen la intención de emprender en los próximos 3 años

La intención de emprender tanto de la población como de los emprendedores, también se ha recuperado; en la población alcanzó un nivel superior al que tenía en el 2008 (Figura 38).

Todo parecería indicar que en el 2010 se recuperó la dinámica emprendedora, sin embargo al consultar a los emprendedores estos aun no perciben un entorno del todo favorable.

4.1. INICIAR UN NEGOCIO

En el 2010 al igual que en el 2009, tanto emprendedores nacientes como nuevos consideraron que sería más difícil iniciar un negocio (Figura 39). Los emprendedores por necesidad consideraron que sería más difícil que los de oportunidad, pero ningún tipo de emprendedor creyó que sería más fácil.

Los emprendedores que veían oportunidades de negocio en los próximos seis meses, así como aquellos que manifestaron su intención de emprender en los siguientes tres años, fueron ligeramente más favorables con respecto al entorno para iniciar un negocio en el 2010. La percepción de poseer las competencias para iniciar un negocio contribuyó con una apreciación más favorable. El 70% de quienes manifestaron temer al fracaso consideraron que sería más difícil iniciar un negocio en el 2010, pero no se observaron diferencias entre quienes habían cerrado un negocio y quiénes no.

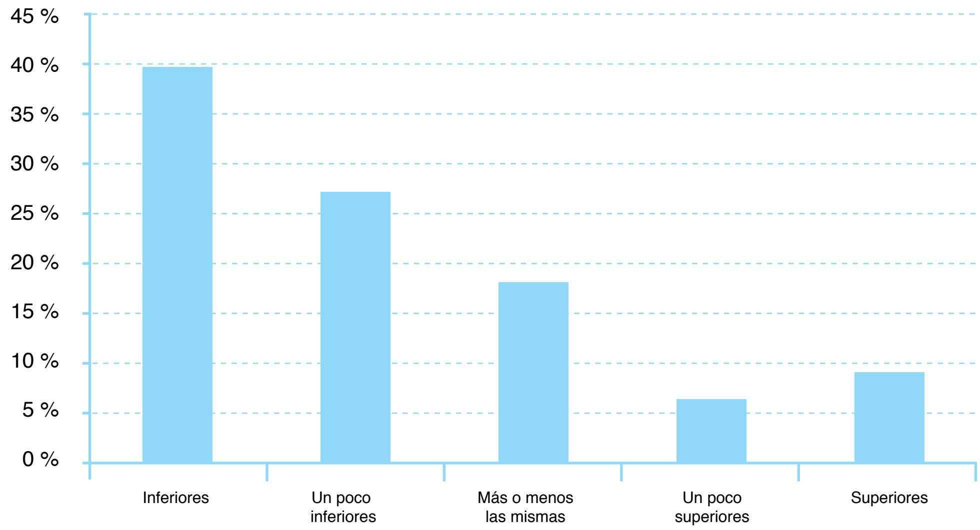


Figura 39 – Poner un negocio en marcha ahora en comparación con un año atrás TEA 2010

4.2. EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO

En el 2010 los emprendedores fueron algo más favorables en sus expectativas de crecimiento con respecto al año anterior (Figura 40), pero se observa el mismo patrón; la mayoría de los emprendedores cree que hacer crecer el negocio será más o menos igual en dificultad o incluso más fácil en 2010 con respecto al 2009. Los propietarios de nuevos negocios fueron más favorables que los emprendedores nacientes, y no se observa mayores diferencias entre las percepciones de emprendedores por oportunidad y por necesidad. Sin embargo en el 2010 no se ha observado crecimiento en términos de generación de empleo, ni mayores expectativas de generarlo en el futuro.

Los emprendedores que manifestaron su intención de emprender en los próximos tres años, aquellos que percibieron oportunidades de negocio, y quienes creyeron tener los conocimientos y habilidades para crearlos, consideraron menos difícil hacer crecer el negocio en 2010 con respecto al 2009. Los emprendedores que no habían cerrado un negocio consideraron que sería más fácil, mientras que aquellos que temían al fracaso creyeron que sería más difícil.

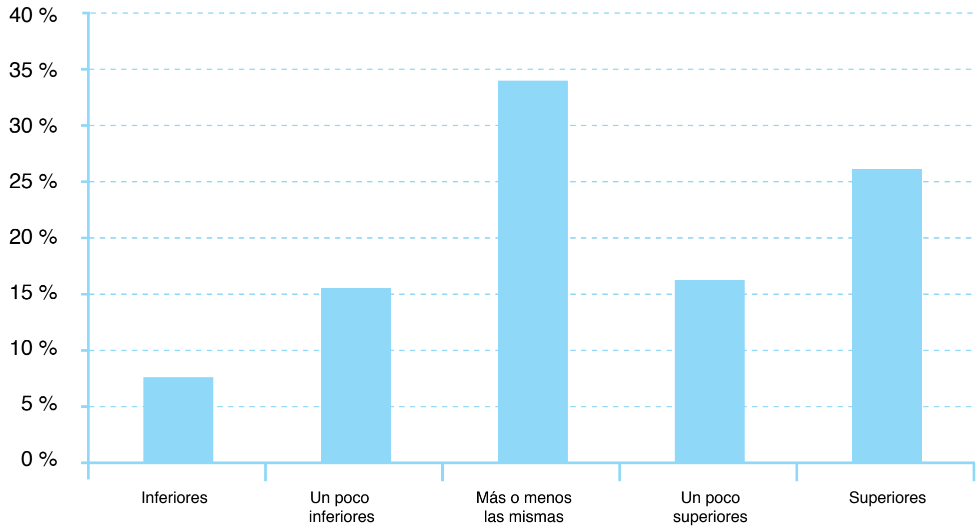


Figura 40– Sus expectativas de crecimiento del negocio ahora en comparación con un año atrás TEA 2010

4.3. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

En el 2010 los emprendedores percibieron menos oportunidades para sus negocios que en el año 2009 (Figura 41). Los emprendedores por oportunidad percibieron un entorno más favorable, del mismo modo que aquellos que consideraron tener las competencias para iniciar un negocio.

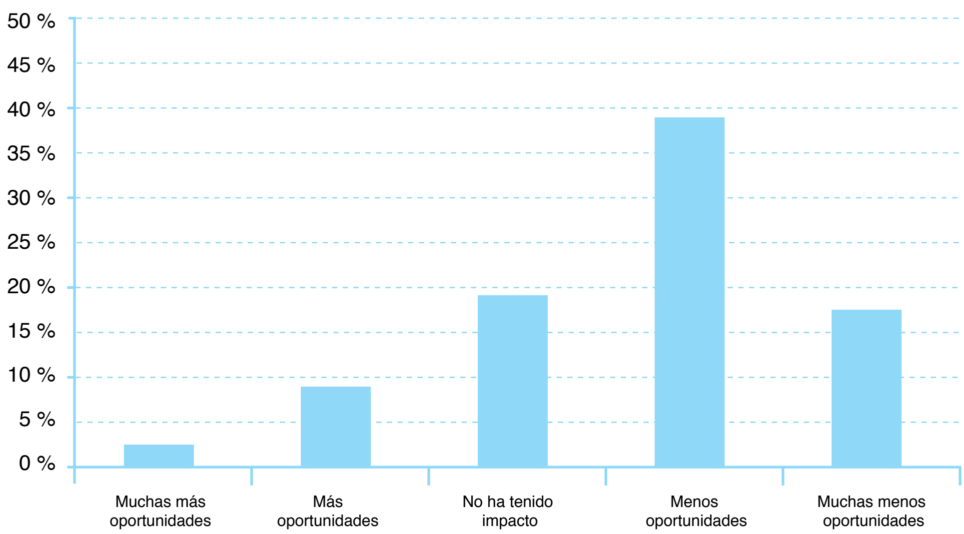


Figura 41 – Impacto de la crisis económica global en las oportunidades para su nuevo negocio TEA 2010

La Tabla 3 resume las percepciones de los emprendedores sobre el entorno de los negocios en el 2010 con relación al 2009. Se observa una apreciación más bien pesimista para la creación de empresas y las oportunidades de negocio, las expectativas de crecimiento del negocio ya establecido se ven con relativo optimismo.

Tabla 3 —Percepción de los emprendedores respecto al impacto de la crisis en su intención de emprender, expectativas de crecimiento y oportunidades para su nuevo negocio

Categoría	Poner un negocio en marcha ahora en comparación con un año atrás[15]	Expectativas de crecimiento del negocio ahora en comparación con un año atrás[16]	Impacto de la crisis económica global en las oportunidades para su nuevo negocio[17]
Emprendedores	Pesimista	Optimista	Pesimista
Emprendedores por Oportunidad	Pesimista	Optimista	Pesimista
Emprendedores por Necesidad	Pesimista	Neutral	Pesimista
Emprendedores Nacientes	Pesimista	Optimista	Pesimista
Emprendedores Nuevos	Pesimista	Neutral	Pesimista
Emprendedores que ven oportunidades de negocio en los próximos 6 meses	Pesimista	Optimista	Pesimista
Emprendedores que consideran que poseen los conocimientos y habilidades para iniciar un negocio	Pesimista	Optimista	Pesimista
Emprendedores que tienen la intención de emprender en los próximos 3 años	Pesimista	Optimista	Pesimista
Emprendedores que han cerrado un negocio en el último año	Pesimista	Pesimista	Pesimista
Emprendedores con alta expectativa de generar empleo en los próximos 5 años	Pesimista	Optimista	Pesimista
Teme al fracaso	Pesimista	Neutral	Pesimista

15 Pesimista: Más del 50% de los emprendedores indicaron que es mucho más difícil poner en marcha su negocio ahora en comparación con un año atrás.

16 Pesimista: Más del 50% de los emprendedores indicaron que las expectativas de crecer en su negocio ahora son inferiores en comparación con un año atrás. Neutral: El porcentaje de emprendedores que indicaron que las expectativas de crecer en su negocio ahora son inferiores en comparación con un año atrás es similar al del porcentaje de emprendedores que indicaron que las expectativas son superiores. Optimista: Más del 50% de los emprendedores indicaron que las expectativas de crecer en su negocio ahora son superiores en comparación con un año atrás.

17 Pesimista: Más del 50% de los emprendedores indicaron que la crisis económica ha impactado en que existan muchas menos oportunidades de negocio.

5. EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO

De acuerdo al INEC (2010), los niveles educativos predominantes de la Población Económicamente Activa (PEA) son la primaria (34%) y secundaria (35%) y solamente el 19% tiene nivel universitario. Entre los 2000 entrevistados a nivel nacional para el proyecto GEM, se accedió a gente más educada a nivel secundario y universitario, 44% y 22%, respectivamente. En cuanto a los emprendedores se encontró que el 47% poseía educación secundaria y el 27% universitaria.

El nivel educativo alcanzado, los cursos de emprendimiento y creación de empresa, están positivamente relacionados con la intención de emprender y el inicio de un nuevo negocio. Un estudio reciente realizado por profesores de Babson College (Lange, Marram, Jawahar, Yong & Bygrave, 2011) ha encontrado que los cursos de emprendimiento tanto a nivel de pregrado como en los MBA son determinantes de la intención de emprender y la creación de un negocio después de la carrera universitaria. Otro hallazgo es que hacer un plan de negocio, si bien tiene un impacto menor, también determina la intención de emprender. En Ecuador algunas evaluaciones sobre el impacto de la educación en Emprendimiento han encontrado que los cursos de emprendimiento durante la carrera universitaria contribuyen con el incremento de la eficacia personal, habilidad clave en la decisión de iniciar un negocio (Izquierdo, 2008; Rodríguez & Lasio, 2007). Debido a la importancia de la capacitación en Emprendimiento y creación de empresa, desde hace tres años se evalúa su impacto en la TEA.

En esta sección se analizará el perfil de los emprendedores según su educacion, y también cuál ha sido su entrenamiento especializado en creación de empresa; se analiza también la utilización del plan de negocio, así como su relación con ciertas características de los emprendedores y con el tipo de negocio.

5.1. ENTRENAMIENTO PARA CREAR EMPRESAS

Aproximadamente el 20% de la población encuestada informó haber recibido algún tipo de entrenamiento específico. Dentro del conjunto de individuos capacitados la proporción de emprendedores es significativamente superior a la de quienes no han creado negocios[18]. En prácticamente todos los tipos de capacitación la proporción de hombres superó a la de mujeres.

A nivel de la población encuestada se notó el efecto de la educación en emprendimiento en la intención de emprender y en la percepción de poseer los conocimientos y habilidades para iniciar un negocio[19].

Entre los emprendedores se encontró que aproximadamente el 27% había recibido algún tipo de educación en creación de empresa (Figura 42), la mayoría durante su permanecía en el sistema educativo (secundaria, universidad, etc.), el 64% entre los 25 y 44 años. Una mayor proporción de emprendedores nacientes recibieron este tipo de capacitación.

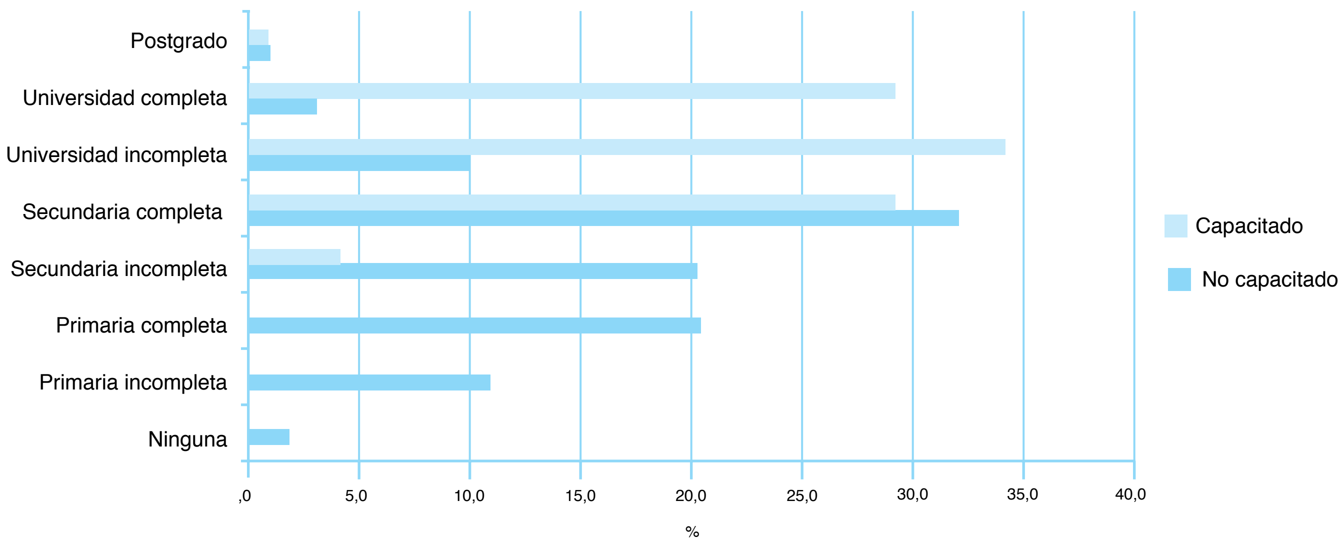


Figura 42 – Entrenamiento en emprendimiento y nivel de educación de los emprendedores - TEA 2010

[18] Se encontró diferencias estadísticamente significativas entre las proporciones de individuos capacitados en Emprendimiento según si eran emprendedores o no habían creado negocios (27% vs. 18%). Valor p<0,01

[19] Se encontró diferencias estadísticamente significativas entre las proporciones de individuos que tenían intención de emprender según si estaban o no capacitados (63% vs. 45%), así como entre quienes consideraban poseer los conocimientos y habilidades para iniciar un negocio según si estaban o no capacitados (87% vs. 74%). Valor p < 0,01

En la Tabla 4 se observa una proporción interesante tanto de adultos de la población como de emprendedores que manifestaron haber recibido capacitación en emprendimiento en la primaria o secundaria, o después de terminar la secundaria. Llama la atención la proporción de capacitación en la educación básica ya que además no está documentada en el país la oferta en este nivel. Cabe destacar que a nivel de emprendedores el auto aprendizaje registró también una participación interesante.

Tabla 4 – Grado de capacitación en Emprendimiento de los emprendedores y la población en el período 2008-2010

Fuente de capacitación	Emprendedores			Población		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Primaria o secundaria	29%	19%	30%	20%	13%	20%
Después de terminar la secundaria	25%	26%	30%	16%	15%	20%
En la universidad	9%	12%	13%	11%	8%	9%
En curso/seminario abierto ofrecido por una universidad	N/A	10%	10%	N/A	7%	8%
Asociación local de empresarios	10%	9%	8%	4%	4%	6%
Agencia gubernamental	5%	7%	4%	3%	3%	4%
Empleador anterior o actual	6%	7%	7%	4%	4%	4%
Auto aprendizaje	18%	16%	20%	11%	9%	12%
Capacitación en línea (Internet)	5%	7%	7%	2%	3%	4%

En 2010, nuevamente se encontró que la capacitación en creación de empresa estaba relacionada positivamente con el emprendimiento[20]. La Tabla 5 muestra algunas de las fuentes que podrían tener mayor impacto.

Adicionalmente, también se encontró una relación positiva entre la capacitación en creación de empresa con la intención de emprender y con la percepción de poseer los conocimientos y habilidades para iniciar un negocio[21]. Del mismo modo, se encontró que la percepción de poseer los conocimientos y habilidades para iniciar un negocio estaba vinculada con la capacitación en creación de negocios[22].

Tabla 5 – Efecto de la capacitación en Emprendimiento en la acción de iniciar un negocio

Fuente de capacitación	Capacitado	No capacitado	Potenciador
Primaria o secundaria	31%	19%	Sí
Después de terminar la secundaria	28%	19%	Sí
En la universidad	29%	29%	No
En curso/seminario abierto ofrecido por una universidad	24%	33%	No
Asociación local de empresarios	30%	29%	No
Agencia gubernamental	23%	30%	No
Empleador anterior o actual	37%	28%	No
Auto aprendizaje	33%	22%	Sí
Capacitación en línea (Internet)	40%	26%	Sí

[20] Se encontraron diferencias significativas para aquellos emprendedores que se recibieron educación en Emprendimiento en la primaria o secundaria (p<0,01), después de terminar la secundaria (p<0,01), se auto educaron (p<0,01) o vía internet (p<0,05).

[21] Se encontró diferencias estadísticamente significativas entre las proporciones de emprendedores tenían intención de emprendedor según hubiesen recibido capacitación en Emprendimiento o no (74% vs. 60%). Valor p<0,01.

[22] Se encontró diferencias estadísticamente significativas entre las proporciones de emprendedores que consideraban tener los conocimientos y habilidades para iniciar un negocio según hubiesen recibido capacitación en Emprendimiento o no (97% vs. 89%). Valor p<0,01

La educación en Emprendimiento se ha generalizado en las Universidades del Ecuador (Arteaga & Lasio, 2011), sin embargo su impacto en la actividad emprendedora no se evidencia todavía; la proporción de emprendedores con título universitario aun es baja y es probable que sus oportunidades laborales sean más atractivas que iniciar un negocio actualmente.

5.2. PLAN DE NEGOCIO

En el 2010 se consultó sobre el uso del plan de negocio, encontrando que el 12% de los emprendedores lo utilizó, usualmente antes de iniciar el negocio, y un 70% de ellos para la obtención de recursos financieros. La herramienta fue utilizada con mayor frecuencia por emprendedores nacientes, por quienes tenían intención de emprender en los próximos tres años, y por aquellos que habían recibido entrenamiento en creación de empresa.

La proporción de emprendedores por oportunidad que informó haber utilizado el plan de negocio superó ampliamente a la de los emprendedores por necesidad. Aquellos con inversiones iniciales superiores a US$5.000 lo han utilizado con mayor intensidad. No se observó ninguna tendencia en relación al cierre de negocios ni con las motivaciones de cierre, aunque el 75% de quienes han descontinuado un negocio no ha utilizado plan de negocio.

6. FACTORES CRÍTICOS PARA LA INICIATIVA EMPRENDEDORA

El estudio complementa los resultados de la encuesta de población adulta con la consulta a expertos sobre el grado en que algunos componentes del entorno favorecen o no el Emprendimiento. Los expertos son profesionales pertenecientes al ámbito público y privado que por su trayectoria y experiencia hacen una contribución al estudio con su opinión informada y respondiendo el cuestionario estructurado NES (por sus siglas en inglés- National Expert Survey).

En 2010 se consultó a un grupo selecto de 36 profesionales residentes en Ecuador; fueron entrevistados entre los meses de mayo y junio de 2010 sobre algunos factores tales como Políticas de Gobierno, Programas de Gobierno, Apoyo Financiero, Educación, Ciencia & Tecnología, entre otros (Anexo B). Treinta de los expertos fueron hombres y 6 mujeres; 22 de ellos con educación de postgrado. Nueve de los expertos manifestaron tener conocimientos sobre emprendimientos tecnológicos, 11 sobre manufactura, 20 en el sector de servicios; 10 expresaron conocer sobre emprendimientos con alto potencial de crecimiento.

Once de los 36 expertos poseían conocimientos sobre emprendimientos rurales y 21 sobre iniciativas orientadas a mercados internacionales. El 33% de los expertos se auto clasificó como emprendedor, el 8% como inversionista, el 28% como diseñador de políticas, el 17% como proveedor de negocios, el 14% como educador. Doce expertos pertenecían al sector público y 24 al sector privado.

En el 2010 Apertura de Mercados, Programas Gubernamentales, y Educación y Entrenamiento fueron los factores más citados por los expertos como promotores del emprendimiento; en años anteriores también estuvieron incluidos entre los factores que lo favorecen. Políticas Gubernamentales también se menciona entre estos factores, sin embargo este aparece con mayor peso como un limitante para el emprendimiento; Educación y Entrenamiento también fue considerado como un obstáculo para el emprendimiento. Clima Económico que en el 2009 apareció como el primer factor favorable para el emprendimiento, en el 2010 perdió importancia en este rol (Tabla 6).

Tabla 6 — Factores que fortalecen el Emprendimiento: Comparación de percepciones de los expertos de los años 2008, 2009 y 2010

	2010	2009	2008
1	Apertura de mercados	Clima económico	Normas culturales y sociales
2	Programas gubernamentales	Políticas gubernamentales	Apertura del mercado
3	Educación y entrenamiento	Apertura de mercados	Clima económico
4	Clima económico	Educación y entrenamiento	Educación y capacitación
5	Políticas gubernamentales	Normas sociales y culturales	Acceso a infraestructura física
6	Apoyo financiero	Programas gubernamentales	Contexto político, institucional y social
7	Capacidad para emprender	Investigación y transferencia de desarrollo	Políticas de gobierno

Apertura de Mercados. Los expertos reconocen dos aspectos positivos relativos al factor. El primero, relativo al mercado interno: Aumento de la demanda a nivel nacional, el crecimiento del sector servicios, los negocios de inclusión social, y las oportunidades que surgen de la intervención pública. El segundo, en relación a mercados externos: La competencia creada por la globalización y las oportunidades en mercados internacionales, así como la baja competencia del mercado local. Sin embargo algunos expertos consideran que este mismo factor también constituye una barrera para el emprendimiento y citan la concentración del mercado interno, el aislamiento comercial, la falta de acuerdos comerciales binacionales y regionales, y la falta de oportunidades de inversión; no queda claro cuál sería el resultado de estas fuerzas encontradas de apoyo y bloqueo respectivamente.

Programas Gubernamentales. Destacan la construcción de un sistema de apoyo por parte del gobierno, y mencionan el programa Emprende Ecuador del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad y los proyectos de apoyo de la Corporación Financiera Nacional.

Educación y Entrenamiento. Es considerado por los expertos como un factor que facilita el emprendimiento, debido principalmente a la existencia tanto de educación formal con carreras universitarias, en ONG y empresas consultoras, y educación informal como la provista por los medios de comunicación. Pero no todas las apreciaciones sobre este factor son favorables, aun los expertos consideran que el sistema educativo "doblega" la creatividad, condición necesaria para el emprendimiento, hacen notar que la falta de investigación en las universidades aun no se resuelve, y también que aun no se integra la educación en emprendimiento en el nivel de educación básica.

En 2010 los expertos establecieron los mismos factores limitantes del emprendimiento que en el año 2009 (Tabla 7): Contexto Político, Institucional, y Social, Políticas Gubernamentales, y Apoyo Financiero, y Educación y Entrenamiento.

Contexto político, institucional, y social. Prácticamente se mantienen las observaciones hechas en el 2009; los expertos citan el ambiente político conflictivo, un marco jurídico inestable, la inseguridad jurídica, falta de transparencia, competencia del sector público con la empresa privada, y la desconfianza del sector gubernamental y de la sociedad en la empresa privada. También se mantiene la apreciación de que los procesos de creación de empresa son muy largos.

Tabla 7 — Factores que limitan el Emprendimiento: Comparación de percepciones de los expertos de los años 2008, 2009 y 2010

	2010	2009	2008
1	Contexto político, institucional y social	Contexto político, institucional y social	Contexto político, institucional y social
2	Políticas gubernamentales	Apoyo financiero	Políticas gubernamentales
3	Apoyo financiero	Políticas gubernamentales	Apoyo financiero
4	Educación y entrenamiento	Educación y entrenamiento	Normas culturales y sociales
5	Capacidad para emprender	Normas sociales y culturales	Educación y capacitación
6	Normas sociales y culturales	Capacidad para emprender	Transferencia de I & D
7	Apertura de mercados	Clima económico	Características de la fuerza laboral

Políticas Gubernamentales. Es un factor que preocupa a los expertos; la falta de una política comercial externa, la falta de incentivos para las inversiones, la rigidez laboral y las constantes reformas tributarias, consideran son barreras para iniciar nuevos negocios. De todos modos algunos expertos ven ciertos aspectos de este factor como favorables para el emprendimiento; en este sentido mencionan: el nuevo Código de la Producción que favorecería a las pequeñas empresas, y la nueva ley antimonopolio. Al igual que en 2009, el impulso a la producción nacional y la restricción o incremento de aranceles a algunas importaciones, fueron consideradas por los expertos como políticas que directa o indirectamente favorecerían el emprendimiento. La inversión del estado en sectores estratégicos también fue destacada.

Apoyo Financiero. Es un factor recurrente dentro de los que constituyen limitantes para el emprendimiento en el país. En el 2010 aparecen nuevamente motivos tales como la debilidad del mercado de valores, falta de créditos para iniciar empresa en la banca privada, y falta de inversionistas. Aun no se observa conocimiento u opinión con respecto al impacto de programas de financiamiento para emprendedores como el de la CFN por ejemplo.

Educación y Entrenamiento y Capacidad para Emprender. Estos factores no fueron mencionados como las principales debilidades, sin embargo se les atribuye con mucha frecuencia responsabilidad sobre la calidad de los emprendimientos en Ecuador; los expertos en años anteriores también las han citado como un limitante del emprendimiento. Como se ha discutido en la sección correspondiente a educación, la motivación para emprender- oportunidad versus necesidad- está vinculada en cierto grado con el nivel educativo del emprendedor, y el entrenamiento específico en creación de empresas efectivamente influye en la intención de emprender y en la actividad emprendedora misma. En Ecuador en los últimos años la capacitación en creación de empresa se ha difundido ampliamente, sobre todo a nivel de Universidades, gremios, organismos no gubernamentales, y recientemente el gobierno, pero los resultados tanto del GEM Ecuador 2009 y 2010, aun no recogen el efecto de la educación ofrecida por las universidades. Sin embargo más del 50% de la población encuestada y de los emprendedores consideran que poseen los conocimientos y habilidades para crear empresa, es decir la capacidad para emprender. Los expertos señalan que los emprendedores no ven las oportunidades que les presenta la tecnología, la falta de innovación, la falta de competencias profesionales, bajo valor agregado, poco enfoque en la cadena de valor

Las opiniones arriba señaladas provienen de entrevistas abiertas a los expertos. A continuación se muestra algunas de sus respuestas a un cuestionario estructurado que evaluó aseveraciones[23] sobre la contribución de condiciones del entorno críticas para el emprendimiento. En la Tabla 8 se resumen las calificaciones obtenidas.

Tabla 8— Calificaciones promedio de las opiniones de los Expertos agrupadas en categorías

Categoría	Descripción	Calificación	Escala
A	Apoyo Financiero	2,22	Más bien falso
B	Políticas Gubernamentales	2,26	Más bien falso
C	Programas Gubernamentales	2,10	Más bien falso
D	Educación y formación	2,62	Ni cierto ni falso
E	Transferencia I + D	1,97	Más bien falso
F	Infraestructura comercial y profesional	2,94	Ni cierto ni falso
G	Apertura del mercado interior	2,25	Más bien falso
H	Acceso a infraestructura física	3,49	Más bien cierto
I	Normas sociales y culturales	2,56	Ni cierto ni falso
K	Percepción de oportunidades	2,75	Ni cierto ni falso
L	Habilidades para Start up	2,40	Más bien falso
M	Motivación para Emprender	3,37	Ni cierto ni falso
N	Legislación Propiedad Intelectual	2,12	Más bien falso
P	Apoyo a la mujer	3,10	Ni cierto ni falso
Q	Apoyo al crecimiento	2,61	Ni cierto ni falso
R	Innovación	3,06	Ni cierto ni falso

23 Para la evaluación se utilizó una escala Likert de 5 puntos, donde 1 representaba falso, 5 cierto y 3 ni cierto ni falso

Como se puede observar prácticamente ninguno de los factores fue evaluado favorablemente, aquellos con mayores puntuaciones están ligeramente por encima del punto de indiferencia "ni cierto ni falso". Aun así se observarán con mayor detenimiento las aseveraciones que contaron con mayor acuerdo en relación a su contribución positiva con el emprendimiento entre los expertos. Acceso a infraestructura física, motivación para emprender, y apoyo a la mujer obtuvieron mejores evaluaciones.

Con respecto a *Infraestructura Física* obtuvieron mejores puntuaciones el acceso y costo manejable por una empresa que inicia, a los servicios básicos como electricidad y agua, acceso y costo a comunicaciones (telefonía, internet), sin embargo el apoyo de la infraestructura vial y manejo o recolección de desechos obtuvo una baja calificación.

En relación a la *Motivación para Emprender,* los expertos coincidieron con la población encuestada en que ser emprendedor en Ecuador tiene legitimidad y aceptación social (opción de carrera deseable, atención por parte de los medios, nivel de estatus y respeto) lo cual corrobora el soporte cultural de la sociedad ecuatoriana al emprendimiento. La evaluación por parte de los expertos del factor *Apoyo a la Mujer* como promotor del emprendimiento deja ver que aun hay tareas pendientes. Están ampliamente de acuerdo en que hombres y mujeres poseen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para iniciar un nuevo negocio, sin embargo creen que aun no se dan todas las facilidades y provisión de servicios para que las mujeres puedan mantener una actividad laboral una vez iniciada una familia; consideran que no se incentiva por igual a hombres y mujeres para convertirse en propietarios, y que no tienen igual acceso a oportunidades para emprender. Aunque no se observa mayor discrepancia entre las opiniones vertidas por los expertos en las entrevistas y en sus respuestas al cuestionario estructurado, analizando las respuestas agrupadas según el perfil de los expertos se encontraron algunas diferencias que se comentan a continuación. Aquellos expertos que se autodefinieron como emprendedores, consideraron que las agencias gubernamentales no son competentes y efectivas para apoyar nuevas iniciativas de negocio, el resto de los expertos tiene una mejor percepción sobre la efectividad de estas instituciones. Diferencias en apreciación también se dan con respecto a la escalabilidad o potencial de crecimiento del negocio como una variable crítica al momento de decidir apoyar nuevos negocios; en este caso los expertos emprendedores están de acuerdo, pero los formuladores de políticas no lo están.

Como todos los años las opiniones de expertos fueron un complemento importante a la información obtenida de la encuesta a la población adulta para entender la dinámica emprendedora de Ecuador, sin embargo tanto las opiniones de emprendedores, expertos y población en general debe tomarse con cautela, porque, como el párrafo anterior permite ver, dependen de la perspectiva de cada individuo según el rol y experiencias que haya tenido.

7. REFLEXIONES SOBRE LOS RESULTADOS

En los últimos tres años hemos presenciado cambios en la actividad emprendedora, producto en algunos casos del impacto de la crisis económica global en el empleo y también en las percepciones de oportunidades de negocio, y en la intención de emprender. En el periodo de estudio se observó una reducción del desempleo, del subempleo, y un incremento de la población económicamente activa en el sector formal[24]. Estas condiciones podrían explicar parcialmente la composición de la TEA 2010 y las variaciones con respecto al 2009.

7.1. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

En el 2010 se observaron algunos signos de recuperación de la dinámica empresarial. En resumen se observaron cambios tales como el aumento de la TEA que pasó de 15,8% en el 2009 a 21,3% en el 2010, incremento de los emprendedores nacientes, crecimiento del número de emprendedores por oportunidad y la disminución de aquellos por necesidad. También existió una mayor proporción de individuos que percibieron oportunidades de negocio próximas y creció la intención de emprender. El incremento de emprendedores nacientes es una buena señal mostrando el ingreso de nuevos actores al mercado, aunque también hubo una reducción en emprendedores nuevos y establecidos reflejando el cierre de algunos negocios. El 7,2% de los adultos consultados manifestaron haber cerrado un negocio en el año anterior, cifra que superó a la del 2009; el 59% de los emprendedores nuevos informaron haber cerrado un negocio en el último año y hubo una reducción de negocios establecidos en comparacion al año anterior.

Los emprendedores por oportunidad incrementaron y la proporción llegó al nivel que tenía en el 2008, pasando del 68% al 72%, aunque la TEA motivada por la mejora, es decir aquel emprendimiento para obtener independencia o mejorar los ingresos excluyendo la motivación de tan solo mantenerlos, creció poco entre el 2009 y el 2010. Tanto en los emprendimientos por oportunidad como por necesidad la proporción de hombres fue superior a la de mujeres; con respecto a las motivaciones particulares se encuentra que “tener mayor independencia” predominó en las mujeres y en los hombres “incrementar los ingresos personales”, igual situación se presentó en el 2009.

La razón oportunidad/necesidad alcanzó un valor de 2,6, superior a la de años anteriores, lo que podría marcar el inicio de un cambio en la composición de los emprendimientos; estas razones aumentan a medida que los emprendimientos por oportunidad desplazan a los de necesidad y las razones altas son usualmente características de economías basadas en la innovación. El promedio de la razón oportunidad – necesidad en América Latina fue de 2,86, oscilando entre 1,49 para Colombia y 4,86 para Bolivia, esta última con un comportamiento atípico para su tipo de economía. Para las economías basadas en factores la razón promedio fue de 2,46; fue 2,56 para los países de economías basadas en la eficiencia-etapa en la que se clasifica a Ecuador; y el promedio para los países de economías basadas en la innovación fue de 4,81.

No se observan cambios mayores en los sectores en los cuales los emprendedores iniciaron sus negocios, ni en el tipo de negocios, pero, aun predominando los negocios orientados al consumidor-mayormente comercio, estos han venido declinando, reduciéndose en un 8% desde el 2008; del mismo modo en los sectores de transformación y servicios se dió una reduccion del 6% entre el 2009 y el 2010, y durante el último año se evidenció un aumento del 4% de los negocios nacientes en el sector extractivo. En los negocios nuevos se observó una reduccion del 12% al 6% en los restaurantes. No se observan cambios en el grado de internacionalización, de incorporación de tecnología en los negocios, ni de innovación.

Por el momento los resultados no nos proporcionan información que permita adelantar alguna conclusión con respecto a un potencial cambio en la composición de los emprendimientos. Es importante el monitoreo permanente de la actividad emprendedora, a fin de identificar patrones y tendencias, establecer la existencia de cambios así como también describirlos y entenderlos.

7.2. EFECTOS DE LA CRISIS GLOBAL

Aunque el año 2010 para muchos marcó la salida de la crisis global, en general se observa inercia y cautela en relación al 2009; los emprendedores mantuvieron su pesimismo en cuanto a la dificultad de iniciar negocios y las nuevas oportunidades; sólo fueron algo optimistas con respecto a sus expectativas de crecimiento. Sin embargo, mirando el crecimiento desde la creación de plazas de trabajo, observamos que la generación de

[24] Durante el periodo de estudio el subempleo disminuyó de 51,6% a 50,4%, así también el desempleo pasó de 8,3% a 7,7% entre junio de 2009 y junio de 2010. La PEA en el sector formal se incrementó de 38,9% a 39,4%, mientras que el sector informal registró un decremento de 44,6% a 43,4%, entre junio de 2009 y junio de 2010 (INEC, 2010).

empleo fue baja en el 2010, el incremento de la TEA obedeció mayormente al aumento en los negocios nacientes que aun no habían generado empleos. En los negocios nuevos en cambio el 80% correspondió a autoempleo.

La observación del comportamiento de las motivaciones para emprender - oportunidad y necesidad - de hombres y mujeres en los últimos tres años nos muestra un probable efecto de la crisis que sólo podemos apreciar ahora cuando contamos con los resultados 2010. El crecimiento en la TEA necesidad entre el 2008 y el 2009 respondió prácticamente al crecimiento de emprendimientos femeninos por necesidad. Este incremento podría explicarse por el aumento del desempleo de mujeres en el mismo periodo, que pasó del 49% al 54%. Sin embargo, la reducción de estos emprendimientos motivados por la necesidad en igual proporción en el 2010, aun cuando el desempleo pasó al 55%[25], podría indicar que las mujeres entraron en la actividad empresarial temporalmente para soportar la economía familiar. En el mismo periodo el emprendimiento de hombres por necesidad tuvo fluctuaciones menores. La temporalidad de los negocios y sus motivaciones es un tema que podría merecer atención en futuros estudios.

7.3. ENTORNO, EDUCACIÓN E INNOVACIÓN

Al igual que en años anteriores los resultados 2010 corroboran que el nivel educativo así como el haber sido entrenado específicamente en emprendimiento y creación de empresas incide en la percepción de oportunidades y en la intención de emprender, de la misma forma que el sentirse competente,con los conocimientos y habilidades para iniciar un negocio. Sin embargo esto no ha sido suficiente en los últimos años para que el impacto de los emprendimientos se refleje en el crecimiento o desarrollo económico del Ecuador. Una mirada a las opiniones de los expertos consultados permiten identificar algunos cursos de acción más concretos.

Entre los factores del entorno que determinan el emprendimiento en un país, nuestros expertos identificaron facilitadores y limitantes. Entre los primeros destacan Apertura de Mercados, Programas Gubernamentales y Educación y Entrenamiento; entre los segundos, Contexto Político, Institucional, y Social, Políticas Gubernamentales, Apoyo financiero, y Educación y Entrenamiento. Pero más allá de los factores que ocuparon los primeros lugares promoviendo u obstaculizando el emprendimiento en el 2010, llama la atención sus observaciones con respecto a las debilidades identificadas en la capacidad para emprender, aun cuando en este sentido un alto porcentaje de la población y de los emprendedores asegura que posee los conocimientos y habilidades para iniciar un negocio. Las debilidades señaladas por los expertos apuntan a emprendimientos con mayor potencial de crecimiento que los ampliamente existentes y recogidos por este estudio; mencionan que los emprendedores no ven las oportunidades que les presenta la tecnología, la falta de innovación, la falta de competencias profesionales, el bajo valor agregado, y poco enfoque en la cadena de valor. Es interesante notar que estas observaciones muestran sobre todo debilidad en la detección de oportunidades en el mercado; en su mayoría los expertos consideran cierto que en el país hay más oportunidades de negocios que emprendedores preparados para aprovecharlas. Probablemente la relativamente baja proporción de emprendedores con grado universitario sea un factor determinante. La educación en emprendimiento a nivel universitario está sin embargo ampliamente difundida en nuestras universidades; tocaría ahora detenernos a analizar sus contenidos y evaluar si responden a las necesidades identificadas.

Otro aporte viene de la observación de los expertos sobre la cadena de valor. Consideran que las empresas establecidas no estarían interesadas en contar entre sus proveedores con nuevos negocios emprendedores, y además que aunque reconocen que los consumidores valoran la innovación en productos y en servicios, estos no necesariamente los comprarían si provienen de nuevas pequeñas empresas. Esto podría plantear la existencia de barreras culturales para la innovación- en parte producto de la desconfianza en la capacidad de los emprendedores- además de la alta concentración de nuestros mercados que también fue motivo de observaciones. Lo anterior podría parecer un contrasentido en vista del apoyo cultural consistentemente encontrado en la sociedad ecuatoriana que acepta y tiene una actitud favorable hacia los emprendedores. Parecería que la actitud favorable hacia los individuos no se extiende naturalmente a sus empresas y los productos o servicios que ofrecen. Este último es un aspecto descuidado hasta ahora que tocaría reforzar por la vía de la educación, pero también a través de la exposición en medios no sólo de los emprendedores sino de las empresas creadas. Políticas recientes así como el nuevo código de la producción fortalecerían al sector de la pequeña y mediana empresa y su impacto debería verse en el mediano plazo en la naturaleza y potencial de crecimiento de los nuevos negocios,

[25] Los índices de desempleo fueron tomados de los informes ENEMDU de marzo 2008, 2009 y 2010 elaborados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC).

en la diversificación, e innovación en productos y servicios de los existentes. Un análisis desde la perspectiva de la oferta y demanda de innovación podría merecer atención para futuros estudios, tanto a nivel de la academia como de los gremios empresariales y otras organizaciones relacionadas.

Como lo han sugerido los resultados del GEM en los últimos años y también los del recientemente desarrollado GEINDEX (Acs & Szerb, 2011) Ecuador tiene a su favor las variables actitudinales del emprendimiento, basadas mayormente en características de los adultos y de su formación; cuenta con una actividad emprendedora alta pero se requiere atender a la calidad y no sólo la cantidad de los emprendimientos, por lo tanto habrá que poner atención en las variables aspiracionales relacionadas a la internacionalización, orientación innovadora y crecimiento de los negocios. Para lograrlo habrá que avanzar en paralelo mejorando y estabilizando algunos de los factores del entorno que han sido priorizados por los expertos consultados.

8. REFERENCIAS

Arteaga, M.E. & V. Lasio. (2010). Educación en Emprendimiento en la Universidad Ecuatoriana: Estado y Oportunidades de Mejora. ESPAE, Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Banco Central del Ecuador. Cuentas Nacionales Trimestrales No. 74. Tomado de la página web www.bce.fin.ec el 20 de julio de 2011.

Gries, T. and W. Naude. (2010). “Entrepreneurship and Structural Economic Transformation,” In Small Business Economics, 34(1): 13–29.

Henrekson, M. (2005). “Entrepreneurship: A weak link in the welfare state”. Industrial and Corporate Change, 14(3): 437–467.

Dutta, S. (2011). Global Innovation Index 2011. INSEAD.

Lange, J., E. Marram, A.S. Jawahar, W. Yong and W. Bygrave (2011). Does an Entrepreneurship education have lasting value? A study of careers of 4,000 alumni. Babson College Entrepreneurship Research Conference, New York: Syracuse University.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos –INEC (2001). VI Censo de Población y V de Vivienda. Página web www.inec.gob.ec.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos –INEC (2010, Diciembre). Indicadores Mercado Laboral ENEMDU. Tomado de la página web www.inec.gov.ec el 20 de julio de 2011.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos –INEC (2010, Junio). Indicadores Mercado Laboral ENEMDU. Tomado de la página web www.inec.gov.ec el 20 de julio de 2011.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos –INEC (2010, Marzo). Indicadores Mercado Laboral ENEMDU. Tomado de la página web www.inec.gov.ec el 20 de julio de 2011.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos –INEC (2009, Junio). Indicadores Mercado Laboral ENEMDU. Tomado de la página web www.inec.gov.ec el 20 de julio de 2011.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos –INEC (2009, Marzo). Indicadores Mercado Laboral ENEMDU. Tomado de la página web www.inec.gov.ec el 20 de julio de 2011.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos –INEC (2008, Marzo). Indicadores Mercado Laboral ENEMDU. Tomado de la página web www.inec.gov.ec el 20 de julio de 2011.

Izquierdo, E. Impact Assessment of an Educational Intervention based on the Constructivist Paradigm on the Development of Entrepreneurial Competencies in University Students (tesis doctoral). Ghent: Ghent University, 2008.

Lasio, V., M.E. Arteaga, G. Caicedo. (2010). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2009. Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Lasio, V., M.E. Arteaga, G. Caicedo. (2009). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2008. Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Levie. J. (2010). IIIP Innovation Confidence Report 2009. San Francisco: Institute for Innovation & Information Productivity. Available at: www.iii-p.org

Porter, M.E., J.J. Sachs, J. McArthur. “Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development.” In The Global Competitiveness Report 2001–2002, edited by M.E. Porter, J.J. Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur and K. Schwab, 16 – 25. New York, NY: Oxford University Press, 2002.

Rodríguez, D., V. Lasio. (2006). Inventario de ideas, iniciativas vigentes y actores que buscan promover la empresarialidad. Guayaquil, Ecuador: ESPAE-ESPOL.

Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología –SENACYT (2011). Indicadores de Actividades Científicas y Tecnológicas Ecuador. Tomado de la página web www.senescyt.gob.ec el 20 de julio de 2011.

The World Bank. Doing Business 2010. Washington, D.C.: The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank, 2010.

Acs, Z.J., L. Szerb. (2010). Global Entrepreneurship and Development Index 2011. Edward Elgar Publishing Ltd, 349 pages, pp-122-125.

ANEXOS

ANEXO A

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Oportunidades percibidas: Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe buenas oportunidades para iniciar una empresa o negocio en el área donde vive.

Capacidades percibidas: Porcentaje de la población (18 a 64 años) que cree poseer las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio.

Intenciones emprendedoras: Porcentaje de la población (18 a 64 años) que tiene intenciones de iniciar un negocio en los próximos tres años.

Miedo al fracaso: Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe la existencia de oportunidades, pero señala que el miedo al fracaso es un disuasivo para formar una empresa.

Emprendimiento como una elección de carrera deseable: Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que comenzar un negocio es una elección de carrera deseable.

Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores: Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que los emprendedores gozan de un alto estatus y reconocimiento social.

Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento: Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, los medios de comunicación exhiben con frecuencia historias de nuevos negocios exitosos.

Tasa de emprendimientos nacientes: Porcentaje de la población (18 a 64 años) activamente involucrado en crear un negocio del cual será dueño o copropietario, pero que aún no han pagado sueldos, o cualquier otra retribución por más de tres meses.

Tasa de nuevos emprendedores(as): Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño de un nuevo negocio, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado sueldos u otra retribución por un periodo entre los 3 y los 42 meses.

Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA, por su sigla en inglés): Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es un emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio.

Tasa de emprendedores(as) establecidos(as): Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño y gestor de un negocios establecido, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado salarios u otra retribución por más de 42 meses.

Tasa de actividad emprendedora total: Porcentaje de la población (18 a 64 años) que está involucrado en una actividad emprendedora de fase inicial o es dueño y gestor de un negocio establecido.

Tasa de descontinuación de la actividad emprendedora: Porcentaje de la población (18 a 64 años) que ha descontinuado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea por venta, cierre o término de la relación entre dueños y gestores con el negocio.

Motivación de la actividad emprendedora: Porcentaje de la población (18 a 64 años) involucrada en actividad emprendedora en etapas iniciales, que manifiesta como motivación iniciar un negocio por oportunidad (ser independientes o incrementar sus ingresos) o por necesidad (no tienen otra opción real de empleo).

Actividad emprendedora en etapas iniciales con altas expectativas de crecimiento (HEA, por su sigla en inglés): Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio y que espera emplear por lo menos 20 personas en los próximos 5 años.

Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada al mercado de nuevos productos: Porcentaje de emprendedores(as) de fase inicial que señalan que sus productos o servicios son nuevos para al menos algunos de sus clientes y que no hay muchos negocios que tengan una oferta similar.

Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada a mercados internacionales: Porcentaje de emprendedores(as) en etapas iniciales que indica que al menos un 25% de sus clientes provienen de mercados extranjeros.

Actividad emprendedora en fase inicial en sectores tecnológicos: Porcentaje de emprendedores(as) de fase inicial (como fue antes definido) que es activo en el sector de la “alta tecnología” o “media alta”, de acuerdo a la clasificación de la OECD (2003).

ANEXO B

CONTEXTO Y CONDICIONES PARA LOS EMPRENDEDORES

Apoyo financiero: Disponibilidad de recursos financieros, equidad y deuda para firmas nuevas y en crecimiento, incluyendo donaciones y subsidios.

Políticas gubernamentales: El grado en que aquellas políticas gubernamentales concernientes a impuestos, regulaciones, fuerza laboral, seguridad social, administración burocrática, promoción y apoyo del Emprendimiento y su aplicación, son neutrales o impulsan o no, a las compañías nuevas y en crecimiento.

Programas gubernamentales: La presencia de programas directos para asistir a firmas nuevas y en crecimiento en todos los niveles de gobierno – nacional, regional y municipal.

Educación y entrenamiento: El grado en que el entrenamiento en iniciar o administrar/ gerenciar pequeños, nuevos o grandes negocios está contemplado en el sistema de educación, y la calidad, relevancia y profundidad de tal educación y entrenamiento.

Investigación y transferencia de desarrollo: El grado en que la investigación y desarrollo (R & D) del país conduce a a nuevas oportunidades comerciales, y si está disponible o no la investigación y desarrollo para los pequeños, nuevos o negocios en crecimiento.

Infraestructura comercial y profesional: La influencia de servicios comerciales, contables y legales y la existencia de instituciones que permiten o promueven pequeños, nuevos o crecientes negocios.

Apertura de mercados/Barreras de entrada: El grado en que se evita que los arreglos comerciales sufran cambios constantes, previniendo que firmas nuevas y en crecimiento compitan y reemplacen a los proveedores, subcontratistas y consultores existentes.

Acceso a Infraestructura Física: Acceso a recursos físicos – comunicación, electricidad, agua potable, transporte, tierra o espacio – en un precio que no discrimine a los negocios pequeños, nuevos o en crecimiento.

Normas sociales y culturales: El grado en que las normas culturales y sociales existentes impulsan o previenen acciones individuales que pueden conducir a nuevas formas de hacer negocios o actividades económicas logrando una mayor dispersión en riqueza e ingreso.

Capacidad para emprender: El grado de experiencia de los emprendedores, conocimiento y comprensión de lo que significa emprender, percepción de nuevas oportunidades de negocio, habilidades para iniciar un negocio, y nivel de orientación intraemprendedora.

Clima económico: El efecto que tiene el crecimiento o decrecimiento económico, el desempleo y la situación económica personal en el Emprendimiento.

Características de la fuerza laboral: Se refiere a la disponibilidad y existencia de trabajadores con las habilidades para ser considerado dentro de la fuerza laboral, el costo general de los empleados calificados y la participación de auto empleados en la fuerza laboral.

Composición percibida de la población: El efecto que tiene la edad, raza, cultura, religión y tamaño de la población en un país con actividad emprendedora

Contexto político, institucional y social: Se refiere al grado en que el clima político general, la eficiencia política-administrativa, el sistema judicial, el nivel de crimen, la corrupción, la calidad de vida y las relaciones industriales conducen al Emprendimiento.

ANEXO C

DESCRIPCIÓN DE LOS SECTORES DE NEGOCIOS

Orientados al consumidor. Corresponde a actividades como: Venta al detalle, restauración, hotelería, servicios al consumidor, enseñanza, salud y servicios sociales.

Transformación. Corresponde a actividades como: Manufactura, transporte, construcción, venta al por mayor y comunicaciones.

Servicios a empresas. Corresponde a actividades como: Intermediación financiera, consultoría, actividades inmobiliarias y servicios profesionales.

Extractivo. Corresponde a actividades agropecuarias, mineras, de caza y pesca.

ANEXO D

EXPERTOS PAÍS

AREA	NOMBRE	EMPRESA	CARGO
APOYO FINANCIERO	Efraín Vieira	BIESS	Presidente
	Rodolfo Kronfle	Bolsa de Valores de Guayaquil	Presidente
	Xavier Neira	Citadel Casa de Valores S.A	Propietario
	Andrés Baquerizo	Banco del Pacífico	Presidente Ejecutivo
POLÍTICAS GENERALES DE GOBIERNO	Eduardo Cadena	Federación de Cámaras del Ecuador	Director Ejecutivo
	Jimmy Andrade	CEMDES	Director
	Manuel Chiriboga	El Universo	Editorialista
	Antonio Quezada	Dyvenpro S.A. Grupo Difare	Gerente General
PROGRAMAS DE GOBIERNO	Jairo Tiusabá	CAF	Ejecutivo de Competitividad
	Leopoldo Avellán	BID	Economista país
	Renato Carló	CAPIG	Presidente
	Camilo Pinzón	Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad	Director General
EDUCACIÓN & CAPACITACIÓN	Susana Cabeza de Vaca	Comisión Fullbright en Ecuador	Directora Ejecutiva
	Giuseppe Marzano	Universidad San Francisco de Quito	Vicepresidente Académico
	Irma Jara	Centro Nacional de Capacitación y Formación (CNCF)	Directora
	Janeth Granda	JUNIOR ACHIEVEMENT ECUADOR	Gerente de Programas
TRANSFERENCIA INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	Jorge Calderón	CICYT-ESPOL	Director
	Manuel Baldeón	Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (SENESCYT)	Secretario Nacional

AREA	NOMBRE	EMPRESA	CARGO
TRANSFERENCIA INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	Cristian Zilleruelo	Octantis Potenciadora de Negocios	Gerente de Operaciones
	Omar Valarezo	ECOLÓGICO CÍA. LTDA.	Presidente
INFRAESTRUCTURA PROFESIONAL Y COMERCIAL	Enrique Macías	Cámara de Industrias de Guayaquil	Vicepresidente Técnico
	Mauricio Morillo	Capital Management Solutions	Vicepresidente
	Alfredo Bustos	FIDESBuró Soluciones Tributarias	Propietario
	Cecilia Palacio	SARYERS S.A.	Propietaria
APERTURA MERCADO LOCAL	Gonzalo Moya	PRONACA	Vicepresidente de Negocios Internacionales
	María Antonieta Reyes	AMCHAM Ecuador	Directora
	Julio Moscoso	CORPEI	Director
	Francisco Alemán	Autoridad Portuaria de Guayaquil	Presidente del Directorio
ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA	José Pileggi	Ex Presidente	Comisión de Conectividad
	César Regalado	Corporación Nacional de Telecomunicaciones	Gerente General
	Ángel Córdova	Terminal Aeroportuaria de Guayaquil S.A.	Presidente
	Iván Rodríguez	Ministerio de Energía	Ex Ministro
NORMAS SOCIALES Y CULTURALES	Gonzalo Ortiz	Revista Gestión	Editor General
	Auki Tituaña	Municipalidad de Cotacachi	Ex Alcalde
	Adrian Bonilla	FLACSO Ecuador	Director
	Tatiana Ordeñana	Consejo de Participación Ciudadana y Control Social	Miembro

E. EQUIPOS DE PROYECTO GEM

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor	Contact
Angola	Universidade Católica de Angola (UCAN) Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Manuel Alves da Rocha Salim Abdul Valimamade Augusto Medina Douglas Thompson Sara Medina João Rodrigues Nuno Gonçalves	Banco de Fomento Angola (BFA)	SINFIC – Sistemas de Informação Industriais, S.A.	augustomedina@spi.pt
Argentina	Center for Entrepreneurship, IAE Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Aranzazu Echezarreta Juan Martin Rodriguez	Center for Entrepreneurship, IAE Business School, Universidad Austral Banco Santander Rio Subsecretaría de Desarrollo Económico, Ministerio de Desarrollo Económico - Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires	MORI Argentina	SCarbonell@iae.edu.ar
Australia	Australian Centre for Entrepreneurship Research, Queensland University of Technology	Per Davidsson Michael Stuetzer Paul Steffens Marcello Tonelli	Queensland University of Technology	Q&A Market Research	per.davidsson@qut.edu.au
Belgium	Vlerick Leuven Gent Management School	Jan Lepoutre Hans Crijns Miguel Meuleman	Policy Research Centre Entrepreneurship and International Entrepreneurship, Flemish Government	Dedicated Research	info@gemconsortium.org
Bosnia and Herzegovina	Entrepreneurship Development Centre Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	Bahrija Umihanic Rasim Tulumovic Sladjana Simic Mirela Arifovic Boris Curkovic Esmir Spahic Admir Nukovic	Federal Ministry of Development, Entrepreneurship and Crafts Municipality of Tuzla Ministry of Education, Science, Culture and Sports of Tuzla Canton	PULS d.o.o. Sarajevo	office@cerpod-tuzla.org
Bolivia	Universidad Católica Boliviana/ Maestrías para el Desarrollo	Marco Antonio Fernández C. Gover Barja Gonzalo Chavez	FAUTAPO SOBOCE S.A. CAF Embajada de Dinamarca USAID/Proyecto Productividad y Competitividad Bolivia Universidad Católica Boliviana FUNDAPRO AVINA-RBE	CIES Internacional	maf@mpd.ucb.edu.bo
Brazil	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria de S.S. Greco Romeu Herbert Friedlaender Jr. Joana Paula Machado Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia Duarte	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI / PR Serviço Social da Indústria - SESI / PR Universidade Federal do Paraná -UFPR	Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.	simara@ibqp.org.br
Chile	Universidad del Desarrollo Univ. de Tarapacá Corporación Privada para el Desarrollo de la Univ. Arturo Prat Univ. Católica del Norte Agencia Regional de Desarrollo Productivo Atacama Univ. Católica del Norte Univ. Técnica Federico Santa María Univ. Mayor Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins Univ. Católica del Maule Univ. Católica de la Santísima Concepción Univ. del Desarrollo Univ. de la Frontera -INCUBATEC	José Ernesto Amorós Carlos Poblete Vesna Karmelic Mauricio Vega Gianni Romaní Omar Gonzalez Karla Soria Cristóbal Fernández Robin Jorge Cea Valencia Juan Tapia Cristina Betancour Braulio Guzmán, Aracelly Tapia Andrés Valenzuela, Alejandro Sottolichio Jorge Espinoza José Ernesto Amorós Carlos Poblete Gerardo Lagos	InnovaChile de CORFO Área Emprendimiento, Liderazgo y TIC´s de la Universidad de Tarapacá Gobierno Regional de Tarapacá Universidad Católica del Norte, DGIP. Gobierno Regional, Agencia Regional Desarrollo Productivo. CORFO, Agencia regional de Desarrollo Productivo. Universidad Católica del Norte, Departamento de Industrias y Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER, de la Univ. Técnica Federico Santa María El Mercurio de Valparaíso Universidad Mayor Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins Universidad Católica del Maule UCSC-Facultad de Ciencias Económicas y Adminitrativas UDD-Facultad de Economía y Negocios. Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica de la Universidad de La Frontera	Opina S.A.	eamoros@udd.cl
China	Tsinghua University SEM	Gao Jian Qin Lan Jiang Yanfu Cheng Yuan Li Xibao	SEM Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.	gaoj@sem.tsinghua.edu.cn qinl2.04@sem.tsinghua.edu.cn

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor	Contact
Colombia	Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad de los Andes Universidad Icesi	Liyis Gómez Núñez Piedad Martinez Carazo César Figueroa Fernando Pereira Alberto Arias Raúl Fernando Quiroga Rafael Augusto Vesga Diana Carolina Vesga Rodrigo Varela Villegas Luis Miguel Álvarez Juan David Soler Libreros	Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad de los Andes Universidad Icesi	Centro Nacional de Consultoría	mgomez@uninorte.edu.co
Costa Rica	Asociación Incubadora Parque Tec (PARQUE TEC) Universidad de Costa Rica (UCR) Cámara de Industrias de Costa Rica (CICR)	Marcelo Lebendiker Fainstein Petra Petry Rafael Herrera González Guillermo Velásquez López	Banco Interamericano de Desarrollo / FOMIN GTZ / Programa Desarrollo Económico Sostenible en Centroamérica (DESCA) Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) Fundación CRUSA Asociación Incubadora Parque Tec	IPSOS Central America	mlebendiker@parquetec.org ppetry@parquetec.org rafael.herrera@ucr.ac.cr gvelasquez@cicr.com
Croatia	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Suncica Oberman Peterka Djula Borozan	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre – CEPOR, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek – Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb	singer@efos.hr
Denmark	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Kim Klyver Hannes Ottossen Kent Wickstrom Jensen Majbrit Rostgaard Evald Suna Løwe Nielsen Mick Hancock Mette Søgaard Nielsen	Foundation for Entrepreneurship	Catinet	tsc@sam.sdu.dk
Ecuador	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio Ma. Elizabeth Arteaga Guido Caicedo	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) Survey Data	Survey Data	mlasio@espol.edu.ec
Egypt	The British University in Egypt (BUE) Egyptian Junior Business Association (EJB) Middle East Council for Small Businesses and Entrepreneurship, (MCSBE)	Hala Hattab David Kirby Amr Gohar Mohamed Ismail Sherin El-Shorbagi Lois Stevenson Khaled Farouq	Industrial Modernization Center, Ministry of Trade & Industry	AC Nielsen	hala.hattab@bue.edu.eg
Finland	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen Pekka Stenholm Tommi Pukkinen Jarna Heinonen	Ministry of Employment and the Economy Turku School of Economics, University of Turku	Taloustutkimus Oy	anne.kovalainen@tse.fi
France	EMLYON Business School	Olivier Torres Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA	gemfrance@em-lyon.com
Germany	Leibniz University of Hannover and Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Rolf Sternberg Udo Brixy Christian Hundt Arne Vorderwülbecke	Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM), Bonn	sternberg@wigeo.uni-hannover.de
Ghana	Institute of Statistical, Social and Economic Research, University of Ghana	Ernest Aryeetey George Owusu Paul W. K. Yankson Robert Osei Kate Gough Thilde Langevang	Danish Research Council		aryeetey@ug.edu.gh
Greece	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Aggelos Tsakanikas Stelina Chatzichristou	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Datapower SA	ioannides@iobe.gr
Guatemala	Francisco Marroquín University	Hugo Maúl Mónica de Zelaya David Casasola Georgina Tunarosa Lisardo Bolaños Irene Flores Fritz Thomas Jaime Diaz	Francisco Marroquín University	Pablo Pastor	rmaul@ufm.edu

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor	Contact
Hungary	University of Pécs, Faculty of Business and Economics George Mason University Indiana University	László Szerb Zoltán J. Ács Attila Varga József Ulbert Gábor Márkus Attila Pethe Dietrich Péter Siri Terjesen	OTKA Research Foundation theme number K 81527 George Mason University University of Pécs, Faculty of Business and Economics Budapest Corvinus University, Doctorol School of Business Széchenyi University, Doctoral School of Regional- and Economic Sciences	Szocio-Gráf Piac- és Közvélemény-kutató Intézet	szerb@ktk.pte.hu
Iceland	Reykjavik University	Rögnvaldur J. Sæmundsson Hannes Ottóson	Reykjavik University	Capacent Gallup	rjs@ru.is
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan Caro Lucas Nezameddin Faghieh A .A. Moosavi-Movahedi Leyla Sarfaraz A. Kordrnaeij Jahangir Yadollahi Farsi M.Ahamadpour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Zali Mohammad Reza Sepehri	Iran' s Ministry of Labour and Social Affairs Iran's Labour and Social Security Institute (LSSI)	Dr. Mohammad Reza Zali	esut1@ut.ac.ir
Ireland	Dublin City University	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman	Enterprise Ireland	IFF	paula@fitzsimons-consulting.com
Israel	The Ira Center for Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner Yossi Hadad Miri Yemini Dov Barak Harel Yedidsion	The Ira Center for Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev Sami Shamoon College of Engineering Advanced Technology Encouragement Centre (ATEC) in the Negev	The Brandman Institute	ehudm@bgu.ac.il ehudm@exchange.bgu.ac.il
Italy	EntER - Bocconi University	James Hayton Giovanni Valentini		Target Research	giovanni.valentini@unibocconi.it
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj Vanetta Skeete Mauvalyn Bowen Joan Lawla Marcia McPherson-Edwards Horace Williams	College of Business and Management, University of Technology, Jamaica	KOCI Market Research and Data Mining Services	gboodraj@utech.edu.jm
Japan	Keio University	Takehiko Isobe	Venture Enterprise Center Ministry of Economy, Trade and Industry	Social Survey Research Information Co.,Ltd (SSRI)	isobe@kbs.keio.ac.jp
Korea	Jinju National University	Sung-sik Bahn Sanggu Seo Kyung-Mo Song Dong- hwan Cho Jong-hae Park Min-Seok Cha	Small and Medium Business Administration (SMBA) Korea Aerospace Industries, Ltd. (KAI) Kumwoo Industrial Machinery, Co. Hanaro Tech Co., Ltd. Taewan Co., Ltd.	Hankook Research Co.	ssbahn@jinju.ac.kr
Latvia	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Anders Paalzow Alf Vanags Vyacheslav Dombrovsky	TeliaSonera AB	SKDS	olga@biceps.org
Macedonia	University "Ss. Cyril and Methodius" – Business Start-Up Centre Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF)	Radmil Polenakovik Tetjana Lazarevska Lazar Nedanoski Gligor Mihailovski Marija Sazdevski Bojan Jovanovski Trajce Velkovski Aleksandar Kurciev Bojan Jovanoski Igor Nikoloski Ljupka Mitrinovska	Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF) National Centre for Development of Innovation and Entrepreneurial Learning (NCDIEL)	Brima Gallup	radepole@mf.edu.mk
Malaysia	University Tun Abdul Razak	Roland Xavier Leilanie Mohd Nor Dewi Amat Sepuan Mohar Yusof	University Tun Abdul Razak	Rehanstat	roland@unirazak.edu.my
Mexico	Tecnológico de Monterrey	Marcia Campos Arturo Torres Elvira Naranjo	Tecnologico de Monterrey	Alduncin y Asociados	marciac@itesm.mx

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor	Contact
Montenegro	University of Montenegro	Dragan Lajovic Milorad Jovovic Tamara Backovic Stana Kalezic Olja Stankovic Radmila Damjanovic Milos Raznatovic Irena Peric Nada Radovanic Ivana Zecevic Ana Sebek Stevan Karadaglic Miljan Sestovic	Economic Faculty of Montenegro Investment Development Fund of Montenegro Ministry of Economy Of Montenegro Employment Agency of Montenegro Directorate for Development of Small and Medium-Sized Enterprises Chamber of Economy Montenegro	Damar DOO Podgorica	dragan.lajovic@irfcg.me
Netherlands	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Chantal Hartog Sander Wennekers André van Stel Roy Thurik Philipp Koellinger Peter van der Zwan Ingrid Verheul Niels Bosma	Ministry of Economic Affairs, Agriculture and Innovation	Stratus	joh@eim.nl
Norway	Bodø Graduate School of Business	Lars Kolvereid Erlend Bullvåg Bjørn-Willy Åmo Terje Mathisen Eirik Pedersen	Ministry of Trade and Industry Innovation Norway Kunnskapsparken Bodø AS, Center for Innovation and Entrepreneurship Kunnskapsfondet Nordland AS Bodø Graduate School of Business	TNS Gallup	lars.kolvereid@hibo.no
Pakistan	Institute of Business Administration (IBA), Karachi	Sarfraz A. Mian Arif I. Rana Zafar A. Siddiqui Shahid Raza Mir Shahid Qureshi	US Agency for International Development. Centre for Entrepreneurial Development, IBA, Karachi. LUMS, Lahore Babson College, USA	Oasis International	sarfraz.mian@ oswego.edu
Palestine	The Palestine Economic Policy Research Institute -MAS	Samir Abdullah Yousef Daoud Tareq Sadeq Muhannad Hamed Alaa Tartir	Arab Fund for Economic & Social Development Palestinian National Authority (PNA)	The Palestine Central Bureau of Statistics (PCBS)	info@pal-econ.org
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida Oswaldo Morales Keiko Nakamatsu Liliana Uehara	Universidad ESAN	Imasen	jserida@esan.edu.pe
Portugal Regional Team: Azores	SPI Ventures Universidade dos Açores (UAC) SPI Ventures	Augusto Medina Douglas Thompson Sara Medina João Rodrigues Nuno Gonçalves Gualter Manuel Medeiros do Couto João Crispim Borges da Ponte Nélia Cavaco Branco	IAPMEI (Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação) FLAD (Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento) Governo Regional dos Açores (Secretaria Regional da Economia) PROCONVERGENCIA	GfKMetris (Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, S.A.)	augustomedina@spi.pt
Romania	Babes-Bolyai University, Faculty of Economics and Business Administration	Mati$ Dumitru Nagy Ágnes Györfy Lehel-Zoltán Pete $tefan Benyovszki Annamária Petru Tünde Petra Szerb László Mircea Com$a Ilie$ Liviu Szász Levente Mati$ Eugenia	Babe$-Bolyai University, Faculty of Economics and Business Administration	Metro Media Transilvania	dumitru.matis@econ. ubbcluj.ro lehel.gyorfy@econ. ubbcluj.ro
Russia	Saint Petersburg Team Graduate School of Management, Saint Petersburg	Olga Verkhovskaya Maria Dorokhina Galina Shirokova	Graduate School of Management at Saint Petersburg State University	Levada-Center	verkhovskaya@gsom.pu.ru
	Moscow Team State University - Higher School of Economics, Moscow	Alexander Chepurenko Olga Obraztsova Tatiana Alimova Maria Gabelko Kate Murzacheva	State University - Higher School of Economics Ministry of Economic Development of Russian Federation		achepurenko@hse.ru

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor	Contact
Saudi Arabia	The National Entrepreneurship Center Alfaisal University	Munira A. Alghamdi Hazbo Skoko Norman Wright Ricardo Santa Wafa Al Debasi	The Centennial Fund/National Entrepreneurship Center	IPSOS	munira@tcf.org.sa
Slovenia	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pušnik Katja Crnogaj	Ministry of the Economy Slovenian Research Agency Finance – Slovenian Business Daily	RM PLUS	rebernik@uni-mb.si
South Africa	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Jacqui Kew Penny Kew	Swiss South African Cooperation Initiative (SSACI) Services SETA Small Enterprise Development Agency (SEDA)	Nielsen South Africa	mike.herrington@gsb.uct.ac.za
Spain	I nstituto de Empresa Regional Universities: Universidad de Cádiz Univ. De Oviedo Univ. de Zaragoza Orkestra Univ. De Deusto Univ. Basque Country Univ. Mondragón. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria & Universidad de La Laguna Univ. De Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria. Universidad Autónoma de Barcelona Universidad de Granada Univ. Miguel Hernández Fundación Xavier de Salas Univ. De Extremadura Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia, SA (BIC Galicia) Universidad de Santiago de Compostela IEBS Univ. de Murcia Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra Servicio Navarro de Empleo.	Juan José Güemes Ignacio de la Vega Alicia Coduras Rafael Pampillón Cristina Cruz Rachida Justo Ricardo Hernández April Win Regional Team Directors: José Ruiz Navarro Enrique Loredo Lucio Fuentelsaz Iñaki Peña Rosa M. Batista Canino Fco. Javier Martínez Carlos Guallarte Yancy Vaillant Lázaro Rodríguez Mª del Mar Fuentes José Mª Gómez Gras Ricardo Hernández Juan Carlos Díaz Araceli de Lucas Iñaki Ortega Antonio Aragón Alicia Rubio Cristina García	DGPYMES IE Business School Junta de Andalucía Gob. del Principado de Asturias Gob. de Aragón Dpto, Industria, Comercio y Turismo Instituto Aragones Fomento Consejo Aragones Cámaras de Comercio. Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral Álava Diputación Foral Bizkaia Diputación Foral Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla La Caja de Canarias Gobierno de Canarias, Promoción Económica y Servicio Canario de Empleo. Fondo Social Europeo Santander Gob. Regional Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda. Grupo Sordecan Fundación UCEIF Diputació de Barcelona: Àrea de Desenvolupament Econòmic. Generalitat de Catalunya: Departament de Treball. PROCESA Air Nostrum IMPIVA Junta Extremadura, Univ. De Extremadura, Central Nuclear Almaraz, Sofiex, Arram Consultores, CCOO U.R Extremadura, Urvicasa Caja Rural de Extremadura, Palicrisa Fundación Academica Europea de Yuste. Fomento de Emprendedores, Grupo Alfonso Gallardo, Infostock Europa Extremadura, Cámara Comercio Cáceres. UGT Extremadura, El Periódico Extremadura, Hoy Diario de Extremadura, Fomento Emprendedores, Infocenter, Ogesa, Hotel Huerta Honda Confederación Empresarios Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia) Universidad de Santiago de Compostela Caja Madrid Ayuntamiento de Madrid Fundación Caja Murcia Consejería de Economía, Empresa e Innovación Instituto Fomento región de Murcia. Centro Europeo de Empresas e innovación de Murcia Univ. Murcia Gobierno de Navarra, Servicio Navarro de Empleo.	Instituto Opinòmetre S.L.	juanjose.guemes@ie.edu
Sweden	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm Ulrika Stuart Hamilton Mikael Samuelsson Kristina Nyström Per Thulin	Vinnova CECIS Confederation of Swedish Enterprise	DEMOSKOP	pontus.braunerhjelm@entreprenorskapsforum.se

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor	Contact
Switzerland	School of Business Administration (HEG-FR) Fribourg	Rico J. Baldegger Andreas A. Brülhart Mathias J. Rossi Patrick E. Schüffel Thomas Straub Sabine Frischknecht Muriel Berger Verena Huber	KTI /CTI (Conferderation's Innovation Promotion Agency) School of Business Administration (HEG-FR) Fribourg	gfs Bern	rico.baldegger@hefr.ch
Taiwan	National Chengchi University China Youth Career Development Association Headquarters (CYCDA)	Chao-Tung Wen Chang-Yung Liu Su-Lee Tsai Yu-Ting Cheng Yi-Wen Chen Ru-Mei Hsieh Chung-Min Lo Li-hua Chen Shih-Feng Chou	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs	NCCU Survey Center	jtwen@nccu.edu.tw
Trinidad and Tobago	Arthur Lok Jack Graduate School of Business, University of the West Indies	Karen Murdock Miguel Carillo Colin McDonald	Arthur Lok Jack Graduate School of Business, University of the West Indies		K.Murdock@gsb.tt
Tunisia	Institut des Hautes Etudes Commerciales - Sousse	Faysal Mansouri Lotfi Belkacem	GTZ – Programme d'Appui à l'Entrepreneuriat et à l'Innovation	Optima	Faysal.mansouri@ yahoo.fr
Turkey	Yeditepe University	Esra Karadeniz	Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey (TOBB)	Akademetre	ekaradeniz@yeditepe. edu.tr
Uganda	Makerere University Business School (MUBS)	Rebecca Namatovu Warren Byabashaija Arthur Sserwanga Sarah Kyejjusa Wasswa Balunywa Peter Rosa	Danish Research Council Makerere University Business School	Makerere University Business School	rybekaz@yahoo.com
United Kingdom	Aston University	Mark Hart Jonathan Levie Michael Anyadike-Danes Yasser Ahmad Bhatti Aloña Martiarena Arrizabalaga Mohammed Karim Liz Blackford Erkko Autio Alpheus Tlhomole	Department for Business, Innovation and Skills (BIS) ONE North East Welsh Assembly Government Enterprise UK PRIME Birmingham City Council Aston Business School Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde	IFF Research Ltd.	mark.hart@aston.ac.uk
United States	Babson College	Julio DeCastro I..Elaine Allen Abdul Ali Candida Brush William D. Bygrave Marcia Cole Lisa Di Carlo Julian Lange Moriah Meyskens John Whitman Edward Rogoff Monica Dean Thomas S. Lyons Joseph Onochie Ivory Phinisee Al Suhu	Babson College Baruch College	OpinionSearch Inc.	jdecastro@babson.edu
Uruguay	University of Montevideo	Leonardo Veiga Adrián Edelman Pablo Regent Fernando Borraz Alvaro Cristiani Cecilia Gomeza	University of Montevideo Banco Santander Uruguay	Equipos Mori	lveiga@um.edu.uy
Vanuatu	UNITEC	Robert Davis Malama Solomona Asoka Gunaratne Judith King Andrina Thomas-Lini	AusAID UNITEC New Zealand	UNITEC New Zealand	msolomona@unitec. ac.nz rdavis@unitec.ac.nz
Zambia	University of Zambia	Francis Chigunta Valentine Mwanza Moonga Mumba Mulenga Nkula	Danish Research Council	Department of Development Studies, University of Zambia	fchigunta@yahoo.co.uk

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor	Contact
GEM Global Coordination Team		Kristie Seawright Mick Hancock Yana Litovsky Chris Aylett Jackline Odoch Marcia Cole Jeff Seaman Niels Bosma Alicia Coduras			info@emconsortium.org

SOBRE LOS AUTORES

VIRGINIA LASIO

Es Directora y profesora de Comportamiento Organizacional de la ESPAE Graduate School of Management de la ESPOL. Tiene un Ph.D. en Business de la Universidad de Tulane. Es directora del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Ecuador. Sus intereses de investigación son en clima sicológico, entrepreneurship, creatividad y toma de decisiones.

MA. ELIZABETH ARTEAGA

Es Coordinadora de Proyectos y profesora de Estadística en los Negocios de la ESPAE Graduate School of Management de la ESPOL. Tiene un MBA de la Université du Québec à Montréal (UQAM) y un Magíster en Administración de Empresas de ESPAE-ESPOL; su pregrado es en Ingeniería en Estadística-Informática de la ESPOL. Sus intereses de investigación son en Entrepreneurship y Marketing.

GUIDO CAICEDO

Es profesor de Espíritu Empresarial y Nuevos Negocios en la ESPAE Graduate School of Management y del curso de Emprendimiento e Innovación Tecnológica en pregrado de la ESPOL. Tiene un M.Sc. en Computer Science y Postgrado en Comercialización de la Tecnología de la U. Texas en Austin y la ESPOL. Fue Director del Centro de Desarrollo de Emprendedores de la ESPOL del 2003 al 2009. Sus intereses de investigación están en Entrepreneurship e Innovación.

PROMOTORES DEL GEM

El **Global Entrepreneurship Research Association** (GERA) es, para los propósitos formales de constitución y regulación, la organización paraguas que auspicia el proyecto GEM. GERA es una asociación formada por el Babson College, la London Business School y los representantes de la Asociación de equipos nacionales del GEM.

El proyecto GEM es la principal iniciativa enfocada en describir y analizar los procesos emprendedores de un alto número de países. Este programa tiene tres objetivos principales:

- Medir diferencias del nivel de actividad emprendedora entre países.
- Descubrir los factores que promueven niveles adecuados de emprendimiento.
- Sugerir políticas que ayuden a mejorar el nivel de actividad emprendedora.

Los reportes globales, nacionales, temas especiales y nuevos desarrollo están en www.gemconsortium.org. El programa en el año 2008 fue auspiciado por Babson College y la Universidad del Desarrollo de Chile.

Babson College en Wellesley, Massachussets, es reconocida internacionalmente como líder en educación en emprendimiento. Babson otorga títulos de pregrado mediante un innovador programa que obtuviera el premio Theodore M. Hesburgh en el 2002. Además otorga títulos de MBA y Magíster en Ciencias a través de su Escuela de Postgrado en Negocios, F.W. Olin,. La Escuela de Educación Ejecutiva de Babson ofrece programas ejecutivos para administradores de todo el mundo.   Para mayor información visitar la página: www.babson.edu.

Universidad del Desarrollo, UDD. Su proyecto educativo fue puesto en marcha por líderes chilenos de los sectores público y de negocios, y es actualmente una de las tres universidades privadas más prestigiosas de Chile. Después de dieciocho años, su rápido crecimiento la han convertido en una expresión de la principal faceta de la Universidad: emprendimiento. El MBA de la UDD es uno de los mejores e América del Sur y es el número uno en Emprendimiento, de acuerdo a la revista América Economía 2008, un logro que una vez más representa el sello “emprendedor” que está presente en el espíritu de la Universidad. Para mayor información visite www.udd.cl

EJECUTORES DEL GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR EN ECUADOR

ESPAE Graduate School of Management desde su creación hace 27 años ha sido pionera en la educación en administración y gerencia. En 1998 introdujo los cursos de Espiritu Empresarial en todas sus maestrías.

Hasta la fecha cuenta con aproximadamente 1975 graduados de todos sus postgrados. En el 2003 impulsó la creación del Centro de Desarrollo de Emprendedores (CEEMP), en el período 2003-2009 lideró el Programa de Desarrollo de Emprendedores de la ESPOL, y es referente nacional y regional en educación e investigación en Emprendimiento.

Para mayor información visitar las páginas:

www.espae.espol.edu.ec,

www.ceemp.espol.edu.ec

CONTACTOS

Para obtener mayor información acerca de este reporte contactar a:

Virginia Lasio
ESPAE Graduate School of Management
mlasio@espol.edu.ec

Ma. Elizabeth Arteaga G.
ESPAE Graduate School of Management
marteaga@espol.edu.ec

Guido Caicedo
ESPAE Graduate School of Management
caicedo@espol.edu.ec

ESPAE GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

www.espae.espol.edu.ec

Campus Las Peñas, Malecón 100 y Loja
Telf.: (593-4) 2530 383 - (593-4) 2530057
E-mail: espae@espol.edu.ec
Guayaquil - Ecuador