



ISSN No. 13903047



**ESPAE**  
Escuela de Negocios

# Global Entrepreneurship Monitor

ECUADOR 2019 - 2020

---

Virginia Lasio • Adriana Amaya • Jack Zambrano • Xavier Ordeñana

---



# Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020

## **AUTORES**

Virginia Lasio  
Adriana Amaya  
Jack Zambrano  
Xavier Ordeñana

## **FECHA DE PUBLICACIÓN**

Versión 2 - 20 de octubre de 2020

## **PORTADA**

Daniel Macías  
[daniel28macias@gmail.com](mailto:daniel28macias@gmail.com)

## **DIAGRAMACIÓN**

Jack Zambrano

## **ISSN**

1390-3047

©2020 ESPAE, Escuela de Negocios de la ESPOL. Todos los Derechos Reservados.

Aunque este trabajo está basado en datos recolectados por el Consorcio GEM, el análisis e interpretación de los mismos es responsabilidad única de los autores.

# Contenido

<b>1</b>	<b>Contexto económico</b>	<b>8</b>
1.1	La economía de Ecuador en 2019 . . . . .	8
1.2	Panorama 2020 . . . . .	10
<b>▶</b>	<b>Historias de emprendedores: Analuz Franco - Tutoreando</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>Entorno y emprendimiento</b>	<b>13</b>
2.1	El clima para emprendimiento . . . . .	13
2.2	Fortalezas y debilidades del entorno ecuatoriano . . . . .	16
2.3	Ley de Emprendimiento e Innovación . . . . .	17
<b>3</b>	<b>Emprendimiento en Ecuador</b>	<b>18</b>
3.1	Actividad emprendedora . . . . .	18
3.2	Otros tipos de emprendimiento . . . . .	21
3.3	Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento . . . . .	23
<b>4</b>	<b>Perfil de los emprendedores</b>	<b>25</b>
4.1	Demografía . . . . .	25
4.2	Motivación . . . . .	27
4.3	Perfil de los emprendedores múltiples . . . . .	30
<b>▶</b>	<b>Historias de emprendedores: Adrián Coppiano - BiteMix</b>	<b>31</b>
<b>5</b>	<b>Caracterización e impacto de los negocios</b>	<b>33</b>
5.1	Sector . . . . .	33
5.2	Empleo . . . . .	35
5.3	Financiamiento . . . . .	36
5.4	Alcance . . . . .	37
5.5	Innovación . . . . .	37
<b>▶</b>	<b>Emprendimiento durante la pandemia del coronavirus</b>	<b>38</b>
<b>6</b>	<b>Políticas públicas</b>	<b>42</b>
<b>7</b>	<b>Reflexiones</b>	<b>48</b>
<b>▶</b>	<b>Referencias</b>	<b>49</b>
<b>▶</b>	<b>Apéndices</b>	<b>51</b>
A	Metodología del GEM . . . . .	51
B	Glosario de indicadores GEM . . . . .	56
C	Cambios al cuestionario APS 2019 . . . . .	58
D	Países participantes GEM 2019/2020 . . . . .	59
E	Equipos Nacionales . . . . .	61

F    Sobre los autores ..... 63

# Lista de figuras

1	Variación trimestral del PIB de Ecuador y precios del petróleo . . . . .	8
2	Evolución del empleo en Ecuador . . . . .	9
3	NECI 2019, países de América Latina y El Caribe . . . . .	14
4	Evaluación de las Condiciones Marco para el Emprendimiento en Ecuador, 2019 y años anteriores . . . . .	15
5	Evolución de la Actividad Emprendedora Temprana en Ecuador y países seleccionados . . . . .	19
6	Comparación de la TEA de Ecuador con otros países de la Región . . . . .	20
7	Tasa de salida de negocios, desglosada según la continuidad del negocio . . . . .	20
8	TEA independiente y patrocinada . . . . .	21
9	Actividad Emprendedora del Empleado (EEA) . . . . .	21
10	Emprendedores múltiples . . . . .	21
11	Participación en economía gig y colaborativa . . . . .	22
12	Valores percibidos por la sociedad . . . . .	24
13	Indicadores de percepción individual . . . . .	24
14	Motivaciones para emprender . . . . .	28
15	Combinaciones de motivaciones de los emprendedores . . . . .	28
16	Motivaciones de los emprendedores múltiples . . . . .	30
17	Distribución del monto requerido para iniciar un negocio, emprendedores nacientes y nuevos . . . . .	36
18	Fuentes financiamiento de emprendedores (TEA) según su etapa de negocio . . . . .	36
19	Distribución geográfica de los clientes de emprendedores TEA . . . . .	37
20	Innovación de productos y procedimientos de los emprendedores en la TEA . . . . .	37
21	Distribución por sectores económicos de las empresas . . . . .	39
22	Medidas implementadas por la pandemia . . . . .	40
23	Principales políticas a implementar . . . . .	40
24	Ranking GEI Ecuador y países vecinos, 2013-2019 . . . . .	43
25	Mapa conceptual GEM . . . . .	52
26	Indicadores de emprendimiento GEM . . . . .	52

# Lista de tablas

1	Crecimiento proyectado del PIB Ecuador para 2020 . . . . .	10
2	Perfil de los expertos encuestados NES . . . . .	13
3	Evaluación de los ecosistemas de países latinoamericanos seleccionados . . . . .	14
4	Razones para cerrar un negocio . . . . .	20
5	Distribución de género de emprendedores en diferentes etapas . . . . .	25
6	Distribución demográfica de los emprendedores en diferentes etapas . . . . .	26
7	Motivación y demografía . . . . .	29
8	Demografía de emprendedores múltiples y el resto de la TEA . . . . .	30
9	Ejemplos de actividades de los emprendedores en Ecuador . . . . .	33
10	Sector de los emprendedores en sus diferentes etapas . . . . .	34
11	Generación de empleo por parte de emprendedores (TEA) . . . . .	35
12	Motivación y expectativas de empleo . . . . .	35
13	Subíndices y pilares del Global Entrepreneurship Index (GEI) . . . . .	43
14	Subíndice de Actitudes Emprendedoras . . . . .	44
15	Subíndice de Habilidades Emprendedoras . . . . .	45
16	Subíndice de Aspiraciones Emprendedoras . . . . .	46
17	Perfil demográfico de los encuestados - APS 2019 . . . . .	53
18	Expertos encuestados - NES 2019 . . . . .	55
19	Países participantes y tipos de economías - GEM 2019/2020 . . . . .	59
20	Indicadores de actividad emprendedora, economías de ingresos medios . . . . .	60

## Presentación

En este año presentamos los resultados del Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020, en un momento complicado, cuando nuestra economía, así como la de los demás países de la región y el mundo, ha sido afectada negativamente por la paralización de actividades de toda índole y gastos impuestos por la pandemia de Covid-19. El emprendimiento y los emprendedores no han sido la excepción; como muestran los resultados de un estudio reciente del BID y PRODEM sobre los impactos del Covid-19 en los ecosistemas de emprendimiento en América Latina y el Caribe, los negocios más pequeños y en etapas tempranas de desarrollo, han sido los más vulnerables. Muchos negocios han cerrado, otros reducido su tamaño, otros cambiado de modelo, etc.

Como en años anteriores, este informe se fundamenta en los datos recolectados en el primer semestre del año 2019, pero, este en particular, reflejará una realidad que ya no existe. Sin embargo, consideramos que la información del GEM Ecuador 2019/2020 no ha perdido su valor, se constituirá en el nivel de referencia para evaluar los cambios iniciados en 2020, como resultado de la pandemia principalmente. Aun entendiendo esto, hemos querido explorar el grado de afectación y la naturaleza de los cambios; para el efecto hemos recurrido a diversas organizaciones de apoyo a emprendedores en el país, tales como AEI, EPICO, BuenTrip Hub, I3Lab, AJE, entre otras, a quienes agradecemos por darnos su visión de las fortalezas y oportunidades en el entorno actual, así como también las debilidades y amenazas que enfrentan los emprendedores y el ecosistema local. Dichas organizaciones también nos han permitido acceder a un conjunto de 150 emprendedores a nivel nacional y conocer su situación. Incluimos esta información en nuestro informe como complemento a la información que año a año actualiza el GEM. En esta versión de octubre 2020, Analuz Franco de Tutoreando y Adrián Coppiano de BiteMix —emprendedores ecuatorianos— nos cuentan los inicios de sus negocios y cuál ha sido su respuesta a la crisis.

En este informe se incorporan algunas modificaciones que enriquecen el estudio tanto en contenido como en metodología; en cuanto a los contenidos en la actividad emprendedora temprana, incluyendo el emprendimiento patrocinado por una empresa; en la motivación para emprender, ampliando los motivos que llevan al individuo a iniciar un negocio más allá de las conocidas necesidad y oportunidad; en la estimación del impacto de los emprendimientos, incluyendo el alcance geográfico; y, en cuanto a innovación, especificando tanto productos como procesos y el componente geográfico.

El GEM Ecuador 2019-2020 está estructurado en siete capítulos. En el primero se describe el contexto económico nacional en el cual se desenvuelven los negocios. En el segundo, se analizan las condiciones del ecosistema de emprendimiento nacional, con base en entrevistas a expertos. En el tercero, se cuantifican el total de emprendedores en el país, a partir de encuestas a la población adulta. En el cuarto, se da una mirada a las personas detrás de los emprendimientos, su perfil demográfico y sus motivaciones. En el quinto, se analizan el tipo de negocios y su impacto potencial. En el sexto se presentan recomendaciones de políticas públicas. En el séptimo, se concluye el reporte con reflexiones acerca del estado integral del emprendimiento en Ecuador.

Nuestro agradecimiento a todos quienes nos han apoyado, el equipo de profesores, investigadores y staff de ESPAE, los expertos con su tiempo y conocimiento, las organizaciones arriba mencionadas, y por supuesto los emprendedores quienes, aun en estos momentos difíciles, respondieron nuestros cuestionarios. Los resultados del GEM son de utilidad para múltiples usuarios, que resumo en gobierno, empresa y emprendedores, y academia, y confiamos en que todos lo aprovecharán en pos de mejores y más efectivas políticas públicas, mejoras en nuestro entorno y las facilidades para los emprendedores, e investigación que aborde o profundice otras perspectivas del emprendimiento, contribuyendo al conocimiento local y regional, y en general al fortalecimiento del desarrollo emprendedor.



Virginia Lasio M.  
Directora GEM Ecuador

# 1 | Contexto económico

El contexto económico juega un papel fundamental al momento de iniciar un negocio. El estado actual y las perspectivas a futuro, reflejadas en las tasas de crecimiento, desempleo, e inflación, así como en las políticas del gobierno, pueden no solo afectar la estructura de incentivos para emprender, sino también la capacidad de crear negocios de alto impacto. Por esto, este primer capítulo discute los principales sucesos económicos en Ecuador durante el 2019, así como el panorama 2020.

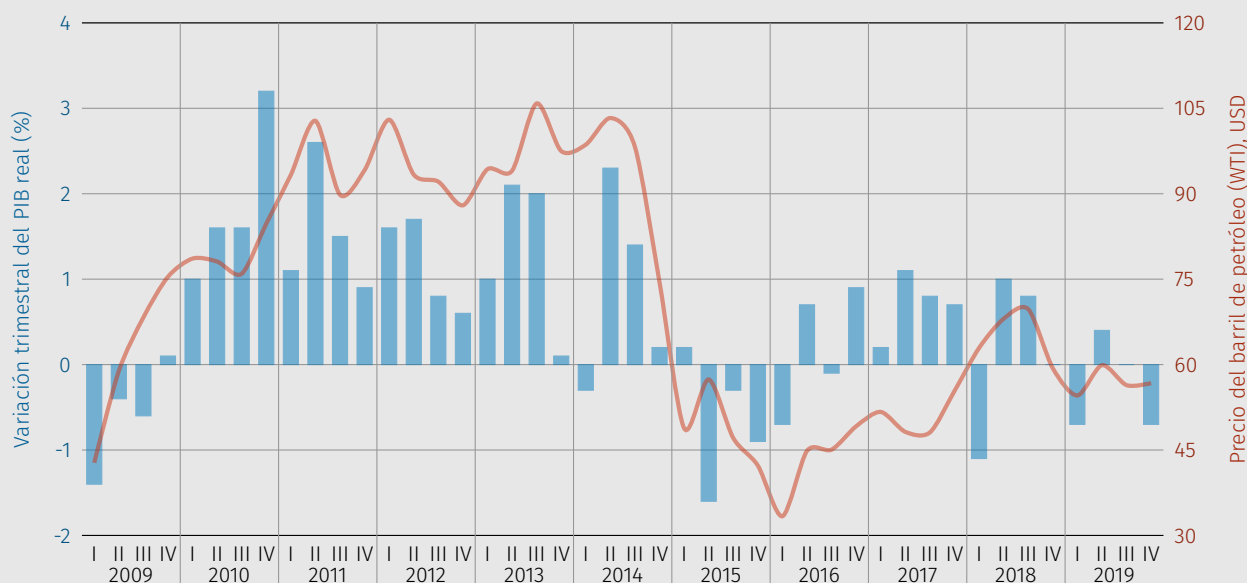
## 1.1 La economía de Ecuador en 2019

Desde varias perspectivas, el 2019 fue un año de estancamiento económico para el país. La variación anual del PIB real fue muy cercana a 0%; de hecho, durante dos trimestres se reportó decrecimiento al 0.7%. A pesar de los esfuerzos para diversificar la economía y dejar de depender en gran medida de las exportaciones petroleras, se observa una alta correlación entre el crecimiento económico y el precio internacional del barril de petróleo (ver [Figura 1](#)). A inicios de la última década, en medio de un boom petrolero, Ecuador experimentó un periodo de crecimiento sos-

tenido (excepto durante la crisis financiera global de 2008-2009). Esto cambiaría a finales de 2014, cuando los precios del petróleo se desploman en alrededor de 50%, lo cual revela las debilidades macroeconómicas del país. A partir de 2015, el crecimiento promedio del PIB trimestral ha sido de 0%.

Debido a factores como la falta de ahorro fiscal durante la época de bonanza petrolera, la baja inversión extranjera directa, y el creciente déficit fiscal, el gobierno puso en marcha el Plan Prosperidad, donde propo-

**Figura 1 Variación trimestral del PIB de Ecuador y precios del petróleo**



**Fuente:** Elaborado por los autores con datos del Banco Central del Ecuador y de Federal Reserve Economic Data (FRED).



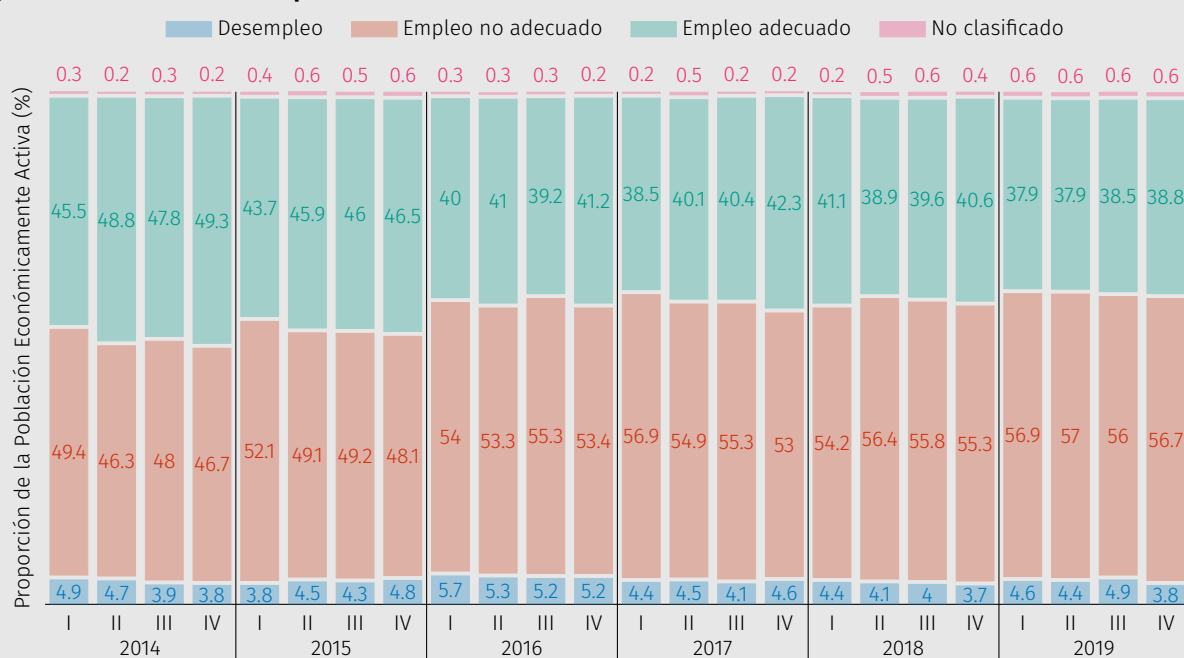
ne una serie de medidas de austeridad y fomento a la producción. Además, el gobierno acudió de manera proactiva a organismos internacionales en busca de financiamiento, consiguiendo una línea de crédito de 10 mil millones de dólares durante el periodo 2019-2021, incluyendo 4.2 mil millones que provienen de un acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI). Como indica [Oberdabernig \(2013\)](#), el participar en un acuerdo con el FMI puede ser contraproducente en el corto plazo, agravando la desigualdad económica y los niveles de pobreza; sin embargo, se espera que estos efectos desaparezcan en el largo plazo.

La austeridad trajo consigo incertidumbre política. Esto fue evidente durante octubre 2019, cuando el gobierno, con el objeto de disminuir la carga fiscal, anunció una serie de medidas económicas, siendo una de ellas la eliminación de los subsidios al combustible. Este paquete de medidas fue altamente impopular y desencadenó una serie de manifestaciones que obli-

garon a paralizar las actividades durante dos semanas en muchas partes del país. Para detener las protestas, el gobierno restableció los subsidios hasta nuevo aviso.

En medio de todos estos sucesos, la tasa de desempleo ha logrado mantenerse estable, siguiendo la tendencia de años anteriores (ver [Figura 2](#)). Sin embargo, esto no necesariamente es una buena señal, debido a que, en Ecuador, cuando hay problemas en el mercado laboral, una parte importante de la fuerza laboral se desplaza hacia el subempleo. Así, por un lado, tenemos que el empleo adecuado —compuesto por quienes que ganan al menos el salario básico y trabajan al menos 40 horas por semana— se redujo en 2019, promediando 38.3% a lo largo del año, mientras que de 2016 a 2018 osciló entre 39 y 41%. Por otro lado, el empleo no adecuado subió a un promedio de 56.6% a lo largo de 2019, registrando 57% al segundo trimestre, valor récord en la serie.

**Figura 2 Evolución del empleo en Ecuador**



**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de la Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

1.2 Panorama 2020

Ecuador ya enfrentaba problemas económicos previo a la pandemia de COVID-19, con capacidad disminuida para responder a la crisis. A inicios de 2020, el Banco Central del Ecuador proyectaba un crecimiento anual del PIB en 0.7%. Sin embargo, la complejidad del contexto económico se multiplicó a raíz de la pandemia de COVID-19. Ante la falta de medidas preventivas, gran parte del mundo se vio obligado a entrar en confinamiento al mismo tiempo para detener el crecimiento exponencial del virus; un escenario sin precedentes que ha interrumpido las cadenas logísticas globales y ha puesto en peligro la sostenibilidad de muchos negocios. La caída súbita del consumo global también afectó a los precios internacionales del petróleo. En este contexto, las proyecciones de crecimiento económico del país han cambiado drásticamente hacia el lado negativo, con valores de alrededor de -7% (Tabla 1).

Los negocios enfrentan una serie de retos en el corto plazo. Basados en una encuesta a empresas latinoamericanas, Kantis y Angelelli (2020) indican que aquellas con menor trayectoria son las más afectadas. Además, muestran que el impacto inmediato varía en gran medida dependiendo del sector, donde las más perjudicadas son las empresas de turismo y entretenimiento, mientras que las de tecnología son las me-

nos afectadas. Camino-Mogro et al. (2020) realizan un ejercicio teórico para diagnosticar la resistencia de las empresas ecuatorianas ante un escenario sin ventas, y concluyen que las reservas de liquidez del 50% de las empresas alcanzaría para financiar hasta 28 días de funcionamiento normal. Aunque la propagación del virus pierda tracción, y las restricciones de movilidad se levanten, esto no necesariamente significa que las preferencias de consumo volverán a su estado previo a la pandemia; se habla de una “nueva normalidad” a la que los diferentes agentes económicos se deberán adaptar.

Tabla 1 Crecimiento proyectado del PIB Ecuador para 2020

Institución	Valor
Fondo Monetario Internacional	-7.6%
Banco Mundial	-7.4%
Comisión Económica para América Latina y el Caribe	-6.5%
Banco Central del Ecuador	-8.3%

Fuente: Elaborado por los autores a partir de reportes de las instituciones respectivas.

## Analuz Franco - Tutoreando

Analuz Franco fundó Tutoreando a inicios del 2018. Tutoreando es una plataforma tecnológica diseñada sobre las bases de la Economía Colaborativa, que da la oportunidad a los profesores de compartir enseñanzas en el área de su elección, registrando en la plataforma el contenido de las clases, y a la vez, incrementando sus ingresos. Así mismo, permite a los estudiantes, padres de familia, y comunidad en general, encontrar, contactar, y tomar cursos o talleres tanto a domicilio como en línea, con un enfoque en este último formato durante la pandemia. Tutoreando tiene como filosofía que la educación es un derecho y, por ende, debe haber un pago justo a los profesionales. En base a esta filosofía, analizan los perfiles de cada estudiante y le ofrecen la mejor alternativa, dando como resultado una educación justa.

“Cuando se tiene el cariño y la visión de ayudar, las puertas se abren; que la vergüenza no te impida darte a conocer, de vender tu idea, de tocar las puertas que sean necesarias.”

Para los usuarios, la propuesta de valor consiste en los altos niveles de calidad y estándares para la selección de profesores y desarrollo de contenidos. Tutoreando también proporciona una variedad de cursos que no sólo brindan conocimientos técnicos, sino materias que complementan el desarrollo de los usuarios de una manera personalizada. Para los profesores, Tutoreando ofrece la oportunidad de darse a conocer y de formar parte de una comunidad de excelencia, que mantiene convenios y actividades con otros institutos de educación. Finalmente, los profesores reciben capacitaciones para mejorar sus habilidades de enseñanza.

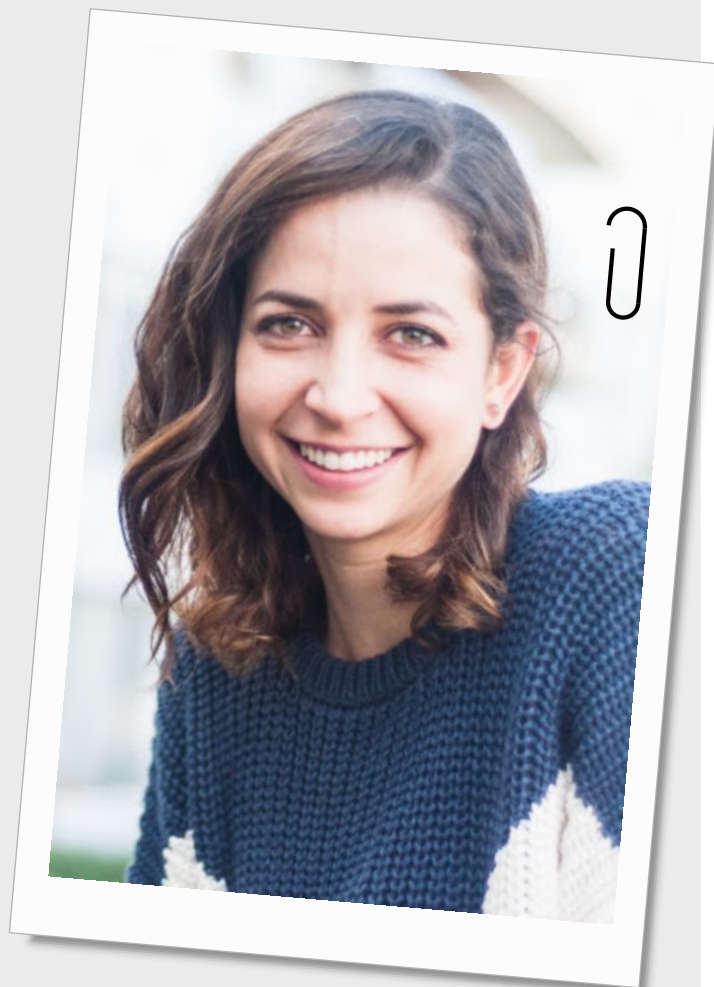
Analuz, ingeniera licenciada en Administración de empresas y marketing, con una subespecialización en gestión ambiental, reside en la ciudad de Quito. Tutoreando surge de la necesidad de resolver un problema personal inicialmente. Analuz buscaba cursos impartidos cerca de su domicilio para que su hija desarrolle ciertas destrezas específicas, pero encontró muy pocas opciones. Igualmente, su experiencia como profesora de equitación, le permitió conocer la dificultad de darse a conocer. Durante el año 2014, intentó establecer diferentes estrategias de marketing como búsqueda de referidos y el boca a boca, pero darse a conocer fue un problema inminente. Las experiencias de Analuz y la necesidad de conectar a ambas partes contribuyeron con la ideación de Tutoreando.

### Tutoreando en sus inicios

En 2014, Analuz obtuvo una beca para iniciar sus estudios universitarios en Quito, y decidió involucrarse en las diferentes actividades sobre emprendimiento que

la universidad ofrecía. Nos cuenta con entusiasmo su visita a Silicon Valley, visita que la llenó de inspiración y de aprendizajes. Antes de dicho viaje, Analuz menciona que ya tenía la idea de Tutoreando, pero que no tenía el capital, y que aún sentía que le faltaba comprender muchas aristas del proyecto. Posterior a esto, en el 2018, empezó a trabajar en Tecniseguros, pero decidida a plasmar su idea, destinaba su tiempo libre y capital para desarrollar Tutoreando; fueron dos años muy intensos, pero poco a poco logró contratar personas para que la ayuden con el diseño del proyecto. En este periodo tan crítico, se le presentó la oportunidad a Analuz de ser promovida a *Subgerente de Negocios Internacionales*. Obteniendo así el “puesto soñado” como ella lo llama, enfrentando el primer dilema desde el inicio de Tutoreando. Analuz aceptó la oportunidad, sin embargo, cambió de parecer a los 8 días, tiempo que le sirvió para decidir que era el momento exacto para dedicarse completamente a su emprendimiento.

“En cierta medida, parte de mi inspiración nace de mi experiencia como profesora de equitación y el deseo de ayudar a otros niños y que vean lo que pueden lograr.”



Analuz menciona que sus conocimientos en marketing la han ayudado a administrar su negocio digital, el manejo de las redes sociales y las interacciones. Su background y experiencia laboral, han sido útiles en la construcción de su emprendimiento. Su trabajo previo en Tecniseguros le permitió adquirir experiencia en la gestión de servicios y comprender la administración de un negocio de intermediación entre dos partes. En las etapas iniciales de Tutoreando, siempre buscó consejos de personas que contaban con experiencia y que ya eran exitosas; considera primordial esta retroalimentación para repensar la idea. Para financiar la empresa, Analuz invirtió todo su capital y obtuvo un préstamo para cubrir el capital de trabajo; este préstamo ha sido cubierto en su totalidad por la generación de los ingresos de Tutoreando. El equipo de trabajo inicial estuvo conformado por siete personas con diferentes perfiles.

Para lograr el crecimiento de Tutoreando, Analuz implementó estrategias de marketing digital, específicamente, el relacionamiento a través de las redes sociales, convenios, visitas a diferentes establecimientos de educación, y una investigación constante de los profesores de excelencia que puedan ser parte de la comunidad, “siempre es necesario contar de que se trata el emprendimiento y tocar puertas”, comenta.

A pesar de tener 2 años en el mercado, Tutoreando ha alcanzado varios hitos que le han permitido entender mejor su producto. Entre estos, contar con más de 200 cursos, más de 400 usuarios, y diversos convenios con universidades destacadas. Cuenta ahora con un equipo de 5 personas. Debido a la pandemia causada por el COVID-19, Tutoreando ha podido crecer y buscar nuevas formas de satisfacer a sus usuarios y profesores, cuidando siempre la experiencia. Nos indica, que la pandemia ha cambiado la forma en que sus usuarios están aprendiendo y esto ha acelerado los cambios estratégicos que Tutoreando había previsto.

### **Estrategia de crecimiento – Post COVID-19**

A junio del 2020, se encuentran remodelando completamente la plataforma colaborativa, ya que Analuz desea brindar toda una nueva experiencia de educación a través de la misma. Anteriormente, la plataforma sólo permitía conectar a las partes, pero sin proporcionar herramientas que les permita realizar conferencias, ver videos, participar en foros, realizar pruebas online, entre otras actividades. Actualmente, se están proyectando hacia un crecimiento en toda Latinoamérica, y, para alcanzar su objetivo, necesitan facilitar los mecanismos para garantizar una educación de excelencia; para esto, es un punto crítico la transformación de su plataforma en un *Learning Management System*. Por otro lado, Tutoreando también se encuentra trabajando el componente social dentro de su modelo de negocio; en este sentido, han establecido convenios con fundaciones como la Cruz Roja y Caminitos de Luz, a fin de dar oportunidades a usuarios que no

tienen la capacidad de adquirir sus servicios.

Para concluir, Analuz aconseja que:

“Es necesario que los emprendedores creen sus propios planes de acción, estableciendo objetivos reales a corto, mediano, y largo plazo, los mismos que tienen que ser evaluados; es fácil perderse en el camino y empezar a procrastinar. Los objetivos de corto plazo deben ser desagregados en objetivos semanales y diarios, manteniendo la disciplina y descubriendo lo que está funcionando y lo que necesita ser cambiado.”

## 2 | Entorno y emprendimiento

### 2.1 El clima para emprendimiento

El clima para el emprendimiento es una medida de la favorabilidad del país para emprender; en el modelo del GEM corresponde a las Condiciones Marco del Emprendimiento (EFC por su sigla en inglés), que son uno de los determinantes de la actividad emprendedora. El grado de suficiencia de las EFC se evalúa a través de la percepción de un conjunto de 36 informantes clave cuyo perfil se muestra en la [Tabla 2](#), denominados expertos país, utilizando para el efecto el cuestionario NES (National Expert Survey). El NES está compuesto por dos bloques:

- Bloque 1: Usando una escala Likert de 0 a 10, los expertos evalúan 9 condiciones del entorno (EFC):
  1. Financiamiento para emprendedores
  2. Políticas gubernamentales
  3. Programas gubernamentales
  4. Educación en emprendimiento
  5. Transferencia de I + D
  6. Infraestructura comercial y legal
  7. Mercado interno
  8. Infraestructura física
  9. Normas sociales y culturales.
- Bloque 2: Los expertos identifican factores que promueven y que limitan el emprendimiento; además se solicita que contribuyan con recomendaciones de mejora para el entorno. Estas respuestas luego son categorizadas y asociadas a cada uno de los factores analizados en el primer bloque.

A partir de este año se introduce una medida global del clima, denominada NECI (National Entrepreneurship Context Index). El NECI resulta del promedio simple de cada uno de los EFC.

#### ¿Qué nos informa el NECI?

Este índice facilita la visualización del estado de una economía en relación con la facilidad para crear y gestionar los negocios, lo que permite comparaciones entre países y regiones, y orienta decisiones de políticas públicas.

**Tabla 2 Perfil de los expertos encuestados NES**

<b>Sexo</b>	Hombres	26
	Mujeres	8
<b>Edad promedio</b>		42
<b>Educación</b>	Vocacional / profesional	2
	Universidad	9
	Máster / Doctorado	26
<b>Años de experiencia en emprendimiento</b>		11
<b>Especialización</b>	Emprendedor	22
	Inversionista	5
	Gestor de políticas públicas	12
	Servicios / apoyo a empresas	15
	Educador / investigador	11
	Otro	4
<b>Sector</b>	Público	8
	Privado	29
<b>Total encuestados</b>		37

**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de la Encuesta Nacional de Expertos, Global Entrepreneurship Monitor 2019.

En el periodo de estudio, Ecuador se ubica en la posición relativa 39 de 54 países participantes en el ciclo 2019 del GEM, donde Suiza y Holanda ocupan las posiciones 1 y 2 respectivamente, ubicándose como los países que ofrecen las mejores condiciones para emprender, aunque no es sinónimo de poseer la más alta actividad emprendedora.

En América Latina y el Caribe, México ocupa la posición 23 y Puerto Rico la 53. Por encima de Ecuador se ubican Chile y Colombia en las posiciones 28 y 35 respectivamente; por debajo, Brasil en la posición 43 seguido de Panamá en la posición 44, y de Guatemala y Paraguay en 51 y 52 respectivamente. La [Figura 3](#) muestra las puntuaciones del NECI para los países de la región; el gráfico se ha centrado en la media de la escala para destacar que en la mayoría de los países

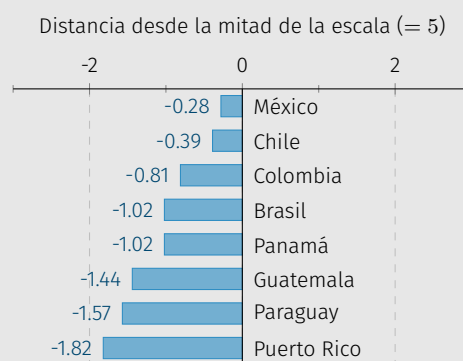
las condiciones marco emprendedoras son insuficientes no solamente para los requerimientos de creación de empresas sino también para su crecimiento y permanencia en el tiempo.

Al observar las puntuaciones obtenidas por los países en cada uno de los EFC, que se analizan a continuación, se hace evidente sin embargo que, aun cuando algunos están mejor posicionados en el NECI, todos poseen debilidades en el entorno. Además, incluso si el NECI es similar, como es el caso de Colombia y Ecuador, esto no significa que las fortalezas y debilidades sean las mismas.

Entre los países latinoamericanos (ver [Tabla 3](#)), el único factor que es evaluado como positivo —es decir, cuya puntuación es mayor a la mitad de la escala (=5)— es la infraestructura física. El segundo EFC mejor evaluado corresponde a las normas sociales y culturales, sobrepasando la media en Ecuador y Chile, pero con un dato aberrante muy bajo en Brasil (3.72). La educación en emprendimiento presenta patrones similares a lo largo de la región, con puntajes muy bajos asignados a la etapa escolar, y relativamente altos en la etapa postsecundaria. La transferencia de I+D también es un denominador común, como debilidad, ya que la mayor parte de los países latinoamericanos están puntuados por debajo de la media global. Por el contrario, también existen diferencias importantes en ciertos factores. Chile, por ejemplo, posee la puntuación más alta en cuanto a programas gubernamentales y políticas relacionadas a impuestos y burocracia,

consecuencia de que el emprendimiento ha sido un importante eje de política pública en este país. Brasil se diferencia del resto por su alta puntuación en cuanto a dinámica del mercado interno, por su tamaño. Paraguay tiene, en promedio, el ecosistema de menor puntuación. Entre Ecuador y Colombia, que tienen un puntaje promedio parecido, la mayor diferencia se encuentra en el apoyo y relevancia del emprendimiento desde las políticas gubernamentales, con Colombia muy por encima de Ecuador y del promedio regional.

**Figura 3 NECI 2019, países de América Latina y El Caribe**



**Fuente:** Elaborado por los autores con datos del Global Entrepreneurship Monitor 2019.

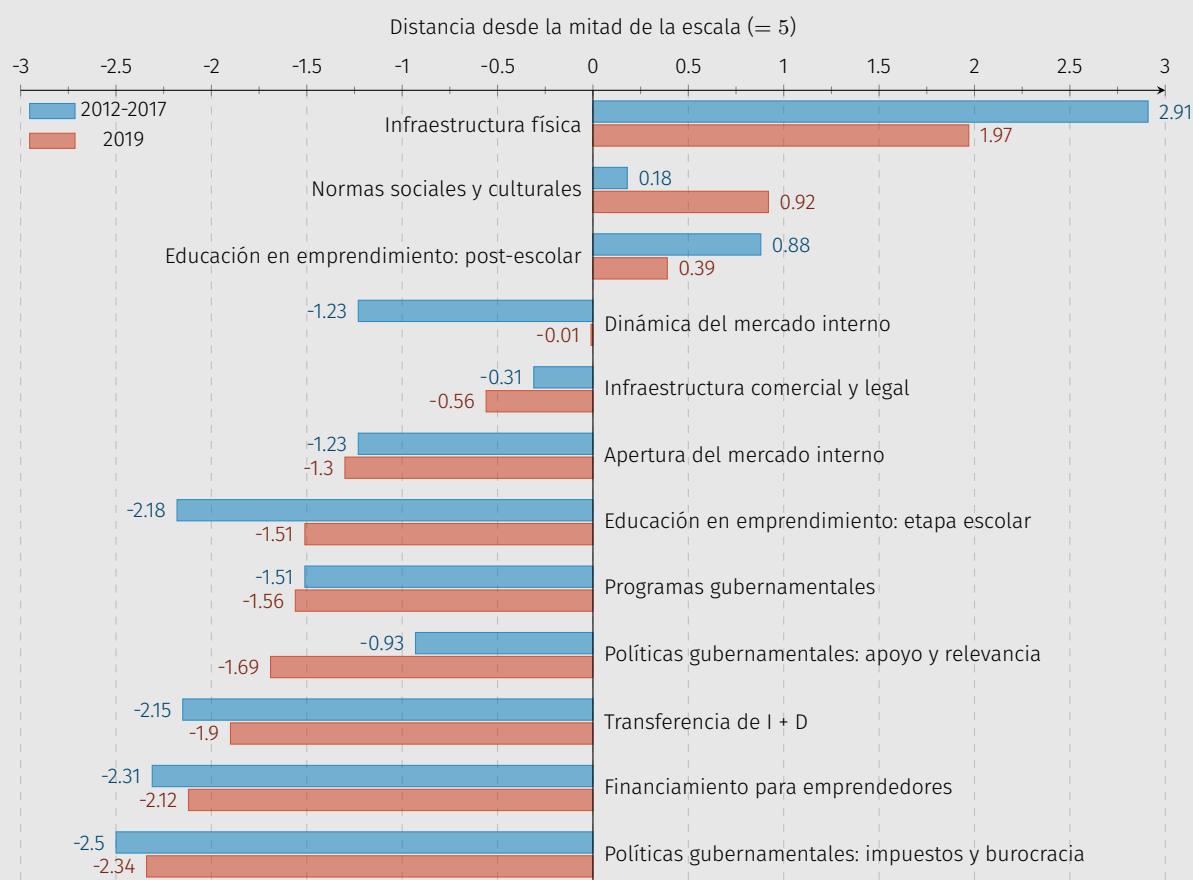
**Tabla 3 Evaluación de los ecosistemas de países latinoamericanos seleccionados**

	Ecuador	Brasil	Chile	Colombia	Paraguay	LatAm	Nivel de ingresos		
							Bajo	Medio	Alto
Financiamiento para emprendedores	2.88	4.78	3.75	3.39	2.52	3.39	4.34	3.78	4.8
Políticas gubernamentales: apoyo y relevancia	3.31	3.92	4.71	5	2.41	3.43	4.49	3.46	4.6
Políticas gubernamentales: impuestos y burocracia	2.66	2.25	4.79	3.11	3.53	3.18	3.91	3.58	4.22
Programas gubernamentales	3.44	3.91	5.47	4.53	3.44	3.89	4.17	3.58	4.85
Educación en emprendimiento: etapa escolar	3.49	2.03	2.54	3.05	1.88	2.49	3.19	2.78	3.39
Educación en emprendimiento: postsecundaria	5.39	4.25	4.93	5.29	3.82	4.73	4.9	4.42	4.82
Transferencia de I + D	3.1	3.21	3.69	3.56	2.47	3.21	3.77	3.34	4.3
Infraestructura comercial y legal	4.44	4.53	4.39	4.02	3.44	4.23	4.8	4.75	5.16
Dinámica del mercado interno	4.99	5.84	4.13	4.5	3.26	4.45	5.53	5.02	5.21
Apertura del mercado interno	3.7	3.86	3.94	3.94	3.79	3.72	4.43	3.88	4.58
Infraestructura física	6.97	5.49	7.72	5.76	5.75	6.24	6.21	6.34	6.93
Normas sociales y culturales	5.92	3.72	5.27	4.74	4.8	4.88	5.08	4.66	5.26

**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de la Encuesta Nacional de Expertos, Global Entrepreneurship Monitor 2019.



**Figura 4 Evaluación de las Condiciones Marco para el Emprendimiento en Ecuador, 2019 y años anteriores**



**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de la Encuesta Nacional de Expertos, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2012-2019.  
**Notas:** Los expertos evalúan cada Condición Marco para el Emprendimiento (EFC) en una escala del 0 (insuficiente) al 10 (suficiente). Las barras representan la distancia de la puntuación promedio de cada EFC respecto a la mitad de la escala.

## Evolución del ecosistema de emprendimiento

Como se observa en la [Figura 4](#), las evaluaciones del ecosistema ecuatoriano muestran diferentes grados de variación, con un patrón donde aquellos EFC que fueron percibidos anteriormente como favorables (por encima de la media), se mantuvieron como favorables en 2019, igualmente los EFC con puntaje desfavorable. Sin embargo, existen cambios importantes en 2019. Resalta la percepción más positiva sobre el dinamismo del mercado interno, que se ubica casi en la mitad de la escala. Además, se evidencian cambios positivos en las normas sociales y culturales, la edu-

cación en emprendimiento durante la etapa escolar, las políticas de impuestos y burocracia para emprendedores, y la disponibilidad de financiamiento para emprendedores. No obstante, también se evidencia un retroceso importante en cuanto a infraestructura física, infraestructura comercial y legal, políticas de apoyo y relevancia hacia el emprendimiento, y educación en emprendimiento en la etapa post escolar. Al promediar todos los factores, la evolución representa un neto positivo, aunque mínimo.

## 2.2 Fortalezas y debilidades del entorno ecuatoriano

Las condiciones marco para Ecuador muestran fortalezas y debilidades del entorno. Entre las fortalezas destacan: la Infraestructura física, las normas sociales y culturales, y la educación en emprendimiento post secundaria; entre las debilidades: Las políticas de gobiernos referidas a impuestos y burocracia, el financiamiento para emprendedores, y la transferencia de investigación y desarrollo. A continuación, los elementos críticos en cada condición.

### Fortalezas

1. **Infraestructura física:** Refleja el apoyo que representan, para las empresas nuevas y establecidas, carreteras y telecomunicaciones, fundamentalmente a través del acceso ágil y asequible a TICs y servicios básicos.
  - a) Acceso a servicios de telecomunicaciones e Internet en un tiempo razonable.
  - b) Servicios básicos a costos asequibles para el emprendedor.
  - c) Acceso a los servicios básicos en tiempo razonable.
2. **Normas sociales y culturales:** Si bien puede considerarse como una fortaleza en relación con otras condiciones del entorno menos favorables para los emprendedores, la valoración de la individualidad y autonomía no es alta, y perdura la aversión al riesgo. La estimulación de la creatividad e innovación en las empresas es reciente.
  - a) Valoración del éxito personal, en particular de los emprendedores.
  - b) Las normas sociales enfatizan la iniciativa.
  - c) En algún grado las normas sociales y culturales valoran la responsabilidad de cada individuo de gestionar su propia vida.
3. **Educación empresarial post secundaria:** En esta condición se diferencia la formación en emprendimiento impartida en la educación primaria y secundaria y aquella que ofrecen las instituciones de educación superior. En esta última, Ecuador consistentemente ha tenido un desempeño medio, superando al promedio regional.
  - a) La formación en administración de empresas prepara adecuadamente y con calidad, para la creación de nuevas empresas y crecimiento de las establecidas.
  - b) Los sistemas de formación profesional y educación continua preparan adecuadamente y con calidad, para la creación de nuevas empresas y crecimiento de las establecidas.
  - c) Las Instituciones de educación superior proveen una preparación adecuada y de calidad, para la creación de nuevas empresas y crecimiento de las establecidas.

### Debilidades

1. **Políticas de gobierno - Impuestos y burocracia:** Refleja la falta de una política dedicada a pequeñas empresas y emprendimientos (al momento de la recolección de datos no se discutía ni aprobaba aún la Ley de emprendimiento).
  - a) Las empresas nuevas no son favorecidas por sistemas de aprovisionamiento público.
  - b) Las nuevas empresas no pueden realizar los trámites administrativos en aproximadamente una semana.
  - c) Los impuestos constituyen una barrera para la creación de empresas y el impulso al crecimiento de las empresas en general.
2. **Apoyo financiero:** Refleja la baja disponibilidad de capital propio de los emprendedores, y la insuficiencia de financiamiento privado y público. La fuente habitual son los familiares y amigos, y aun no hay fuentes no tradicionales como inversores ángeles, por ejemplo.
  - a) Insuficiente capital de riesgo.
  - b) Bolsa de valores no ofrece posibilidades a emprendedores.
  - c) El crowdfunding no es una modalidad ampliamente utilizada.
3. **Transferencia de investigación y desarrollo:** Percibida como una debilidad del entorno, evidencia la todavía pobre transferencia de ciencia y otros conocimientos desde las universidades hacia las empresas nuevas y en crecimiento, y la dificultad de las empresas de base científico-tecnológica locales de competir globalmente.
  - a) Alto costo de acceso a tecnología.
  - b) Insuficiente apoyo del gobierno para acceder a tecnología.
  - c) Insuficiente apoyo a científicos para que puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de empresas. Este resultado se repite en otros países de la región.

Las recomendaciones de los expertos giran alrededor de la facilidad para crear y cerrar empresas, acceso a fuentes de financiamiento no tradicionales como inversión ángel, y crowdfunding por ejemplo, temas que ya se abordan en la nueva Ley de Emprendimiento como se muestra a continuación.



## 2.3 Ley de Emprendimiento e Innovación

En febrero de 2020 entró en vigencia la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, la cual fue presentada en 2019 como Proyecto de Ley ante la Asamblea Nacional. Este fue un esfuerzo de 6 años liderado por la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI), donde uno de los insumos principales fue el criterio de varios actores del ecosistema nacional de emprendimiento. A continuación, los principales ejes de la Ley:

- Implementación de las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), una nueva figura legal para negocios, que simplifica el proceso de empezar un negocio formal. A través de esta figura, se pueden constituir sociedades unipersonales sin capital mínimo.
- Creación del Registro Nacional de Emprendedores (RNE) que permitirá focalizar políticas dirigidas a promover el crecimiento de los nuevos negocios.
- Creación de fuentes alternativas de financiamientos, que incluyen, capital semilla, capital de riesgo, e inversión ángel.
- Promoción de fondos de colaboración o “crowdfunding” para emprendimientos potenciales.
- Contratos laborales más flexibles.
- Reestructuración de las empresas, por medio de la cual los emprendedores pueden crear acuerdos entre sus acreedores con respecto a sus deudas.

Estos ejes de política se alinean con las opiniones de los expertos encuestados en la NES 2019.

## 3 | Emprendimiento en Ecuador

El emprendimiento es un elemento crítico en el crecimiento, especialmente en países en desarrollo como es el caso de Ecuador, donde contribuye al fortalecimiento de las cadenas de valor. En consecuencia, es de vital importancia entender cómo se desarrollan los negocios, cuáles son los cambios que enfrentan, las características de su entorno, y su relación con las motivaciones y percepciones de los emprendedores.

Para llevar a cabo el estudio del Global Entrepreneurship Monitor, se utilizan dos cuestionarios en paralelo; el primero es aplicado a una muestra de al menos 2000 personas de la población adulta (APS), y el segundo es una encuesta nacional que evalúa a 36 expertos con conocimientos y experiencia a nivel nacional sobre el emprendimiento (NES). En el [Apéndice A](#) se comenta más a fondo la metodología del GEM.

Específicamente, esta sección describe las actitudes y percepciones hacia el emprendimiento de la población, que influyen en la decisión de emprender, y los procesos asociados.

### 3.1 Actividad emprendedora

Uno de los principales indicadores del GEM es la tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), que incluye a todas las personas adultas que están en el proceso de iniciar un negocio o han iniciado uno que no ha sobrepasado del umbral de 42 meses. Específicamente, la TEA se compone de dos tipos de emprendedores: emprendedores nacientes y nuevos. Los nacientes son las personas entre 18 y 64 años que están tomando acciones para la puesta en marcha de un negocio, o han empezado uno, pero aún no han pagado sueldos o salarios por más de tres meses. Los emprendedores nuevos son personas, también entre 18 y 64 años, que han pagado sueldos o salarios por más de tres meses, pero menos de 42.

Como se muestra en la [Figura 5](#), en 2019 Ecuador presentó una TEA de 36.2%, superior a la de 2017 que fue de 29.62%. Esto significa que, en Ecuador, alrededor de 3.6 millones de habitantes estuvieron involucrados en la puesta en marcha de un negocio. El aumento de la TEA se visualiza mejor a través de sus componentes: la tasa de emprendedores nacientes en 2019 fue 26.9% y la de negocios nuevos, 10.8%; mientras que estas tasas en 2017 fueron 21.2 y 9.8, respectivamente. Es decir, el cambio en 2019 se da principalmente porque hay más personas tomando acciones para poner en marcha un

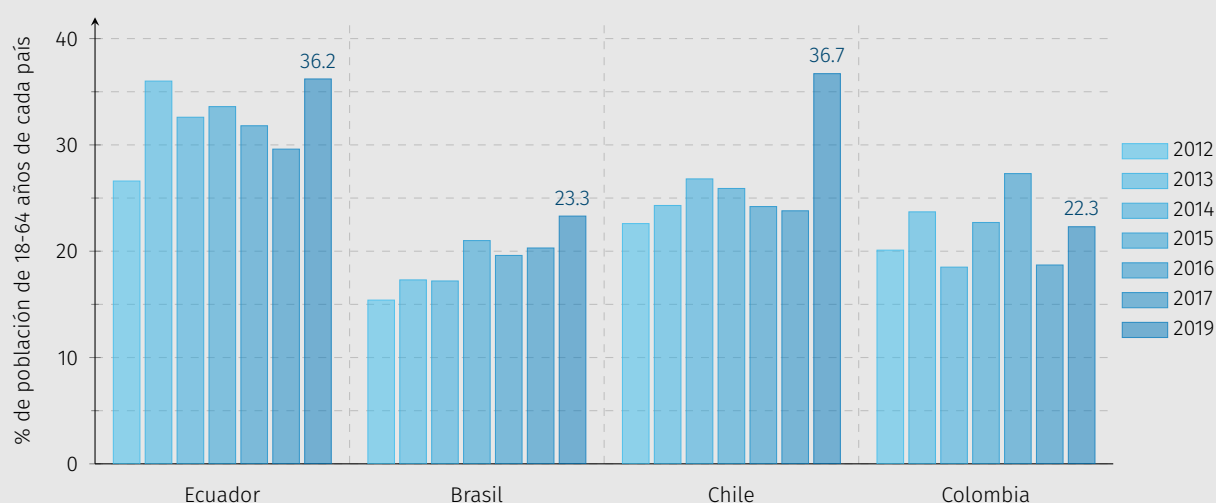
negocio que aún no está en funcionamiento.

Durante el período 2010-2019, la TEA ha venido presentando niveles superiores al 20%. La proporción tanto de emprendedores nacientes como nuevos ha incrementado en el 2019, habiendo más emprendedores nacientes que nuevos. En cambio, la proporción de negocios establecidos (aquellos que superan los 42 meses) disminuyó a 14.7%, desde 15.4% en el 2017.

De acuerdo con los resultados globales, en 2019 los países de América Latina y el Caribe presentan las tasas más altas ([Figura 6](#)). Chile obtuvo una TEA de 36.7%, muy superior a la obtenida en el 2018 que fue de 25.1%, teniendo la tasa más alta de toda la región. El cambio de Chile es principalmente impulsado por un aumento de 11 puntos porcentuales en la tasa de emprendedores nacientes, mientras que la tasa de nuevos se mantiene aproximadamente constante en comparación con el año anterior.

En el conjunto de economías de ingresos medios,<sup>1</sup> entre las cuales se ubica Ecuador, el promedio de la TEA fue 14.9%. Ecuador tiene la mayor TEA dentro de este grupo de países, Guatemala y Brasil alcanzaron valores de TEA por encima del 20.0% y México mostró un indicador TEA por debajo del promedio.

<sup>1</sup>La Metodología del WEF considera como economías de ingresos medios a aquellas con una renta per cápita de entre 3.896 dólares y 12.055 dólares. En el [Apéndice D](#) están los países participantes de esta edición del GEM, clasificados por nivel de ingresos.

**Figura 5 Evolución de la Actividad Emprendedora Temprana en Ecuador y países seleccionados**

**Fuente:** Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

### 3.1.1 Etapas de la actividad emprendedora

El GEM concibe al emprendimiento como un proceso continuo, por cuyas fases pasa un individuo según el grado de madurez de su negocio:

- **Potencial** - Percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses
- **Intencional** - Espera iniciar un nuevo negocio dentro de los próximos 3 años.
- **Naciente** - Realizó acciones durante el último año que contribuyen a la creación de un negocio, o es actualmente propietario de uno, pero ha operado durante menos de 3 meses.
- **Nuevo** - Es actualmente propietario de un negocio que ha operado por más de 3 y menos de 42 meses.
- **Establecido** - Es actualmente propietario de un negocio que ha operado durante más de 42 meses.
- **Salida de negocios** - Dejó la gestión de un negocio durante el último año, por cualquier motivo.

En el 2019, el mayor porcentaje continúa concentrado en emprendedores que muestran intención de emprender (53.0%) en los siguientes tres años. El siguiente grupo son los emprendedores nacientes, emprendimientos que no han superado los 3 meses de operación, Ecuador presenta una tasa alta de 26.9%, por encima del promedio (15.62%) de los países de América Latina, pero al mismo nivel que Chile; habiendo

aumentado 5.7% en comparación al año 2017. La tasa de Ecuador también es la más alta entre las economías de ingresos medios (con promedio 8.7%). En la [Figura 6](#) se pueden observar los resultados para Ecuador y economías cercanas.

Los emprendedores nuevos, aquellos con entre 3 a 42 meses de haber pagado salarios, corresponden a un 10.8%; manteniéndose la brecha entre los negocios nacientes y nuevos; Brasil y Chile muestran las tasas más altas de emprendimientos nuevos, 15.8% y 11.0% respectivamente. La tasa promedio de nacientes es 6.6% para las economías de ingresos medios, variando desde un 3.4% en México, hasta 14.6% y 15.8% en Guatemala y Brasil, respectivamente.

En lo que respecta a negocios establecidos, el 14.7% se encuentra en esta etapa, habiendo disminuido levemente en comparación al año 2017, pero la tendencia decreciente es muy marcada desde el año 2012. Sólo Brasil muestra una tasa de negocios establecidos mayor a la de Ecuador. Dentro de los países de ingresos medios, la proporción promedio de negocios establecidos alcanzó el 8.4% de la población adulta, siendo México quien alcanzó el valor mínimo con un 1.8% y Brasil alcanzó el valor máximo con un 16.2%.

Finalmente, GEM identifica el porcentaje de personas que en el último año han cerrado, vendido o simplemente discontinuado una actividad empresarial que antes estaba en funcionamiento. Según evidencia la

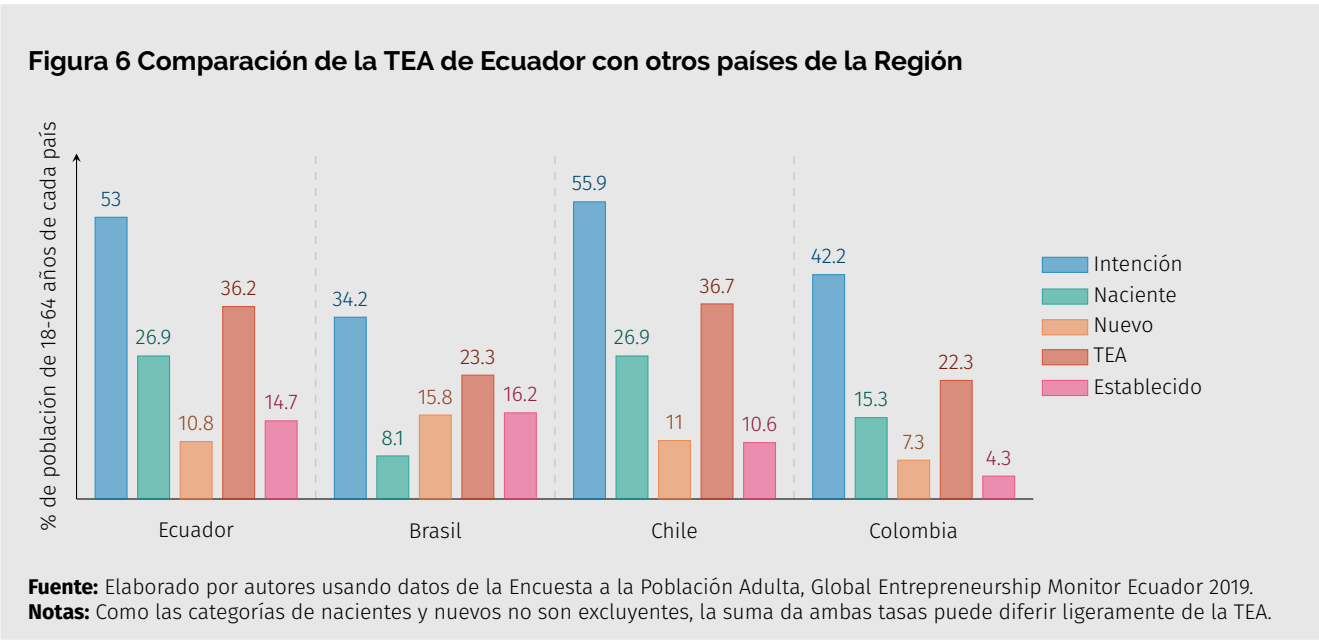
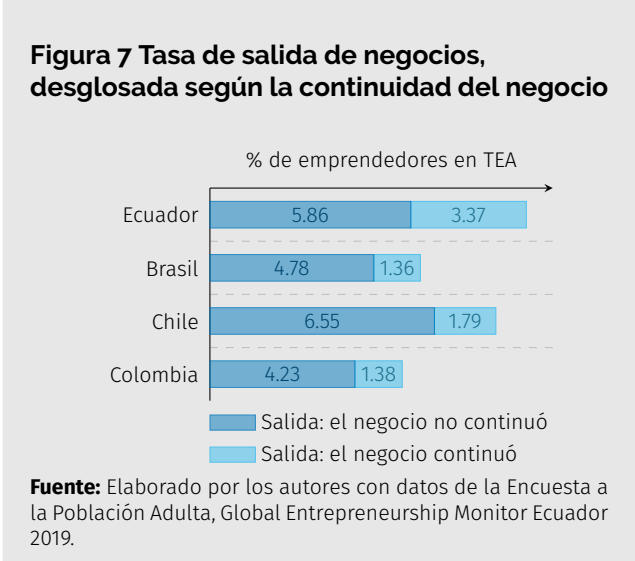


Figura 7, Ecuador no sólo tiene la TEA alta, sino también una tasa de salida de 9.3%, la mayor de la región. Esta tasa está compuesta por el 5.9% de la población adulta que cerró definitivamente el negocio, y 3.4% que salió de un negocio cuyas actividades no han concluido.

Chile, muestra una tasa de salida de 8.3%, inferior a la de Ecuador; sin embargo, la proporción de negocios que dejaron de funcionar es mayor para Chile. Para las economías de ingresos medios, el promedio de salida de negocios fue de 5.9%; Brasil, México y Guatemala, muestran tasas de 6.1%, 4.3%, y 6%, respectivamente.



### 3.1.2 Motivos de salida de los negocios

Las principales razones de salida en el 2019 fueron: problemas personales (32.7%), la falta de rentabilidad (25.2%) y la falta de financiamiento (16.6%). En la Tabla 4 se muestran las razones de salida para Ecuador y otros países. La falta de rentabilidad y los problemas de financiamiento son motivos que se mantienen que los últimos años; los problemas personales han ganado importancia tanto en Ecuador, como en Colombia y Chile en el 2019.

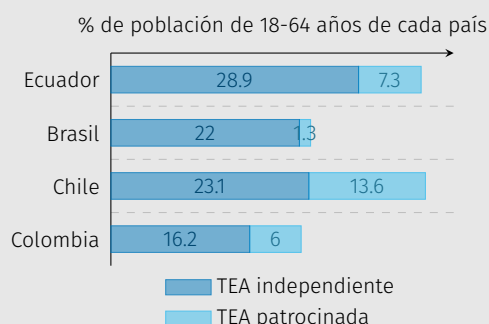
**Tabla 4 Razones para cerrar un negocio**

	Ecuador	Colombia	Chile
Oportunidad de vender	3.7	7.7	1.1
Falta de rentabilidad	25.2	37.4	29.6
Problemas de financiamiento	16.6	14	12.2
Otra oportunidad de negocio	7.9	7.7	11.2
Cierre planificado	3.1	1.2	2.1
Retiro	1.2	0	0.2
Razones familiares / personales	32.7	25.3	37.0
Incidente	3.6	1.1	3.8
Gobierno / impuestos / burocracia	6.1	5.6	2.9

**Fuente:** Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

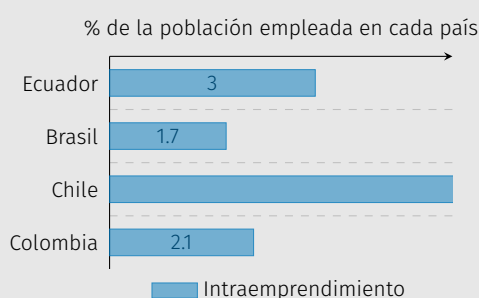
## 3.2 Otros tipos de emprendimiento

**Figura 8 TEA independiente y patrocinada**



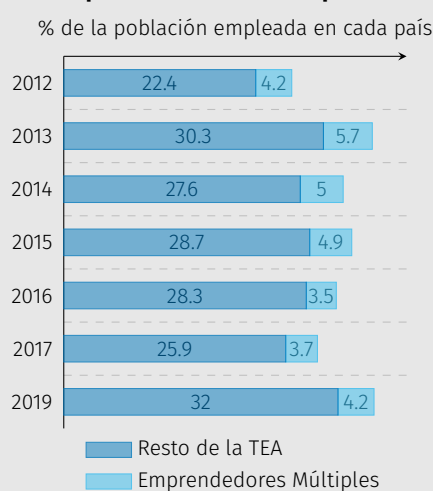
**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

**Figura 9 Actividad Emprendedora del Empleado (EEA)**



**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

**Figura 10 Emprendedores múltiples**



**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

### TEA independiente y patrocinada

Estas clasificaciones de la TEA identifican a los gerentes y propietarios de negocios nacientes y nuevos cuyo negocio es autónomo o independiente de un negocio más grande, y aquellos cuyo negocio se patrocina a través de la propiedad compartida. América Latina y el Caribe es la región con la mayor tasa promedio de emprendimiento independiente, 17.1%; mientras que el emprendimiento patrocinado está en 7%, solamente superado por el 7.9% de América del Norte. Según muestra la [Figura 8](#), el 28.9% de la población adulta de Ecuador manifiesta emprender de forma independiente y otro 7.3% indica emprender con algún tipo de patrocinio, siendo estos resultados mayores al promedio de la región.

### Intraemprendimiento

De acuerdo con el GEM, la Actividad Emprendedora del Empleado (EEA, por sus siglas en inglés) o intraemprendimiento recoge el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que ha estado involucrada en los últimos tres años en el desarrollo de nuevas actividades para su empleador. Dentro de estas actividades se encuentran los proyectos de mejoras de procesos, desarrollo o lanzamiento de un nuevo producto o servicio, crear una nueva área administrativa, entre otros. Un alto nivel de EEA está alineado con el nivel de innovación que tienen las empresas y la apertura para que sus empleados participen en actividades que incentiven la generación de oportunidades.

En 2019, dentro del total de empleados en Ecuador, se estima que solo el 1.29% está involucrado en actividades de emprendimiento como parte de su trabajo; cifra que está ligeramente por debajo del promedio de la región de 1.3%. A pesar de tener niveles más bajos que los otros países de la región, Ecuador ha mostrado una mejoría en comparación al año 2017 cuando tuvo una EEA de 0.54%. En esa misma línea, Colombia ha presentado una tendencia decreciente de su EEA, mostrando una EEA del 2.0% en el 2018, y 0.91% para el 2019. La EEA de algunos países de la región puede observarse en la [Figura 9](#).

### Emprendedores múltiples

Los emprendedores múltiples son aquellas personas que tienen un negocio en marcha (nuevo o establecido) y simultáneamente están tomando acciones para poner en marcha un negocio diferente (emprendedor naciente). La [Figura 10](#) presenta la evolución de este grupo. Se observa que, dentro del total de emprendedores, los múltiples son un grupo relativamente pequeño. En 2015, la tasa de emprendedores múltiples

bajó de 4.9% a 3.5%, luego de que se había mantenido durante 3 años en alrededor de 5%. Desde entonces, la tasa muestra una recuperación ligera, alcanzando en el año 2019, un valor de 4.2%.

## Economía colaborativa

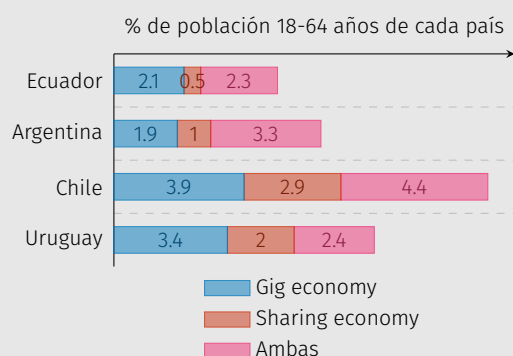
Los negocios de la denominada *gig economy* y de la economía colaborativa están revolucionando el mercado laboral tradicional. Las startups y los individuos que, de manera independiente o freelance, están cambiando las reglas de juego en diferentes sectores, a través de la movilidad de los activos y la creación puestos de puestos de trabajo sin relación de dependencia, son quienes promueven estos cambios. Específicamente, *gig economy* es un modelo que mueve la economía a través de plataformas que ofrecen los servicios profesionales de personas particulares para proyectos de corto plazo, mientras que la economía colaborativa es un nuevo modelo de negocio en el que se comparten e intercambian bienes y servicios a través de plataformas digitales. Los resultados han demostrado que la economía colaborativa y los emprendimientos enmarcados en este tipo de modelo de negocio, se están afianzando a nivel mundial. El modelo de economía compartida basado en plataformas ha mostrado ser un modelo de negocio alternativo sostenible, más que una tendencia temporal (Parente et al., 2017).

Dada la creciente importancia del trabajo por plataformas digitales, en esta edición de la APS hemos incluido un bloque de preguntas sobre este tema. Los resultados indican que, durante 2019, un 4.98% de la población adulta recibió ingresos de plataformas digitales en las cuales trabajaron o alquilaron sus bienes, como se muestra en la Figura 11. Esta tasa es inferior a las mostradas por otros países de la región en el año 2018, como Chile (11.25%) y Uruguay (7.69%). Del total de personas en la *gig economy* y economía colaborativa, el 42.0% le dedica más de 40 horas al mes a este tipo de actividades, el 35.6% dedica entre 10 y 40 horas al mes, y finalmente el 22.4% destina hasta 10 horas al mes. Así mismo, 12.7% indica que a través de sus actividades de *gig economy* y economía colaborativa generan más del 25% de sus ingresos.

Los encuestados indicaron también cuáles plataformas usan. Las de mayor acogida son las de anuncios clasificados, como OLX y Facebook Marketplace. Les sigue WhatsApp e Instagram, aplicaciones sociales que también son usadas para promocionar bienes y servicios debido a su gran número de usuarios activos. Otro grupo de encuestados generó ingresos a través de creación de contenido para YouTube, y de servicios de transporte a través de plataformas como Uber, Cabify, Picker, Rappi, Tipti, entre otros.

Aunque aún no hay datos concretos, se conoce que durante la pandemia del COVID19, la utilización de las plataformas colaborativas de logística ha tenido gran presencia, habilitando la continuidad de los negocios que no tenían ni sistema de pagos digitales, ni entregas a domicilio, ni los recursos para implementar estas funciones. Además, estas y otras plataformas podrían estar atenuando el impacto negativo de la pandemia en el mercado laboral, brindando oportunidades a quienes perdieron sus empleos. No obstante, plataformas para servicios de alojamiento y turismo, como Airbnb, se verán afectadas por la gran disminución del consumo en su sector, uno de los principales afectados por la pandemia.

**Figura 11 Participación en economía gig y colaborativa**



**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

**Notas:** Los datos de Ecuador corresponden al año 2019; el resto, a 2018.

### 3.3 Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento

La decisión de emprender usualmente nace de la combinación de una serie de factores individuales —como la educación y experiencia— y contextuales —como la disponibilidad de buenas oportunidades de carrera. Adicional a estos factores, algunos estudios (ver [Schlaegel y Koenig, 2013](#)) demuestran que las percepciones también son instrumentales para determinar por qué unas personas emprenden y otras no. La idea es que una percepción favorable hacia las habilidades personales para emprender y al emprendimiento como camino de vida, se traducen en una mayor intención a emprender, la cual juega un rol importante en el comportamiento y las decisiones del individuo. Siguiendo la metodología GEM, en el siguiente apartado se presentarán las percepciones de la población adulta entre 18 a 64 años.

#### 3.3.1 Valores sociales

El GEM estima la valoración social hacia el emprendimiento a través de la percepción de la población adulta en tres aspectos: (1) iniciar un negocio es considerado como una buena alternativa de carrera, (2) si los emprendedores exitosos son admirados por la sociedad, y (3) si los medios de comunicación dan cobertura a los emprendedores exitosos, difundiendo sus productos y servicios en el mercado.

En las economías de ingresos medios —incluyendo a Ecuador— dos tercios de los adultos, en promedio, consideran que el emprendimiento es una buena opción de vida, como se muestra la [Figura 12](#). Una actitud similar se observa en países como México y Colombia. Reforzando la aceptación sociocultural del emprendimiento, el 71,9% de la población, manifiesta que los emprendedores que tienen éxito en un nuevo negocio reciben un alto nivel de estatus y reconocimiento por parte de la comunidad. Por el contrario, en cuanto a la cobertura de los medios de comunicación a emprendimientos exitosos, esta ha disminuido a 68,7%, cayendo aproximadamente 3 puntos en el 2019.

#### 3.3.2 Percepciones individuales

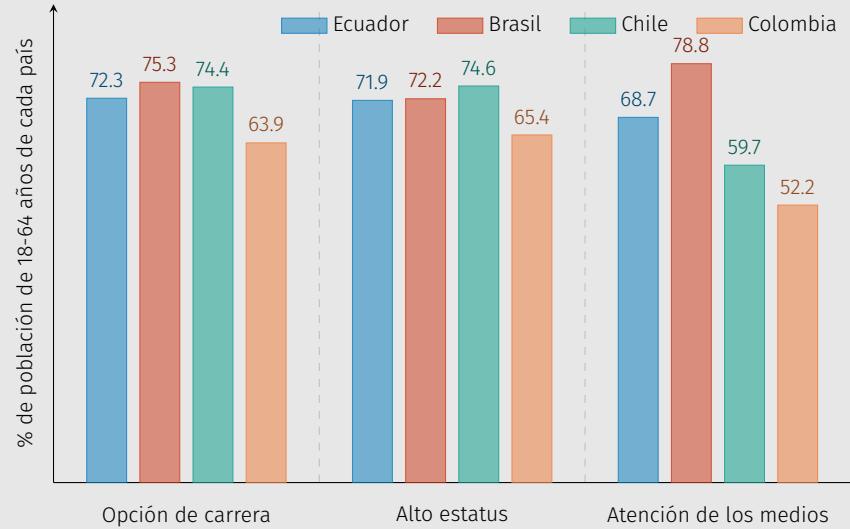
Al respecto, el GEM específicamente analiza los siguientes aspectos: el (1) el conocimiento de emprendedores, (2) existencia de buenas oportunidades en el entorno para iniciar un negocio, (3) facilidad para iniciar un negocio, (4) percepción de capacidades, y (5) miedo al fracaso como barrera para emprender.

Como se muestra en la [Figura 13](#), en el 2019 el 55,8% de la población adulta percibe oportunidades para iniciar un negocio en el área de su residencia, en los próximos 6 meses. El 59,2% conoce a, por lo menos, un emprendedor; y el 55,3% percibió facilidad para iniciar un negocio.

Así mismo, el 78,3% de la población adulta confía en que posee los conocimientos y habilidades necesarias para emprender, destacando entre los países de la región; siendo Chile el país que muestra un promedio mayor al de Ecuador. El 35,8% de la población manifestó que el miedo al fracaso de cierta forma les impediría iniciar un negocio, proporción superior a la obtenida en 2017, cuando fue del 31,7%.

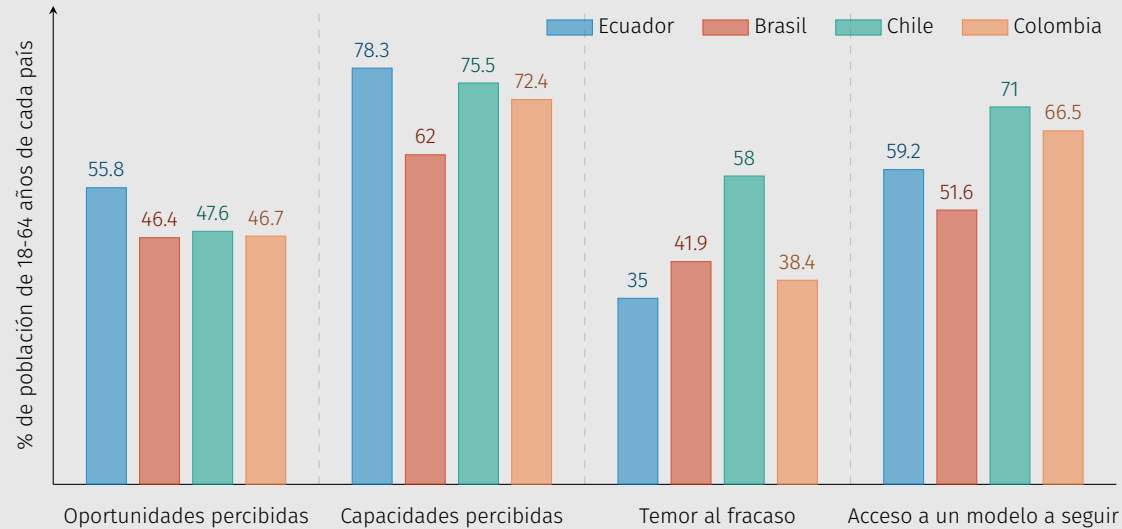
En el año 2019, en Ecuador se observan diferencias en las percepciones individuales entre hombres y mujeres, según muestra la [Figura 3](#). Estas leves diferencias se han mantenido aproximadamente desde el año 2008, siendo estadísticamente significativas. Específicamente, en promedio en el período 2008-2019, más hombres (52.93%) que mujeres (49.99%) percibieron oportunidades para emprender; así mismo, más hombres (76.56%) que mujeres consideran que cuentan con capacidades para iniciar un negocio que las mujeres (69.68%). Finalmente, las mujeres (38.54%) mostraron que el miedo al fracaso constituye una barrera para iniciar un negocio en mayor proporción que los hombres (30.91%). En general, los resultados son favorables: en la población adulta de Ecuador hay una buena autopercepción sobre las competencias para llevar a cabo un negocio y además se reportan bajos niveles temor al fracaso.

Figura 12 Valores percibidos por la sociedad



Fuente: Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor 2019.

Figura 13 Indicadores de percepción individual



Fuente: Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor 2019.



## 4 | Perfil de los emprendedores

A diferencia de otros estudios sobre emprendimiento, el GEM adopta una perspectiva ocupacional, donde las personas y sus características son parte del proceso de creación de negocios. De este modo, la información obtenida permite caracterizar a las personas que emprenden en base a variables como el género, la edad, el nivel de educación, la geografía, el tipo de ocupación y las motivaciones que los impulsan a emprender. A lo largo de este capítulo se presenta el perfil sociodemográfico de los emprendedores en las diferentes etapas de un negocio.

### 4.1 Demografía

#### Género

Ecuador es uno de los países con mayor paridad de género en cuanto a la TEA. Sin embargo, a partir de 2015 las proporciones de hombres y mujeres en la TEA se han venido alejando ligeramente de la paridad. En 2019, el total de emprendedores TEA estuvo compuesto en un 53.5% por hombres y 46.5% por mujeres. La [Tabla 5](#) permite una mirada a la participación de hombres y mujeres en las diversas etapas del emprendimiento, y cómo ha evolucionado durante los últimos años. La proporción de hombres con negocios nuevos (52.30%) continúa siendo superior a la de las mujeres, manteniendo la tendencia en los últimos años.

Para los negocios establecidos, se observa una mayor proporción de hombres (62%), que muestra una marcada diferencia con las mujeres propietarias (38.0%). En otras palabras, a pesar de que una cantidad similar de hombres y mujeres emprenden, una proporción mayor de hombres lograría sostener sus negocios por

más de 42 meses.

Cabe resaltar que las disparidades de género vienen desde antes de la decisión de emprender. Tanto los resultados del presente reporte, como los de años pasados, muestran que los hombres manifiestan una mayor autopercepción de capacidades para emprender, y menor temor al fracaso como barrera para iniciar un negocio.

#### Edad

Según muestra la [Tabla 6](#), si se analiza la composición de la TEA por grupos de edad, se observa que en la TEA (conformada por emprendedores nacientes y nuevos) predominan las personas más jóvenes: más de la mitad de los emprendedores en Ecuador tiene menos de 35 años, y casi un tercio del total tiene entre 25 y 34 años. Esta tendencia se revierte en el caso de los propietarios de negocios establecidos: el 30% de las personas con negocio establecido tiene menos de 35

**Tabla 5 Distribución de género de emprendedores en diferentes etapas**

	TEA		Nacientes		Nuevos		Establecidos	
	Hombres (%)	Mujeres (%)	Hombres (%)	Mujeres (%)	Hombres (%)	Mujeres (%)	Hombres (%)	Mujeres (%)
2014	50.20	49.80	52.70	47.30	39.60	60.40	60.50	39.50
2015	50.80	49.20	52.00	48.00	48.90	51.10	60.10	39.90
2016	52.00	48.00	54.20	45.80	47.30	52.70	52.10	47.90
2017	48.30	51.70	52.30	47.70	39.90	60.10	54.30	45.70
2019	53.50	46.50	54.50	45.50	52.30	47.70	62.00	38.00

**Fuente:** Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

años, y solo 8% del total tiene menos de 25. En esta etapa de negocio el grupo de mayor representación es el de personas entre 45 y 54 años.

## Educación

El 32.90% de los encuestados que son propietarios de un negocio nuevo muestra una educación secundaria completa siguiendo la tendencia que se mostraba en el año 2017. Así mismo, el 27.8% de los que tienen un nuevo negocio posee un nivel de educación básico. Finalmente, el 63.4% de los empresarios que tienen negocios establecidos sólo alcanza un nivel de educación básico y ha completado la secundaria.

¿Puede la educación influir en la inclinación a emprender? En primera instancia, los resultados sugieren que la educación y la TEA están correlacionadas,

sin embargo, esto no implica una relación causal. En el 2019, entre las personas con educación primaria o secundaria, alrededor del 34.7% estuvo involucrado en la puesta en marcha de un negocio. Esta proporción aumenta a 38.6% para aquellos con educación post secundaria o universitaria. A lo largo de los años, la TEA de las personas con educación superior se ha mantenido más alta que la de personas con educación primaria o secundaria. Este resultado podría estar relacionado con la evaluación positiva que los expertos encuestados en la NES asignaron a la educación en emprendimiento durante la etapa post secundaria (ver [Sección 2.1](#)).

Adicional a la educación formal descrita anteriormente, en el año 2019, el 33% de los encuestados pertenecientes a la TEA indicaron haber recibido educación relacionada a diferentes temáticas de emprendimien-

**Tabla 6 Distribución demográfica de los emprendedores en diferentes etapas**

		TEA (%)	Nacientes (%)	Nuevos (%)	Establecidos (%)
Género	Hombres	53.5	54.5	52.3	62.0
	Mujeres	46.5	45.5	47.7	38.0
Edad	18-24	19.2	19.4	20.3	8.0
	25-34	32.1	33.1	29.1	21.5
	35-44	24.6	22.7	29.1	22.9
	45-54	14.8	15.6	11.1	26.5
	55-64	9.3	9.3	10.4	21.1
Educación	Ninguna	4.4	4.4	4.4	3.5
	Primaria completa	23.5	22.1	27.8	33.2
	Secundaria completa	32.9	31.9	32.9	30.2
	Postsecundaria	13.5	14.0	12.8	13.9
	Universidad completa	22.8	24.4	19.3	15.7
	Masterado/doctorado	2.9	3.1	2.8	3.4
Área	Quito Urbano	9.9	10.0	11.5	8.1
	Guayaquil Urbano	12.9	14.0	10.5	14.9
	Resto Urbano Sierra	16.0	17.7	10.4	11.8
	Resto Urbano Costa	25.7	25.2	25.2	10.9
	Sierra Rural	16.3	13.5	24.5	34.2
	Costa Rural	13.5	13.9	11.1	16.2
	Amazonía	5.7	5.7	6.8	4.0
	Total Urbano	64.5	66.9	57.6	45.7
	Total Rural	35.5	33.1	42.4	54.3
Ocupación	Tiempo completo	27.5	31.3	16.2	8.4
	Tiempo parcial	6.4	8.4	0.4	1.3
	Retirado / discapacitado	0.1	0.2	0.0	0.0
	Dedicado al hogar	6.5	8.7	0.0	0.7
	Estudiante	1.2	1.6	0.0	0.4
	Desempleado	4.2	5.3	0.9	0.0
	Autoempleado	54.1	44.4	82.5	89.2
Ingresos	Menos de 1 SBU	22.0	20.9	24.6	22.1
	Entre 1 SBU y menos de 2 SBUs	38.4	41.1	32.4	40.5
	Más de 2 SBUs	39.6	38.0	43.0	37.4

**Fuente:** Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

to durante sus estudios post secundarios. Así mismo el 24% indicaron haber recibido educación en emprendimiento durante sus estudios básicos.

## Geografía

En 2019, como se muestra en la [Tabla 6](#), la composición de la TEA por área de ubicación de los emprendedores mantiene la diferencia entre emprendedores urbanos (64.5%) y rurales (35.5%) desde el 2015. El 57.6% de los emprendimientos nuevos está ubicados en el área urbana, mientras que el restante 42.4% está en el área rural. A diferencia de las otras etapas del negocio, se observa una predominancia en la proporción de los emprendimientos establecidos rurales (54.3%), siendo mayor que los urbanos (45.7%).

La proporción de emprendimientos nacientes (25.2%) es mayor en el estrato urbano costa excluyendo a Guayaquil, manteniéndose igual para los emprendimientos nuevos. El 34.2% de los negocios establecidos se encuentran en el estrato sierra rural.

## Ocupación

El 39.7% de los emprendedores nacientes comparte su iniciativa de negocios con la actividad laboral como empleado ya sea de tiempo completo o parcial. Adicionalmente, el 8.7% se dedica al hogar, y el 5.3% no tiene empleo. Una vez que las iniciativas se convierten en negocios operativos, se observa que los emprendedores comienzan a dedicarle su total atención. Así, el 85.5% de los emprendedores que tienen un nuevo negocio, y el 89.2% de aquellos con negocios establecidos, indicaron que no se dedican a otra actividad, es decir, son exclusivamente autoempleados.

## Ingresos

El GEM utiliza el nivel de ingreso mensual del hogar, como una variable proxy para el ingreso del emprendedor; en Ecuador, se utiliza intervalos de salarios básicos unificados (SBU)<sup>1</sup> tal como se muestra en la [Tabla 6](#). Para el año 2019, la TEA de Ecuador muestra una mayor concentración de emprendedores cuyos ingresos se ubican en el rango de más de 2 SBUs (39.6%); los emprendimientos nacientes se concentran en el rango entre 1 SBU y menos de 2 SBUs (41.1%). A diferencia de los emprendimientos nacientes, los nuevos se concentran en el intervalo de ingresos de más de 2 SBUs (43%). Finalmente, el 40.5% de los emprendedores que tienen negocios establecidos alcanzan un rango entre 1 SBU y menos de dos SBUs como ingresos, y el 37.4% de los establecidos percibe más de dos SBUs.

<sup>1</sup>En el caso de Ecuador, 1 salario básico unificado (SBU) equivale a USD 394 para 2019.

## 4.2 Motivación

En términos generales, una persona puede tener varios motivos para iniciar un negocio. En los reportes de años anteriores, la metodología GEM solo distinguía dos motivos para emprender, mutuamente excluyentes: por necesidad y por oportunidad. A partir de 2019, GEM amplía las opciones de motivación para reflejar de mejor manera los diferentes matices que hay detrás de los emprendedores. Así, se identifican ahora los siguientes motivos para emprender (a) marcar una diferencia en el mundo; (b) acumular gran riqueza o incrementar los ingresos personales; (c) continuar una tradición familiar; y (d) ganarse la vida porque el empleo es escaso. Es importante destacar que las categorías no son excluyentes; debido a esto, una persona puede responder a varias motivaciones.

Tan solo el 52.65% de los emprendedores ecuatorianos están motivados por marcar una diferencia en el mundo, proporción mayor que la de Chile (44.93%) y Colombia (44.38%), y menor que países como Guatemala (80.18%) y Panamá (76.84%). Entre los países de América Latina, Ecuador presenta las tasas más bajas de emprender por acumular gran riqueza u obtener altos ingresos (36.53%), sucede lo contrario en Panamá donde el 64.31% de los emprendedores responden a esta motivación.

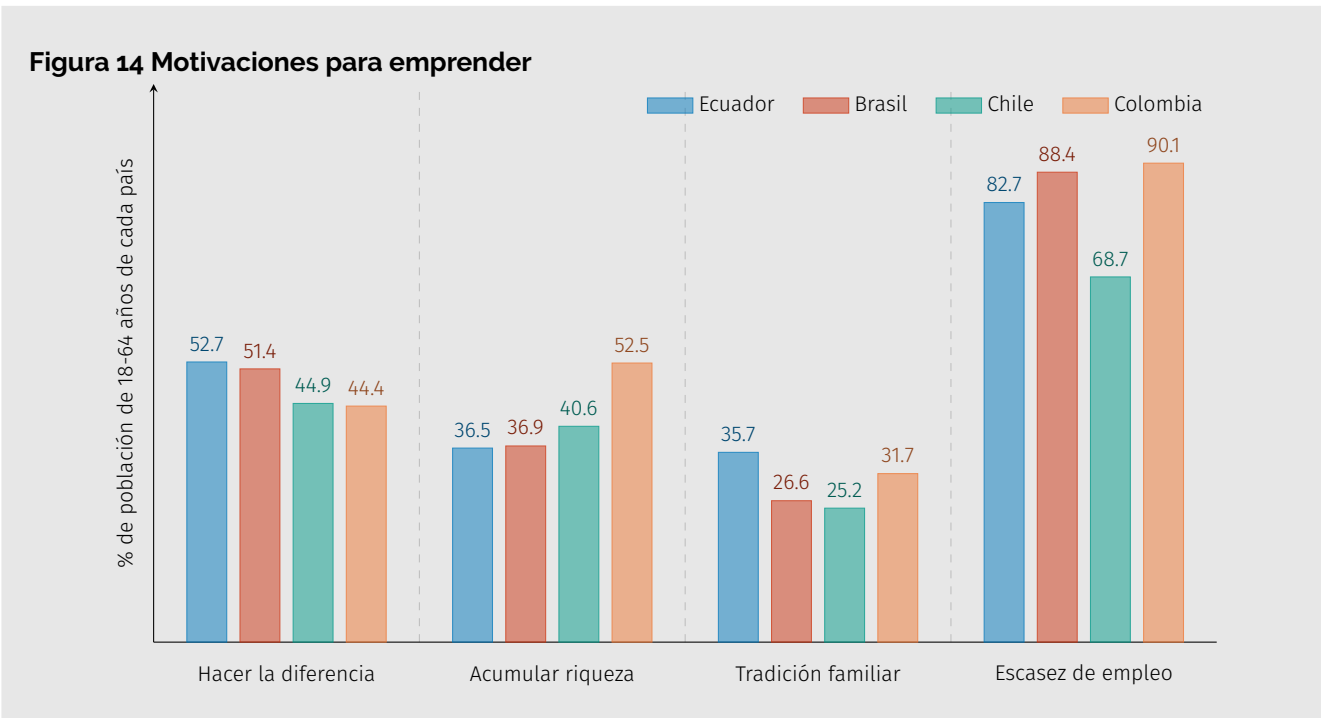
En Ecuador se está emprendiendo para continuar una tradición familiar (35.72%), razón que es muy importante en Guatemala (53.17%). Finalmente, la escasez de un empleo es la motivación principal para los países latinoamericanos como es el caso de Ecuador con 82.71% y Colombia con el 90.10%, tal como se muestra en la [Figura 3.6](#). En comparación con otros países de ingresos medios, Ecuador está cercano a la media de este grupo, excepto en cuanto a la motivación de acumular riqueza, cuyo promedio para este grupo de países es 57.2%.

Como se ha mencionado, las diversas motivaciones no son excluyentes; en este sentido la [Figura 7](#) permite visualizar aquellas motivaciones compartidas así como sus motivaciones únicas. Los resultados indican que 24.8% de los emprendedores manifestó que su única motivación para emprender era ganarse la vida debido a la escasez del empleo. Un 57.8% reportó al menos una motivación adicional a la de ganarse la vida porque el empleo es escaso. Las otras opciones tuvieron poco protagonismo como motivación única: 3.2% quiere hacer la diferencia en el mundo; 1.6% anhela incrementar sus ingresos personales; y 1.9% busca continuar con una tradición familiar.

¿Cómo ha cambiado la situación respecto a años ante-

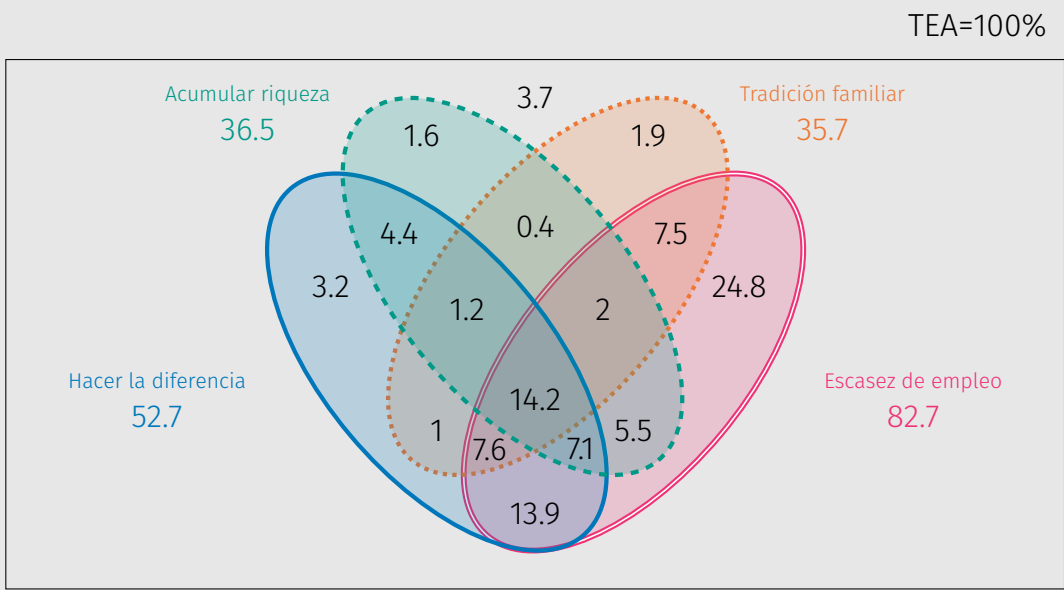
riores? El cambio metodológico no permite hacer comparaciones históricas. Sin embargo, se puede realizar una aproximación a la "TEA necesidad" de reportes anteriores, tomando a aquellos emprendedores que fueron motivados por la escasez de empleo y no por

hacer la diferencia ni por acumular riqueza. Este tipo de emprendedores representa un 32.3% del total, lo cual es cercano a la TEA necesidad promedio 2012-2017, 37.8%.



**Fuente:** Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor 2019.

**Figura 15 Combinaciones de motivaciones de los emprendedores**



**Fuente:** Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor 2019.

### 4.2.1 Motivación y demografía

La riqueza de los datos del GEM permite explorar los patrones demográficos asociados al perfil motivacional de los emprendedores. En la [Tabla 7](#) se presentan las motivaciones para emprender de personas con diferentes características de género, edad, educación, ocupación, área de residencia e ingresos.

Los resultados muestran que existen diferencias de género, donde las mujeres emprenden en mayor proporción para ganarse la vida ante la escasez de empleo, y en menor proporción para hacer la diferencia o acumular riqueza. Además, la tradición familiar es un motivo más común entre las mujeres. Estos resultados van en la misma línea que brechas de género observadas en otros ámbitos, como en cuestiones de empleo de calidad y autopercepción de habilidades para emprender.

Comparando a los más jóvenes (menores de 35 años) con el resto (35 años o más), se puede observar que los jóvenes reportan mayores tasas de motivación por hacer la diferencia, acumular riqueza y por escasez de empleo, y una menor tasa en cuanto a tradición familiar. Esto se debe a que una mayor proporción de jóvenes indicó estar motivado por varias razones simultáneamente. La tendencia se revierte identificando a aquellos que fueron motivados por hacer la diferencia o acumular riqueza, y no por la escasez de empleo: este grupo representa 11.2% de los emprendedores menores de 35 años, y 12.3% de aquellos de

35 años o más.

También se observa que una mayor educación está asociada de manera positiva con el emprendimiento por hacer la diferencia y acumular riqueza, y negativamente asociada con la motivación por tradición familiar y necesidad.

Aquellos emprendedores que además trabajan en relación de dependencia muestran una mayor concentración de personas motivadas por acumular riqueza, y una menor proporción motivada por la escasez de empleo. Aquellos que no trabajan en relación de dependencia -estudiantes, encargados del hogar, y desempleados- deciden emprender principalmente por la escasez de empleo.

No obstante, las mayores diferencias se encuentran clasificando a los emprendedores según su estatus socioeconómico. Al comparar los 2 grupos extremos en cuanto a ingresos (menos de 1 salario básico versus más de 2 salarios básicos), encontramos que es 1.25 veces más probable que un emprendedor del grupo de menores ingresos esté motivado por la escasez de empleo. De manera similar, es 1.44 y 2.44 veces más probable que un emprendedor del grupo de mayores ingresos esté motivado por hacer la diferencia y acumular riqueza, respectivamente. Se encuentran proporciones similares al analizar las motivaciones de emprendedores que viven en áreas urbanas y rurales.

**Tabla 7 Motivación y demografía**

		Hacer la diferencia	Acumular riqueza	Tradición familiar	Escasez de empleo
Género	Hombres	53.4	37.5	34.7	79.6
	Mujeres	51.8	35.4	36.9	86.3
Edad	Menores de 35 años	54.8	37.9	34.9	84.1
	35 o más	50.4	35.1	36.6	81.2
Área	Urbano	58.3	48.8	40.9	76.6
	Rural	42.4	14.2	26.4	93.8
Educación	Primaria o secundaria	49.5	30.8	38.3	88.1
	Post-secundaria o universidad	57.5	46.8	30.6	74.3
Ingreso	Menos de 1	41.2	19.5	31.4	92.8
	1 o más, menos de 2	52.0	33.0	41.0	86.8
	Más de 3	59.3	47.7	33.0	74.5
Ocupación	Empleado	52.6	42.5	40.3	76.8
	Desempleado, encargado del hogar, estudiante	44.7	22.4	29.2	93.4

**Fuente:** Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

### 4.3 Perfil de los emprendedores múltiples

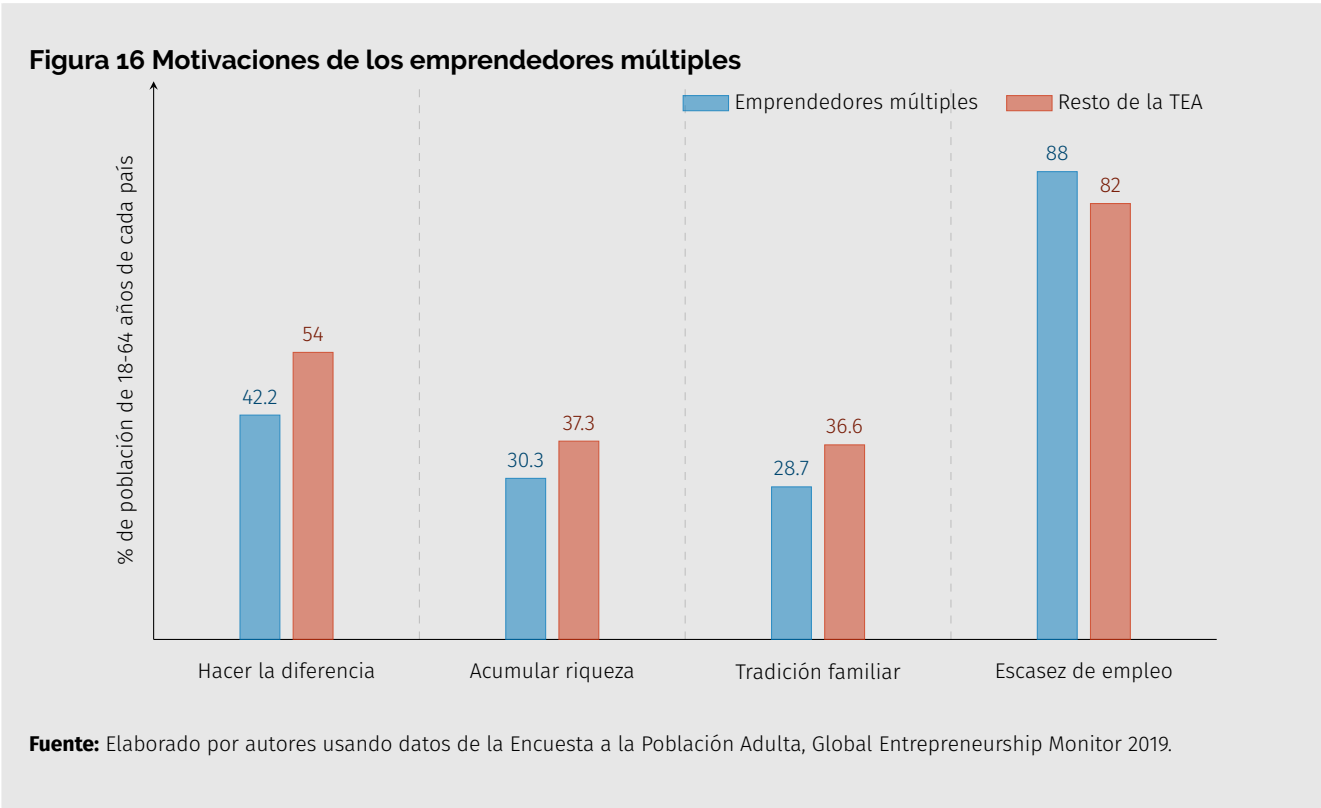
Los emprendedores múltiples no se alejan del perfil del resto de emprendedores, excepto en cuanto al género, donde se observa mayor disparidad en el grupo de los emprendedores múltiples. En la Tabla X se puede apreciar que el 42.2% de los emprendedores múltiples provienen de hogares cuyo salario combinado sobrepasa los 2 Salarios Básicos Unificados, proporción mayor que para el resto de los emprendedores (38.6%).

¿Por qué emprender de nuevo? Sin duda, el perfil motivacional de los emprendedores múltiples difiere del resto de emprendedores, siendo los primeros quienes están motivados en mayor proporción por la necesidad. Como se observa en la Tabla 8, 88% de los emprendedores múltiples indicó que empieza un segundo negocio para ganarse la vida porque el trabajo es escaso. Los resultados sugieren que estos emprendedores podrían estar cayendo en un círculo vicioso, donde no logran convertir sus negocios en su sustento principal, y se ven forzados a pensar en nuevos proyectos.

Tabla 8 Demografía de emprendedores múltiples y el resto de la TEA

		Resto TEA	Emp. múltiples
Género	Hombres	52.2%	65.1%
	Mujeres	47.8%	34.9%
Edad promedio		36.23	36.73
Escolaridad promedio		12.28	12.45
Ingresos del hogar	Menos de 1 SBU	22.7%	20.5%
	Entre 1 y 2 SBU	38.6%	37.3%
	Más de 2 SUB	38.6%	42.2%

Fuente: Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.





## Adrián Coppiano - BiteMix

A finales de 2017, Adrián se convierte en fundador y gerente de Bitemix, una empresa de snacks que mezclan chocolates, dulces, maní y otros frutos secos. Para el ojo no entrenado, este mercado parecería uno completamente copado por empresas de mayor tamaño que han posicionado sus marcas y tienen la capacidad de responder inmediatamente a las nuevas tendencias. No obstante, hoy los snacks de Bitemix se distribuyen a nivel nacional en cadenas farmacéuticas y supermercados, así como a través de medios digitales.

### ¿Cómo logró entrar a este mercado?

Luego de terminar sus estudios de pregrado en economía, Adrián comienza lo que sería una carrera laboral de 10 años en el área logística de empresas importantes en la industria de consumo masivo, entre ellas, Corporación El Rosado, Kellogg Company, Cervecería Nacional y Tonicorp. Durante este mismo periodo, realizó sus estudios de postgrado en administración de empresas. Con el pasar del tiempo sintió que había llegado su hora de crear algo nuevo, algún producto para un nicho desatendido, algo que ponga a prueba sus capacidades, y, sobre todo, algo propio.

“En todos los lugares donde trabajé tuve la oportunidad de participar en muchos de los procesos internos. Pude acumular conocimientos de cómo desarrollar productos y lanzarlos al mercado. El siguiente paso para mí fue usar todas estas experiencias, pero esta vez para desarrollar lo que sería mi propia empresa.”

Con estas motivaciones, Adrián comienza a conectar los puntos: Él se dio cuenta de que las empresas del ramo estaban usualmente cómodas en la cima, sin cambiar de manera sustancial su portafolio de productos a lo largo de los años. Así, tuvo la idea de mezclar frutos secos con ingredientes dulces, en productos que llamarían la atención tanto de personas que buscan un estilo de vida más saludable, como de aquellas que no están dispuestas a renunciar al azúcar.

### ¿Cómo iniciar? De la teoría a la práctica.

A lo largo de su carrera laboral, Adrián trabajó con varios proveedores de la industria nacional de consumo masivo y logró establecer un nivel alto de confianza con ellos. Estos vínculos no solo facilitaron la formación de su cadena de suministro en cuanto a maquinaria, empaques y materia prima, sino que también tuvo la oportunidad de validar su idea y recibir retroalimentación de algunos proveedores experimentados.



Adrián tenía una visión clara de su producto y de cómo producirlo, sin embargo, su experiencia profesional hasta ese punto se había centrado en lo operativo y no en lo comercial. Consciente de esto, acude a gerentes comerciales dentro de su red personal para recibir asesoramiento en cuanto a precios, márgenes de ganancia y estrategia. Adicionalmente, también trabajó con una empresa de marketing para desarrollar su marca Bitemix, así como su imagen corporativa. Desde el inicio enfocó sus esfuerzos en posicionar los snacks de Bitemix como diferentes y novedosos. Él y su equipo notaron que en la presentación de los productos habría una oportunidad en relación con sus competidores, optando por empaques atractivos visualmente para el público.

La empresa arrancó con capital proveniente de ahorros personales y familiares, y con un equipo de trabajo compuesto por 2 personas. Adrián tiene la idea de buscar inversionistas externos eventualmente, pero manifiesta que aún es muy temprano y quiere aprovechar su independencia para realizar su visión.

Los snacks Bitemix salen al mercado en 2018 y generan ventas por encima de las expectativas. El producto comienza a aparecer en perchas de farmacias de la cadena de DIFARE, supermercados medianos (El Portal, La Española), estaciones de servicios y gasolineras alrededor del país, permitiendo sostener el nivel alto de ventas durante el año.

Sin embargo, los grandes competidores no demoraron en lanzar productos similares al mercado. En el 2019, esto comienza a afectar gravemente las ventas de Bitemix, justo cuando están invirtiendo en nuevas maquinarias y en el desarrollo de nuevos productos, esperando retornos similares a los de 2018. Así, la empresa queda con un capital de trabajo reducido con el cual tienen que financiar rubros importantes como la publicidad. La prioridad de Bitemix se vuelve encontrar más clientes y escalar la producción. En medio de todo esto, Adrián consigue vender sus snacks en Coral Hipermarcados, una de las cadenas de supermercados a nivel nacional, lo cual le motiva a continuar el negocio, a pesar de que el 2019 no cumplió sus expectativas.

### **¿Cómo ha afrontado la pandemia por COVID-19?**

Por un lado, durante la etapa inicial de la pandemia en Ecuador, las personas se sobreabastecieron con productos alimenticios, lo cual significó una mayor demanda para Bitemix. Por otro lado, las cadenas logísticas del país fueron interrumpidas abruptamente, por lo cual la empresa no fue capaz de satisfacer completamente la demanda.

A medida que ha avanzado el año, ha quedado claro que el flujo de personas en espacios públicos va a tener muchas restricciones, ya sea por políticas de gobierno o porque las personas evitan situaciones con riesgo de contagio. Para hacer frente a la reducción en la demanda, varios negocios, incluidos los supermercados donde se venden los productos de Bitemix, han apostado por el e-commerce. Adrián considera que el mejor canal de venta en estos tiempos es el directo, por lo cual aprovecha esta situación excepcional para montar la tienda online de Bitemix<sup>2</sup>, donde no solo ofrecen los snacks con los que inició el negocio, sino que también venden las materias primas por separado: frutos secos, almendras, macadamias, harina de quinoa, harina de almendra, entre otros productos. Con esta estrategia digital, Bitemix busca cementar su lugar en el mercado ecuatoriano.

“A nosotros nos tocó entrar en un entorno complicado. Cada año ha sido diferente y cada año tenemos que adaptarnos. Al inicio pensábamos que teníamos el campo abierto, pero inmediatamente aparecieron muchos competidores; el segundo año fue bastante complicado, sin embargo, logramos mantener el negocio y seguir; ahora el 2020 ha cambiado por completo la forma de llegar al cliente. Para emprender hay que ser bastante paciente, perseverante, estar siempre a la expectativa de nuevas oportunidades, y saber adaptarse al entorno en el que uno se desenvuelve.”

---

<sup>2</sup><https://bitemix.company.site/>



## 5 | Caracterización e impacto de los negocios

Aunque el futuro de los negocios en su etapa inicial es incierto, las actividades y expectativas de sus fundadores pueden determinar su probabilidad de éxito. En este capítulo se analiza el perfil sectorial de los emprendedores, así como sus aspiraciones en cuanto a alcance geográfico, innovación, y generación de empleo. Estos aspectos tienen el potencial de influenciar no solo el impacto económico del emprendimiento, sino también la sostenibilidad de los negocios.

### 5.1 Sector

En la Encuesta a la Población Adulta (APS) se pidió a los emprendedores encuestados que describieran la actividad de su negocio. Estas respuestas fueron luego categorizadas según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU rev4). La [Tabla 9](#) muestra algunos ejemplos de las respuestas y su categorización industrial.

**Tabla 9 Ejemplos de actividades de los emprendedores en Ecuador**

Actividad Económica	Emprendedores nacientes	Emprendedores nuevos
Agricultura, silvicultura y pesca	Invernadero de rosas Cultivo de papas	Siembra de cacao Crianza y venta de ganado
Minería	Explotación de minas	
Construcción	Construcción de viviendas Servicios eléctricos	Control de calidad de construcción Instalación de servicio de cable
Manufactura	Procesadora de café Taller de mecánica industrial	Fabricación de juguetes 3D Taller de confección
Transporte y almacenamiento	Transporte de carga pesada Fletes	Cooperativa de taxi Entrega de alimentos a domicilio
Comercio al por mayor	Venta de repuestos automotrices almacén de bicicletas y artículos de bicicleta	Compra y venta de carros Venta de repuestos automotrices
Comercio al por menor	Almacén de ropa Venta de productos mariscos	Ferretería Tienda de abarrotes
Hoteles y restaurantes	Cevichería Cafetería	Restaurante de comida rápida Restaurante de comida típica
Información y comunicación	Venta de software Cibercafé	Producción musical Proveedor de internet
Servicios financieros, bienes raíces	Inversiones, intercambio de divisas Inmobiliaria venta de bienes y raíces	Servicios de seguros de vida, salud, y de autos Venta de inmuebles
Servicios profesionales	Animación 3d (publicidad y efectos especiales) Servicios de asesoría contable	Asesoría jurídica Diseño Web por internet
Gobierno, salud, educación, servicios sociales	Cuidado de niños Consultorio médico	Clases de matemáticas y física a domicilio Centro de cuidado del adulto mayor
Servicios de consumo	Amplificación de sonido en eventos sociales Discoteca	Sala de eventos Banda de rock

**Fuente:** Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

**Tabla 10 Sector de los emprendedores en sus diferentes etapas**

Sector	Nacientes (%)	Nuevos (%)	TEA (%)	Establecidos (%)
Agricultura, actividades extractivas, construcción	7.3	8.4	7.5	14.7
Manufactura y logística	9.7	15.5	11.1	19.0
Comercio mayorista y minorista	66.0	57.7	64.2	49.6
Información y comunicación	2.1	3.8	2.4	1.0
Finanzas, bienes raíces, servicios a negocios	5.8	5.5	5.7	5.3
Salud, educación, servicios sociales y comunitarios	8.2	9.2	8.4	9.7
No clasificado	0.9	0	0.7	0.7

**Fuente:** Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

La distribución sectorial de los emprendedores nos da una idea sobre dónde están las futuras oportunidades de negocio. Algunas economías apuestan por sectores que aprovechan sus recursos naturales, mientras que otras han construido un portafolio más diverso. Así, alrededor del mundo se observan patrones regionales bien marcados. En África, Asia, Oceanía, y América Latina, al menos el 50% de los emprendedores se dedican a actividades de comercio mayorista o minorista; mientras que, en América del Norte y Europa, la proporción baja a alrededor de 25%, dándole mayor espacio a industrias de servicio intensivas en conocimiento.

Ecuador no escapa al patrón regional. Como se observa en la [Tabla 10](#), el 64.2% de la TEA se concentra en el sector de comercio. Cabe destacar que esta nueva ola de emprendedores, TEA, apuesta en mayor proporción a este sector, en comparación con los dueños de negocios establecidos. Otros sectores en los cuales los emprendedores tempranos inician sus negocios en mayor proporción son el de información y comunicación, y el de servicios a negocios. También se

puede observar que la agricultura, las actividades extractivas, y la construcción son relativamente menos favorecidas por las personas en la TEA.

Para evaluar la sofisticación de los negocios, se usó como proxy la intensidad tecnológica según la clasificación de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). En Ecuador, 3% de los negocios en la TEA se dedican a actividades de intensidad media o alta en tecnología, valor bastante cercano al promedio regional, donde solamente Chile (7.9%) está separado de la tendencia. La educación juega un rol importante: Comparando a los emprendedores que poseen educación superior versus los de menor educación, la participación en sectores intensivos en tecnología es 4.6 veces mayor para los primeros. Entre los factores motivacionales, se encontró que 99% de los emprendedores impulsados por la tradición familiar son activos en sectores de baja intensidad tecnológica. Los emprendedores patrocinados son 3 veces más propensos a realizar actividades de tecnología media o alta.

## 5.2 Empleo

En la fase temprana de los negocios se cuenta con pocos empleados. En Ecuador, 85% de los emprendedores en la TEA no tiene empleados, y un 12.8% tiene entre 1 y 5 empleados. Esto representa un retroceso respecto años anteriores, por ejemplo, en 2017 solamente alrededor de 60% de los emprendedores empezó sin empleados. Sin embargo, en 2019 hay más emprendedores que anticipan una expansión. Como se observa en la [Tabla 11](#), 84% de la TEA tiene la expectativa de expandir su planta actual; 60.4% espera contratar de 1 a 5 empleados durante los próximos 5 años, 16.7% de 6 a 19, y 7.2%, más de 20. Esto ratifica el aporte de los negocios emergentes para disminuir el desempleo.

¿Existe una relación entre el perfil del emprendedor y la expectativa de creación de empleo? Los datos sugieren que sí. Por un lado, más del 40% de los emprendedores con educación universitaria esperan crear al menos 6 puestos de trabajo, mientras que esta proporción es 15% para aquellos con educación primaria o secundaria. Por otro lado, como se observa en la [Tabla 12](#), una mayor proporción de aquellos emprendedores motivados por hacer la diferencia o acumular riqueza y no por necesidad, cuentan con expectativa

de contratar más de 5 puestos de trabajo en 5 años. Se observa un patrón similar con los emprendedores patrocinados, donde éstos esperan generar más empleos que los independientes.

**Tabla 11 Generación de empleo por parte de emprendedores (TEA)**

	% en TEA
<b>EMPLEADOS EN LA ACTUALIDAD</b>	
Sin empleados	85.0
1-5 empleados	12.8
6-19 empleados	1.8
20+ empleados	0.4
<b>EXPECTATIVA A 5 AÑOS</b>	
Contracción	1.0
Sin cambio	14.8
Expansión (1-5)	60.4
Expansión (6-19)	16.7
Expansión (20+)	7.2

**Fuente:** Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

**Tabla 12 Motivación y expectativas de empleo**

	Contracción	Sin cambio	Expansión (1-5)	Expansión (6-20)	Expansión (20+)	Total
Hacer la diferencia o acumular riqueza, sin incluir necesidad	1.2	4.5	59.2	24.5	10.5	100
Necesidad, sin incluir hacer la diferencia o acumular riqueza	1.7	21.9	62.8	8.9	4.7	100
Otras motivaciones	0.4	11.8	58.8	20.7	8.2	100

**Fuente:** Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

### 5.3 Financiamiento

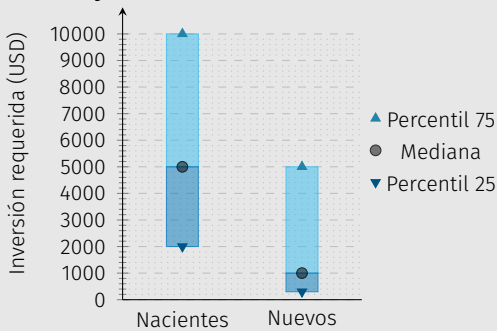
Los emprendedores en fase temprana reportaron la inversión inicial requerida para el inicio de sus negocios. Estos resultados se resumen en la **Figura 17**, donde se identifican los percentiles 25, 50 y 75 para los montos reportados por emprendedores nacientes y nuevos. Destaca que la distribución del monto requerido por los emprendedores nacientes —cuyos negocios aún no empiezan a funcionar— está concentrada en valores mucho más altos que la distribución para los nuevos. Este resultado es similar al de años anteriores y puede ser síntoma de varias situaciones. Una posibilidad es que, al comenzar operaciones, los emprendedores no logran conseguir el financiamiento esperado y se ven forzados a decidir entre desistir o seguir buscando alternativas. La falta de financiamiento sería un factor relevante que ayuda a explicar por qué en los últimos años ha habido más de 2 emprendedores nacientes por cada emprendedor nuevo.

Para financiar sus proyectos, los emprendedores recurren a varias fuentes. En la **Figura 18** se puede apreciar que casi todos usan sus propios ahorros para cubrir —por lo menos parcialmente— los requerimientos de inversión inicial; más aún, para un 18% de los emprendedores nacientes y un 30% de los nuevos, esta opción de financiamiento es la única. La segunda fuente más usada son los préstamos a instituciones financieras; esta opción fue seleccionada por 62.3% (5.2% exclusivamente y 57.1% en conjunto con otras fuentes) de los emprendedores nacientes, y por 45.6% (17.3% exclusi-

vamente y 28.3% en conjunto con otras fuentes) de los emprendedores nuevos.

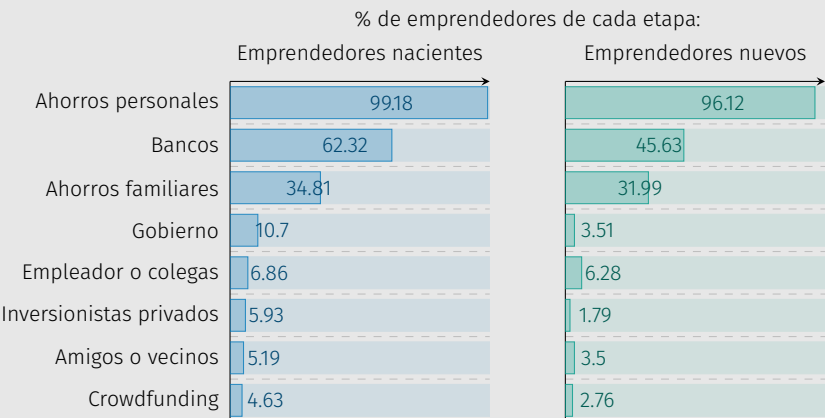
Se puede apreciar que, durante la transición de naciente a nuevo, una menor proporción de emprendedores recurre a fuentes formales, como los bancos, inversionistas y el crowdfunding, lo cual es consecuencia de los diferentes filtros a los que son sometidos los emprendedores al aplicar por este tipo de fondos.

**Figura 17 Distribución del monto requerido para iniciar un negocio, emprendedores nacientes y nuevos**



**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

**Figura 18 Fuentes financiamiento de emprendedores (TEA) según su etapa de negocio**

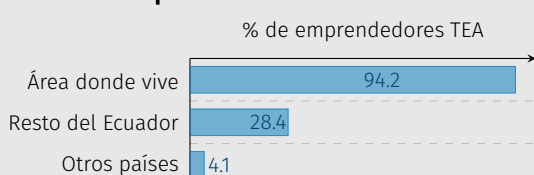


**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.  
**Notas:** Las categorías no son excluyentes, el encuestado puede seleccionar todas las opciones de financiamiento que apliquen.

## 5.4 Alcance

La Figura 19 muestra la distribución geográfica de los clientes de los emprendedores, en Ecuador. El 94.2% tiene clientes en su ciudad o en la zona donde vive. Esta proporción es significativamente más alta que la de aquellos que tienen clientes en el resto del país (28.4%) y en el exterior (4.1%). Estas categorías no son mutuamente excluyentes, es decir, hay emprendedores con clientes en Ecuador y el exterior.

**Figura 19 Distribución geográfica de los clientes de emprendedores TEA**



**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

**Notas:** Las categorías no son mutuamente excluyentes, por lo cual la suma de los porcentajes no necesariamente es igual a 100%.

En las zonas urbanas, 60.9% de los emprendedores TEA no tiene alcance nacional ni internacional, solamente local. Esta proporción asciende a 86.9% en las zonas rurales. Esto es un reflejo del negocio tradicional ecuatoriano, enfocado en el comercio y servicios de consumo, así como de la disponibilidad de infraestructura comercial en sectores urbanos y rurales.

Del total de emprendedores que apunta a mercados de otros países, 46.5% indica que los ingresos por exportación representan menos de 25% de sus ventas totales. Solo 16.8% indicó que gran parte de su facturación (más de 75%) será generada con exportaciones.

Quienes tienen mayor proporción de emprendedores con alcance nacional e internacional son los emprendedores patrocinados, los motivados por hacer la diferencia o acumular riqueza y no por necesidad, y los que tienen educación superior.

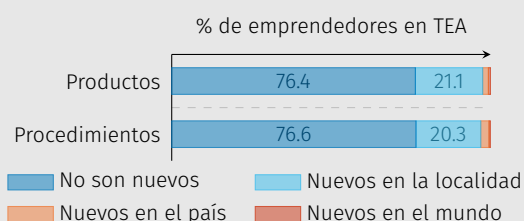
## 5.5 Innovación

Al igual que las preguntas sobre motivación, las de innovación también fueron cambiadas fundamentalmente para capturar de mejor manera el fenómeno. Este año se introdujo un componente geográfico al bloque de preguntas, donde el encuestado indica si tanto sus productos como sus procesos son innovadores a nivel local, nacional e internacional. Los resultados revelan que la innovación a nivel global es un fenómeno inusual; aún en el mejor de los casos (Estados Unidos y Alemania), solamente el 1% de los adultos está iniciando un negocio basado en un producto o servicio que no existía en todo el mundo.

En Ecuador, a pesar de ser uno de los países de mayor TEA, la innovación proviene de un puñado de emprendedores. Se da que 3 de cada 4 emprendedores ofertan productos y servicios que no son nuevos ni siquiera en el mercado local; mientras que 1 de cada 5 ofrecen productos que no existían en su mercado local, pero sí en otros lugares. Estos resultados se repiten para la innovación en procesos, como se observa en la Figura 20. No obstante, esta tendencia coincide con la de otros países de la región, a excepción de Chile, cuya TEA es bastante similar a la de Ecuador, pero donde aproximadamente 1 de cada 3 emprendedores ofrece productos que son nuevos por lo menos en el mercado local.

Los niveles de innovación local, tanto en productos como servicios, son mayores para emprendedores con educación superior, de sectores tecnológicos, y motivados por hacer la diferencia o acumular riqueza y no por necesidad.

**Figura 20 Innovación de productos y procedimientos de los emprendedores en la TEA**

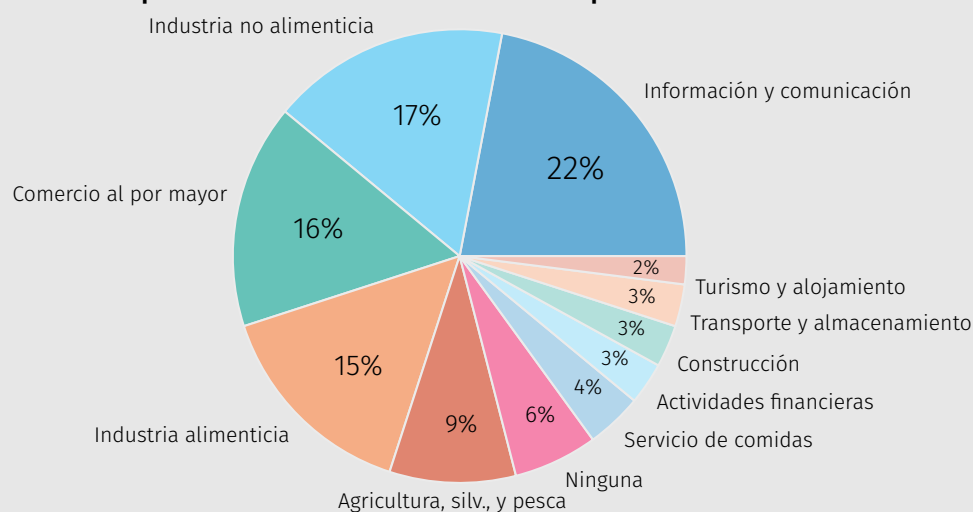


**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

## Emprendimiento durante la pandemia del coronavirus

Actualmente, la pandemia de la COVID-19 ha causado muchos cambios tanto en lo que respecta a la salud humana, así como también a las actividades económicas de los países. [Kantis y Angelelli \(2020\)](#), encuestaron a 2232 emprendedores y empresas jóvenes de 19 países latinoamericanos y han evaluado el impacto de la pandemia sobre los negocios, así como en las organizaciones de apoyo para el ecosistema. Según dicho estudio, un 53% de quienes generaban ventas han detenido sus actividades. Además, el 84% de los empresarios ha visto disminuir su flujo de fondos y un 75% ha disminuido su actividad productiva. Por su parte, los emprendimientos tecnológicos han sido impactados en menor medida (29% dejó de facturar) en comparación a sus pares en el sector del turismo y entretenimiento (88%).

Con el objetivo de profundizar el estudio del caso Ecuador con respecto al impacto de la pandemia en los negocios, en esta sección se presenta los resultados de una encuesta realizada por el equipo GEM Ecuador a 150 dueños de negocios, además de un resumen de entrevistas a 6 expertos de organizaciones de apoyo al emprendimiento. Estos resultados son insumos para comprender como el ecosistema de emprendimiento e innovación está siendo afectado.

**Figura 21 Distribución por sectores económicos de las empresas**

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir de datos de la Encuesta de Impacto de la COVID-19, por ESPAE-ESPOL.

## Impacto de la COVID-19

Usando un muestreo por conveniencia,<sup>1</sup> durante el mes de junio de 2020 se reunió un total de 150 respuestas en Ecuador. De este grupo, 37 participantes indicaron haber cerrado sus negocios durante los meses de la pandemia. Los 113 encuestados representan a negocios pequeños o medianos de diferentes sectores de la economía, teniendo mayor representatividad los emprendimientos del sector de información y comunicaciones (22%). tal como se muestra en la Figura 21.

Evidentemente, debido a las diferentes medidas restrictivas, la demanda de bienes y servicios ha disminuido drásticamente en Ecuador. Un 24.67% de los encuestados cesaron sus negocios, indicando como principal razón la pandemia. A esto se puede sumar que el 69% indicó haber sufrido un efecto negativo con la pandemia, y en relación con este, el 23% manifestó haber sido fuertemente afectado por la crisis, existiendo el riesgo del cierre de sus negocios. Así mismo, manifestaron haber alcanzado una recuperación de su cartera de un 47.89% en el período de marzo-mayo 2020, proporción que disminuyó en un 20% en comparación al mismo período del año 2019. De igual forma, aproximadamente el 30% de las firmas indicaron que, de continuar las mismas restricciones, sobre todo aislamiento y distanciamiento social, podrían sobrevivir hasta 3 meses.

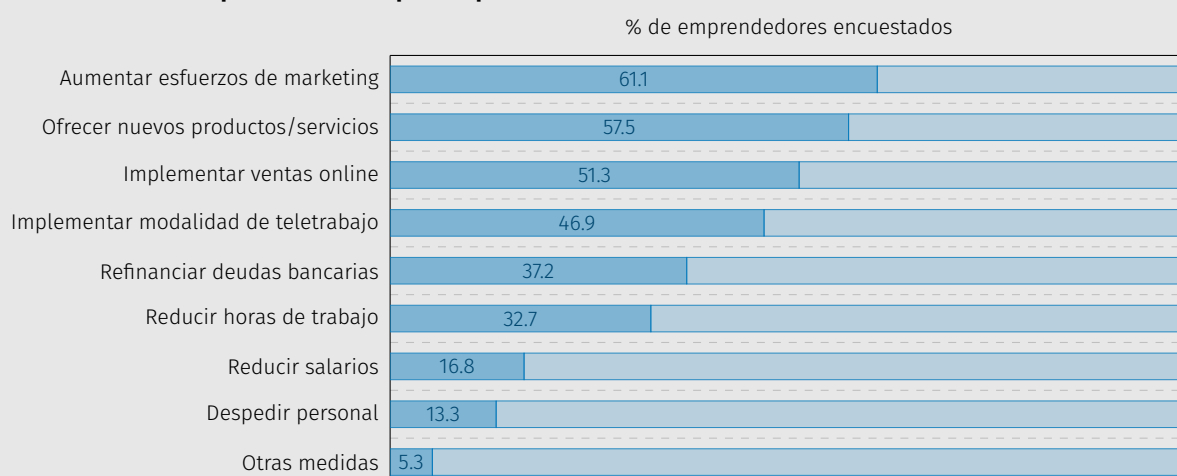
## Reacciones de las firmas

La medida más común tomada por las firmas, ha sido la de aumentar esfuerzos de marketing (61.1%) y en relación con esto 57.5% indicó que se encuentran ofreciendo nuevos productos o servicios que antes no ofrecían. Esta nueva oferta podría ser en parte un resultados de las actividades de marketing. Un 37.2% intentará refinanciar sus deudas bancarias.

Otro ámbito de reacción es la gestión del talento humano, el 46.9% indicó que ha implementado el teletrabajo como su modalidad de trabajo. Sin embargo, el 46.9% indicó que la mayoría de sus empleados no pueden trabajar en esta modalidad. Sería interesante analizar cuáles son las barreras que impiden que más firmas se sumen al teletrabajo. Finalmente, debido a la disminución de la demanda y la recesión causada por la pandemia, el 13.3% de los encuestados ha despedido personal, el 32.7% manifestó haber reducido horas de trabajo, y, en la misma línea, el 16.8% recurrió a la disminución de salarios.

<sup>1</sup>Agradecemos a quienes contribuyeron a difundir la encuesta: los equipos de Alianza para el Emprendimiento e Innovación (AEI), Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE), Buentrip Hub, ÉPICO, y a Gabriela Vera de Guía de Emprendedores EC.

**Figura 22 Medidas implementadas por la pandemia**



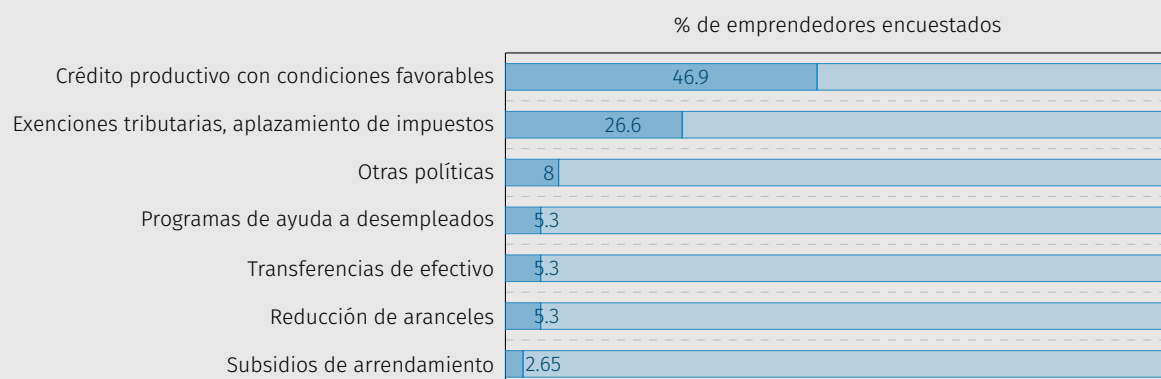
**Fuente:** Elaborado por los autores a partir de datos de la Encuesta de Impacto de la COVID-19, por ESPAE-ESPOL.

## Apoyo requerido por parte de las firmas

De acuerdo con lo manifestado por los encuestados es importante que el gobierno contemple ciertas medidas de alivio, que les facilite su pronta recuperación post pandemia. Según muestra la [Figura 23](#), el apoyo se puede agrupar en tres grandes rubros.

1. Disminución de impuestos. Esto compila la reducción de impuestos para activar el consumo, exenciones tributarias, y aplazamiento para el pago de los impuestos.
2. Recursos financieros para mejorar la operatividad de los negocios. Dentro de este rubro se encuentran los subsidios para los arriendos comerciales, aplazamientos de impuestos y la creación de servicios financieros con crédito productivo a tasas de interés más bajas.
3. Ayudas por desempleo. Estas ayudas permitirían que el consumo no se contraiga tanto y que circule dinero en la economía, permitiendo las actividades de los emprendimientos y de las firmas.

**Figura 23 Principales políticas a implementar**



**Fuente:** Elaborado por los autores a partir de datos de la Encuesta de Impacto de la COVID-19, por ESPAE-ESPOL.



## Perspectiva de las organizaciones de apoyo al emprendimiento

La encuesta a las organizaciones de apoyo fue respondida por 6 expertos del ecosistema de emprendimiento e innovación. De estos, tres de ellos son parte de las incubadoras i3lab y Buen Trip, quienes se enfocan en apoyar a los emprendedores en el diseño de sus modelos de negocios, estando en etapas tempranas o de expansión de sus emprendimientos. También está representado el gobierno municipal para la ciudad de Guayaquil con la participación de la gerente general de la Empresa Pública Municipal para la Gestión de la Innovación y la Competitividad (EPICO), que impulsa diversos programas de innovación para la ciudad. Por último, participaron dos personas de la Alianza para el Emprendimiento e Innovación, cuyo rol es ser conectores o facilitadores del ecosistema de emprendimiento. Sin duda, todos los expertos aportaron diversos puntos de vista.

Los expertos de las organizaciones de apoyo señalan que existen diversas oportunidades que la pandemia ha causado y que pueden ser explotadas por los emprendedores, por el gobierno y en general por el sector empresarial. Dentro de las principales se encuentran: 1) masificación del uso de servicios digitales; 2) implementación de estrategias en las organizaciones que incluyan nuevas tecnologías de forma continua; 3) desarrollo de nuevos sectores como salud, teletrabajo, educación en línea, y todos los procesos de apoyo relacionados; 4) desarrollo de nuevos modelos de negocios que integren la sostenibilidad y la transformación digital como pilares críticos en los mismos; y 5) adopción de nuevas políticas públicas para acelerar el emprendimiento, entre otros.

Así mismo, los expertos manifestaron que Ecuador cuenta únicamente con dos grandes fortalezas que permitirán dinamizar el ecosistema: 1) el espíritu emprendedor desarrollado en el Ecuador y 2) la transferencia de tecnología y conocimiento que puede ser realizada entre la universidad y el sector privado. De igual forma, indicaron que el ecosistema de emprendimiento tiene diferentes debilidades que necesitan ser mejoradas, con el objetivo de dinamizarlo. Entre las debilidades más importantes se puede señalar: 1) reducción de la operatividad de los emprendimientos y con ello pérdida de plazas de trabajo; 2) reducción del capital de riesgo y de las fuentes de financiamiento, impidiendo la apertura de nuevos emprendimientos; 3) dificultades en la transformación de las operaciones de las organizaciones debido a la escasez de servicios digitales asequibles; 4) baja capacidad de adaptación y reinversión de los emprendimientos comerciales; y 5) reducción del capital humano orientado hacia el emprendimiento.

Finalmente, los expertos coincidieron en que existen muchas amenazas latentes que necesitan ser tomadas en cuenta, destacando entre estas: 1) disminución o pérdida total de ventas en diferentes sectores como el turismo, entretenimiento presencial, transporte de personas, venta de bienes no indispensables o de consumo discrecional, entre otros; 2) crecimiento de negocios de subsistencia e informales; y 3) continuo debilitamiento de la articulación efectiva entre los actores de apoyo al emprendimiento.

## 6 | Políticas públicas

Ecuador presenta un incremento significativo en la TEA en relación al resultado del GEM 2017, alcanzando un valor del 36.2% - el segundo más alto de la región después de Chile. Como se ha mencionado en otros años, es necesario cuestionar que hay detrás de esta cifra. En el [Capítulo 2](#), se presentó una evaluación del entorno del emprendimiento, incluyendo el análisis de los expertos. Infraestructura física, los valores culturales respecto al emprendimiento y la educación se mantienen como fortalezas del ecosistema, mientras que las debilidades siguen estando en los temas de financiamiento, tecnología e I&D y las políticas de gobierno.

La Ley de Emprendimiento, aprobada en Febrero 2020 y mencionada en el Capítulo 3 de este reporte es un primer paso. Sin embargo, sin una adecuada implementación, su impacto puede ser muy pequeño. Una señal de la vigencia de este riesgo es que a pesar de que la Ley establece un plazo máximo de 90 días para la emisión del Reglamento -clave para implementación de varias de las políticas propuestas en la ley, a la fecha de emisión de este reporte, no ha sido el caso.

En un contexto de contracción económica y reducción del gasto público como el que vive Ecuador en el 2020, y con elecciones presidenciales próximas, se requiere identificar que políticas públicas serán clave para dinamizar el ecosistema de emprendimiento del país. Y es que, de acuerdo con el Global Entrepreneurship Index 2019, presentado por el GEDI,<sup>1</sup> Ecuador se ubica en el puesto 105 de 137 países, descendiendo 9 puestos en relación al año anterior.

En esta sección, se presenta un análisis de este índice que analiza la calidad del emprendimiento y la extensión del ecosistema de apoyo al emprendimiento. De esa manera, se busca identificar posibles intervenciones de política pública que ayuden a acelerar el desarrollo de un ecosistema de emprendimiento maduro para el país.

### El Global Entrepreneurship Index: Actitudes, Habilidades y Aspiraciones Emprendedoras: Un análisis 2013-2019

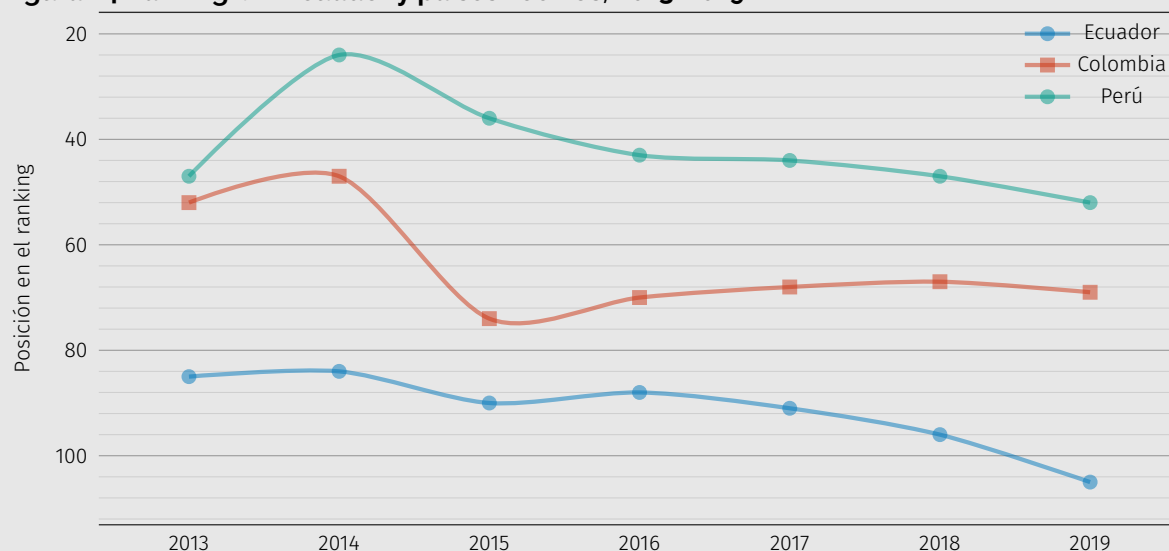
El Global Entrepreneurship and Development Institute, GEDI, presentó en 2019, su último reporte GEI<sup>2</sup>. En este reporte, se analizará la evolución en el periodo 2013-2019 en el que la cantidad de países analizados es relativamente estable. El GEI, en particular, utiliza tres subíndices: actitudes, habilidades y aspiraciones emprendedoras. Estos tres subíndices utilizan 14 pilares, cada uno de ellos construido en base a una variable institucional y una variable individual.

La [Figura 24](#) muestra la evolución de Ecuador y sus países vecinos en los últimos siete años. Ecuador retrocede por cuarto año consecutivo y se ubica en la posición 105, mientras que Colombia y Perú se ubican en los puestos 52 y 69 respectivamente. Perú se ha mantenido estable en los últimos cuatro años mientras que Colombia sí presenta una caída importante en los últimos dos.

A continuación se analizará para Ecuador los pilares del GEI agrupados en los subíndices en el periodo 2013-2019. También, se derivará del análisis algunas recomendaciones de políticas para los tres subíndices: Actitudes Emprendedoras (pilares 1-5), Habilidad Emprendedora (pilares 6-9) y Aspiraciones Emprendedoras (pilares 10-14). La [Tabla 13](#) describe los 14 pilares clasificados en los tres subíndices que compone el GEI. Cada pilar utiliza una variable individual (tomada del GEM) y una o más variables institucionales tomadas de fuentes secundarias.

<sup>1</sup>Global Entrepreneurship and Development Institute, [thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/](https://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/)

<sup>2</sup>Las razones, incluyendo temas de accesibilidad de datos son mencionadas en el reporte. Ver [Acz et al. \(2019\)](#).

**Figura 24 Ranking GEI Ecuador y países vecinos, 2013-2019**

**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de los reportes GEI de cada año respectivo.

**Tabla 13 Subíndices y pilares del Global Entrepreneurship Index (GEI)**

Subíndice	Pilares
Subíndice de Actitudes Emprendedoras	1. Percepción de Oportunidades 2. Habilidades para iniciar empresas 3. Aceptación del Riesgo 4. Networking 5. Apoyo Cultural
Subíndice de Habilidad Emprendedora	6. Emprendimiento por Oportunidad 7. Absorción Tecnológica 8. Capital Humano 9. Competencia
Subíndice de Aspiraciones Emprendedoras	10. Innovación de Productos 11. Innovación de Procesos 12. Alto crecimiento 13. Internacionalización 14. Capital de riesgo

**Fuente:** Traducido por los autores a partir del reporte GEI 2019 (Acz et al., 2019).

## Pilares de Actitudes Emprendedoras

El primer subíndice incluye los cinco primeros pilares que son: percepción de oportunidades, habilidades para start-ups, aceptación de riesgo, networking y apoyo cultural. La [Tabla 14](#) muestra la evolución en los últimos siete años de estos pilares. En el periodo analizado, se notan ciertos cambios importantes en la tendencia. El pilar de *Percepción de Oportunidades* —que en 2015 fue el pilar mejor evaluado— se ubica en 2019 en el puesto 10 entre los 14 pilares evaluados. La disminución en oportunidades identificadas por los emprendedores (GEM) coincide con los años en que ha existido mayor contracción económica. Este pilar complementa ese indicador con la libertad económica y los derechos de propiedad.

Respecto al pilar de *Habilidades para Empezar*, se mantiene entre los tres pilares mejor evaluados en el periodo analizado. El acceso de educación superior así como la percepción de poseer las habilidades (variable individual) inciden en que este pilar sea el mejor puntuado en los cuatro últimos años.

Otro cambio importante de tendencia se nota en el pilar de *Aceptación del Riesgo*. Desde 2016, este indicador ha mostrado una tendencia negativa ubicándose en 2019 como el pilar peor evaluado. Este pilar utiliza como variable individual el porcentaje de la población que no cree que el miedo al fracaso les impedirá iniciar un negocio, y como variable institucional el riesgo país. El creciente endeudamiento y las complicaciones fiscales inciden en la medición del riesgo país.

La capacidad de conocer y contactar emprendedores y otros stakeholders es medida en el pilar de *Networking*. Este pilar ha mejorado considerablemente en el periodo analizado, manteniéndose como el segundo mejor en los últimos tres años, probablemente fruto de las mejoras en comunicación, así como de las mejoras en las redes de emprendedores y el crecimiento de espacios de networking.

Finalmente, el *apoyo cultural* refiere al estatus del emprendimiento en términos de ser aceptado como una carrera combinado con el nivel de corrupción, bajo la premisa de que ésta puede disminuir lo “atractivo” de una carrera de emprendimiento al hacer más complicado ese camino. Este pilar ha observado una evolución negativa desde 2016. En este caso, el alto nivel de estatus de carrera declarado por los individuos en el GEM es contrarrestado por un alto nivel de corrupción de acuerdo a los datos secundarios utilizados por el GEI (provenientes en este caso particular de Transparencia Internacional).

Los pilares que componen el subíndice de actitudes emprendedoras han mostrado en su mayoría una evolución negativa en el periodo analizado. Si bien han existido iniciativas importantes orientadas a facilitar negocios, como la ya comentada Ley de Emprendimiento, no está claro aún el impacto real que estas tendrán. A pesar de la compleja situación económica, muchos emprendedores podrán detectar oportunidades para nuevos negocios, por ello se debe acelerar la implementación de mejoras en cuanto a la facilidad de abrir y cerrar negocios, acceso a mercados, etc. La corrupción —aún activa en tiempos de pandemia— complica el apoyo cultural al emprendimiento, por lo que se requiere de un trabajo coordinado entre sector público y privado para combatirla.

**Tabla 14 Subíndice de Actitudes Emprendedoras**

Pilar	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1. Percepción de Oportunidades	0.40 (2)	0.66 (2)	0.67 (1)	0.57 (2)	0.17 (10)	0.16 (11)	0.17 (10)
2. Habilidades para Start-Ups	0.59 (1)	0.63 (3)	0.62 (2)	0.63 (1)	0.51 (1)	0.50 (1)	0.51 (1)
3. Aceptación del Riesgo	0.19 (7)	0.16 (10)	0.27 (8)	0.24 (9)	0.07 (14)	0.07 (13)	0.06 (14)
4. Networking	0.27 (4)	0.32 (6)	0.35 (5)	0.44 (4)	0.42 (2)	0.35 (2)	0.42 (2)
5. Apoyo Cultural	0.16 (8)	0.37 (5)	0.35 (6)	0.25 (8)	0.19 (9)	0.17 (10)	0.19 (9)

**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de los reportes GEI de cada año respectivo.

**Notas:** El valor mínimo es 0 y el máximo es 1. Cifras en paréntesis representan la posición en el ranking de los 14 pilares.

## Pilares de Habilidades Emprendedoras

Las habilidades emprendedoras se recogen en el segundo subíndice. Éste incluye cuatro pilares: Emprendimiento por Oportunidad, Absorción Tecnológica, Capital Humano y Competencia. A lo largo del periodo de análisis, los pilares que componen este subíndice han tenido evoluciones distintas como se comenta a continuación.

El pilar de Emprendimiento por Oportunidad combina la motivación por oportunidad (GEM), pero que enfrentan limitaciones por regulación. Como muestra la [Tabla 15](#), este pilar se ha mantenido estable desde 2014. Como se mostró en el [Capítulo 2](#), las preocupaciones por regulaciones estatales -en particular tramites e impuestos- es una de las debilidades identificadas por los expertos en la Encuesta Nacional de Expertos (NES).

La capacidad de absorción tecnológica es uno de los grandes desafíos para el ecosistema emprendedor ecuatoriano, por su relevancia para crear firmas innovadoras y con potencial de crecimiento. Este pilar combina la autoselección del sector tecnológico con la capacidad de absorción a nivel de empresa reportada por el Foro Económico Mundial (también a través de encuestas). Este pilar ha mostrado un incremento en el periodo 2016-2018 con un retroceso en el último año.

El pilar de capital humano analiza la educación declarada por el emprendedor con los gastos en formación y capacitación de las empresas, así como las restricciones gubernamentales, específicamente laborales. A pesar de lo fundamental del capital humano en el potencial impacto de un ecosistema de emprendimiento, se puede notar que este pilar no ha crecido en los últimos años, mostrando un potencial estancamiento.

El subíndice incluye también el pilar de Competencia, combina la competencia percibida por los emprendedores con medidas de dominancia de mercado y eficacia de la regulación antimonopolio. Este pilar ha sido uno de los mejor evaluados en el periodo analizado, en gran medida por la percepción de (poca) competencia por parte del emprendedor.

Los pilares que corresponden a este subíndice pueden ser claves en términos de una estrategia de competitividad de país. Además de las comentadas en el subíndice anterior, se requieren políticas orientadas a fomentar la diferenciación -como generadora de valor económico, así como a un uso más intensivo de la capacidad tecnológica de las empresas (por ejemplo, fomentando Inversión Extranjera Directa en industrias intensivas en tecnología). Finalmente, es necesario discutir políticas de desarrollo del capital humano relacionado con el emprendimiento y el ecosistema de negocios en general, especialmente recordando la importancia de la formación, aun en tiempos de desaceleración económica.

**Tabla 15 Subíndice de Habilidades Emprendedoras**

Pilar:	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
6. Emprendimiento por Oportunidad	0.33 (3)	0.22 (8)	0.22 (9)	0.23 (10)	0.26 (5)	0.23 (5)	0.26 (5)
7. Absorción Tecnológica	0.07 (12)	0.20 (9)	0.17 (11)	0.12 (13)	0.14 (11)	0.21 (8)	0.14 (11)
8. Capital Humano	0.08 (11)	0.23 (7)	0.27 (7)	0.28 (6)	0.23 (7)	0.23 (6)	0.23 (7)
9. Competencia	0.24 (5)	0.46 (4)	0.57 (4)	0.53 (3)	0.28 (4)	0.29 (3)	0.28 (4)

**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de los reportes GEI de cada año respectivo.

**Notas:** El puntaje mínimo es 0 y el máximo es 1. Valor en paréntesis representa la posición en el ranking de los 14 pilares (1 mejor, 14 peor)

## Pilares de Aspiraciones Emprendedoras

Este subíndice incluye los últimos cinco pilares: Innovación de Productos, Innovación de procesos, Alto crecimiento, Internacionalización y Capital de Riesgo. En este subíndice, se encuentran algunos de los pilares que representan los grandes desafíos para el ecosistema de Ecuador, ya que son aquellos que impactan de manera directa en la generación de emprendimientos dinámicos.

El primer pilar analizado en este subíndice es el de Innovación de Productos. Si bien se mantiene entre los mejores pilares en términos relativos, ha mostrado una tendencia decreciente desde 2014 (ver [Tabla 16](#)). Nuevamente, se resalta el desafío del nivel de desarrollo tecnológico -mostrado por el Global Innovation Index GII, que se compensa con la percepción de novedad que los emprendedores otorgan a sus propios productos (declarado en la encuesta GEM).

El pilar de Innovación de Procesos se ha mantenido relativamente estable desde 2014. El GEI analiza además del uso de nueva tecnología en procesos, la capacidad del país de crearla a través de Investigación y Desarrollo, contribuciones científicas, y disponibilidad de ingenieros y científicos.

El pilar de alto crecimiento relaciona la creación alta de empleo (más de 10) con variables de sofisticación de estrategia de negocios. Durante todo el periodo de análisis, se ha mantenido como uno de los pilares con peor desempeño para Ecuador, mostrando así la importancia del desafío de la escalabilidad de los negocios iniciados en el país.

Un pilar relacionado es Internacionalización: los emprendedores que venden a clientes extranjeros relacionados con el nivel de complejidad económica, es decir la capacidad de crear productos competitivos en el mercado global. Desde 2014, se mantiene como uno de los dos pilares con menor desempeño, recordando lo complejo de estos procesos de apertura, particularmente al relacionarlo con la complejidad, que implica un grado de 'competencia global' que es característico de un emprendimiento dinámico.

El último pilar es Capital de riesgo: que incluye los inversionistas informales así como la profundidad del mercado de capital. Es uno de los pocos pilares en el que se observa una mejora consistente durante el periodo de análisis. Sin embargo, esto no implica que haya dejado de ser un desafío, como también lo muestra la Encuesta de Expertos en el [Capítulo 2](#).

Este subíndice es clave para el desarrollo de emprendimientos dinámicos. Estos pilares tienen una clara orientación estratégica: ampliar mercado en tamaño y en diversificación geográfica. Además del trabajo en desarrollo y adopción tecnológica por parte de las empresas, se requiere trabajar en fomentar el desarrollo de productos más complejos que permitan una inserción en el mercado global.

**Tabla 16 Subíndice de Aspiraciones Emprendedoras**

Pilar	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
10. Innovación de Productos	0.24 (5)	0.71 (1)	0.58 (3)	0.44 (4)	0.32 (3)	0.29 (4)	0.31 (3)
11. Innovación de Procesos	0.02 (13)	0.16 (12)	0.16 (12)	0.16 (12)	0.20 (8)	0.19 (9)	0.20 (8)
12. Alto Crecimiento	0.12 (10)	0.14 (13)	0.22 (10)	0.21 (11)	0.13 (12)	0.12 (12)	0.13 (12)
13. Internacionalización	0.16 (9)	0.05 (14)	0.05 (14)	0.06 (14)	0.07 (13)	0.07 (14)	0.07 (13)
14. Capital de Riesgo	0.02 (14)	0.16 (11)	0.13 (13)	0.25 (7)	0.26 (6)	0.22 (7)	0.26 (6)

**Fuente:** Elaborado por los autores con datos de los reportes GEI de cada año respectivo.

**Notas:** El puntaje mínimo es 0 y el máximo es 1. Valor en paréntesis representa la posición en el ranking de los 14 pilares (1 mejor, 14 peor)

## Políticas Públicas para la 'post pandemia'

La crisis sin precedentes causada por la pandemia del Covid-19, el confinamiento de las ciudades durante varios meses más la delicada situación fiscal pre-covid19, sugieren que la economía ecuatoriana observará efectos negativos por algún tiempo. Para el año 2020, se prevé una caída de la economía de entre 7-10%, con la consecuente caída en el empleo. El emprendimiento puede jugar un rol importante en aminorar los efectos de esta delicada situación, pero una activa política pública es crítica para una reacción rápida.

- Debido a la caída del empleo, es de esperar un incremento en los emprendimientos motivados en la necesidad. Políticas de apoyo financiero para pequeños negocios pueden ser críticas para resolver esas necesidades e impedir un crecimiento de la pobreza.
- Muchos negocios han experimentado severas complicaciones en liquidez y eventualmente en solvencia. Se requieren políticas que se orienten hacia facilitar cierres y 'reconversiones' de negocios que permitan seguir operando y minimizar el tiempo sin generación de ingresos.
- Identificar políticas de apoyo a los emprendedores 'nuevos' -que han empezado un negocio por la pérdida de empleo, que vayan más allá del financiamiento de su negocio: facilidad en las hipotecas, refinanciamiento de deudas, etc.
- Dado que los recursos son (más) limitados, enfocar el apoyo para emprendedores en sectores que tengan mayor potencial de crecimiento post-pandemia.
- Identificar oportunidades concretas de internacionalización para los emprendimientos existentes, que pueden reemplazar la disminución de oportunidades en el país.

El emprendedor está habituado a trabajar en ambientes de incertidumbre. La complejidad de la situación requiere que todos los involucrados en el ecosistema emprendedor, incluyendo a gobierno, empresas existentes, y academia entre otros contribuyan en el proceso de recuperación.

## 7 | Reflexiones

En nuestro último informe GEM Ecuador correspondiente a 2017, comentábamos que la actividad emprendedora temprana, siempre elevada, venía declinando desde 2013. Sin embargo, en 2019 la TEA para el país crece nuevamente y se ubica en 36.2%, comparable con aquella obtenida en 2013. El incremento se debe casi exclusivamente a la proporción de emprendedores nacientes que han aumentado en 5.7 puntos porcentuales desde 2017; la proporción de emprendedores nuevos también ha aumentado, pero solamente en 1 punto. Es un patrón recurrente, muchos negocios en etapa de gestación y arranque y pocos consolidados. Las condiciones del entorno que favorecen o entorpecen el emprendimiento no han variado, es más, algunas de las condiciones marco para el emprendimiento, medidas a través de la National Expert Survey, NES, se han deteriorado. En el índice NECI, National Entrepreneurship Context Index, de reciente creación, Ecuador está ubicado en la posición 39 de 54 países, mostrando un contexto medianamente favorable para emprender. Durante el año pasado la reducción del empleo adecuado, el incremento del desempleo y del subempleo, justifican en algún grado los resultados obtenidos.

En 2019, se diferenció en la TEA entre los emprendedores independientes y aquellos que compartían la propiedad del negocio con su empleador, denominando a este último grupo TEA patrocinada. Un 28.9% de la población correspondió a emprendedores independientes, y el 7.3% a emprendimientos patrocinados. Esta subdivisión facilita un mejor conocimiento del emprendimiento en el país. Los resultados que presentamos corresponden a datos levantados durante el primer semestre de 2019, obviamente la pandemia de Covid-19 que se experimenta globalmente aun ahora, iniciando el segundo semestre de 2020, ha modificado por completo el entorno y consecuentemente los negocios. La paralización de la economía ha obligado al cierre de algunos negocios, a la reducción de empleados, al cambio en modelos de negocios, entre otros efectos, por lo tanto, ha impactado negativamente al emprendimiento, aun cuando ha traído oportunidades para algunos emprendedores formales, informales y de la llamada *gig economy*. Los resultados 2019 podrán utilizarse como referencia o línea de base para evaluar los efectos de la pandemia en la actividad emprendedora temprana.

### La visión del entorno 2019-2020

Una perspectiva del entorno es aquella que provee la consulta a los expertos; se evidenciaron fortalezas en infraestructura física, en las normas sociales y culturales, y en la educación en emprendimiento en la educación superior. Las principales debilidades identificadas fueron las políticas de gobierno relacionadas a impuestos y burocracia, el apoyo financiero, y la transferencia de investigación y desarrollo. Al momento de aplicar la encuesta a expertos aún no se discutía ni aprobaba la Ley de Emprendimiento, la cual de algún modo aborda las mayores preocupaciones en cuanto a la creación y cierre de empresas y al financiamiento. Es interesante que, aun cuando no abundan las fortalezas, normas sociales y culturales, que son inherentes a los ecuatorianos en quienes reconocemos un elevado espíritu emprendedor, y la educación superior ofreciendo formación en emprendimiento, que incide en la naturaleza de los emprendimientos y su impacto, son fortalezas relativas que se mantienen. Aun en un entorno, Covid o post covid, debilitado, las fortalezas mencionadas servirían de palancas para una reactivación. Como un complemento a los resultados del GEM 2019, se consultó a personas vinculadas a los sistemas de apoyo a emprendedores como la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación, AEI, i3lab de ESPOL, Buen Trip Hub, Épico, entre otras organizaciones. Sus directivos reconocieron como la mayor fortaleza justamente el espíritu emprendedor y la transferencia de tecnología desde las universidades al sector privado, en vista del trabajo conjunto que se ha podido observar durante la pandemia; es de esperar que estas relaciones se mantengan y fortalezcan. También se identificaron algunas oportunidades para los emprendedores en los negocios digitales y la innovación abierta, así como en el cambio de hábitos de los consumidores. Además de las percepciones sobre el entorno arriba discutidas, aquellas consultadas en la encuesta de población adulta,



APS, muestran que el emprendimiento como opción válida de vida o carrera, y el alto estatus atribuido a los emprendedores se mantiene. El 56% de la población veía oportunidades de negocio, el 55% consideraba que era fácil hacerlo, el 78% consideraba que poseía las competencias para crear un negocio, sin embargo, para un 35% de la población el temor al fracaso impediría iniciarlo. Se observa entonces que también a nivel individual las percepciones y actitudes hacia el emprendimiento se han mantenido favorables.

## Motivaciones e impacto de los emprendedores

En el perfil de los emprendedores no se han dado cambios sustanciales: el emprendedor promedio en Ecuador 2019/2020 es predominantemente hombre, de entre 25 y 44 años, con educación básica completa, auto empleado y gana entre 1 y 2 salarios básicos unificados. Sin embargo, en las motivaciones para emprender sí se observan nuevos patrones. Hasta 2018 se identificaban como oportunidad y necesidad; ahora se han desagregado en: a) marcar una diferencia en el mundo; (b) acumular gran riqueza o incrementar los ingresos personales; (c) continuar una tradición familiar; y (d) ganarse la vida porque el empleo es escaso. Estas cuatro categorías no son excluyentes, y por este motivo no es posible comparar directamente con las motivaciones por oportunidad o necesidad de años anteriores. Sin embargo, extrayendo a quienes aducen escasez de empleo, y al mismo tiempo no son impulsados por la posibilidad de acumular una fortuna o hacer la diferencia en el mundo, se obtiene un 32,3% comparable con el 42% de 2017.

Al inicio de este reporte mencionábamos la importancia del emprendimiento por su contribución con el crecimiento del país y la generación de empleo. En este sentido se extraen algunos de los impactos de nuestros emprendedores y sus negocios, asociados a sus niveles de educación y motivaciones:

- **Empleo.-** Los emprendedores motivados por hacer la diferencia o acumular riqueza y no por necesidad, en mayor proporción, esperan crear más de 5 puestos de trabajo en los próximos 5 años. Igualmente, los emprendedores patrocinados, esperan generar más empleos que los independientes.
- **Cobertura nacional.-** Los emprendedores patrocinados cuentan con una mayor proporción de negocios con alcance nacional. Similar situación se observa para los negocios cuyos emprendedores estuvieron motivados por hacer la diferencia o acumular riqueza, y no por necesidad; también por quienes poseen educación superior.
- **Innovación local.-** Los emprendedores con educación superior, cuyos negocios están en sectores tecnológicos, y motivados por hacer la diferencia o acumular riqueza y no por necesidad, muestran mayores niveles de innovación localmente, tanto para productos como para servicios.

## Implicaciones para Política Pública

En este informe el capítulo de Políticas Públicas discute ampliamente las fortalezas y debilidades del emprendimiento en Ecuador haciendo uso del índice GEI, complementando así aquellas que se extraen de los datos del GEM. Entre las debilidades se mantienen las vinculadas a la internacionalización e innovación, aspectos que deberían ser el foco de políticas de apoyo. Sin embargo, es importante resaltar la mejora en el networking que facilita el acceso de los emprendedores a todo tipo de recursos, y también las mejoras en acceso a financiamiento especializado, aun cuando el acceso a financiamiento en general para los emprendedores continua pobre. Una vez más, se hace evidente el impacto negativo de la corrupción en el emprendimiento, con las connotaciones negativas también para la recuperación económica. Se sugieren políticas públicas post pandemia, sin embargo, es crítico también retomar las políticas de apoyo a más largo plazo, como la Ley de Emprendimiento, a las que no se ha dado prioridad debido a la emergencia.

Como cada año este informe GEM Ecuador nos presenta el enorme potencial del país en materia de emprendedores y empresas, sin embargo, el tránsito a la acción para su realización continua lento. Confiamos en que las cifras y su análisis motiven al diseño de políticas idóneas y su ejecución.

## Referencias

- Acz, Z., Szerb, L., Autio, E., y Lloyd, A. (2019). *Global Entrepreneurship Index 2019*. Washington D. C., Estados Unidos: The Global Entrepreneurship and Development Institute. Descargado de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los-ecosistemas-de-emprendimiento-de-America-Latina-y-el-Caribe-frente-al-COVID-19-Impactos-necesidades-y-recomendaciones.pdf>
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J., y Tarnawa, A. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report*. Londres, Reino Unido: Global Entrepreneurship Research Association. Descargado de <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50443>
- Camino-Mogro, S., Ordeñana, X., y Portalanza, A. (2020). *Flujo de Caja y días de Resistencia sin efectivo en tiempos de Covid-19: El Caso de Ecuador*. Ecuador: Universidad Espíritu Santo. Descargado de <https://www.uees.edu.ec/pdf/policy-report-dias-resistencia.pdf>
- Kantis, H., y Angelelli, P. (2020). *Los ecosistemas de emprendimiento de América Latina y el Caribe frente al COVID-19: Impactos, necesidades y recomendaciones*. Washington D. C., Estados Unidos: Banco Interamericano de Desarrollo. Descargado de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los-ecosistemas-de-emprendimiento-de-America-Latina-y-el-Caribe-frente-al-COVID-19-Impactos-necesidades-y-recomendaciones.pdf>
- Oberdabernig, D. A. (2013). Revisiting the Effects of IMF Programs on Poverty and Inequality. *World Development*, 46(C), 113-142. Descargado de <https://ideas.repec.org/a/eee/wdevel/v46y2013icp113-142.html> doi: 10.1016/j.worlddev.2013.0
- Parente, R., Geleilate, J. M., y Rong, K. (2017, 11). The sharing economy globalization phenomenon: A research agenda. *Journal of International Management*. doi: 10.1016/j.intman.2017.10.001
- Schlaegel, C., y Koenig, M. (2013, 12). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38. doi: 10.1111/etap.12087

## A | Metodología del GEM

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), iniciado el año 1999 por Babson College y London Business School, es un proyecto de investigación que surgió ante la necesidad de contar con información relevante y de alcance internacional, acerca de las actitudes, actividades y características del emprendimiento y sus diferentes fases. En particular, el GEM tiene como objetivos principales:

- Medir el nivel de actividad emprendedora en cada uno de los países participantes y compararlos entre sí.
- Analizar los factores que determinan los niveles de actividad emprendedora.
- Identificar áreas de oportunidad que permitan la creación de políticas públicas y recomendaciones para mejorar el nivel de actividad emprendedora.

El GEM hace una valiosa contribución aportando cada año con la “radiografía” del emprendimiento en los diferentes países participantes. Es útil para las administraciones públicas, la empresa privada y también la academia, para quienes resulta imprescindible tener un claro conocimiento del emprendimiento, facilitando la planificación y ejecución de acciones que favorezcan a la construcción de un sólido ecosistema emprendedor.

### Marco Conceptual del GEM

Los factores contextuales específicos (sociales, políticos y económicos) influyen en la creación de negocios. Las relaciones entre los diversos determinantes clave de las condiciones del marco empresarial —incluidos los procesos mediante los cuales el emprendimiento, la innovación disruptiva en productos y servicios, la renovación empresarial, la creación de empleo, la expansión económica y el bienestar social, entre otros — se describen en el marco conceptual GEM (ver Figura X).

El marco conceptual del GEM se basa en el supuesto de que el crecimiento económico nacional es el resultado de las interdependencias entre las condiciones del marco empresarial y los rasgos y capacidades personales de los individuos para identificar y aprovechar las oportunidades. Este proyecto identifica los facto-

res que fomentan o limitan la actividad empresarial, midiendo el alcance de una variedad de actividades empresariales y ofreciendo implicaciones de política pública para mejorar la capacidad empresarial en las economías locales, regionales y nacionales.

El enfoque del GEM es único de varias maneras: en primer lugar, recopila datos primarios a nivel mundial; en segundo lugar, se encuesta a los individuos sobre una variedad de temas clave relacionados con las aspiraciones, las actitudes, las intenciones y las actividades empresariales; en tercer lugar, el fenómeno se evalúa a lo largo del ciclo de emprendimiento, desde la identificación de las oportunidades empresariales y concepción de la idea de negocio, hasta su madurez o, alternativamente, su desaparición (ver Figura X2).

Figura 25 Mapa conceptual GEM

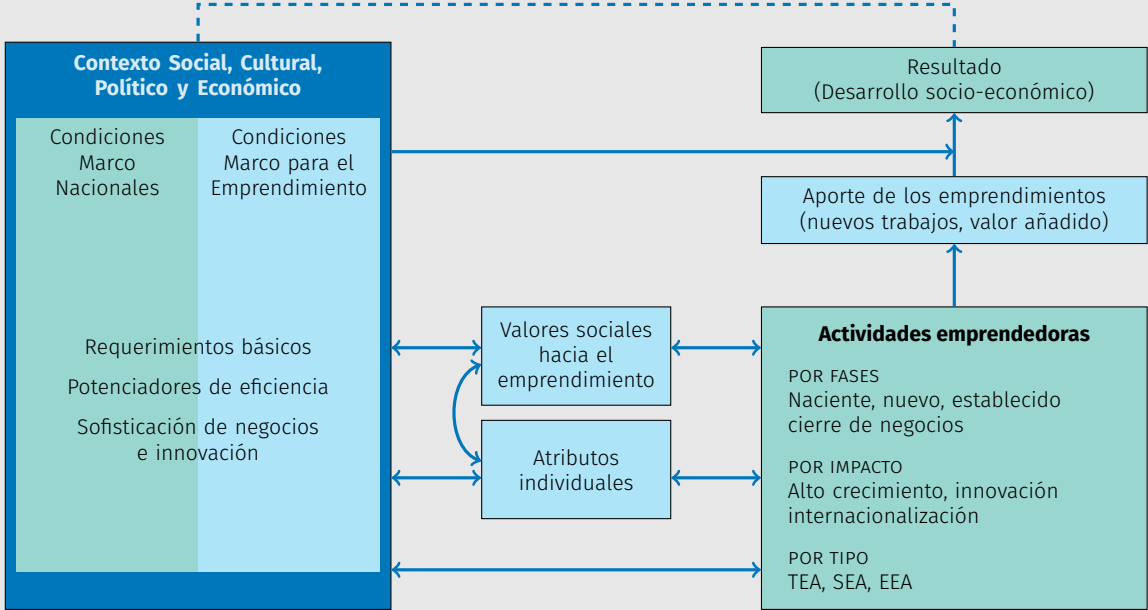
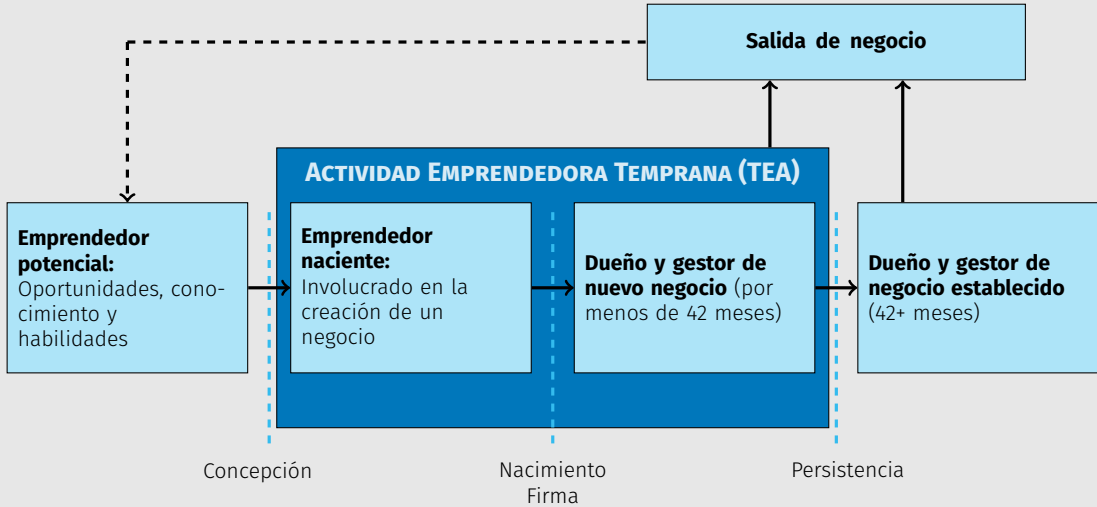


Figura 26 Indicadores de emprendimiento GEM



**Tabla 17 Perfil demográfico de los encuestados - APS 2019**

		Cantidad de personas	Porcentaje
Género	Hombres	1037	50.27
	Mujeres	1026	49.73
Edad	18-24	465	22.54
	25-34	572	27.73
	35-44	445	21.57
	45-54	343	16.63
	55-64	238	11.54
Educación	Ninguna	94	4.56
	Primaria completa	512	24.83
	Secundaria completa	705	34.19
	Post-secundaria	268	13
	Universidad completa	436	21.14
	Masterado/doctorado	47	2.28
Ocupación	Tiempo completo	704	34.19
	Tiempo parcial	171	8.31
	Retirado / discapacitado	24	1.17
	Dedicado al hogar	215	10.44
	Estudiante	96	4.66
	Desempleado	137	6.65
	Autoempleado	712	34.58
Ingresos del hogar	Menos de 1 SBU	514	25.65
	Más de 1 y menos de 2 SBUs	803	40.07
	Más de 2 SBUs	687	34.28

## APS - Encuesta a la Población Adulta

La APS recoge información acerca de la población nacional de los países participantes del GEM. Los equipos nacionales encuestan al menos a 2,000 personas entre 18 y 64 años, con un diseño muestral representativo a nivel nacional. El cuestionario se concentra en la actividad de emprendimiento en sus diferentes fases, con énfasis en las características, motivaciones y aspiraciones de los emprendedores, así como su perfil demográfico. Para asegurar la comparabilidad internacional de la información, en todos los países GEM se utiliza el mismo cuestionario base. Una vez levantados, los datos pasan por un proceso centralizado de armonización.

En 2019, el equipo GEM Ecuador ha encuestado a 2063 personas, cuyas características se resumen en la [Tabla 17](#).

## NES - Encuesta Nacional de Expertos

Las Condiciones Marco para el Emprendimiento (EFC, por sus siglas en inglés) son un componente del contexto en el cual se crean y se desenvuelven los negocios. El estado de estas condiciones influye en la existencia de oportunidades de negocio y en la dinámica empresarial. A diferencia de otras encuestas a expertos que evalúan de manera integral el contexto nacional (ejemplo: Índice de Competitividad Global), la NES se enfoca únicamente las EFCs.

El cuestionario de la NES recopila las opiniones de expertos sobre una serie de afirmaciones, cada una diseñada para capturar una EFC específica. Las respuestas a cada ítem siguen una escala Likert, donde 0 significa que la afirmación es completamente falsa, y 10, que es completamente cierta. La metodología del GEM reconoce 9 EFCs:

- **Financiamiento para emprendedores:** La disponibilidad de recursos financieros (capital y deuda) para pequeñas y medianas empresas (PYMES) (incluidas subvenciones y subsidios).
- **Políticas gubernamentales:** La medida en que las políticas públicas apoyan el emprendimiento. Este EFC tiene dos componentes: a) El espíritu empresarial como un tema económico relevante y b) Los impuestos

o las regulaciones fomentan la creación y crecimiento de empresas nuevas.

- **Programas gubernamentales:** La presencia y la calidad de los programas que ayudan directamente a las PYMES en todos los niveles de gobierno (nacional, regional, municipal).
- **Educación en emprendimiento:** La medida en que la capacitación para crear o administrar PYMES se incorpora al sistema de educación y capacitación en todos los niveles. Este EFC tiene dos componentes: a) Educación en emprendimiento en la escuela básica (primaria y secundaria) y b) Educación en emprendimiento en los niveles postsecundarios (educación superior como vocacional, universitaria, escuelas de negocios, etc.).
- **Transferencia de I + D:** La medida en que la investigación y el desarrollo nacionales generarán nuevas oportunidades comerciales y estarán disponibles para las PYMES.
- **Infraestructura comercial y legal:** La presencia de derechos de propiedad, servicios comerciales, contables y de asesoramiento legal que apoyan o promueven a las PYMES.
- **Mercado interno:** Este EFC contiene dos componentes: a) Dinámica del mercado: el nivel de cambio en los mercados de un año a otro, y b) Apertura del mercado: la medida en que las nuevas empresas son libres de ingresar a los mercados existentes.
- **Infraestructura física:** Facilidad de acceso a recursos físicos (comunicación, servicios públicos, transporte, tierra o espacio) a un precio que no discrimina a las PYMES.
- **Normas sociales y culturales:** La medida en que las normas sociales y culturales fomentan o permiten acciones que conducen a nuevos métodos o actividades comerciales que potencialmente pueden aumentar la riqueza y los ingresos personales.

Luego de este bloque de afirmaciones, se les pide a los expertos que expresen sus puntos de vista sobre los éxitos institucionales más importantes y las limitaciones para fomentar el espíritu empresarial en su país. También proporcionan algunas recomendaciones clave para el mismo propósito. Finalmente, se registra cierta información de antecedentes sobre los expertos.

En 2019, el equipo del GEM Ecuador encuestó a 37 expertos, enlistados en la [Tabla 18](#).

Tabla 18 Expertos encuestados - NES 2019

Área	Nombre	Cargo	Empresa
Financiamiento para emprendedores	Julio José Prado	Director Ejecutivo	Asociación de Bancos del Ecuador (Asobanca)
	Eduardo Quincoces	Directora	Ángeles EC
	Jaime Santillán	Fundador y CEO	Wipala
	Diego Cevallos	Gerente de Desarrollo de Productos y Servicios	Corporación Financiera Nacional
Políticas gubernamentales	Yuri Parreño Rodríguez	Viceministro	Ministerio de Industrias y Productividad
	Nathalie Cely	Presidente	Centro de Competitividad e Innovación
	Pablo Guevara	Socio	Andersen Tax & Legal
	Andrés Zurita	Director	Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI)
	Patricio Alarcón	Presidente	Cámara de Comercio de Quito
Programas gubernamentales	Marcelo Rojas	Director Ejecutivo	Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE)
	Eduardo Jurado	Presidente	Semgroup
	Pedro Pablo Duart	Director de Acción Social y Educación	Municipio de Guayaquil
	María Soledad Casares	Gerente General	Ethniessence
Educación en emprendimiento	Tamara Erazo	Directora de Maestrías	Universidad de las Américas
	Max Núñez	Director Ejecutivo	Fundación Educate
	Adrián Coppiano	Gerente General	BiteMix Company
	Sabrina Ibarra	Directora de Laboratorio de Producción e Innovación	Universidad de las Artes
Transferencia de I + D	Gabriel Bermeo	Director de Innovación Social	Universidad de las Artes
	David Chang	Coordinadora de Transferencia de Tecnología	i3lab - ESPOL
	José Antonio Camposano	Presidente Ejecutivo	Cámara Nacional de Acuacultura
	Charvel Chedraui	CEO	RedFenix
Infraestructura comercial y legal	Roberto Intriago	Viceministro de Promoción de Exportaciones	Ministerio de Comercio Exterior
	Víctor Jurado	Director Ejecutivo	Cámara Binacional Ecuatoriano Italiana
	María del Carmen Garay	CEO	Plataforma Coworking
	Francisco García	Presidente	Cámara de la Pequeña Industria del Guayas
Mercado interno	Wilson Araque	Director del Área de Gestión	Universidad Andina Simón Bolívar
	Eduardo Raad	Co-fundador	Dátil Media
	Caterina Costa	Presidente	Cámara de Industrias de Guayaquil
	Carla Gómez	Especialista de Desarrollo Económico Inclusivo	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
Infraestructura física	Luis Alberto Salvador	Vicepresidente Ejecutivo	Cámara de Industrias de Guayaquil
	Alfredo Escobar	Director Ejecutivo	CONECOL (Claro Ecuador)
	Vinicio Reyes	Dueño y CEO	Platayuc
	Isabel Noboa	CEO	Consorcio Nobis - Innobis
Normas sociales y culturales	Ney Barrionuevo	Gerente General	Inclusys
	Lisette Arellano	Fundador y CEO	CoMadres CoWorking
	Jorge Cavagnaro	Editor	Vistazo
	Elena Arias	Presidente	Cámara de Comercio Ecuatoriano Americana

## B | Glosario de indicadores GEM

**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.

**Facilidad para iniciar un negocio:** Porcentaje de la población (18 a 64 años) que considera que es fácil iniciar un negocio en el país.

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

**Temor al fracaso:** Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe la existencia de oportunidades, pero señala que el temor 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 de 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 de 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 de 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 ha pagado sueldos, o cualquier otra retribución por más de tres meses.

**Tasa de negocios nuevos:** 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 Temprana (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 negocio establecido, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado salarios u otra retribución por más de 42 meses.

**Tasa de discontinuación de negocios:** Porcentaje de la población (18 a 64 años) que ha discontinuado 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 para emprender cualquier combinación de



las siguientes razones: para hacer la diferencia, para acumular gran riqueza, para continuar con una tradición familiar, o para ganarse la vida debido a que el empleo es escaso.

**Actividad emprendedora temprana 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 por lo menos a nivel nacional.

**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).

## C | Cambios al cuestionario APS 2019

Debido a la creciente necesidad de comparar anualmente los resultados y a dar cabida a posibles estudios longitudinales para entender el desarrollo del emprendimiento de los países, anualmente los cuestionarios del GEM se revisan tratando de mantener estos cambios al mínimo pero garantizando la continuidad y relevancia de la información que se obtiene del instrumento. Es importante exponer que el cuestionario de la encuesta de población adulta (APS por sus siglas en inglés) del GEM en el 2019 ha incluido algunas variaciones entre las cuales se tiene:

- Se pretende distinguir mejor entre las diferentes formas de actividad empresarial, desde la actividad empresarial independiente en las primeras etapas, hasta la patrocinada que es de propiedad compartida con su empleador y la actividad empresarial explícita de los empleados;
- Se adopta una escala de Likert de cinco puntos (e.g., desde totalmente de acuerdo hasta totalmente en desacuerdo) cambiando la antigua forma de preguntar de SI/NO. Esto pretende alcanzar una mayor explicación y matices en las repuestas y reducir principalmente la proporción del “No sabe”.
- Se considera una mejor medición para poder comprender los motivos para empezar un nuevo negocio, proporcionando una elección de razones más amplia.
- Se introduce medidas más amplias de impacto, incluido el alcance geográfico y a innovación de productos y procesos.

## D | Países participantes GEM 2019/2020

La edición 2019/2020 del GEM contó con la participación de equipos de 54 países. Con el objetivo de realizar comparaciones entre países, el GEM ha realizado una clasificación en base a los criterios del Banco Mundial. Esta clasificación es por nivel de ingresos, teniendo tres categorías, específicamente, 1) economías de ingresos bajo, 2) economías de ingresos medios, y (3) economías de ingresos altos. Los países de ingresos bajos reciben ingresos per cápita entre \$3,895 o menos, los de economías de ingresos medios reciben entre \$3,896 y \$12,055 como ingresos per cápita, y finalmente los de economías de ingresos altos reciben más de \$12,055, como renta per cápita. A continuación se presenta los 54 países y su grupo de ingresos.

**Tabla 19 Países participantes y tipos de economías - GEM 2019/2020**

Región	Nivel de ingresos		
	Bajo	Medio	Alto
Medio Oriente y África	Egipto Madagascar Marruecos	Irán Jordania Sudáfrica	Arabia Saudí Emiratos Árabes Unidos Israel Omán Qatar
Asia y Oceanía	India Pakistán	Armenia China	Australia Corea del Sur Japón Taiwán
América Latina y el Caribe		Brasil Colombia Ecuador Guatemala México	Chile Panamá Puerto Rico
Europa & América del Norte		Bielorrusia Macedonia del Norte Rusia	Alemania Canadá Chipre Croacia Eslovaquia Eslovenia España Estados Unidos Grecia Irlanda Italia Letonia Luxemburgo Noruega Países Bajos Polonia Portugal Reino Unido Suecia Suiza

Para el interés de este reporte, Ecuador se encuentra categorizado dentro de las economías de ingresos medios. A continuación, la [Tabla 20](#) describe los países que conforman esta categoría y a su vez los indicadores relacionados a la actividad emprendedora en las diferentes etapas del negocio.

**Tabla 20 Indicadores de actividad emprendedora, economías de ingresos medios**

	<b>Nacientes</b>	<b>Nuevos</b>	<b>TEA</b>	<b>Negocios establecidos</b>	<b>Salida</b>	<b>Cierre del negocio</b>	<b>Continúa el negocio</b>
Armenia	14.1	7.4	21	7.8	6.4	4.3	2.1
Bielorrusia	3	2.8	5.8	2.7	1.7	1.4	0.3
Brasil	8.1	15.8	23.3	16.2	6.1	4.8	1.4
China	5.3	3.6	8.7	9.3	7.4	4	3.4
Colombia	15.3	7.3	22.3	4.3	5.6	4.2	1.4
Ecuador	26.9	10.8	36.2	14.7	9.2	5.9	3.4
Guatemala	11.2	14.6	25.1	14.8	6	4.3	1.7
Irán	6.8	4.1	10.7	10.1	7	5.2	1.7
Jordania	5.7	3.5	9.1	6.6	10.4	8.3	2.1
Macedonia	9.8	3.4	13	1.8	4.3	3.1	1.2
México	2.1	4.2	6.2	8	3.8	2.6	1.2
Rusia	4.5	4.8	9.3	5.1	3.4	2.4	0.9
Sudáfrica	7.3	3.7	10.8	3.5	4.9	4.2	0.7
Promedio	9.2	6.6	15.5	8.1	5.9	4.2	1.7

## E | Equipos Nacionales

País	Institución	URL
Alemania	Leibniz Universität Hannover	<a href="#">↗</a>
Angola	Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI) Universidade Católica de Angola (UCAN)	<a href="#">↗</a>
Arabia Saudí	Babson Global Center for Entrepreneurial Leadership at King Abdullah Economic City	<a href="#">↗</a>
Argentina	IAE Business School	<a href="#">↗</a>
Armenia	Ameria CJSC	<a href="#">↗</a>
Australia	Queensland University of Technology	<a href="#">↗</a>
Austria	FH Joanneum GmbH - University of Applied Sciences	<a href="#">↗</a>
Bélgica	Vlerick Leuven Gent Management School	<a href="#">↗</a>
Bielorrusia	Belarusian Economic Research and Outreach Center (BEROC)	<a href="#">↗</a>
Bosnia-Herzegovina	Centre for Entrepreneurship Development (in partnership with University of Tuzla)	<a href="#">↗</a>
Brasil	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	<a href="#">↗</a>
Bulgaria	GEM Bulgaria	<a href="#">↗</a>
Canadá	The Centre for Innovation Studies (THECIS)	<a href="#">↗</a>
Chile	Universidad del Desarrollo	<a href="#">↗</a>
China	Tsinghua University	<a href="#">↗</a>
Chipre	University of Cyprus	<a href="#">↗</a>
Colombia	Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad de los Andes Universidad Icesi	<a href="#">↗</a>
Corea del Sur	Korea Entrepreneurship Foundation	<a href="#">↗</a>
Costa Rica	Asociación Incubadora Parque Tec	<a href="#">↗</a>
Croacia	J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics	<a href="#">↗</a>
Ecuador	ESPAE-ESPOL	<a href="#">↗</a>
Egipto	The American University in Cairo, School of Business	<a href="#">↗</a>
El Salvador	ESEN University, FUSADES, Don Bosco University	<a href="#">↗</a>
Emiratos Árabes Unidos	United Arab Emirates University	<a href="#">↗</a>
Eslovaquia	Comenius University in Bratislava	<a href="#">↗</a>
Eslovenia	Faculty of Economics and Business, University of Maribor	<a href="#">↗</a>
España	Asociación Red GEM España	<a href="#">↗</a>
Estados Unidos	Babson College	<a href="#">↗</a>
Estonia	Foresight Centre (Arenguseire Keskus)	<a href="#">↗</a>

Continúa en la siguiente página.

País	Institución	URL
Grecia	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	<a href="#">↗</a>
Guatemala	Universidad Francisco Marroquin	<a href="#">↗</a>
India	Entrepreneurship Development Institute of India (lead) Centre for Entrepreneurship Development Madhya Pradesh Jammu & Kashmir Entrepreneurship Development Institute	<a href="#">↗</a>
Indonesia	Parahyangan Catholic University (UNPAR) Bandung	<a href="#">↗</a>
Irán	University of Tehran	<a href="#">↗</a>
Irlanda	Dublin City University	<a href="#">↗</a>
Israel	Ben Gurion University of the Negev	<a href="#">↗</a>
Italia	Centre of Innovation and Entrepreneurship, Università Politecnica delle Marche	<a href="#">↗</a>
Jamaica	University of Technology, Jamaica	<a href="#">↗</a>
Japón	Keio University	<a href="#">↗</a>
Jordania	Jordan Enterprise Development Corporation	<a href="#">↗</a>
Kazajstán	Nazarbayev University Graduate School of Business	<a href="#">↗</a>
Letonia	Stockholm School of Economics in Riga (SSE Riga)	<a href="#">↗</a>
Líbano	UK Lebanon Tech Hub	<a href="#">↗</a>
Luxemburgo	University of Luxembourg	<a href="#">↗</a>
Macedonia del Norte	SS. Cyril and Methodius University in Skopje Macedonian Enterprise Development Foundation	<a href="#">↗</a>
Madagascar	Institut National Des Sciences Comptables et de l'Administration d'Entreprises	<a href="#">↗</a>
Marruecos	Universite Hassan II – Casablanca	<a href="#">↗</a>
México	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)	<a href="#">↗</a>
Noruega	Nord University Business School	<a href="#">↗</a>
Omán	University of Nizwa	<a href="#">↗</a>
Países Bajos	Panteia	<a href="#">↗</a>
Pakistán	World Bank Pakistan	<a href="#">↗</a>
Panamá	Instituto de Estudios Superiores de Administracion (IESA) Panama	<a href="#">↗</a>
Perú	Universidad ESAN	<a href="#">↗</a>
Polonia	Poland Agency for Enterprise Development University of Economics in Katowice	<a href="#">↗</a>
Portugal	Sociedade Portuguesa de Inovacao (SPI)	<a href="#">↗</a>
Puerto Rico	University of Puerto Rico School of Business	<a href="#">↗</a>
Qatar	Qatar Development Bank	<a href="#">↗</a>
Reino Unido	Aston University	<a href="#">↗</a>
República Dominicana	Ministry of Industry, Commerce and SMEs (MICM)	<a href="#">↗</a>
Rusia	Saint Petersburg University - Graduate School of Management	<a href="#">↗</a>
Sudáfrica	University of Stellenbosch	<a href="#">↗</a>
Sudán	Ahfad University for Women	<a href="#">↗</a>
Suecia	Swedish Entrepreneurship Forum	<a href="#">↗</a>
Suiza	School of Business Administration (SBA Fribourg)	<a href="#">↗</a>
Tailandia	Bangkok University	<a href="#">↗</a>
Taiwán	Taiwan Institute of Economic Research (TIER)	<a href="#">↗</a>
Turquía	Yeditepe University	<a href="#">↗</a>
Uruguay	IEEM Business School, University of Montevideo	<a href="#">↗</a>
Vietnam	Vietnam Chamber of Commerce and Industry	<a href="#">↗</a>

## F | Sobre los autores



### **Virginia Lasio**

Directora del GEM Ecuador y profesora de Comportamiento Organizacional en ESPAE. Tiene un Ph.D. de la Universidad de Tulane. Sus intereses de investigación son en las áreas de toma de decisiones, emprendimiento, creatividad e innovación.

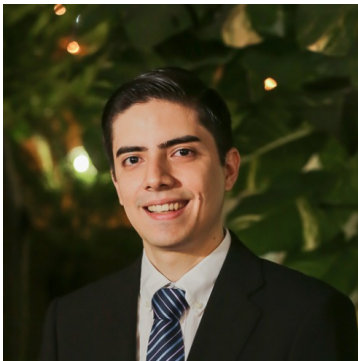
[mlasio@espol.edu.ec](mailto:mlasio@espol.edu.ec)



### **Adriana Amaya**

Profesora de Gestión de la Innovación, Espíritu Emprendedor en ESPAE. Posee un Ph.D. en Negocios Internacionales con especialización en Innovación por la Chinese Culture University en Taiwán. Actualmente diseña una estrategia para hacer de Guayaquil un hub de innovación, acompañada de aliados del ecosistema de emprendimiento e innovación.

[aamaya@espol.edu.ec](mailto:aamaya@espol.edu.ec)



**Jack Zambrano**

Data Manager del GEM Ecuador e investigador en ESPAE. Es Economista con mención en Gestión Empresarial de la ESPOL. Sus intereses de investigación son economía y emprendimiento.

[jacbrzam@espol.edu.ec](mailto:jacbrzam@espol.edu.ec)



**Xavier Ordeñana**


Decano de ESPAE y co-champion del equipo MIT-REAP Guayaquil. Es Ph.D. en Economía por la Universidad Pompeu Fabra. Ha realizado consultorías y proyectos para la Corporación Andina del Fomento (CAF), Senpades, Banco Interamericano de Desarrollo, entre otros.

[xordenan@espol.edu.ec](mailto:xordenan@espol.edu.ec)





**ESPAE**  
Escuela de Negocios

 [www.espae.espol.edu.ec](http://www.espae.espol.edu.ec)

 @ESPAE

 /ESPAE