



ISSN No.13903047

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

ECUADOR - 2016

Virginia Lasio - Guido Caicedo - Xavier Ordeñana - Andrea Samaniego con la colaboración de: Jack Zambrano













COLABORARON EN DIVERSAS ETAPAS DEL ESTUDIO:



Karla Villacís

Rafael Coello

Roberto Palacios

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN Alberto Mite B. mitealberto6@gmail.com

IMAGEN DE PORTADA Título: Paisaje Alberto Mite B.

FOTOGRAFÍAS interiores
© David Chang.
© Marcelo Quinteros Mena.

ISSN No.13903047

IMPRESIÓN Esta obra se terminó de imprimir en los talleres de Offset Abad

© ESPAE - ESPOL 2017



TABLA DE CONTENIDO

Presentación	g
Resumen nacional	10
National summary	11
Introducción	13
Marco conceptual GEM	14
Dashboard de indicadores del GEM	17
Organización del reporte	18
El clima emprendedor	21
Evaluación del entorno en 2016	22
Emprendedores en Ecuador	25
Entorno cultural y social	26
La actividad emprendedora temprana: ¿Quiénes emprendieron en Ecuador en 2016?	27
Emprendedores múltiples	33
Ciclo de vida del negocio: gestación, inicio y crecimiento	35
Ciclo de vida del negocio	35
El crecimiento y sus retos	39
Los emprendedores múltiples y sus negocios	45
Financiamiento para emprendedores	47
Políticas Públicas	51
Reflexiones finales	57
Referencias	59
Anexos	61
Sobre los autores	76
Contactos	77
Promotores del GEM	78
Ejecutores del GEM en Ecuador	80

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Marco Conceptual del GEM	14
Figura 2	Modelo GEM del ciclo de vida del negocio y las características emprendedoras	15
Figura 3	Frecuencia de factores que fomentan y/o restringen el emprendimiento	24
Figura 4	Países con TEA más alta en la región	25
Figura 5	Evolución de la TEA en Ecuador	27
Figura 6	Composición de la TEA por motivación	29
Figura 7	Composición de la TEA por tipo de emprendedor	30
Figura 8	Percepciones de los emprendedores múltiples	33
Figura 9	Distribución de involucrados en etapas de emprendimiento	35
Figura 10	Evolución histórica de la TEA y los negocios establecidos	36
Figura 11	Comparación de emprendedores nacientes, nuevos y TEA	36
Figura 12	Distribución del número actual de empleados según la etapa del negocio	39
Figura 13	Distribución del número esperado de empleados para los próximos 5 años según la	
	etapa del negocio	39
Figura 14	Distribución de clientes extranjeros para Ecuador, Colombia, Perú y Chile en el 2016	40
Figura 15	Porcentaje de clientes que perciben al producto o servicio como nuevo o novedoso	41
Figura 16	Actividad Emprendedora del Empleado (EEA)	42
Figura 17	Percepción de competencia	43
Figura 18	Principales motivos de cierre de los negocios nacientes, nuevos y establecidos	46
Figura 19	Monto requerido para iniciar un negocio (USD) en América Latina y El Caribe	47
Figura 20	Principales fuentes de financiamiento para emprendedores (TEA) en	
	América Latina y El Caribe.	48
Figura 21	Posición relativa de Ecuador para cada pilar del Global Entrepreneurship Index	52
Figura 22	GEL Equador y países vecinos (2011-2017)	52

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Indicadores GEM 2016 para Ecuador, y Economías de Eficiencia	10
Tabla 2	GEM 2016 Indicators for Ecuador, and Efficiency - driven economies	11
Tabla 3	Actividad emprendedora en las economías del GEM 2016, por región	20
Tabla 4	Perfil de expertos 2016	22
Tabla 5	Promedio por factor 2016: Ecuador, Colombia, Chile, Perú,	
	la región y economías de eficiencia.	22
Tabla 6	Promedio 2010 - 2015 para cada factor y los puntajes para 2015 y 2016.	22
Tabla 7	Indicadores del entorno cultural	26
Tabla 8	Percepciones y actitudes de la población, países de TEA más alta	26
Tabla 9	Principales características TEA y Establecidos.	28
Tabla 10	Motivaciones para emprender	28
Tabla 11	TEA y motivación: distribución según sexo	30
Tabla 12	Distribución de edad del emprendedor TEA según motivación.	30
Tabla 13	Distribución del nivel educativo de los emprendedores (TEA),	
	según etapa del emprendimiento	31
Tabla 14	Distribución del nivel educativo por motivación	31
Tabla 15	Distribución de la categoría ocupacional según fase del emprendimiento	31
Tabla 16	Distribución de categoría de ingresos según la etapa del negocio	32
Tabla 17	Estadísticas descriptivas según nivel de ingresos, no poseedores de negocios y TEA	32
Tabla 18	Tendencias: variables demográficas y percepciones	32
Tabla 19	Demografía de emprendedores múltiples y el resto de la TEA	33
Tabla 20	Motivación para emprender según etapa del negocio	37
Tabla 21	Distribución de actividades por tipo de industria	37
Tabla 22	Actividades de emprendimientos de negocios nacientes, nuevos y establecidos	38
Tabla 23	Comparación de países entre TEA y EEA.	42
Tabla 24	Finanzas Emprendedoras - Ecuador 2015-2016	48
Tabla 25	Subíndices y pilares del Global Entrepreneurship Index (GEI)	52
Tabla 26	GEI: Subíndice de Actitudes Emprendedoras	53
Tabla 27	Habilidades Emprendedoras	54
Tabla 28	Pilares de Aspiraciones Emprendedoras	55



Súa Esmeraldas -2011-© Marcelo Quinteros Mena.

9

PRESENTACIÓN

ESPAE Graduate School of Management de la ESPOL participa anualmente en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), uno de los proyectos de investigación más importantes a nivel mundial en el tema de emprendimiento; ESPAE es la institución encargada de elaborar el GEM para Ecuador. En el 2016, 66 países fueron parte del GEM, representando economías en diversas fases de desarrollo. El proyecto GEM, que fue iniciado en 1999 por el Babson College y la London Business School, y en el que ESPAE participa desde el año 2004, mide los niveles de emprendimiento de los países con el objeto de:

- Descubrir los factores que fomentan o dificultan la actividad emprendedora, especialmente los relacionados con valores de la sociedad, atributos personales y el ecosistema emprendedor.
- Proporcionar una plataforma para evaluar el grado en que la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico de las economías individuales.
- Determinar implicaciones en políticas públicas con el propósito de mejorar la capacidad emprendedora de una economía.

Este reporte, que describe a los emprendedores en Ecuador, los factores que inciden en el emprendimiento, y la dinámica de creación de empresas, puede ser utilizado como referente y fuente de información por empresas y emprendedores, instituciones que diseñan e implementan políticas públicas, tanques de pensamiento, programas de apoyo al emprendimiento, ministerios, gobiernos seccionales, cámaras de la producción, asociaciones gremiales, bancos y otras instituciones financieras, incubadoras, inversionistas ángeles y de riesgo, academia, medios, entre otras organizaciones.

Como en años anteriores el informe está estructurado en seis capítulos y una sección de reflexiones finales. En el primer capítulo, Introducción, se realiza una traducción y adaptación de la introducción del reporte global del GEM. En el segundo capítulo, El Clima Emprendedor: El Entorno Crítico, se analizan los factores del ecosistema y su incidencia en el emprendimiento. En el tercer capítulo, Emprendedores en Ecuador, se revisan los valores de la sociedad en relación al emprendimiento y se caracteriza a los emprendedores según su demografía, percepciones y actitudes. En el cuarto capítulo, Ciclo de Vida: Gestación, Inicio y Crecimiento, se expone la actividad emprendedora en el país, con el análisis de los negocios. En el quinto capítulo, se presenta un tópico especial que analiza las finanzas para emprendedores en la región y en Ecuador, contribuyendo a una mejor comprensión de este aspecto clave para el ecosistema. En el sexto capítulo, Políticas Públicas, se sugieren políticas, que basadas en los resultados para 2016 y en otros índices complementarios, favorezcan el emprendimiento en el país.

Nuestro agradecimiento para el conjunto de profesionales que colaboraron con la Encuesta Nacional de Expertos por sus opiniones y sugerencias, y a los miembros del equipo GEM Ecuador.

Los invitamos a leer y discutir este informe, y a usar ampliamente los resultados.

la Vergrave Rom 1. Virginia Lasio M.

DECANA ESPAE-ESPOL

RESUMEN NACIONAL

De una muestra de dos mil adultos a nivel nacional se revelan las actitudes, actividades y aspiraciones relacionadas al emprendimiento en Ecuador, y de las opiniones de 36 expertos nacionales se identifican los factores que afectan o promueven un ecosistema emprendedor donde se desarrolla la actividad emprendedora en Ecuador.

En el 2016, el Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) para Ecuador fue de 31.8% siendo 2.2 veces mayor al promedio de las economías de eficiencia. Esto representa una ligera disminución en la actividad emprendedora en comparación al 2015, donde la TEA de Ecuador se ubicó en 33.6%. Pese a esto, Ecuador sigue siendo el país con la TEA más alta en la región, y el segundo entre los 66 países participantes. La TEA, de los cuales representa la proporción de la población adulta que había realizado gestiones para crear un negocio (emprendedor naciente) o que poseía uno cuya antigüedad no superaba los 42 meses (emprendedor nuevo). En el 2016, el 22.4% de la población adulta fue emprendedor naciente y el 11% emprendedor nuevo, cabe destacar que estos dos grupos no son mutuamente excluyentes. Por otro lado, el 14.2% de la población adulta en el 2016 poseía un negocio establecido, es decir con más de 42 meses de operación.

Al igual que en años anteriores, los negocios ecuatorianos se orientan a los consumidores; especialmente aquellos de la TEA los cuales el 75.7% enfocaron sus actividades en este segmento mientras que el 55.7% de los negocios establecidos siguieron esta misma orientación. El impacto que generan los negocios ecuatorianos en cuanto a creación de empleo es bajo, tanto así que el 72.8% de los emprendimientos son unipersonales y con bajas expectativas de generación de empleo. Para los próximos 5 años casi un 31% de los negocios nacientes, 48% de los nuevos y 47% de los establecidos no esperan generar ninguna plaza de trabajo. Adicional al bajo impacto de los emprendimientos en la generación de empleo, también se observa un estancamiento en la internacionalización de los negocios, donde el 92% de los emprendimientos de la TEA no tienen clientes internacionales, cifra muy por encima de países como Colombia y Chile quienes muestran tasas de 67 y 52% respectivamente.

Un 20.8% de la población adulta afirmó haber emprendido aprovechando una oportunidad, mientras que un 8.9% lo hizo por necesidad. Entre los emprendedores por oportunidad, el 22.5% lo hizo para mejorar ingresos actuales, el 35.2% para obtener mayor independencia y el 42.3% por ambos motivos.

Los emprendedores en la TEA tienen una escolaridad promedio de 11 años y una edad promedio de 36 años, mientras que los propietarios de negocios establecidos tienen en promedio 9 años de escolaridad y 42 años. En cuanto a mercado, un 54% de los emprendedores perciben que tienen mucha competencia mientras que el 70.3% de los propietarios de negocios establecidos tienen esta misma percepción.

En la Tabla 1 se resumen las percepciones de la sociedad en cuanto al emprendimiento y las principales variables de la actividad emprendedora del Ecuador haciendo una comparación con el promedio de las economías de eficiencia, grupo al cual Ecuador pertenece.

Tabla 1 - Indicadores GEM 2016 para Ecuador, y Economías de Eficiencia

Percepciones, valores y atributos de la sociedad Oportunidades percibidas 45.5% 42.5% Capacidades percibidas 71.3% 54.6% Temor al fracaso 32.5% 38.6% Emprendimiento como buena opción profesional 59.5% 66.9% Alto estatus de emprendedores exitosos 61.1% 66.9% Atención de los medios al emprendimiento 69.5% 61.1% Actividad emprendedora Intención de emprendeder 42.7% 29.8% Actividad Emprendedora Temprana (TEA) 31.8% 14.2% Motivado por necesidad (% de TEA) 28.0% 26.3% Motivado por oportunidad (% de TEA) 65.4% 70.8% Expectativas medias/altas de crecimiento (% de TEA) 4.6% 14.7% Actividad Emprendedora del Empleado (EEA) 0.7% 2.3% Propiedad de negocios establecidos 14.3% 8.6% Descontinuación de negocios en últimos 12 meses 7.2% 3.7%	Indicador GEM*	Ecuador	Economías de eficiencia					
Capacidades percibidas 71.3% 54.6% Temor al fracaso 32.5% 38.6% Emprendimiento como buena opción profesional 59.5% 66.9% Alto estatus de emprendedores exitosos 61.1% 66.9% Atención de los medios al emprendimiento 69.5% 61.1% Actividad emprendedora Intención de emprendeder 42.7% 29.8% Actividad Emprendedora Temprana (TEA) 31.8% 14.2% Motivado por necesidad (% de TEA) 28.0% 26.3% Motivado por oportunidad (% de TEA) 65.4% 70.8% Expectativas medias/altas de crecimiento (% de TEA) 4.6% 14.7% Actividad Emprendedora del Empleado (EEA) 0.7% 2.3% Propiedad de negocios establecidos 14.3% 8.6%	Percepciones, valores y atributos de la sociedad							
Temor al fracaso 32.5% 38.6% Emprendimiento como buena opción profesional 59.5% 66.9% Alto estatus de emprendedores exitosos 61.1% 66.9% Atención de los medios al emprendimiento 69.5% 61.1% Actividad emprendedora Intención de emprendeder 42.7% 29.8% Actividad Emprendedora Temprana (TEA) 31.8% 14.2% Motivado por necesidad (% de TEA) 28.0% 26.3% Motivado por oportunidad (% de TEA) 65.4% 70.8% Expectativas medias/altas de crecimiento (% de TEA) 4.6% 14.7% Actividad Emprendedora del Empleado (EEA) 0.7% 2.3% Propiedad de negocios establecidos 14.3% 8.6%	Oportunidades percibidas	45.5%	42.5%					
Emprendimiento como buena opción profesional 59.5% 66.9% Alto estatus de emprendedores exitosos 61.1% 66.9% Atención de los medios al emprendimiento 69.5% 61.1% Actividad emprendedora Intención de emprendeder 42.7% 29.8% Actividad Emprendedora Temprana (TEA) 31.8% 14.2% Motivado por necesidad (% de TEA) 28.0% 26.3% Motivado por oportunidad (% de TEA) 65.4% 70.8% Expectativas medias/altas de crecimiento (% de TEA) 4.6% 14.7% Actividad Emprendedora del Empleado (EEA) 0.7% 2.3% Propiedad de negocios establecidos 14.3% 8.6%	Capacidades percibidas	71.3%	54.6%					
Alto estatus de emprendedores exitosos 61.1% 66.9% Atención de los medios al emprendimiento 69.5% 61.1% Actividad emprendedora Intención de emprendeder 42.7% 29.8% Actividad Emprendedora Temprana (TEA) 31.8% 14.2% Motivado por necesidad (% de TEA) 28.0% 26.3% Motivado por oportunidad (% de TEA) 65.4% 70.8% Expectativas medias/altas de crecimiento (% de TEA) 4.6% 14.7% Actividad Emprendedora del Empleado (EEA) 0.7% 2.3% Propiedad de negocios establecidos 14.3% 8.6%	Temor al fracaso	32.5%	38.6%					
Atención de los medios al emprendimiento 69.5% 61.1% Actividad emprendedora Intención de emprendeder 42.7% 29.8% Actividad Emprendedora Temprana (TEA) 31.8% 14.2% Motivado por necesidad (% de TEA) 28.0% 26.3% Motivado por oportunidad (% de TEA) 65.4% 70.8% Expectativas medias/altas de crecimiento (% de TEA) 4.6% 14.7% Actividad Emprendedora del Empleado (EEA) 0.7% 2.3% Propiedad de negocios establecidos 14.3% 8.6%	Emprendimiento como buena opción profesional	59.5%	66.9%					
Actividad emprendedora	Alto estatus de emprendedores exitosos	61.1%	66.9%					
Intención de emprendeder 42.7% 29.8% Actividad Emprendedora Temprana (TEA) 31.8% 14.2% Motivado por necesidad (% de TEA) 28.0% 26.3% Motivado por oportunidad (% de TEA) 65.4% 70.8% Expectativas medias/altas de crecimiento (% de TEA) 4.6% 14.7% Actividad Emprendedora del Empleado (EEA) 0.7% 2.3% Propiedad de negocios establecidos 14.3% 8.6%	Atención de los medios al emprendimiento	69.5%	61.1%					
Actividad Emprendedora Temprana (TEA) 31.8% 14.2% Motivado por necesidad (% de TEA) 28.0% 26.3% Motivado por oportunidad (% de TEA) 65.4% 70.8% Expectativas medias/altas de crecimiento (% de TEA) 4.6% 14.7% Actividad Emprendedora del Empleado (EEA) 0.7% 2.3% Propiedad de negocios establecidos 14.3% 8.6%	Actividad emprendedora							
Motivado por necesidad (% de TEA) 28.0% 26.3% Motivado por oportunidad (% de TEA) 65.4% 70.8% Expectativas medias/altas de crecimiento (% de TEA) 4.6% 14.7% Actividad Emprendedora del Empleado (EEA) 0.7% 2.3% Propiedad de negocios establecidos 14.3% 8.6%	Intención de emprendeder	42.7%	29.8%					
Motivado por oportunidad (% de TEA) 65.4% 70.8% Expectativas medias/altas de crecimiento (% de TEA) 4.6% 14.7% Actividad Emprendedora del Empleado (EEA) 0.7% 2.3% Propiedad de negocios establecidos 14.3% 8.6%	Actividad Emprendedora Temprana (TEA)	31.8%	14.2%					
Expectativas medias/altas de crecimiento (% de TEA) 4.6% 14.7% Actividad Emprendedora del Empleado (EEA) 0.7% 2.3% Propiedad de negocios establecidos 14.3% 8.6%	Motivado por necesidad (% de TEA)	28.0%	26.3%					
Actividad Emprendedora del Empleado (EEA) 0.7% 2.3% Propiedad de negocios establecidos 14.3% 8.6%	Motivado por oportunidad (% de TEA)	65.4%	70.8%					
Propiedad de negocios establecidos 14.3% 8.6%	Expectativas medias/altas de crecimiento (% de TEA)	4.6%	14.7%					
3	Actividad Emprendedora del Empleado (EEA)	0.7%	2.3%					
Descontinuación de negocios en últimos 12 meses 7.2% 3.7%	Propiedad de negocios establecidos	14.3%	8.6%					
	Descontinuación de negocios en últimos 12 meses	7.2%	3.7%					

^{*} Definiciones de cada indicador en el Anexo A

NATIONAL SUMMARY

The results of the Adult Population Survey (APS) conducted among a national sample of 2000 adults, reveals the attitudes, activities and aspirations related to entrepreneurship in Ecuador. The National Expert Survey (NES) administered to 36 local experts, allows to identify the factors that affect or promote an entrepreneurial ecosystem in Ecuador.

In 2016, the Total Early-Stage Entrepreneurial Activity (TEA) for Ecuador was 31.8%, being 2.2 times higher than the average of efficiency-driven economies. This represents a slight decrease in the Ecuadorian entrepreneurial activity compared to 2015, where the TEA of Ecuador was 33.6%. Despite this, Ecuador remains the country with the highest TEA in the region, and the second among the 66 participating countries. The TEA represents the proportion of the adult population that had taken steps to create a business (nascent entrepreneurs) or someone that owned a business for less than 42 months (new entrepreneurs). In 2016, 22.4% of the adult population were nascent entrepreneurs and 11% were new entrepreneurs, these two groups are not mutually exclusive. On the other hand, 14.2% of the adult population in 2016 had an established business, with more than 42 months of operation.

As in previous years, Ecuadorian businesses are consumer oriented; especially those in the TEA; 75.7% of them focus their activities in this segment while 55.7% of the established businesses followed the same orientation. The impact of Ecuadorian businesses on job creation is still low, so that 72.8% of the businesses have one owner and low expectations of job creation. For the next 5 years, almost 31% of nascent businesses, 48% of new businesses and 47% of those who have an established business do not expect to generate any jobs. In addition to the minimal impact of entrepreneurship on employment generation, there is also a stagnation in the internationalization of businesses, where almost 92% of the businesses in the TEA do not have international clients, a rate above neighboring countries such as Colombia and Chile, countries with rates of 67% and 52%, respectively.

Around 21% of the adult population who started a business were motivated by an opportunity, while 8.9% did so out of necessity. Among opportunity entrepreneurs, 22.5% did so to improve current income, 35.2% to obtain greater independence and 42.3% for both reasons.

The entrepreneurs in the TEA have an average schooling of 11 years and an average age of 36 years, while the owners of established businesses have on average 9 years of schooling and 42 years. Regarding to the market, 54% of TEA entrepreneurs perceive that they have a lot of competitors while 70.3% of established business owners have the same perception. Table 2 summarizes society's perceptions regarding entrepreneurship and the main variables of Ecuador's entrepreneurial activity, making a comparison with the average of the efficiency-driven economies, the group to which Ecuador belongs.

Tabla 2 - GEM 2016 Indicators for Ecuador, and Efficiency - driven economies

Ecuador	Efficiency- driven economies					
Self-perceptions and societal values about entrepreneurship						
45.5%	42.5%					
71.3%	54.6%					
32.5%	38.6%					
59.5%	66.9%					
61.1%	66.9%					
69.5%	61.1%					
ity						
42.7%	29.8%					
31.8%	14.2%					
28.0%	26.3%					
65.4%	70.8%					
4.6%	14.7%					
0.7%	2.3%					
14.3%	8.6%					
7.2%	3.7%					
	45.5% 71.3% 32.5% 59.5% 61.1% 69.5% tty 42.7% 31.8% 28.0% 65.4% 4.6% 0.7% 14.3%					

^{*} Indicators definitions in Annex A



Feria al Parque -2014-© David Chang.

13

1. INTRODUCCIÓN¹

En el 2016, 66 economías participaron en el estudio del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Para el consorcio GEM, esta es la decimoctava encuesta global anual de la actividad emprendedora a través de las múltiples fases del proceso empresarial: las actitudes que las sociedades tienen en torno al emprendimiento, las características, ambiciones y motivaciones de los emprendedores y, la calidad del ecosistema emprendedor en diferentes economías. En la Tabla 3 se encuentran las economías que participaron en la encuesta en el ciclo 2016, agrupadas de acuerdo a su región geográfica² y nivel de desarrollo económico³. Los países participantes representan el 69.2% de la población mundial y el 84.9% del PIB mundial.

Tabla 3 - Economías que participan en el Reporte GEM 2016 por región y nivel de desarrollo económico.

	Factores	Eficiencia	Innovación
África	Botsuana	Egipto	
	Burkina Faso	Marruecos	
	Camerún	Sudáfrica	
	Senegal		
Asia & Oceanía	India	China	Australia
	Irán	Georgia	Hong Kong
	Kazajistan	Indonesia	Israel
		Jordan	Qatar
		Líbano	Corea del Sur
		Malasia	Taiwán
		Arabia Saudi	Estados Arabes Unid
		Tailandia	
		Turquía	
América Latina &		Argentina	Puerto Rico
El Caribe		Belize	
		Brasil	
		Chile	
		Colombia	
		Ecuador	
		El Salvador	
		Guatemala	
		Jamaica	
		México	
		Panamá	
		Perú	
		Uruguay	
Europa	Federación Rusa	Bulgaria	Austria
		Croacia	Chipre
		Hungría	Estonia
		Letonia	Finlandia
		Macedonia	Francia
		Polonia	Alemania
		Eslovaquia	Grecia
			Irlanda
			Italia
			Países Bajos
			Noruega
			Portugal
			Eslovenia
			España
			Suiza, Suecia
			Reino Unido
América del Norte			Canadá
			Estados Unidos

¹ Esta sección es una traducción y adaptación del Capítulo 1 - Introduction, del Global Entrepreneurship Monitor 2016 Global Report.

² La clasificación de las economías por región geográfica está adaptada de la composición de las macro regiones geográficas del mundo de las Naciones Unidas. http://unstats.un.org/unsd/methods/m49/m49regin.htm

A La clasificación de las economías de acuerdo al estado de desarrollo económico está adaptada del Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés). De acuerdo a la clasificación del WEF, la fase de economías basadas en factores está dominada por la agricultura de subsistencia y negocios de extracción, con una fuerte dependencia en la mano de obra (no calificada) y los recursos naturales. En la fase de economías de eficiencia, una economía se vuelve más competitiva con procesos de producción más eficientes y una mejor calidad de producto. A medida que el desarrollo avanza a la fase de economías de innovación, los negocios son más intensivos en conocimiento y el sector de servicios se expande (http://weforum.org). Aquellas economías en fase de transición de factores a eficiencia son consideradas como economías de factores, mientras que aquellas en fase de transición de eficiencia a innovación se han incluido en las economías de eficiencia.

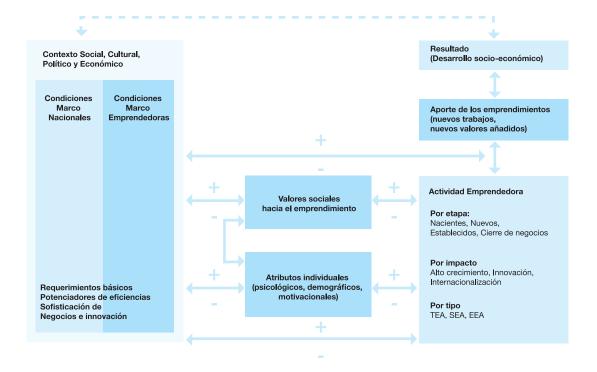
1.1 MARCO CONCEPTUAL GEM

Académicos y diseñadores de políticas concuerdan en que los emprendedores, y los negocios que establecen, juegan un rol crítico en el desarrollo y bienestar de sus sociedades. Por esto, hay mayor aprecio y reconocimiento del rol desempeñado por los nuevos y pequeños negocios en una economía. El GEM contribuye a este reconocimiento con estudios y análisis exhaustivos de la actitud y actividad emprendedora alrededor del mundo.

El marco conceptual del GEM describe las características multifacéticas del emprendimiento, reconociendo el comportamiento proactivo, innovador y sensible al riesgo de los individuos, siempre en interacción con el entorno. En este sentido, la encuesta GEM fue conceptualizada considerando la interdependencia entre el emprendimiento y el desarrollo económico, con el fin de:

- Descubrir los factores que fomentan o dificultan la actividad emprendedora, especialmente los relacionados con los valores de la sociedad, atributos personales y el ecosistema emprendedor.
- Proporcionar una plataforma para evaluar el grado en que la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico de las economías individuales.
- Descubrir implicaciones de políticas públicas con el propósito de mejorar la capacidad emprendedora de una economía.

Figura 1 - Marco Conceptual del GEM



El marco conceptual del GEM se deriva del supuesto básico de que el crecimiento económico de un país es el resultado de las capacidades personales que tienen los individuos para identificar y aprovechar oportunidades y, que este proceso es afectado por factores del entorno que influyen en la decisión de los individuos para perseguir iniciativas emprendedoras. La Figura 1 muestra las principales relaciones y componentes en los que el GEM divide el proceso emprendedor, y cómo este proceso clasifica al emprendedor según su nivel de desarrollo organizacional.

El contexto social, cultural, político y económico está representado a través de Condiciones Marco Nacionales, que toman en cuenta el avance de cada sociedad a través de tres fases de desarrollo económico (economía de factores, de eficiencia y de innovación), y un conjunto de Condiciones Marco Emprendedoras, que se relacionan de manera más directa con la calidad del ecosistema emprendedor y que incluyen: apoyo financiero, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, educación y formación en emprendimiento, transferencia de conocimiento (I+D), infraestructura comercial y legal, dinamismo interno del mercado y regulación de entrada, infraestructura física, y normas sociales y culturales.

15

Como lo indica la Figura 1, el marco conceptual del GEM reconoce que el emprendimiento es parte de un sistema complejo de retroalimentación, y hace explícitas las relaciones entre los valores de la sociedad, los atributos personales y varias formas de la actividad emprendedora. Además, reconoce que el emprendimiento puede mediar el efecto de las Condiciones Marco Nacionales sobre la generación de nuevos empleos y la creación de valor económico y social. Por tanto, la actividad emprendedora es un resultado de la interacción entre la percepción que tiene un individuo sobre una oportunidad y las capacidades (motivación y habilidades) para aprovecharla, y las condiciones distintivas del entorno respectivo que rodea al individuo. Además, mientras la actividad emprendedora está influenciada por las condiciones marco en el entorno en particular en que ocurre, esta actividad a la vez beneficia a su entorno, a través de la creación de valor social y desarrollo económico.

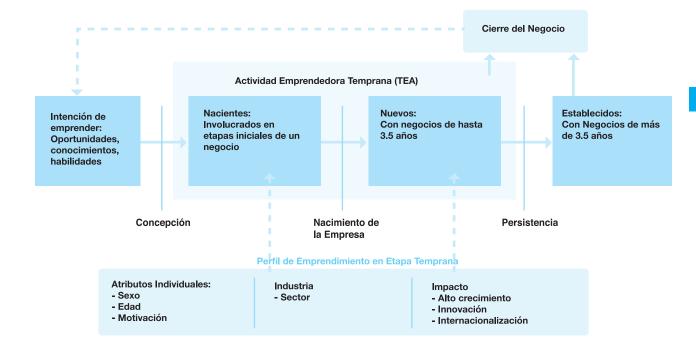
Normas sociales y culturales en el emprendimiento: Incluyen aspectos como la medida en la que la sociedad valora el emprendimiento como una buena opción de carrera; si los emprendedores tienen un alto estatus social; y el grado en que la atención al emprendimiento por parte de los medios de comunicación contribuye al desarrollo de una cultura emprendedora positiva.

Atributos individuales: Incluyen diferentes características demográficas (sexo, edad, situación geográfica, etc.); factores psicológicos (capacidades percibidas, oportunidades percibidas, miedo al fracaso); y aspectos motivacionales (negocios basados en necesidad vs. oportunidad, negocios impulsados por oportunidad de mejora).

Actividad emprendedora: Se define de acuerdo a las fases del ciclo de vida de los negocios (negocios nacientes, nuevos, establecidos, y cierre de negocios); de acuerdo al impacto (alto crecimiento, innovación, internacionalización); y por el tipo (Actividad Emprendedora Temprana - TEA, Actividad Emprendedora Social - SEA, o Actividad Emprendedora del Empleado - EEA).

Las definiciones operacionales de las fases del ciclo de vida de los negocios y las características emprendedoras se presentan en la Figura 2:

Figura 2 - Modelo GEM del ciclo de vida del negocio y las características emprendedoras



Dado que el objetivo del GEM es proveer una perspectiva exhaustiva del emprendimiento a nivel global, apunta a medir las actitudes de la población y las actividades y características de los individuos involucrados en varias fases y tipos de la actividad emprendedora. El equipo de investigadores de cada una de las economías participantes se encarga de la recolección de datos primarios a través de la Encuesta de Población Adulta (APS por sus siglas en inglés) aplicada a al menos 2,000 adultos (mayores de 18 años) seleccionados de manera aleatoria.

Como complemento a la APS, está la Encuesta Nacional de Expertos (NES por sus siglas en inglés), la cual recoge a fondo opiniones de expertos nacionales seleccionados acerca de los factores que tienen un impacto sobre el ecosistema emprendedor en cada economía. Al menos cuatro expertos en cada categoría de las condiciones marco emprendedoras debe ser entrevistado, constituyendo un mínimo de 36 expertos por país. Para construir una muestra balanceada y representativa, los expertos son escogidos de diferentes áreas dentro de cada economía: emprendedores, servidores públicos, académicos, y profesionales.

1.2 DASHBOARD DE INDICADORES DEL GEM

En general, el grupo de indicadores del GEM puede verse como un tablero representando un conjunto de métricas que colectivamente contribuyen hacia el impacto que tiene el emprendimiento en una sociedad y el grado en que la sociedad apoya esta actividad. En este reporte se destacan los siguientes indicadores:

Valores de la sociedad y percepciones:

Emprendimiento como una buena opción de carrera:

Porcentaje de la población adulta (mayores a 18 años) quienes creen que el emprendimiento es una elección de carrera deseable.

Alto estatus de emprendedores exitosos

Porcentaje de la población adulta (mayores a 18 años) quienes creen que los emprendedores gozan de un alto estatus y reconocimiento social.

Atención de los medios al emprendimiento

Porcentaje de la población adulta (mayores a 18 años) quienes creen que existe mucha atención positiva al emprendimiento por parte de los medios de comunicación de su país.

Atributos individuales de un potencial emprendedor:

· Oportunidades percibidas

Porcentaje de la población adulta (mayores a 18 años) quienes perciben buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde viven.

· Capacidades percibidas

Porcentaje de la población adulta (mayores a 18 años) que creen poseer las habilidades y conocimientos requeridos para iniciar un negocio.

· Intención de emprender

Porcentaje de la población adulta (mayores a 18 años) que tienen intenciones de iniciar un negocio dentro de los próximos tres años.

· Tasa de miedo al fracaso

Porcentaje de la población adulta (mayores a 18 años) que señala que el miedo al fracaso sería un impedimento para iniciar un negocio.

INDICADORES DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Tres indicadores describen el ciclo de vida de un negocio:

Actividad Emprendedora Temprana – TEA

Porcentaje de la población adulta (mayores a 18 años) que está en el proceso de iniciar un negocio (emprendedor naciente), o ya es dueño o administrador de un negocio nuevo que ha estado en marcha durante menos de 42 meses. Este indicador se puede enriquecer con información relacionada con la motivación (oportunidad vs. necesidad), inclusión (género, edad), impacto (crecimiento del negocio en términos de generación de empleo, innovación, internacionalización) e industria (sectores).

Tasa de emprendedores establecidos

Porcentaje de la población adulta (mayores a 18 años) que son actualmente dueños o administradores de un negocio establecido, esto es, que es dueño y se encuentra administrando un negocio en marcha que ha pagado sueldos, salarios o cualquier pago a los dueños por más de 42 meses.

· Tasa de cierre de negocios

Porcentaje de la población adulta (mayores a 18 años) que son emprendedores nacientes o propietarios de un negocio nuevo, que en los últimos 12 meses ha descontinuado un negocio, ya sea por venta, cierre, o terminación de su posición como administrador o dueño.

Otros dos indicadores describen tipos adicionales de actividad emprendedora:

Actividad Emprendedora de Empleados – EEA

Porcentaje de la población adulta (mayores a 18 años) que siendo empleados, han estado involucrados en actividades de emprendimiento, tales como desarrollar o lanzar nuevos productos o servicios, o poner en marcha una nueva unidad de negocio, un nuevo local o una filial.

Actividad de Emprendimiento Social – SEA

Porcentaje de la población adulta (mayores a 18 años) que se encuentra involucrada en la fase temprana de un emprendimiento con algún objetivo social.

Calidad Percibida del Ecosistema Emprendedor:

Promedio de las percepciones de los expertos usando una escala Likert de 1 (completamente falso) a 9 (completamente cierto), para las nueve condiciones marco emprendedoras:

- Apoyo financiero para el emprendimiento
- Políticas de gobierno
- Programas de gobierno para fomentar el emprendimiento
- Educación y formación en emprendimiento
- Transferencia de I&D
- Infraestructura comercial y legal
- Apertura del mercado interno
- Infraestructura física
- Normas sociales y culturales

1.3 ORGANIZACIÓN DEL REPORTE

La estructura del reporte GEM Ecuador 2016 presenta las distintas etapas asociadas al Marco Conceptual del GEM. En el capítulo 2, El Clima emprendedor: El entorno crítico, se evalúa y analizan las condiciones marco y su incidencia; en el capítulo 3, Emprendedores en Ecuador, se revisan los valores de la sociedad en relación al emprendimiento y los atributos individuales de los emprendedores. En el capítulo 4, Ciclo de vida del negocio: Gestación, inicio y crecimiento, se expone la actividad emprendedora en el país desde el punto de vista de los negocios. El capítulo 5 correspondiente al capítulo especial de este año, Financiamiento para emprendedores, analiza los requerimientos de inversión y las fuentes de financiamiento de los emprendedores; el capítulo 6, Políticas Públicas, dónde se sugieren políticas, que basadas en los hallazgos de ese año en conjunto con análisis de indicadores procedentes de otras fuentes, puedan favorecer el emprendimiento en el país; y, el capítulo 7, Reflexiones Finales, se exponen las conclusiones de este reporte.

A continuación se muestra gráficamente la demografía de la muestra para Ecuador.

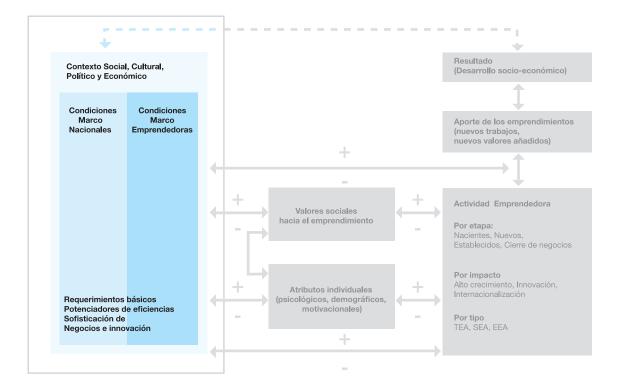
DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA PARA ECUADOR



Tabla 3 - Actividad emprendedora en las economías del GEM 2016, por región

		Emprend	a de dimientos ientes	Tasa Propie Negocios		Empren	ridad ndedora na (TEA)	Activ Empren del Em	dedora	Propied Nego Estable	cios	Cierro Nego (% de	cios
	País	Valor	Ranking	Valor	Ranking	Valor	Ranking	Valor	Ranking	Valor	Ranking	Valor	Ranking
	Burkina Faso	21.2	2	13.5	2	33.5	1	0.6	61	28	1	9.4	29
	Camerún	17.8	5	10.9	7	27.6	4	1.2	47*	15.2	6	14.9	7
	Egipto	8.2	20	6.6	17	14.3	17*	2	40	6.1	41*	17.4	5
	Marruecos	1.3	64*	4.3	36*	5.6	59	0.5	62*	7.5	27*	12	15
África	Sudáfrica	3.9	49*	3.3	46	6.9	52	0.7	55*	2.5	61	10	25*
	Promedio Regional	10.5		7.7		17.6		1		11.9		12.7	
	Australia	8.8	17	6.2	18*	14.6	15	9	1	11.3	11	4.4	55*
	Arabia Saudita	3.7	52*	7.7	12	11.4	26	4.7	23*	2.3	63	13.6	11
	Catar	4.3	45*	3.6	43*	7.8	50	6.4	9	3	59	14	10
	China	4.5	44	6.1	20*	10.3	32*	1.2	47*	7.5	27*	6.4	45*
	Corea del Sur	3.7	52*	3	52*	6.7	53*	2.3	36	6.6	38	8.2	36
	Emiratos Árabes Unidos	1.3	64*	4.4	34*	5.7	57*	2.2	37*	1.9	64	20.7	3
	Georgia	4.6	42*	4.4	36*	8.6	42	0.5	62*	8.6	20	11.1	3 20
	Hong Kong	5	39	4.7	28*	9.4	39	4.1	26	6.1	41*	5	51*
Asia &	India	3.9	49*	6.8	15	10.6	31	2.5	34	4.6	51	26.4	1
Oceanía	Indonesia	3.9	49*	10.4	9	14.1	20*	0.7	55*	15.3	5	2.9	63*
Occarila	Irán	6.9	25*	6.2	18*	12.8	23	1.2	47*	11.6	9	13.3	12
	Israel	7	23*	4.5	32*	11.3	27	7.3	4*	4	57	11.9	16
	Jordania	4.1	47*	4.6	31	8.2	44*	1.5	43*	2.7	60	21.2	2
	Kazajistán	6.9	25*	3.4	45	10.2	34	0.7	55*	2.4	62	3.4	61*
	Líbano	9.5	13	12.1	4	21.2	8	2.6	32*	20.1	3	9.2	30
	Malasia	2	63	2.8	56	4.7	63	0.3	64	4.7	50	14.6	8*
	Tailandia	5.2	35*	12.6	3	17.2	11	1	51*	27.5	2	6.9	43
	Taiwán	3.6	54	4.7	28*	8.2	44*	5.7	15	7.7	26	10.9	21
	Turkía	8.9	14*	7.6	13	16.1	14	3.6	27*	9.4	15	9.5	28
	Promedio Regional	5.1		6.1	000	11		3		8.3	0.1	11.2	0.50
	Argentina	8.9	14*	5.7	23*	14.5	16	3.1	29	7.9	24	10	25*
	Belice	18.7 6.2	4	10.7 14	8 1	28.8	3 10	8	2 43*	5.3	47* 4	18.8 5.6	4
	Brasil Chile	15.6	29 7	9.3	10	19.6 24.2	7	1.5 5.4	43 18	16.9 8	23	10.1	50 23*
	Colombia	16.3	6	11.3	5	27.4	, 5	1.2	47*	8.9	18	8.9	32
	Ecuador	22.4	1	11	6	31.8	2	0.7	55*	14.3	7	11.8	17
	El Salvador	8	21	6.7	16	14.3	17*	1	51*	11.5	10	11.3	18*
	Guatemala	12.2	8	8.6	11	20.1	9	1.7	42	9.1	17	6.3	47*
América Latina	Jamaica	4.1	47*	5.8	22	9.9	35	0.7	55*	8.2	21*	9	31
& El Caribe	México	6.1	30*	3.6	43*	9.6	36*	4.8	22	7.5	27*	5.9	49
	Panamá	8.6	18	4.7	28*	13.2	22	0.2	65	4.4	53*	7.1	42
	Perú	19.9	3	5.7	23*	25.1	6	0.8	54	6.1	41*	8.3	35
	Puerto Rico	8.5	19	2	63	10.3	32*	1.8	41	1.6	65	7.4	39
	Uruguay	10.1	10	4.2	38	14.1	20*	2.6	32*	7.4	30	14.6	8*
	Promedio Regional	11.8	00	7.4	40*	18.8	0.0*	2.4	4*	8.4	10	9.6	40*
	Austria	6	32	3.7	40*	9.6	36*	7.3	4*	8.8	19	11.3	18*
	Alemania Bulgaria	2.9 2.6	59 60	1.7 2.2	65 61*	4.6 4.8	64 62	5.1 0.9	21 53	7 6.2	35 39*	4.7 7.3	53* 40
	Bulgaria Chipre	2.6 7.6	60 22	2.2 4.5	32*	4.8 12	62 25	0.9 5.6	53 16*	6.2 8.2	39° 21*	7.3 4.7	40 53*
	Croacia	6.1	22 30*	4.5 2.5	52 59	8.4	25 43	5.8	19	6.2 4.2	56	4.7	53 59
	Eslovaquia	6.4	27*	3.2	47*	9.5	38	2.2	37*	6.1	41*	12.2	14
	Eslovenia	5.1	37*	3.1	50*	8	48	4.7	23*	6.7	37	5	51*
	España	2.3	61*	2.9	54*	5.2	61	2.7	31	6.2	39*	4.4	55*
	Estonia	11.7	9	4.8	27	16.2	13	6.3	10	7.8	25	8.8	33
	Federación de Rusia	3.2	56*	3	52*	6.3	56	0.7	55*	5.3	47*	6.7	44
	Finlandia	4.3	45*	2.7	57	6.7	53*	5.6	16*	7.3	31	2.9	63*
	Francia	3.1	58	2.3	60	5.3	60	3.6	27*	4.3	55	8.5	34
	Grecia	3.2	56*	2.6	58	5.7	57*	1.4	45*	14.1	8	2.8	65
	Hungría	4.8	40	3.2	47*	7.9	49	3	30	5.5	46	3.4	61*
Europa	Irlanda	7	23*	4.4	34*	10.9	29	6.2	11	4.4	53*	10.1	23*
	Italia	2.3	61*	2.2	61*	4.4	65	2.1	39	5.2	49	4.4	55*
	Letonia	9.7	12	4.9	26	14.2	19	4.5	25	9.5	14	7.2	41
	Luxemburgo Macedonia	6.4 3.4	27* 55	2.9 3.1	54* 50*	9.2 6.5	40 55	7.2	6 45*	3.2 7.2	58 32	12.3 6.4	13 45*
	Países Bajos	3.4 5.7	34	5.4	25	6.5 11	55 28	1.4 7.6	45" 3	10.2	32 13	6.4 7.5	38
	Polonia	4.6	42*	6.1	20*	10.7	30	7.6 5.2	3 20	7.1	33*	7.5 9.8	36 27
	Portugal	4.7	41	3.7	40*	8.2	44*	2.4	20 35	7.1	33*	9.6 4	60
	Reino Unido	5.2	35*	3.7	40*	8.8	41	7	7*	6.1	41*	6.3	47*
	Suecia	5.8	33	1.8	64	7.6	51	6.1	12*	4.5	52	10.2	22
	Suiza	5.1	37*	3.2	47*	8.2	44*	6.1	12*	11.1	12	4.4	55*
	Promedio Regional	5.2		3.4		8.4		4.4		6.9		6.8	
América del	Canadá	10	11	6.9	14	16.7	12	5.9	14	6.8	36	16.3	6
Norte	Estados Unidos	8.9	14*	4	39	12.6	24	7	7*	9.2	16	7.7	37
Noite	Promedio Regional	9.5		5.5		14.7		6.5		8		12	

2. EL CLIMA EMPRENDEDOR



El entorno económico, social, cultural y político es crítico tanto para el surgimiento de nuevas empresas, como para su evolución y crecimiento en particular. El modelo propuesto por el Global Entrepreneurship Monitor tipifica el entorno a través de las Condiciones Marco para el Emprendimiento, medidas por la percepción favorable o desfavorable de estas, por un conjunto de informantes clave, denominados expertos país.

Para el efecto se utiliza la Encuesta Nacional de Expertos (NES por sus siglas en inglés), que se administra a 36 informantes clave de cada país. La encuesta está estructurada de la siguiente manera: el primer bloque del cuestionario representa cada una de las nueve Condiciones Marco del Emprendimiento (EFC). Para cada condición, existe un conjunto de ítems medidos en una escala Likert de nueve puntos, que va desde altamente insuficiente (1) hasta altamente suficiente (9). Un par de ejemplos de los ítems para el factor de Apoyo Financiero son: "En mi país, los emprendedores disponen de suficiente capital propio/patrimonio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento", o "En mi país, la salida a bolsa es un recurso habitualmente utilizado para financiar las empresas nuevas y en crecimiento". En la segunda sección, con un formato abierto, se invita a los expertos a identificar factores que promueven y otros que restringen el emprendimiento, y a proveer recomendaciones para mejorar el ecosistema.

La evaluación de los expertos sobre cuán favorable es el entorno, a través de los EFCs, constituye una instantánea del clima emprendedor de cada país.

Los expertos son profesionales con conocimientos y experiencia, obtenidos a través de la práctica privada, posiciones gerenciales, posiciones gubernamentales, vinculación a ONGs, y emprendimiento. La Tabla 4 muestra el perfil de los expertos entrevistados en el 2016⁵.

Tabla 4 - Perfil de expertos 2016

Sexo	Hombres mujeres	28 8
	Vocacional / Profesional	2
Nivel de educación	Universidad	- 8
Triver de eddedoor	Máster / Doctorado	26
Promedio de años traba	iando	
en áreas relacionadas c		13
	Emprendedor	19
	Inversor. banquero	5
	Gestor de políticas públicas	10
Especialización	Proveedor de servicios y apoyo a empresas	18
	Educador / Investigador	7
	Otros	8
	Público	8
Sector	Privado	28

2.1 EVALUACIÓN DEL ENTORNO EN 2016

Tanto para Ecuador como para la región, el entorno no se ha percibido favorable a lo largo del tiempo. Las evaluaciones más altas se ubican alrededor del promedio de la escala, y con excepción de educación superior, y acceso a infraestructura física, se han mantenido relativamente estables en el tiempo. La media regional para los 9 factores no muestra diferencias con respecto al 2015. La Tabla 5 muestra el promedio por factor para Ecuador, Colombia, Chile, Perú, la región y las economías de eficiencia.

Tabla 5 - Promedio por factor 2016: Ecuador, Colombia, Chile, Perú, la región y economías de eficiencia.

Factor	Descripción	Ecuador	Colombia	Chile	Perú	Región	Economías de Eficiencia
Α	Apoyo financiero	2.86	3.63	3.53	3.83	3.42	4.07
B1	Políticas gubernamentales: Políticas generales	3.38	4.22	4.22	3.46	3.76	3.92
B2	Políticas gubernamentales: Regulación	2.68	3.60	4.74	3.14	3.31	3.67
С	Programas gubernamentales	3.36	4.51	5.05	4.07	4.05	3.96
D1	Educación y formación: Primaria y secundaria	3.07	2.94	2.38	3.19	2.74	2.93
D2	Educación y formación: Educación superior	5.33	5.40	4.77	4.87	4.85	4.59
Е	Transferencia de I+D	3.17	3.53	3.95	3.24	3.38	3.55
F	Infraestructura comercial y profesional	4.57	4.16	4.92	3.65	4.50	4.72
G1	Apertura del mercado interior: Dinámica	4.54	4.65	3.73	4.25	4.39	5.08
G2	Apertura del mercado interior: Apertura	4.21	3.85	3.99	4.01	3.90	4.04
Н	Acceso a infraestructura física	6.72	6.06	7.44	5.76	6.17	6.38
1	Normas sociales y culturales	5.35	5.78	5.05	5.01	4.85	4.76

Encuesta Nacional a Expertos

La Tabla 6 muestra el promedio 2010 - 2015 para cada factor y los puntajes para 2015 y 2016 respectivamente. Como se observa, las condiciones mejor evaluadas son: Acceso a infraestructura física, Normas sociales y culturales, Educación emprendedora a nivel post secundario, e Infraestructura comercial y profesional. Las condiciones más desfavorables para el emprendimiento serían Apoyo financiero y Políticas de gobierno-relativas a regulación. Se observa también un deterioro de las condiciones en relación al 2015.

Tabla 6 - Promedio 2010 - 2015 para cada factor y los puntajes para 2015 y 2016

Factor	Descripción	Promedio 2010-2015	2015	2016
Α	Apoyo financiero	3.95	3.76	2.86
B1	Políticas gubernamentales: Políticas generales	4.82	5.09	3.38
B2	Políticas gubernamentales: Regulación	2.28	3.68	2.68
С	Programas gubernamentales	4.41	4.75	3.36
D1	Educación y formación; Primaria y secundaria	4.27	4.21	3.07
D2	Educación y formación: Educación superior	3.66	6.76	5.33
E	Transferencia de I+D	3.83	4.03	3.17
F	Infraestructura comercial y profesional	5.19	5.30	4.57
G1	Apertura del mercado interior: Dinámica	4.22	4.14	4.54
G2	Apertura del mercado interior: Apertura	2.75	4.55	4.21
Н	Acceso a infraestructura física	7.29	7.99	6.72
1	Normas sociales y culturales	5.33	6.24	5.35

A continuación se comentan algunos de los aspectos críticos de los siguientes factores escogidos:

Acceso a infraestructura física- Destaca en este factor, la existencia de vías, telecomunicaciones, etc. que constituyen un soporte para empresas nuevas y en crecimiento.

Normas sociales y culturales- Destaca la valoración del logro individual; sin embargo, se observa que no se estimula la toma de riesgos empresariales.

Educación emprendedora- La fortaleza en este factor es la formación profesional y educación continua, así como aquella en administración de empresas que prepara adecuadamente para la creación y gestión de empresas.

Infraestructura comercial y profesional.- Destaca la existencia de servicios profesionales, proveedores, consultorías técnicas y legales entre otras, sin embargo el problema radica en que pequeñas nuevas empresas habitualmente no pueden asumir estos costos.

Apoyo financiero- Los emprendedores en general no disponen de suficiente capital propio, y el soporte financiero está caracterizado por inversión informal, familiares, amigos, terceros privados. Inversores ángeles y capital de riesgo son incipientes, así como las salidas a bolsa; el *crowdfunding* tampoco es una opción aún.

Factores complementarios: promotores y obstáculos al emprendimiento

Los expertos además contribuyen con lo que a su criterio serían condiciones que promoverían el emprendimiento y cuales lo restringirían. El 55% de las menciones de factores que promueven el emprendimiento comprende: capacidad para emprender, infraestructura física, educación y entrenamiento, políticas de gobierno, y normas sociales y culturales, en orden de prioridad.

Capacidad para emprender- Citan que emprender es cada vez más una opción de los jóvenes al concluir la universidad, movimiento de espacios colaborativos, alianzas entre empresas, construcción de redes, la universidad activa en apoyar que se concreten ideas en negocios, la preparación de la generación del milenio, el "boom de las start-ups" y el rol de la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación, AEI.

Infraestructura Física- Aparte de la vialidad, enfatizan la conectividad y redes sociales que facilitan emprendimientos de bajo costo.

Educación y entrenamiento- Destacan aquí el papel de la universidad, cada vez más preocupada por el emprendimiento como eje transversal, la mejora en calidad de graduados, y también las oportunidades en la investigación que realizan las propias universidades. Mencionan también que aunque incipiente, el tema también se está trabajando a nivel de colegios.

Políticas de gobierno- Mencionan acceso de pequeños productores a canales de distribución importantes, como el caso de la Economía Social y Solidaria, el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y comentan la influencia de las políticas en fomento de la ciencia y la tecnología; del mismo modo aquellas políticas relacionadas a encadenamientos productivos.

Entre las condiciones que obstaculizarían el emprendimiento en el país (76%), se cuentan: Apoyo financiero, Políticas de gobierno, Educación y entrenamiento, Contexto político, institucional y social, y Clima económico.

Apoyo financiero- Faltan fuentes de financiamiento dedicadas a emprendedores. Los créditos actuales no están diseñados para empresas pequeñas y menos aún para productos intangibles o innovadores con alto componente de riesgo.

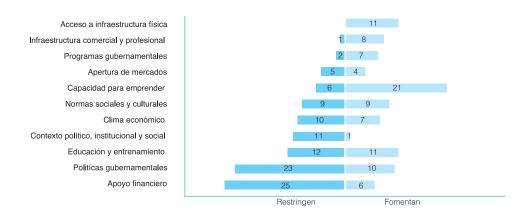
Políticas de gobierno- A diferencia de aquellas políticas que estimularían el emprendimiento arriba descritas, los expertos mencionan las siguientes como restricciones: el marco jurídico en general impone barreras para la creación de empresas, la rigidez de las normas laborales, el costo de disolver una empresa, los continuos cambios tributarios y la incertidumbre que generan, el actual régimen de propiedad intelectual que afectaría principalmente a la innovación, entre otras.

Educación y entrenamiento- Reconocen que si bien se han dado avances, aún hay debilidades en el sistema educativo, tales como: Insuficiente número de profesionales en STEM para dar un salto cualitativo, aversión al riesgo, falta de educación dual en las universidades, falta de educación para el autoaprendizaje.

Contexto político, institucional y social, y clima económico- La incertidumbre causada por cambios frecuentes en marco regulatorio afectaría a ambas condiciones; la aparente contradicción gubernamental de favorecer al emprendedor pero no al empresario incrementa el riesgo de inversiones en negocios con potencial de crecimiento, se estaría potenciando en cambio emprendimientos por necesidad surgidos de la contracción económica y desempleo.

Haciendo un balance entre los factores que promueven el emprendimiento y aquellos que lo obstaculizan, observamos que la Capacidad para emprender, Financiamiento, y Políticas de gobierno deberían ser las palancas de acción, potenciando el primero y corrigiendo las debilidades de los otros dos factores.

Figura 3. Frecuencia de factores que fomentan y/o restringen el emprendimiento



Mejoras al Clima Emprendedor

Las recomendaciones de los expertos se agrupan principalmente alrededor de los siguientes factores: Políticas de gobierno, Educación y entrenamiento, Capacidad emprendedora, y Apoyo financiero, como se describe a continuación.

Políticas de Gobierno- Flexibilidad laboral, incentivos fiscales, marco regulatorio amigable a la inversión, legislación que incorpore nuevas formas de financiamiento, inversionistas ángeles, capital de riesgo, crowdfunding, normativa que favorezca emprendimientos donde el país posea ventajas comparativas, y reducción de complejidad y duración de trámites.

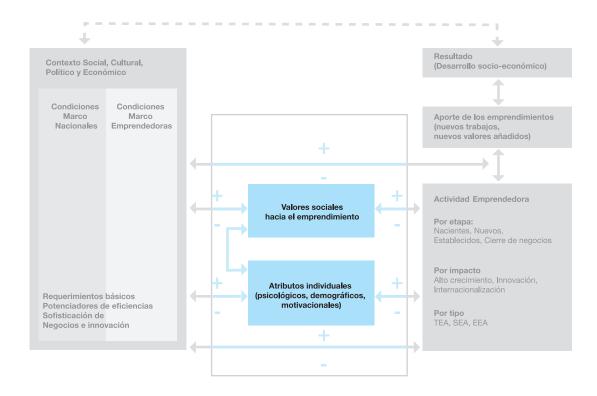
Educación y entrenamiento- Desarrollo de habilidades para emprender desde la educación básica, STEM y habilidades blandas, capacitación a inversionistas.

Capacidad emprendedora- Aumento de fondos concursables extendiéndolos a otras ciudades fuera de Quito, Guayaquil y Cuenca, iniciativas de incubación, coworking, etc. Emular/adaptar iniciativas exitosas en otros países de la región como Start Up Chile por ejemplo, crear y fortalecer redes de emprendedores en la región (otros países), generar confianza en emprendimientos locales, empresas privadas y públicas, encadenamientos.

Apoyo financiero- Normativas financieras que acompañan nuevas formas de financiamiento, para las cuales tanto el sector financiero privado como público debe estar listo; aspecto que se enfatiza también en cuanto a políticas gubernamentales.

Estas mejoras propuestas están acorde con las fortalezas y debilidades identificadas. En educación y capacidad emprendedora hay un buen recorrido hasta la fecha; sin embargo, donde recae el peso es en políticas públicas y apoyo financiero. Con respecto al último, ya en algunos foros se está discutiendo la regulación que permitiría implementar formas de financiamiento no tradicionales. En el capítulo 5, donde se analiza el financiamiento para emprendedores, se describe en mayor detalle la situación de la región y del Ecuador en cuanto al apoyo financiero.

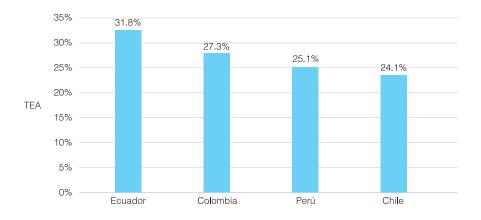
3. EMPRENDEDORES EN ECUADOR



Así como las decisiones de emprender están influenciadas por las condiciones del entorno discutidas en el capítulo anterior, las actitudes de la sociedad hacia el emprendimiento y las percepciones sobre este, construyen la cultura que soporta en diverso grado a los emprendedores. En este capítulo se analizará los componentes culturales y la actividad emprendedora temprana desde la perspectiva del adulto que emprende, estableciendo su perfil.

Tanto en Ecuador, como en la mayoría de los países de la región esta cultura es favorable al emprendimiento. Así, en 2016 Ecuador alcanza una actividad emprendedora temprana, TEA, de 31,8%, inferior a la obtenida en 2015 de 33,6%, ubicándose en primer lugar en la región, como se observa en la Figura 4.

Figura 4 - Países con TEA más alta en la región



3.1 ENTORNO CULTURAL Y SOCIAL

El GEM evalúa la favorabilidad del entorno a través de tres factores:

- 1. El grado en que la sociedad considera al emprendimiento como una buena opción de carrera
- 2. El grado en que la sociedad atribuye estatus y reconocimiento a los emprendedores exitosos
- 3. El grado en que los medios tienen un papel importante destacando a los emprendedores

Tabla 7 - Indicadores del entorno cultural

	Opción de	Alto	Atención
	carrera	estatus	de los medios
Ecuador	59.51%	61.06%	69.21%
Colombia	67.24%	76.20%	54.18%
Perú	68.13%	70.80%	75.24%
Chile	65.58%	63.85%	60.27%
Promedio Región	63.65%	63.25%	61.05%
Promedio Economías de Eficiencia	66.86%	66.85%	61.08%

En 2016, aproximadamente el 60% de la población considera emprender como una buena opción de carrera; 61% considera confiere estatus, y 69% destaca el rol de los medios. Estos valores se han reducido con respecto al 2015, aunque son cercanos a la media regional e inferiores a la media para economías de eficiencia. Sin embargo, Ecuador está por sobre los mencionados promedios, en relación al papel de los medios de comunicación.

Emprendedores potenciales

El GEM considera como potenciales emprendedores a aquellos adultos que ven oportunidades para emprender en un horizonte de seis meses, así como aquellos que consideran poseer los conocimientos y habilidades para hacerlo. En 2016, aunque las apreciaciones son inferiores a las del 2015, la percepción de oportunidades se encuentra ligeramente por debajo del promedio regional, aunque supera a la media de las economías de eficiencia; la percepción de capacidades es superior tanto a la media regional como a la de las economías de eficiencia.

La Tabla 8 compara percepciones y actitudes con países de la región.

Tabla 8 - Percepciones y actitudes de la población

	Oportunidades percibidas	Capacidades percibidas	Miedo al fracaso	Intención de Emprender
Ecuador	45.47%	71.33%	32.54%	42.66%
Colombia	51.40%	67.92%	25.58%	53.01%
Perú	56.56%	68.99%	32.39%	48.86%
Chile	50.38%	61.21%	31.23%	47.92%
Promedio Región	46.23%	62.62%	32.36%	35.52%
Promedio Economías de Eficiencia	42.45%	54.55%	38.61%	29.75%

La percepción de oportunidades tempranas incide en la decisión de emprender; así, el 43,6% de la población que percibe oportunidades en los próximos 6 meses, estaría iniciando un negocio en los próximos tres años, en contraste con el 31% para quienes no perciben oportunidades⁶. Esta diferencia no es significativa para el grupo de emprendedores. Del mismo modo, el considerarse capaz poseyendo los conocimientos y habilidades para emprender también incide en la intención de emprender. El 42,7% de quienes se consideran capaces y no están emprendiendo actualmente, iniciaría un negocio en los próximos tres años, en comparación con el 26,6% de quienes no perciben poseer las capacidades para emprender⁷. Entre los emprendedores (TEA), el 62% de quienes perciben tener conocimientos y habilidades espera iniciar un nuevo negocio en los próximos tres años, en contraste con el 47% de aquellos emprendedores que consideran que aún tienen debilidades⁸.

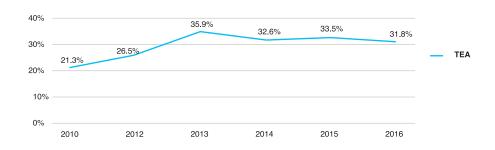
El 43% de los ecuatorianos manifiesta la intención de emprender en los próximos tres años, inferior a la de 2015, pero aun alta en relación a la región y tipo de economía. Sin embargo, no todo el potencial emprendedor se concreta; el temor al fracaso se convierte en algunos casos en una barrera para emprender. Este es otro de los indicadores medidos, aunque no hay resultados concluyentes. En Ecuador el 32% de la población considera que el miedo al fracaso impediría emprender, alrededor de la media regional pero inferior a la media para economías de eficiencia.

Los emprendedores nacientes muestran mucho entusiasmo en cuanto a volver a emprender; casi el 72% de este grupo espera empezar un nuevo negocio en los próximos 3 años. Este optimismo disminuye conforme avanza la etapa del negocio, donde este porcentaje baja al 40% en el caso de los emprendedores con negocios nuevos y a 29% en los propietarios de negocios establecidos.

En este contexto se analizará a continuación, la actividad emprendedora temprana.

3.2 LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA TEMPRANA: ¿QUIÉNES EMPRENDIERON EN ECUADOR EN 2016?

Figura 5 - Evolución de la TEA en Ecuador



La actividad emprendedora temprana recogida por el índice TEA, incluye a quienes están en proceso de iniciar un negocio pero que no han pagado salarios por más de tres meses, emprendedores nacientes, y a los propietarios de un nuevo negocio que han pagado salarios por más de tres meses, pero menos de 42.

Como se aprecia en la Figura 5, Ecuador ha mostrado consistentemente una TEA alta. En 2016 fue de 31,8%, en la que se destaca la proporción de emprendedores nacientes, 22,43%; inferior a la de 2015, y nuevos, 11%, que ha incrementado con respecto al año anterior.

La Tabla 9 muestra y compara la demografía de los emprendedores (TEA), quienes no poseen negocios, y los propietarios de negocios establecidos (aquellos con más de 42 meses de existencia).

⁷ Diferencia estadísticamente significativa al 5%

		No poseedor de negocios	TEA	Establecidos
	Años de escolaridad	10.51	10.65	9.22
	Edad promedio	34.80	35.56	42.10
Área	Urbano	62.23%	64.60%	48.67%
Alca	Rural	37.77%	35.40%	51.33%
Género	Hombre	47.28%	52.01%	52.09%
dellelo	Mujer	52.72%	47.99%	47.91%
	Sabe leer	97.86%	97.45%	93.54%
	Tiempo Completo/Parcial	32.98%	21.02%	3.05%
	Tiempo Parcial Solamente	19.32%	14.08%	0.76%
Categoría de	Retirado/Discapacitado	2.15%	0.91%	0.00%
ocupación	Dedicado al Hogar	27.41%	12.80%	0.76%
	Estudiante	8.20%	3.29%	0.38%
	Desempleado/Otros	8.10%	3.66%	0.38%
	Auto-Empleado	1.85%	44.24%	94.66%
Categoría de	Menos de \$ 366	30.40%	26.92%	28.14%
ingresos	Entre \$ 367 y \$ 732	45.45%	46.70%	46.77%
	Más de \$ 733	24.14%	26.37%	25.10%

Uno de los determinantes del emprendimiento propios del GEM es la motivación del emprendedor; es decir, que lo ha impulsado a crear una empresa. En 2016, la motivación por oportunidad supera a la necesidad para emprender, aunque se sitúa por debajo del promedio regional; sin embargo, la proporción de la TEA que emprende por necesidad lo supera. Ecuador muestra además un índice motivacional entre los más bajos de la región.

La Tabla 10 muestra la composición de la TEA en Oportunidad de mejora y Necesidad para algunos países de la región; también el índice motivacional. Para Ecuador y Chile no se observan cambios mayores en este índice; el índice motivacional para Perú y Colombia ha incrementado significativamente. En el caso de Perú por cuanto se ha incrementado la TEA por oportunidad de mejora y reducido casi a la mitad la TEA por necesidad; Colombia, aunque mantiene la TEA por oportunidad, ha reducido sustancialmente los emprendimientos por necesidad.

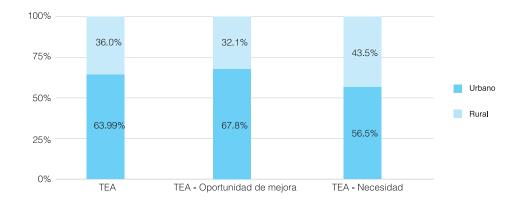
Tabla 10 - Motivaciones para emprender

	TEA (% de población 18-64 años)	TEA oportunidad de mejora (% de TEA)	TEA necesidad (% de TEA)	Índice motivacional
Ecuador	31.8%	34.0%	28.0%	1.2
Colombia	27.4%	54.6%	13.0%	4.2
Perú	25.1%	68.8%	12.8%	5.4
Chile	24.2%	63.1%	22.7%	2.8
Promedio Región	18.8%	49.0%	24.6%	2.5
Promedio Economías de Eficiencia	14.2%	46.0%	26.3%	2.3

Emprendedores Urbanos y rurales

Aproximadamente el 64% de los emprendedores se ubican en áreas urbanas; entre quienes emprenden por oportunidad de mejora, 67,8% también, proporción similar a la encontrada en 2015. Entre quienes emprenden por necesidad el patrón es similar, sin embargo, la proporción de emprendedores rurales por necesidad es relativamente alta y superior a la alcanzada en 2015, contraste que puede observarse en la Figura 6.

Figura 6 - Composición de la TEA por motivación

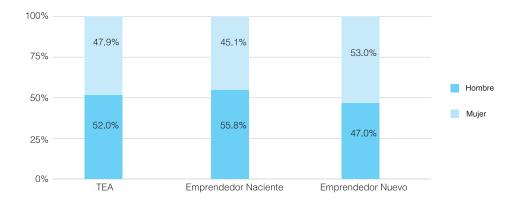


Emprendedores y emprendedoras: Paridad pero diferentes

En Ecuador hombres y mujeres emprenden por igual, a lo largo de los años se ha visto casi paridad; la razón de la TEA femenina a la masculina es de 0.9. Sin embargo, se observan diferencias en cuanto a motivación; la proporción de hombres que emprenden por oportunidad es superior a la de mujeres, mientras que hay más mujeres que emprenden por necesidad. Aun así, la razón de emprendimientos por oportunidad de mujeres a hombres es de 0,8. Este patrón se ha mantenido en el tiempo; las proporciones de hombres y mujeres en la TEA se han venido alternando con pequeñas diferencias. Como se muestra en la Figura 7, el 48% de la TEA está compuesto por mujeres; en el 2015 fue el 51%.

En el contexto regional, el comportamiento es parecido, de la TEA hombres, la proporción que emprende por oportunidad en promedio es 74,2% versus 67% en el caso de la TEA mujeres. De la TEA hombres que emprenden por necesidad, el promedio regional es de 22,8% versus 30% de la TEA mujeres. Ecuador se ubica por debajo de la media regional para emprendimientos por oportunidad tanto de hombres como de mujeres, mientras que está por encima del promedio para emprendimientos por necesidad de hombres y similar a la media para emprendimientos por necesidad de mujeres.

Figura 7 - Composición de la TEA por tipo de emprendedor



La Tabla 11 permite comparar la composición hombres - mujeres de la TEA, TEA oportunidad, TEA necesidad con algunos países de América Latina.

Tabla 11 - TEA y motivación: distribución según sexo

	% de TEA		% de TEA oportunidad		% de TEA necesidad	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Ecuador	52.05%	47.95%	54.57%	45.43%	47.56%	52.44%
Colombia	53.27%	46.73%	55.59%	44.41%	38.41%	61.59%
Peru	52.29%	47.71%	51.83%	48.17%	50.78%	49.22%
Chile	59.07%	40.93%	62.07%	37.93%	48.71%	51.29%
Región	53.85%	46.15%	56.51%	43.49%	45.83%	54.17%
Economías de eficiencia	58.65%	41.35%	60.39%	39.61%	54.33%	45.67%

Edad

En la TEA predomina el grupo de adultos de entre 25 y 44 años, similar al 2015. En el grupo de adultos entre 25 y 34 años, sin embargo, se observa una reducción de emprendedores nacientes y un incremento de propietarios de nuevos negocios en relación al año anterior. La proporción de emprendedores se reduce a medida que incrementa el rango de edad.

En cuanto a la motivación, como se observa en la Tabla 12, el 52% de quienes emprenden por oportunidad de mejora están en el rango de 25 a 44 años; el 56% de los emprendedores por necesidad se encuentra en este grupo etario.

Tabla 12 - Distribución de edad del emprendedor TEA según motivación

Grupo de edad	Oportunidad de mejora	Motivación mixta	Necesidad
18-24	21.61%	18.24%	16.00%
25-34	30.65%	33.78%	33.50%
35-44	21.11%	29.05%	22.50%
45-54	15.08%	14.86%	15.50%
55-64	11.56%	4.05%	12.50%

Generación del milenio

La generación del milenio incluye a los individuos nacidos entre 1980 y 2000, actualmente con edades comprendidas entre los 16 y 35 años aproximadamente. De este grupo etario, un 32% está incluido en la TEA, como emprendedores nacientes principalmente. El comportamiento de este grupo no difiere de los de mayor edad en cuanto a percepciones, sexo, o educación.

Los emprendedores de la generación del milenio no difieren en sus motivaciones con respecto al resto de emprendedores, sin embargo, se observa una mayor proporción de mujeres de la generación del milenio que declaran emprender por mejorar ingresos y tanto hombres como mujeres en igual proporción manifiestan hacerlo en búsqueda de independencia.

En 2016, no se observan diferencias estadísticamente significativas entre este grupo de emprendedores y los de edades entre 35 y 64 años en cuanto a la fase de emprendimiento, naciente y nuevo, existiendo, sin embargo, diferencia significativa⁹ en cuanto a la propiedad de negocios establecidos.

Educación

Con relación a la educación, predominan los emprendedores que han concluido la educación primaria, 32%, y la educación secundaria, 33%. Entre los emprendedores nacientes destaca la proporción con primaria completa y entre los nuevos, aquellos con secundaria completa. La proporción de emprendedores con estudios superiores no alcanza el 15%; En la Tabla 13 se puede apreciar los grupos dominantes de educación en cada etapa del emprendimiento.

31

Tabla 13 - Distribución del nivel educativo de los emprendedores (TEA), según etapa del emprendimiento

Categoría Negocio	Ninguna	Primaria Completa	Secundaria Completa	Post- Secundaria	Universidad Completa	Masterado/ Doctorado
TEA (Sin establecidos)	10.97%	31.99%	32.91%	9.69%	13.53%	0.91%
Negocio Naciente (Sin nuevos o establecidos)	9.51%	34.58%	31.99%	8.36%	14.12%	1.44%
Negocio Nuevo	13.50%	27.50%	34.50%	12.00%	12.50%	0.00%

En cuanto a motivaciones, como se observa en la Tabla 14, los grupos con educación post secundaria y universitaria completa muestran las menores tasas de emprendimiento por necesidad; con respecto a la oportunidad como motivación en relación con niveles de educación, no hay resultados concluyentes.

Tabla 14 - Distribución del nivel educativo por motivación

	Oportunidad de mejora	Motivación mixta	Necesidad
Ninguna	7.5%	10.1%	17.1%
Primaria Completa	33.7%	29.1%	36.2%
Secundaria Completa	29.6%	32.4%	36.7%
Post-Secundaria	9.5%	12.2%	6.5%
Universidad Completa	19.1%	14.2%	3.5%
Masterado/Doctorado	0.5%	2.0%	0.0%

Estatus laboral e ingresos

Cerca de la mitad de emprendedores en la TEA se califica como auto empleado; el 35% de los emprendedores comparte su iniciativa de negocios con la actividad laboral como empleado ya sea de tiempo completo o parcial especialmente en el grupo de los emprendedores nacientes, 52% aproximadamente. Entre los emprendedores nuevos, aproximadamente el 90% está dedicado al negocio. La Tabla 15, permite comparar la distribución de los emprendedores según su actividad laboral.

Tabla 15 - Distribución de la categoría ocupacional según fase del emprendimiento

	No poseedor de negocios	TEA	Nacientes	Nuevos
Tiempo Completo/Parcial	33.0%	21.0%	31.6%	2.5%
Tiempo Parcial Solamente	19.3%	14.1%	20.4%	3.0%
Retirado/Discapacitado	2.1%	0.9%	1.4%	0.0%
Dedicado al hogar	27.4%	12.8%	19.5%	1.0%
Estudiante	8.2%	3.3%	4.9%	0.5%
Desempleado/Otros	8.1%	3.7%	4.9%	1.5%
Auto-Empleado	1.9%	44.2%	17.2%	91.5%

El GEM mide el ingreso mensual del hogar, que se utiliza como proxy al ingreso del emprendedor. Al respecto se mantiene el patrón de 2015; no hay mayores diferencias de rangos de ingresos de hogares entre emprendedores y resto de la población. La Tabla 16 permite contrastar diversos niveles de ingresos para los emprendedores, TEA, población que no posee negocio, y propietarios de negocios establecidos.

	No poseedor de negocios	TEA	Establecidos
Menos de \$ 366	30.19%	26.82%	28.14%
Entre \$ 367 y \$ 732	45.15%	46.53%	46.77%
Más de \$ 733	24.66%	26.64%	25.10%

Se ha encontrado en cambio que, en cuanto a percepciones, sí hay diferencias de acuerdo a los niveles de ingreso. La percepción de oportunidades no muestra un comportamiento concluyente, pero la percepción de capacidad para emprender aumenta a medida que crecen los ingresos y del mismo modo se reduce el temor al fracaso como barrera para emprender.

Tabla 17 - Estadísticas descriptivas según nivel de ingresos

		Gér	Género		Años de Edad		Motivación para emprender		
		Hombres	Mujeres	escolaridad promedio	promedio	Oportunidad de mejora	Motivación mixta	Necesidad	
No poseedor	Menos de \$ 366	42.44%	57.56%	8.10	34.95				
· ·	Entre \$ 367 y \$ 732	47.74%	52.26%	10.70	33.96				
de negocios	Más de \$ 733	57.95%	42.05%	13.11	36.17				
	Menos de \$ 366	45.58%	54.42%	8.38	35.06	28.87%	21.83%	49.30%	
TEA	Entre \$ 367 y \$ 732	50.20%	49.80%	10.31	36.33	40.25%	25.73%	34.02%	
	Más de \$ 733	64.20%	35.71%	13.51	34.72	40.63%	30.47%	28.91%	

Como se muestra en la Tabla 17, no se observan mayores diferencias en edades, pero si en años de escolaridad; estos aumentan a medida que crecen los ingresos. Entre los emprendedores, en el intervalo inferior de ingresos hay mayor concentración de mujeres, mientras que a medida que aumentan los ingresos, hay mayor concentración de hombres; este comportamiento se observa también entre la población que no posee negocios. En cuanto a motivación se observa que a medida que incrementan los ingresos, lo hace la motivación por oportunidad de mejora y se reduce la motivación por necesidad.

En la Tabla 18, se resumen las tendencias de las percepciones a medida que cambian las características de la población.

Tabla 18 - Tendencias: variables demográficas y percepciones

		Percepciones	
Características de la población	Oportunidades percibidas	Capacidades percibidas	Temor al fracaso
Si es emprendedor TEA o posee un negocio establecido	A	A	▼
Si es de sexo masculino en lugar de femenino	A	A	▼
Si proviene de área urbana en lugar de rural	A	_	▼
A medida que aumenta la edad	▼	A	▼
A medida que aumentan los ingresos	A	A	•

Realizando un análisis de correlaciones se observa que si una persona está involucrada en alguna actividad emprendedora o tiene ya un negocio establecido, tiende a tener una mayor percepción de buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses y capacidades para lograrlo; y a la vez, una menor percepción de miedo al fracaso como un obstáculo para emprender. Por otro lado, no existe una correlación entre hombres y mujeres en cuanto a oportunidades percibidas; sin embargo, las capacidades percibidas aumentan y el temor al fracaso disminuye en el caso de los hombres.

En cuanto al área, no se observa una correlación entre el hecho de pertenecer al área urbana o rural y la percepción de oportunidades y capacidades; sin embargo, los emprendedores del área urbana perciben un menor temor al fracaso como barrera para emprender en comparación a aquellos del área rural. A medida que aumenta la edad, aumenta la percepción de capacidades para emprender y disminuye el temor al fracaso; mientras más años de escolaridad tienen las personas, tienen una mayor percepción de capacidades y finalmente a mayores ingresos del hogar, disminuye la percepción del temor al fracaso como un obstáculo para emprender.

Denominamos emprendedores múltiples a quienes poseen un negocio nuevo pero que a la vez tienen un negocio naciente, y a aquellos propietarios de negocios establecidos que están emprendiendo nuevamente. La Tabla 19 contrasta la demografía entre estos emprendedores y aquellos que sólo son nacientes o nuevos (el resto de la TEA).

El 57% de los emprendedores múltiples provienen de áreas urbanas, esto representa una disminución de alrededor de 10 puntos porcentuales respecto al 2015; así, hay una mayor proporción de emprendedores sólo nacientes o sólo nuevos que residen en áreas urbanas. Además, se observa que los ingresos de los emprendedores múltiples están más concentrados en la categoría media. No se muestran diferencias importantes en temas de edad o de años de escolaridad.

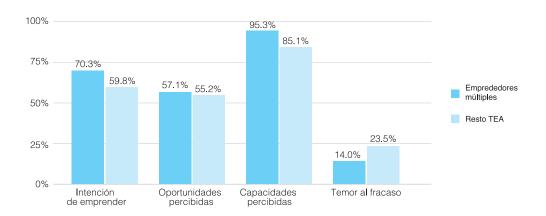
Vale la pena mencionar que el 31.75% de los emprendedores múltiples emprendieron por necesidad, siendo esta proporción 37.21% para el resto de emprendedores.

Tabla 19 - Demografía de emprendedores múltiples y el resto de la TEA

		Emp. Dobles	Resto TEA
Género	Hombres	50.77%	52.12%
Genero	Mujeres	49.23%	47.88%
Área	Urbano	56.92%	64.86%
Alca	Rural	43.08%	35.14%
	Edad promedio	37.75	35.64
	Años de escolaridad promedio	10.29	10.67
	Menos de \$ 366	20.00%	26.94%
Ingresos	Entre \$ 367 y \$ 732	56.92%	46.12%
g. coco	Más de \$ 733	23.08%	26.94%

Entre los emprendedores múltiples, aquellos que poseen un negocio establecido tienen en promedio mayor edad y mayor concentración en zonas urbanas que aquellos que poseen un negocio nuevo; mientras que en cuestión de sexo y educación no hay diferencias sustanciales.

Figura 8 - Percepciones de los emprendedores múltiples



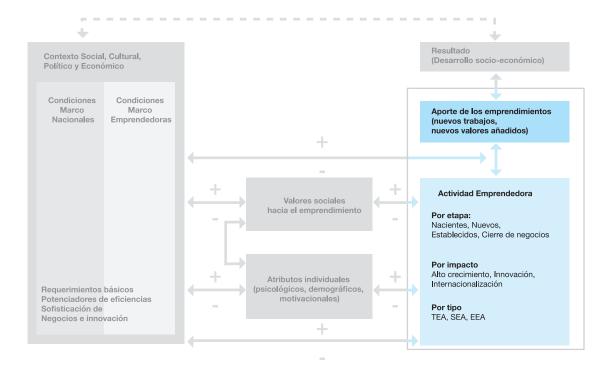
Al comparar este grupo de emprendedores que tienen más de una empresa con el resto de emprendedores dentro de la TEA, podemos observar que en sus percepciones sobre el emprendimiento son más optimistas, como se muestra en la Figura 8. Un 70% de los emprendedores múltiples muestran una mayor intención de emprender en los próximos 3 años, comparado al 60% del resto de la TEA. En cuanto a las oportunidades percibidas no existe una diferencia relevante entre los dos grupos, sin embargo, es interesante observar que en ambos casos la percepción de oportunidades es relativamente alta, 57% y 55% respectivamente.

Por otro lado, una mayor proporción de los emprendedores múltiples perciben que tienen las capacidades y habilidades para emprender un negocio, y a la vez una menor proporción de este grupo percibe que el fracaso impediría emprender.



Feria al Parque -2014-© David Chang.

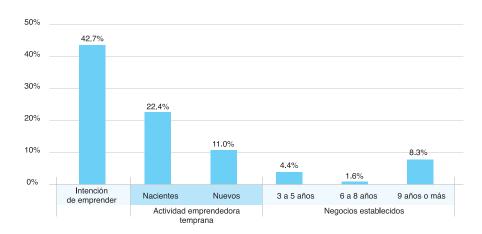
4. CICLO DE VIDA DEL NEGOCIO: GESTACIÓN, INICIO Y CRECIMIENTO



En este capítulo se examina la actividad emprendedora en Ecuador desde la perspectiva de los negocios analizando las etapas que éstos atraviesan; sus desafíos de crecimiento, innovación e internacionalización, y además se incluye un análisis de los intra-emprendimientos.

4.1 CICLO DE VIDA DEL NEGOCIO

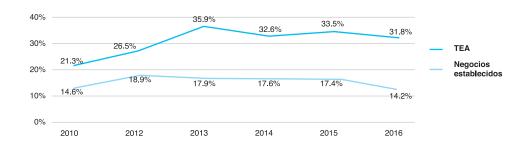
Figura 9 – Distribución de involucrados en etapas de empendimiento



En la Figura 9 se muestra el porcentaje de la población adulta que se encuentra involucrada en alguna etapa de emprendimiento desde la intención de emprender, creación, estabilidad y posible crecimiento de una empresa. Es decir, atravesando el proceso de convertir una idea de negocio a un negocio naciente (hasta 3 meses de operaciones); nuevo (entre 3 y 42 meses de operaciones), hasta volverse en un negocio establecido con más de 3 años de operaciones¹⁰.

Las cifras de este año muestran una similitud a los años anteriores, donde la intención de emprender ha sido alta. Sin embargo, sólo un 22% de la población adulta ha logrado transformar estas intenciones en alguna acción concreta que sirva para la puesta en marcha de un negocio. Continuando con el ciclo de vida, en la Figura 10 también se hace evidente la disminución de emprendedores al pasar de la TEA a convertirse en un negocio establecido.

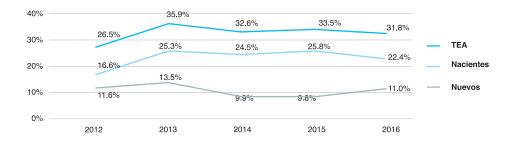
Figura 10 - Evolución histórica de la TEA y los negocios establecidos



A partir del 2013 se observa una brecha entre el porcentaje de emprendedores en la TEA y los negocios establecidos; brecha que denota un problema no identificado o no atendido en cuanto a las características de los emprendimientos que no han logrado convertirse en negocios establecidos o al ecosistema emprendedor del país que no ofrece el apoyo suficiente.

El año 2013 fue bautizado como "El boom del emprendimiento en el Ecuador", por el salto en la TEA que dio Ecuador con respecto al año anterior; a partir de ese momento se ha mantenido cierta estabilidad en la alta tasa de emprendimiento temprano dejando esta brecha abierta los últimos 4 años a falta de un sistema adecuado de desarrollo de emprendimientos en el país.

Figura 11 - Comparación de emprendedores nacientes, nuevos y TEA



Manteniendo la tendencia de los últimos 4 años, se evidencia que existen dificultades para que los emprendedores nacientes sobrepasen la barrera de los 3 meses de operación convirtiéndose en emprendedores nuevos. En la Figura 11 se muestra la composición de emprendedores en la TEA. Como se observa, la tendencia de una alta proporción de emprendedores nacientes en comparación con los nuevos se mantiene, haciéndose evidente la dificultad que presentan los emprendedores nacientes en sostener sus negocios.

Para el 2016 la relación nuevos/nacientes es de 0.49; aunque mayor a la del año anterior (0.38), aún se encuentra por debajo de la alcanzada en los años 2009 y 2010 (1.53 y 1.10, respectivamente). En comparación con América Latina y el Caribe donde esta relación es de 0.73, y países de la región como Chile y Colombia donde sus tasas son del 0.59 y 0.69 respectivamente, se evidencia que es una tendencia a nivel regional. Sin embargo, para los países dentro de las economías de eficiencia el promedio es de 1.07.

Motivaciones en el ciclo de vida del negocio

Tabla 20 - Motivación para emprender según etapa del negocio

	Motivación: Oportunidad de Mejora	Motivación: Necesidad	Motivación: Mixta
Negocio Naciente	39.43%	30.91%	29.65%
Negocio Nuevo	33.51%	17.53%	48.97%
Establecidos	40.77%	15.77%	43.46%

Entre los negocios nacientes predominan aquellos motivados por la oportunidad de mejora (39.43%), cuya principal motivación para tomar esta oportunidad es la independencia o aumento de ingresos del emprendedor. Los negocios nuevos se ven en mayor proporción motivados por la necesidad (49%), mientras que un 43% de los propietarios de negocios establecidos manifiestan haber emprendido también por necesidad y en segundo lugar pero con poca diferencia, por oportunidad.

Giro de los negocios

En el 2016 un 76% de los negocios nacientes se orientaron a los consumidores, seguido de un 74% de los negocios nuevos. Resulta interesante que, en el caso de los negocios establecidos, este porcentaje es menor (56%), denotando así una mayor diversificación de los giros de negocio y una posible baja supervivencia de los negocios orientados a consumidores. En la Tabla 21 se muestra la distribución sectorial para los emprendedores nacientes, nuevos y establecidos.

Tabla 21 – Distribución de actividades por tipo de industria

Tipo de industria	Extractivo	Transformación	Servicios a Negocios	Orientado a Consumidores
Negocio Naciente	6.10%	9.30%	8.14%	76.45%
Negocio Nuevo	7.69%	13.85%	4.10%	74.36%
Establecidos	19.61%	19.22%	5.49%	55.69%

Dentro de los negocios establecidos, en el 2016 se evidencia una disminución de los negocios orientados a la transformación pasando de casi el 29% en el 2015 al 25% en el 2015 para ubicarse en el 19% en el 2016. Similar situación para los negocios nuevos donde bajaron 7 puntos porcentuales con respecto al año anterior. Para las otras categorías de negocio no se observan mayores diferencias en cuanto a negocios nacientes, nuevos o establecidos.

Los negocios de la TEA están compuestos principalmente por negocios orientados a consumidores, específicamente en actividades de comercio al por menor, hoteles y restaurantes con un 65% aproximadamente. El segundo lugar lo ocupan los negocios orientados a la transformación, donde un 7% se dedican a actividades de manufactura y un 4% a otras actividades. Los negocios extractivos ocupan el tercer lugar con un 7% correspondiente a actividades de agricultura, silvicultura y pesca y finalmente en los negocios de servicios a empresas prevalecen los servicios administrativos con un 3%. En los negocios establecidos, el segundo lugar lo ocupan los negocios extractivos con casi un 20%, seguido de los negocios orientados a la transformación con un 19%, el primer y cuarto lugar resulta similar a los negocios en la TEA.

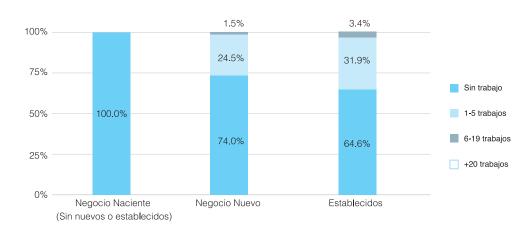
En la Tabla 22 se muestran algunos ejemplos de las principales actividades en las cuales se encuentran tanto los negocios nacientes como los nuevos y establecidos. Vale la pena prestar especial atención a este tipo de negocios ya que son aquellos que podrían dinamizar la economía y requerir esfuerzos para mejorar su competitividad, sostenibilidad e internacionalización.

		Nacientes	Nuevos	Establecidos
Extractivo	Agricultura, silvicultura y pesca	Siembra y venta de frutas Pesca artesanal Siembra y venta de palma africana Crianza y venta de pollos Siembra y venta de arroz	Siembra y venta de plátano y yuca Criadero de ganado y venta de leche y quesos Crianza y venta de pollos Siembra y venta de arroz	Siembra y venta de papas y hortalizas Pesca artesanal Criadero de ganado y venta de leche y quesos Crianza y venta de pollos Siembra y venta de café y cacao Siembra y venta de arroz
Transformación	Manufactura	Taller de costura de ropa Producción y venta de chocolates Elaboración y venta de muebles Panadería	Taller de costura de ropa Producción y venta de vinos Elaboración y venta de muebles Panadería	Taller de metalmecánica Taller de aluminio y vidrio Elaboración y venta de muebles Panadería
Hansomacion	Minería y construcción		Construcción y venta de viviendas	
	Servicios administrativos	Cyber Agencias de empleo Eliminación de plagas	Cyber	Servicios contables
Orientado	Intermediación financiera y bienes raíces	Broker de seguros Venta de bienes raíces		
a negocios	Información y comunicación	Venta de planes corporativos de telefonía celular		Servicio técnico de telecomunicaciones
	Servicios profesionales	Consultoría de marketing Servicios tributarios Levantamiento topográfico	Servicios profesionales independientes	Consultorio jurídico
	Comercio al por menor, hoteles y restaurantes	Restaurante Venta de ropa y zapatos Tienda Hotel Librería y papelería	Restaurante Venta de ropa y zapatos Tienda Venta de productos por catálogo Servicio de lavado de ropa	Restaurante Venta de ropa y zapatos Tienda Servicios de hospedaje Bazar y papelería
Orientados al consumidor	Gobierno, salud, educación y servicios sociales	Plataforma educativa Gabinetes de belleza Consultorio médico u odontológico Organización de proyectos de beneficio de la comunidad	Clases de matemáticas Gabinetes de belleza	Servicios de enfermería a domicilio Gabinetes de belleza
	Actividades de servicio al consumidor	Gimnasio Peluquería canina Organización de eventos	Organización de eventos	

4.2 EL CRECIMIENTO Y SUS RETOS

Empleo actual vs expectativas de generación de empleo

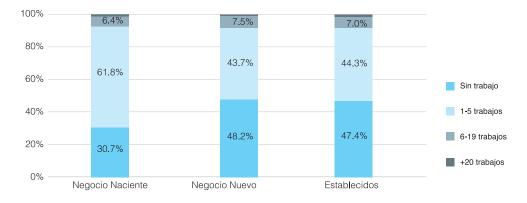
Figura 12 – Distribución del número actual de empleados según la etapa del negocio



A pesar de que Ecuador presenta la TEA más alta de la región, sus emprendimientos no están generando las plazas de trabajo necesarias para contribuir a la disminución del desempleo y empleo inadecuado del país¹¹¹. La generación actual de empleo, en especial la de los emprendimientos tempranos es baja. En el 2016 ningún negocio naciente ha generado empleo; un 74% de los negocios nuevos y un 65% de los establecidos tampoco ha generado ningún empleo. Un 24.5% de los negocios nuevos y un 32% de los establecidos han generado apenas de 1 a 5 plazas. Sólo un 1.5% de negocios nuevos y un 3% de establecidos han generado más de 5 empleos. En relación al año anterior, estas cifras han ido empeorando; en el 2015 un 37% de negocios nuevos y un 40% de establecidos habían generado de 1 a 5 empleos.

Vale la pena destacar que de aquellos emprendedores motivados por necesidad, casi un 82% no generó ningún empleo en el 2016; se observa un incremento de 20 puntos porcentuales comparando con el año anterior. Un 35.7% de los emprendedores motivados tanto por oportunidad de mejora, como por necesidad (motivación mixta) generaron entre 1 y 5 empleos en el 2016. En los negocios establecidos llama la atención que un 40% de aquellos motivados por oportunidad de mejora empleó entre 1 y 5 trabajadores, comparado con un 31% de aquellos motivados por necesidad y un 24% por motivación mixta.

Figura 13 – Distribución del número esperado de empleados para los próximos 5 años según la etapa del negocio



Las expectativas de generación de empleo son menos alentadoras que en el 2015 donde un 11% de los negocios nacientes, seguido de un 26% de los negocios nuevos y un 30% de los establecidos no esperaban generar ningún empleo en los próximos 5 años. En el 2016, esta expectativa de no generar empleo se incrementa casi al 31% en los negocios nacientes, 48% en los negocios nuevos y al 47% en los establecidos, cifras que han crecido de manera considerable en el lapso de un año. Continuando con el

¹¹ Según el Instituto Nacional de Estadisticas y Censos (INEC), para el trimestre de abril-junio 2016 en el cual fueron recogidos los datos para este reporte, la cifra de pleno empleo cerró en 41%, subempleo, otro empleo no pleno y empleo no remunerado en 53.3% y desempleo en 5.3%.

optimismo de los negocios nacientes, este grupo presenta las expectativas de generación de empleo más altas para los próximos 5 años; casi un 62% espera generar de 1 a 5 empleos y casi el 7% más 5 empleos.

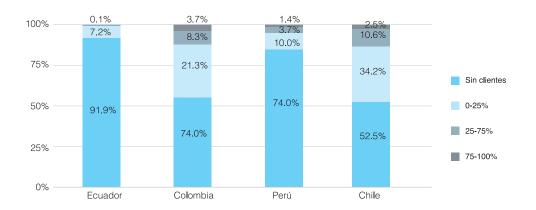
En Ecuador, apenas el 4.6% de los emprendedores en la TEA generan más de 10 empleos y a la vez esperan aumentar en un 50% o más su fuerza laboral en los próximos 5 años. Comparando este indicador con países vecinos, Ecuador tiene una de las menores tasas de expectativa de generación de empleo. Chile y Colombia poseen una tasa del 25%, Perú, Uruguay y Argentina del 17%, sólo Brasil con un 3% es el país con una tasa más baja que la de Ecuador.

Las expectativas de empleo según la motivación que originó el negocio muestran que casi un 40% de los negocios motivados por necesidad no esperan generar ningún empleo en los próximos 5 años, sin embargo, un 55% esperan generar entre 1 y 5 empleos. Un 59% de aquellos emprendedores con motivación mixta y un 64% de los motivados por oportunidad de mejora, también esperan generar entre 1 y 5 empleos.

Resulta interesante que un 82% de las mujeres en la TEA no habían generado ningún empleo, en comparación a un 62% de los hombres, es decir la mayor proporción de los emprendimientos unipersonales correspondieron a aquellos liderados por mujeres. Así mismo, las expectativas de generación de empleo siguen esta misma tendencia, donde un 40% de las mujeres de la TEA no esperan generar ningún empleo en los próximos 5 años comparado con un 29% de los hombres quienes tienen esta misma baja expectativa. También se observa una influencia del nivel de ingresos del hogar en la generación de empleo, donde un mayor ingreso significa una menor probabilidad de que el emprendimiento sea unipersonal.

Internacionalización de productos o servicios

Figura 14 – Distribución de clientes extranjeros para Ecuador, Colombia, Perú y Chile en el 2016



Comparado con países de la región, Ecuador es el país latinoamericano con menor porcentaje de clientes en el extranjero poniendo de manifiesto un problema de balanza de pago y competitividad frente a sus países vecinos Colombia, Perú y Chile. De acuerdo con datos de PROECUADOR, las exportaciones de productos primarios e industrializados decrecieron un 18.0% y 1.3% respectivamente en el periodo de enero-septiembre 2016 comparado con el mismo periodo del año anterior. Se espera que la firma del acuerdo comercial con la Unión Europea mejore las condiciones de la balanza de pagos a partir de 2017 donde éste acuerdo entra en vigencia.

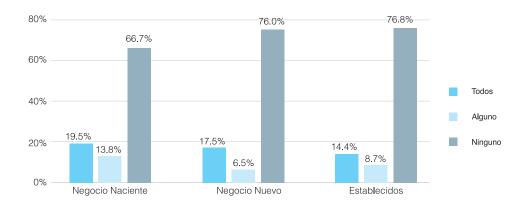
En la Figura 14 se observa la distribución de clientes extranjeros para Ecuador, Colombia, Perú y Chile para el 2016, donde se evidencia que la cifra de clientes nacionales de los emprendedores (TEA) en Ecuador asciende casi a un 92% y sólo un 7% corresponde a clientes internacionales. También se observa que Chile tiene la mayor proporción de clientes en el extranjero comparado con sus países vecinos; esta internacionalización podría ir ligada a la liberalización del comercio internacional chileno mediante la eliminación de barreras arancelarias a través de la firma de tratados y acuerdos comerciales.

Comparado con los dos años anteriores, se evidencia una disminución en la internacionalización de los negocios motivados por la oportunidad de mejora, donde en el 2016 aproximadamente un 94% de estos negocios no poseen ningún cliente en el extranjero en comparación al 89% en el 2014 y 82% en el 2015. En cuanto a los negocios establecidos, aquellos motivados por la necesidad son los que tienen menor orientación internacional (95%).

Innovación de productos o servicios

El Global Innovation Index mide el grado de innovación de distintas economías del mundo a través de 82 indicadores. En el 2016, Ecuador se sitúa en este índice en el puesto 14 de 19 a nivel regional, y 100 de 128 a nivel mundial. En cuanto al uso de tecnologías Ecuador se sitúa en el puesto 82 a nivel global mientras que sus vecinos Colombia y Perú en los puestos 64 y 93 respectivamente. Este índice proporciona una referencia de la innovación en general en el país y un marco en el que se analizan los siguientes resultados del GEM.

Figura 15 – Porcentaje de clientes que perciben al producto o servicio como nuevo o novedoso



Para conocer el nivel de innovación de los productos o servicios ofrecidos tanto por los negocios nacientes como por los nuevos y establecidos, se les preguntó a los propietarios qué porcentaje de sus clientes considera que su producto es nuevo o novedoso. La Figura 15 muestra que, tanto para los negocios nacientes, como para los negocios nuevos o establecidos, alrededor del 70% de los clientes no perciben al producto como nuevo ni novedoso, es decir, que en estos casos tienen un bajo o nulo nivel de innovación. Menos del 20% de clientes de estos 3 grupos consideran que el producto es innovador.

El uso de nuevas tecnologías va de la mano con la innovación. En el 2016, tanto los negocios nacientes, como los nuevos y establecidos han disminuido el uso de nuevas y últimas tecnologías. Un 82% de los negocios nacientes, 90% de los nuevos y 93% de los establecidos usan tecnologías de más de 5 años de antigüedad. Sin embargo, para los negocios nacientes el uso de nueva tecnología (de 1 a 5 años) bordea el 14% en comparación al 8% de los nuevos y 4% de los establecidos. Menos del 5% de estos 3 grupos de negocios usan últimas tecnologías (menos de un año de antigüedad). En el 2015 el uso de tecnología antigua bordeaba el 65% para los negocios nacientes y nuevos y el 80% para los establecidos; el uso de última tecnología bordeaba el 15% para los negocios nacientes y nuevos y 6% para los establecidos. En el contexto regional se destaca Chile, donde el 42% de los negocios de la TEA utilizan tecnologías de menos de 5 años de antigüedad, mientras que Colombia y Ecuador mantienen porcentajes similares, alrededor del 15%.

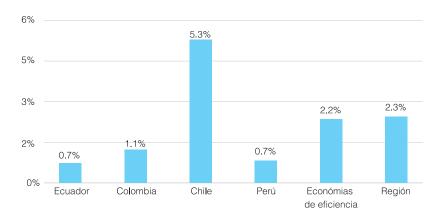
En cuanto a motivaciones, es interesante resaltar que una mayor proporción de los negocios iniciados por oportunidad de mejora considera que todos sus clientes perciben su producto o servicio como nuevo o novedoso (35%) comparado con tan solo un 11% de aquellos motivados por necesidad. Por otro lado, una mayor proporción de los negocios motivados por necesidad (77%) manifiestan que consideran que ninguno de sus clientes cree que su producto o servicio es novedoso, mientras que casi un 54% de aquellos motivados por oportunidad de mejora consideran lo mismo.

La Actividad Emprendedora del Empleado (EEA) como detonante de la innovación

La Actividad Emprendedora del Empleado, o EEA por sus siglas en inglés, es un indicador del GEM que refleja el porcentaje de empleados dentro de una organización que se encuentran involucrados en actividades de intra-emprendimiento; como por ejemplo, lanzar un nuevo producto o servicio al mercado, crear nuevas líneas de negocio, liderar proyectos de mejoras de procesos, crear una nueva área administrativa, entre muchos otros. En todos estos casos es necesario el involucramiento de un equipo de empleados emprendedores capaces de llevar a cabo estos proyectos. Una alta EEA podría demostrar que las organizaciones poseen un talento humano que promueve la diversificación y el crecimiento de la empresa.

Al igual que en los dos años anteriores, Ecuador muestra la EEA más baja de la región. En el 2016 esta tasa se ubicó en 0.7% siendo inclusive más baja que la del año anterior (0.9%), esto podría ser un resultado de la falta de motivación a los empleados, escasa preparación profesional para liderar proyectos dentro de las empresas o un problema de cultura organizacional que no permite el involucramiento de los empleados. Una vez más, Chile presenta la EEA más alta de la región, siendo incluso superior al promedio de las economías de eficiencia y el promedio de la región. La Figura 16 muestra la EEA como porcentaje de la población adulta (18 a 64 años) para los países de la región, economías de eficiencia y promedio regional.

Figura 16 – Actividad Emprendedora del Empleado (EEA)



La Tabla 23 agrupa ejemplos de países con TEAs y EEAs similares. Como se puede observar, Ecuador se encuentra en el cuadrante de alta TEA y baja EEA junto con países como Burkina Faso, Colombia y Camerún. Por otro lado, países desarrollados como Reino Unido y Luxemburgo muestran una baja TEA y una alta EEA, lo cual indica que no necesariamente tener una alta TEA sea indicador de un buen nivel desarrollo económico.

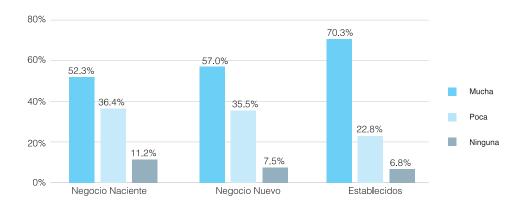
Tabla 23 – Comparación de países entre TEA y EEA

	TEA ALTA	TEA BAJA
EEA ALTA	Chile	Reino Unido, Luxemburgo, Países Bajos
EEA BAJA	Ecuador, Burkina Faso, Colombia, Camerún	Malasia, Marruecos, Rusia

Fuente: Reporte GEM Global 2016

Percepción de competencia

Figura 17 - Percepción de competencia



Ligada a la escasa o nula innovación de los productos o servicios que ofrecen los negocios nacientes, nuevos y establecidos, está la percepción del nivel de competencia. Se puede decir que, a mayor nivel de diferenciación (innovación), la competencia podría ser menor. En relación al año anterior donde un 22% de negocios nacientes y un 18.5% de negocios nuevos manifestaron no tener ninguna competencia, en el 2016 este porcentaje ha disminuido al 11% en el caso de los negocios nacientes y 7.5% en el caso de los nuevos, demostrando una mayor percepción de competencia.

En el caso de los negocios establecidos, el 70% percibe que tiene mucha competencia, un 23% considera que tiene poca competencia y un 7% que no tiene ninguna. Este grupo de emprendedores con negocios que han alcanzado un mayor nivel de madurez parece ser menos optimista o más realista.

Es interesante resaltar que aquellos negocios (TEA) iniciados por oportunidad de mejora son aquellos que en menor proporción consideran que tienen mucha competencia comparado con aquellos iniciados por oportunidad mixta o por necesidad. En cuanto a los negocios establecidos, de igual manera la menor proporción de una alta competencia también la tienen los negocios motivados por oportunidad de mejora (67%); sin embargo, se observa una gran diferencia con los negocios iniciados por oportunidad mixta donde un 80% considera lo mismo. Llama la atención que aquellos emprendedores de la TEA entre los 55 y 64 años tienen una menor percepción de competencia en comparación con los demás grupos etarios.

RESUMEN DEL PERFIL DE LOS NEGOCIOS

En el capítulo 3 - Emprendedores en Ecuador – se discutieron los perfiles de los emprendedores con negocios nacientes o nuevos (TEA) desde el punto de vista demográfico y motivacional. En esta sección se resume un análisis del emprendimiento desde el punto de vista de los negocios ya sean nacientes, nuevos o establecidos.

NEGOCIOS NACIENTES

Un 76.4% de los negocios nacientes estuvieron orientados al consumidor, donde se destacan negocios como restaurantes, gabinetes de belleza y consultorios médicos; el 100% de estos negocios no tiene ningún empleado y casi un 31% no espera generar ningún empleo en los próximos 5 años.

La innovación en los negocios nacientes es muy baja, un 66.7% de los dueños de negocios nacientes creen que ninguno de sus clientes considera que su producto o servicio es nuevo o novedoso, además un 82% de negocios nacientes usa tecnologías de más de 5 años de antigüedad. En el 2016 los negocios nacientes son el grupo más optimista en cuanto a percepción de competencia, donde un 11% considera que no tiene ninguna competencia comparado con un menor porcentaje de negocios nuevos y establecidos. Menos del 2% de negocios nacientes se encuentran registrados en la Superintendencia de Compañías y sólo un 6.5% tiene su emprendimiento registrado en el RISE.

NEGOCIOS NUEVOS

Similar a los negocios nacientes y establecidos, la mayor proporción de los negocios nuevos están orientados al consumidor. En el 2016, un 74.4% de emprendimientos dentro de este grupo se enfocaron en restaurantes, servicios profesionales independientes, ventas de productos por catálogo, entre otros negocios con orientación al consumidor. Un 74% no contrata a ningún empleado y un 48.2% no espera contratar ninguno en los próximos 5 años.

Los negocios nuevos tampoco muestran un alto nivel de innovación; un 76% de ellos considera que ninguno de sus clientes ve al producto o servicio como nuevo o novedoso, además un 90% utiliza tecnologías de más de 5 años de antigüedad. En cuanto a la percepción de competencia

un 7.5% de los negocios nuevos consideran que no tienen ninguna competencia, porcentaje mayor a los establecidos pero menor a los nacientes. Un 7.1% de los negocios nuevos están registrados en la Superintendencia de Compañías y un 20% en el RISE.

NEGOCIOS ESTABLECIDOS

En cuanto al perfil demográfico de los dueños de negocios establecidos se observa que prevalecen las personas que han completado la educación primaria (39.9%); así mismo un 54% de este mismo grupo van desde los 35 a 54 años y un 95% son auto-empleados.

En el 2016 los negocios establecidos en Ecuador estuvieron mayormente representados por los negocios orientados a consumidores (56%); ejemplos de estos negocios son restaurantes, bazares y gabinetes de belleza. Aproximadamente un 65% de negocios establecidos no poseen ningún empleado y las expectativas de generación de empleo tampoco son muy alentadoras ya que aproximadamente un 47% no espera generar empleos en los próximos 5 años

Casi el 91% de los negocios establecidos no tienen clientes en el extranjero, mostrando un nivel de internacionalización bastante bajo, tan solo un 6.37% de ellos posee hasta un 25% de clientes extranjeros. Desde el punto de vista de innovación, casi un 77% de los negocios establecidos afirman que sus clientes perciben que sus productos o servicios no son nuevos ni novedosos, además un 93% usa tecnologías de más de 5 años de antigüedad lo cual demuestra su bajo nivel de innovación. Por otro lado, un 70% percibe que tiene mucha competencia. En cuanto a las expectativas de emprendimiento, un 42% en los negocios establecidos considera que existen buenas oportunidades de iniciar un negocio en los próximos 6 meses

La formalización de los negocios

La formalización de los negocios en Ecuador ha sido baja a través de los años, con ciertas excepciones en el 2015. En el 2016, la tasa de registro en la Superintendencia de Compañías de los negocios de la TEA disminuyó a un 1.8% para el caso de los nacientes y 7.14% para los negocios nuevos.

En el caso del registro en el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) y de patentes municipales, los porcentajes se mantienen similares al 2015; en el 2016 un 6.5% de los negocios nacientes registró su emprendimiento en el RISE y alrededor de la misma proporción obtuvo su patente municipal. En el caso de los nuevos, un 20% también registró su negocio en el RISE y similar proporción obtuvo su patente.

A medida que avanza el negocio en sus etapas de crecimiento, el emprendedor se debería ver obligado a formalizar su actividad emprendedora, no es este el caso de los negocios establecidos donde estas tasas de registro, a pesar de ser un 5% mayores a las del 2015, son bajas. Un 13% de negocios establecidos están registrados en la Superintendencia de Compañías, un 26% en el RISE y un 36% obtuvo su patente municipal.

4.3 LOS EMPRENDEDORES MÚLTIPLES Y SUS NEGOCIOS

Sector del negocio

Los negocios de los emprendedores múltiples continúan enfocándose en su mayoría a los consumidores (72.3%); sin embargo, se observa que con respecto al 2015 los negocios orientados a transformación aumentaron de un 7.45% a un 13.9%, dejando una menor proporción de negocios orientados a empresas pasando de un 8.5% en el 2015 a un 4.6% en el 2016. Alrededor de un 96% de los negocios de emprendedores múltiples están en el sector de nula o baja tecnología.

Innovación y competencia

En cuanto al uso de nuevas tecnologías no se observa una diferencia entre los negocios de los emprendedores múltiples y aquellos del resto de la TEA. Como se menciona en el apartado 4.2 de este capítulo, la tasa de uso de tecnologías de más de 5 años de antigüedad es la más alta tanto para los negocios nacientes, como para los nuevos y los establecidos. Para el caso de los emprendedores múltiples esta tasa se ubica en el 86.1% siendo más alta que la del año anterior (68%), lo que denota una disminución de la innovación como resultado.

La percepción de los emprendedores múltiples en cuanto a diferenciación es en general menos optimista que el año anterior. En el 2016, casi un 62% de los emprendedores múltiples creían que ninguno de sus clientes consideraba a su producto o servicio como nuevo o novedoso. En contraste, un 38% consideraba que todos o algunos sus clientes percibían un producto o servicio diferenciado, comparado con el 46% del año anterior.

Un 46.1% de los emprendedores múltiples consideraron que tienen mucha competencia y un 41.5% poca competencia; comparado con el año anterior alrededor donde un 57% percibían poca competencia, un 21% mucha competencia y un 22% ninguna.

Expectativas de generación de empleo

En cuanto a expectativas de generación de empleo, los negocios de emprendedores múltiples no se diferencian del resto; comparando con el 2015, donde el porcentaje de no generar ningún empleo en los próximos 5 años fue de casi el 17% para los emprendedores múltiples, en el 2016 esta tasa casi se duplica llegando al 30.36%. Similar situación ocurre para el resto de la TEA, donde en el 2016 un 34.4% no espera generar ningún empleo en los próximos 5 años.

46

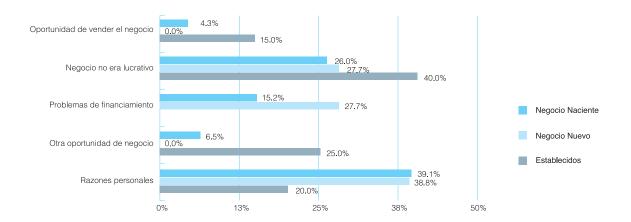
Internacionalización

Los negocios de los emprendedores múltiples no se escapan de la baja internacionalización de sus productos o servicios. En el 2016 un 95.2% de estos negocios no tienen ningún cliente en el extranjero comparado con el 91.5% de los negocios del resto de la TEA.

4.4 CIERRE DE NEGOCIOS

"Razones personales" fue en el 2016 el principal motivo de cierre de un negocio diferente al actual de los emprendedores nacientes, de igual manera para el caso de los emprendedores nuevos, mientras que para los establecidos fue que "el negocio no era lucrativo". En la Figura 18 se muestran los principales motivos de cierre de estos 3 grupos de negocios en el 2016. Al compararlos con el año anterior se evidencia que las razones personales siguen siendo el principal motivo de cierre para los negocios de la TEA y, que "el negocio no era lucrativo" se mantiene como principal motivo para los establecidos.

Figura 18 – Principales motivos de cierre de los negocios nacientes, nuevos y establecidos



Para los negocios nacientes el segundo motivo de cierre en el 2016 fue que "el negocio no era lucrativo", mientras que para los negocios nuevos hubo una paridad entre éste motivo y "problemas de financiamiento". Esto podría ser la consecuencia de la falta de desarrollo de productos de crédito adecuados por parte del sistema financiero para las empresas en etapa temprana de emprendimiento; donde el acceso a créditos para estos negocios es limitado impidiendo su crecimiento o incluso llevándolos al cierre por no poder superar alguna pérdida financiera. Por otro lado, los procesos para adquirir financiamiento para las pequeñas empresas son más complejos debido a que muchas veces no cumplen con las garantías exigidas. Para los establecidos, el segundo principal motivo de cierre fueron las "razones personales".

En cuanto a motivaciones, se evidencia una diferencia entre los negocios en la TEA iniciados por necesidad y los negocios establecidos emprendidos por la misma motivación; para el primer caso la tasa de cierre se situó en el 2016 en 7.5% y para el segundo caso en 2.68% evidenciando que los negocios motivados por necesidad que han pasado la barrera de los 3 años son menos propensos a cerrarse.

5. FINANCIAMIENTO PARA EMPRENDEDORES

La forma de financiar los nuevos negocios ha venido evolucionando en la última década, impulsada por una serie de cambios, principalmente en la tecnología e innovación social, de acuerdo a un reporte sobre finanzas para emprendedores del GEM13. Según los autores del estudio "hay mayor emprendimiento, más fuentes de financiamiento, y mejores oportunidades para que individuos y comunidades construyan su futuro económico. Sin embargo, con las comunicaciones globales móviles se vuelve evidente que la desigualdad y el acceso a recursos varían considerablemente en todo el mundo".

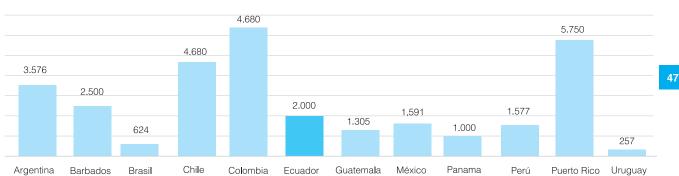
En este capítulo, se analizará las finanzas de los emprendedores ecuatorianos, comparando en algunos casos con los resultados de la región tomados del Reporte Global sobre Finanzas Emprendedoras. En particular, se analizará el financiamiento de los emprendimientos en Ecuador: ¿Cuánta inversión inicial requieren estos negocios? ¿Cómo los están financiando?, entre otros. Se concluirá con un mapeo de los mecanismos de financiamiento de emprendedores existentes en el país.

Inversión Requerida para Empezar un Negocio

Los montos dentro de cada país son bastante variables por lo cual se ha optado por usar la mediana para hacer comparaciones, mitigando el efecto de las asimetrías. El promedio en Europa (\$17,200), Asia y Oceanía (\$15,200), y América del Norte (\$18,500) supera al global, principalmente porque en estas regiones se concentran las economías basadas en innovación. Por otra parte, el promedio de África -compuesta principalmente de economías basadas en factores- está en \$4,900 y el de América Latina y El Caribe -economías de eficiencia- en \$2,600.

El monto para iniciar un negocio también varía entre los países de Latinoamérica y El Caribe, yendo desde \$250 en Uruguay hasta \$6,400 en Colombia pasando por \$2,000 en Ecuador. Adicionalmente, no parece que exista correlación entre el monto para iniciar un negocio y la TEA de estos países; es decir, qué tanto se emprende en la región dice muy poco (o quizás nada) sobre el tamaño de dichas actividades. La Figura 19 muestra los montos requeridos para iniciar un negocio en la región (datos de GEM 2015).





Para el 2016, Ecuador mantiene el monto requerido para iniciar un negocio de \$2000. Como muestra la Tabla 24, el porcentaje de emprendedores que recibe financiamiento de inversionistas informales (familiares, amigos, vecinos) se mantiene en el 35%. Sin embargo, es de notar que la proporción de emprendedores que se financia con recursos propios aumenta del 96 al 99%. Más aún, la proporción del monto requerido financiado con recursos propios escala del 74 al 93%. Es decir, en el último año se ha visto reducido el financiamiento externo - consecuente con la desaceleración económica que ha experimentado Ecuador desde fines de 2015.

Tabla 24 - Finanzas Emprendedoras - Ecuador 2015-2016

	2015	2016
Monto promedio requerido para iniciar (median US\$)	2000	2000
Porcentaje que se financia con recursos propios (% TEA)	95.7%	99.2%
Proporción del monto requerido financiada con recursos propios (% monto)	74.2%	92.6%
Recibe financiamiento de inversores informales (Familiares, amigos/vecinos) (% TEA)	34.5%	35.2%
Recibe financiamiento de inversores informales (Familiares, amigos/vecinos) (% TEA)	34.5%	35.2%

¿Cómo varían estos resultados cuando se analiza a los emprendedores?

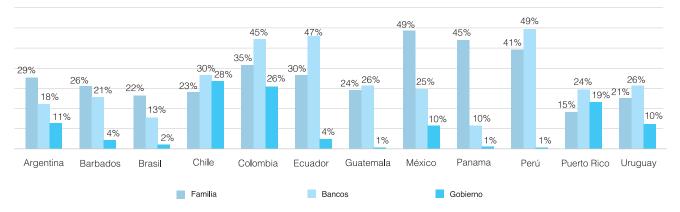
- Por etapa de negocio: Los emprendedores nacientes son los que presentan un mayor monto requerido para invertir (\$3000) mientras que los nuevos solo requieren \$650, y los establecidos \$1000. Los negocios nacientes son también los que menos dependen de los recursos propios para financiarse, alcanzando el 90.7%.
- **Por sexo:** Los emprendedores hombres requieren una inversión mediana de \$3000, mientras que las mujeres requieren \$1000, es decir un hombre requiere 3 veces lo que requiere una mujer¹⁴. En la región este ratio fue de 2.5 en 2015. Sin embargo, las mujeres dependen más de los recursos propios, alcanzando el 94% de la inversión total, frente al 91% de los hombres.
- Por edad: Los montos requeridos de inversión varían de acuerdo a la edad del emprendedor: los emprendedores en el rango de edad de 25-34 requieren \$1200 de inversión, mientras que los de 55-64 requieren \$3000. Así mismo, los emprendedores de 18-24 son los que reciben en mayor proporción financiamiento de inversionistas informales alcanzando el 43%, mientras que en el rango de edad 45-64 esa proporción llega al 28%.
- Expectativa de Creación de Empleo: El monto de inversión va de la mano con la creación esperada de empleo. Aquellos negocios que no esperan crear empleo requieren una inversión de \$800, aquellos con expectativa de crear 5-19 empleos requieren una inversión de \$5000 mientras que los que esperan crear más de 20 empleos, requieren una inversión de \$6000.

Fuentes de Financiamiento

Como ya se ha mencionado, los fondos propios son la fuente de financiamiento más importante de los emprendedores ecuatorianos. Si bien esto también es cierto en la región – el 75% de la inversión es cubierta por recursos propios, en Ecuador este valor alcanzó en 2016 el 93% (subiendo del 74% en 2015). Sin embargo, el uso de otras fuentes de financiamiento es relevante, y es una señal de la sofisticación de los negocios así como un indicador de la sostenibilidad de los emprendimientos.

En la región, las tres fuentes más importantes de financiamiento externo son: familiares, bancos y gobierno. En la Figura 20, se muestra la comparación regional para 2015, mostrando también que la relevancia de cada una de esas fuentes varía de acuerdo a los países. Por ejemplo, el 49% de los emprendedores de México utilizan inversiones de familiares, pero solo el 15% de los emprendedores de Puerto Rico hacen lo mismo. De igual manera, el 49% de los emprendedores de Perú trabajan con los bancos para sus inversiones iniciales, pero solo el 10% de Panamá lo hacen.

Figura 20 - Principales fuentes de financiamiento para emprendedores (TEA) en América Latina y El Caribe.



¹⁴ El reporte Emprendedoras (disponible en http://www.espae.espol.edu.ec/images/FTP/EmprendedorasESPAE.pdf) nos da una pista de por qué existe esta brecha:
"En la región, el 76% de los emprendimientos de mujeres están en el sector de servicios al consumidor, un sector con relativamente bajas barreras de entrada pero alta competencia, que pone en riesgo la sostenibilidad de los negocios". Además, se observa que las mujeres están teniendo mayor dificultad para conseguir fondos: el 36% de las emprendedoras ecuatorianas utilizan financiamiento informal, comparado con el 32% en el caso de los hombres.

Para Ecuador, la fuente de financiamiento externa más importante son los **bancos**. En 2016, el 45% de los emprendedores utilizaron el sistema bancario para su inversión, disminuyendo del 47% en 2015. Los bancos son especialmente importantes en los negocios nacientes: los han utilizado el 51% de estos emprendedores, mientras que solo el 31% de los emprendedores nuevos han hecho lo mismo. De igual manera, es ligeramente más utilizado por los emprendedores hombres (46%, frente al 44% de las mujeres). En términos de edad, el financiamiento bancario es más utilizado por los emprendedores más jóvenes (18-24), alcanzando el 54% de estos emprendedores. Esto podría originarse por el auge de líneas de créditos para emprendedores en los últimos años.

La leve disminución en el uso de bancos contrasta con el incremento en el uso de **inversionistas informales.** El 33% de los emprendedores ecuatorianos recibieron inversiones de familiares en 2016, frente al 30% en 2015. En la región, el promedio se encuentra en el 30%.

De igual manera el 5% de los emprendedores ecuatorianos declaró haber recibido inversiones de amigos (frente al 4% en 2015) y de colegas (frente al 2% en el año anterior). En la región, no son muy frecuentes los emprendedores que consiguen fondos a través de amigos y colegas, excepto en Colombia (14% y 25%, respectivamente), y en menor grado Chile, Guatemala y Uruguay, con proporciones que bordean el 10%.

El uso de **fondos de gobierno** para financiar su emprendimiento, es una vía para el 3% de los emprendedores ecuatorianos en 2016, disminuyendo de un 4% en 2015. Los gobiernos de Argentina, Chile, Colombia, Puerto Rico y Uruguay, a través de diferentes programas financian a más emprendedores que el promedio regional de 10%.

El uso de **inversionistas privados o capital de riesgo** se mantiene en un 3.2% en 2016 (frente al 3% en 2015). En la región, se mantiene en una proporción menor al 10%, con excepciones importantes como Colombia y Chile donde el 19% y 15% de los emprendedores, respectivamente, se apoyan con estos capitales.

Con la era digital llegó la financiación colectiva, más conocida como *crowdfunding*, como respuesta a la dificultad de conseguir fondos para proyectos creativos o poco convencionales. En Ecuador los emprendedores recién están empezando a adoptarlo, con una tasa de utilización de 1.7% (frente al 0.8% en 2015). En la región, la proporción de uso sigue en un nivel bajo, alrededor del 5% en 2015, con casos excepcionales como Chile (9%), Colombia (13%), Guatemala (18%) y Uruguay (12%).

Actores del Ecosistema Emprendedor Ecuatoriano dedicados al financiamiento de emprendedores

Durante el primer trimestre de 2017, la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI) realizó mesas de trabajo para realizar un mapeo de los actores que dedican esfuerzos al financiamiento de emprendedores.

Los mecanismos de financiación mapeados se clasifican en cuatro tipos:

- Capital Semilla
- Inversionistas Ángeles
- Venture Capital
- Otros mecanismos

Capital Semilla: En el primer tipo, que incluye las inversiones realizadas en etapa temprana y en el que el inversionista puede adquirir propiedad sobre parte del emprendimiento, la AEI mapeó tres instancias: Fundación Crisfe, Ministerio de Industrias y Productividad y el Banco de Ideas de la Senescyt (Secretaría de la Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación). Los porcentajes de participación accionaria se encuentran entre el 5-10%, salvo en Crisfé que se realiza a través de deuda flexible.

Inversionistas Ángeles: El inversionista ángel es un empresario o profesional que invierte en un negocio en marcha pero en etapa temprana. Normalmente se realiza a través de clubes o redes de inversionistas. La AEI mapeó cinco instancias de inversionistas ángeles en Ecuador, con inversiones entre \$25000 y \$100.000. Estas son:

- Ángeles EC
- 593 Capital Partners
- Buen Trip
- Losning Business Solutions
- Startup Ventures

Venture Capital: Los capitales de riesgo (venture capital) son inversiones en start-ups en fase de crecimiento con elevado potencial y riesgo. La AEI mapeó 4 instancias con tickets de inversión promedio entre \$100.000 y \$400.000. Éstas son:

- · Carana Ecuador
- Humboldt Family Office
- Kruger Labs
- Ministerio de Industrias y Poductividad

Los otros mecanismos identificados por la AEI incluyen la Asociación de Bancos Privados, y a través de ésta a cada uno de los bancos privados asociados, que realizan operaciones de inversiones de riesgo a través de sus canales regulares.

Los emprendedores ecuatorianos, como los del resto de la región, dependen en gran medida del financiamiento propio para sus negocios. En el 2016 en particular, posiblemente dada la desaceleración económica, esta dependencia es mayor en relación al año anterior. Sin embargo, hay avances en el desarrollo de nuevos mecanismos de financiamiento como inversionistas ángeles y capital de riesgo. Al estar aún en etapa inicial, es pronto para determinar el efecto que podrían tener en crear un ecosistema de financiamiento maduro que permita la gestación y sostenibilidad de emprendimientos dinámicos.

51

6. POLÍTICAS PÚBLICAS

Este año, Ecuador presenta una vez más la TEA más alta de la región (31.8%), y nuevamente se plantea el dilema: ¿qué tan buena noticia es esto? A lo largo de este reporte ya se han presentado algunas señales de alerta: Una clara, es como el índice motivacional (o razón entre emprendimiento por oportunidad y emprendimiento por necesidad) es 1.2, significativamente inferior al promedio regional y al de las economías basadas en eficiencia. Los expertos (en el capítulo 2) mostraron su preocupación por la falta de financiamiento y las políticas de gobierno relacionadas con la facilidad de hacer negocios (abrir una empresa, rigideces laborales, etc.). Así mismo, en el capítulo 5 sobre los mecanismos de financiamiento, se pudo notar como la dependencia de los recursos propios ha sido más alta en 2016, comparado con el año inmediato anterior.

Desde algunas instancias de investigación, como el GEDI (Global Entrepreneurship Development Institute) han cuestionado también el dar una connotación positiva a una TEA alta. En el reporte del Global Entrepreneurship Index 2017, que será analizado en este capítulo, se analiza la correlación de la TEA con 3 medidas conocidas de desarrollo económico: el índice de Competitividad Global (Foro Económico Mundial), el Índice Doing Business (Banco Mundial) y el Índice de Libertad Económica (Heritage Foundation). En los tres casos, encuentran que la TEA está correlacionada negativamente con cada una de las medidas, resaltando el hecho que en países con menores valores en los índices mencionados, es decir países con mayor dificultad para hacer un negocio, o con menor competitividad internacional serán los países con mayores niveles de auto-empleo, y por ende mayores TEA.

Es cierto que este análisis no es concluyente, al tratarse solo de una correlación, pero es una primera evidencia de que al analizar el emprendimiento debemos ir más allá de la TEA.

Además, es innegable el rol de los emprendimientos pequeños o de subsistencia en términos de alivio de pobreza y de recuperación o mejora de ingresos – aún más cuando las condiciones laborales se complican: el desempleo aumentó en 2016, como consecuencia de la contracción económica experimentada en dicho año.

Por ello se requiere no solamente analizar el número de personas que deciden emprender. Este año, se presenta por quinto año consecutivo, el Índice de Emprendimiento Global (GEI por sus siglas en inglés) que analiza los drivers del emprendimiento productivo, a través de una combinación de variables individuales (tomadas de GEM) con variables institucionales y del entorno.

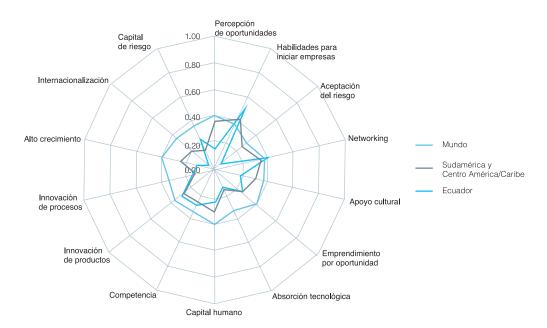
¿Qué hace que un emprendimiento sea productivo? Aunque no hay una respuesta única, la habilidad para el crecimiento acelerado, la capacidad de generación de empleo, el incentivo a la productividad y la potencial contribución al desarrollo económico son algunas cualidades generalmente aceptadas como deseables en los emprendimientos.

6.1 EL GLOBAL ENTREPRENEURSHIP INDEX: ACTITUDES, HABILIDADES Y ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

Hay un acuerdo generalizado que el emprendimiento puede ser fuente de bienestar global. Pero cuando se habla de emprendimiento, esto puede significar desde "número de empresas creadas" o "personas que realizan alguna actividad emprendedora (e.g. el GEM), o sistemas más complejos que incluyan variables como demanda, mercado, o incluso el sistema de ciencia y tecnología del país donde se realiza el emprendimiento. El Global Entrepereneurship Index, 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.

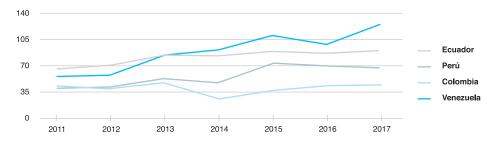
La Figura 21 representa gráficamente los 14 pilares para Ecuador en comparación con la región (América Latina y el Caribe) y también con el promedio global. En 2017, Ecuador se encuentra en el puesto 91 de 137 países representados, manteniéndose en el tercer cuartil de países. En términos de la región, se encuentra en el puesto 12 de 24 países, mejorando respecto al año anterior (se ubicó en 16 de 23).

Figura 21 - Posición relativa de Ecuador para cada pilar del Global Entrepreneurship Index



La Figura 22 muestra la evolución de Ecuador y sus países vecinos en los últimos siete años. Salvo Venezuela, que sufre una caída del puesto 100 al 128, los demás países se mantienen estables respecto al año anterior.

Figura 22 - GEI Ecuador y países vecinos (2011-2017)



A continuación se analizará para Ecuador los pilares del GEI agrupados en los subíndices en el período 2013-2017, con especial énfasis al último año. 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 25 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.

Tabla 25 - Subíndices y pilares del Global Entrepreneurship Index (GEI)

Subíndice	Pilares
Subindice de Actitudes Emprendedoras	Percepción de Oportunidades Habilidades para iniciar empresas Aceptación del Riesgo Networking Apoyo Cultural
Subindice de Habilidad Emprendedora	Emprendimiento por Oportunidad Absorción Tecnológica Capital Humano Competencia
Subindice de Aspiraciones Emprendedoras	10. Innovación de Productos11. Innovación de Procesos12. Alto crecimiento13. Internacionalización14. Capital de riesgo

Fuente: Reporte GEI 2017 (Acs, Autio & Szerb, 2016)

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. Es el subíndice en que Ecuador saca el mejor puntaje (23.8) en relación a los otros dos subíndices. La Tabla 26 muestra la evolución en los últimos cinco años de estos pilares. Es de notar primero, que los cinco pilares de este subíndice se contraen en 2017. Es particularmente llamativa la caída en Percepción de Oportunidades - que pasa de ser uno de los dos mejores pilares de Ecuador en los años 2013 a 2016, a ubicarse en el puesto 10 de 14. Esto es una señal de la disminución de oportunidades observadas por emprendedores, así como mayores desafíos en libertad económica y derechos de propiedad (variables institucionales utilizadas para este pilar).

Respecto al pilar de Habilidades para Emprender, repite como mejor pilar de los 14 estudiados en 2017. Las tasas de educación superior así como la percepción de poseer las habilidades (variable individual) inciden en que este pilar sea el mejor puntuado nuevamente en 2017.

Otro pilar que sufre una caída importante es Aceptación del Riesgo. En 2017, se ubica como el pilar peor evaluado (pasando del puesto 9 en 2016). 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. Las condiciones económicas del país incluyendo un mayor endeudamiento externo, han puesto presiones a los indicadores de riesgo país del Ecuador.

La capacidad de conocer y contactar emprendedores y otros stakeholders es medida en el pilar de Networking. Este pilar ha mejorado considerablemente en los últimos años, probablemente fruto de las mejoras en comunicación, así como de mejores redes de contacto en los emprendedores. Si bien en 2017, cae como el resto de pilares de este subíndice es el que lo hace en menor medida, lo que hace que pase a ser el segundo pilar mejor evaluado de los catorce analizados.

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. 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 se han visto fuertemente afectados en este último año. A pesar de eso sigue siendo el más fuerte de los tres subíndices analizados por el GEI. Las políticas públicadas orientadas a trabajar en este subíndice incluyen: mejorar y transparentar los asuntos de derechos de propiedad, apuntar a reducir las trabas en los procesos para abrir y cerrar negocios, así como una clara política financiera internacional que reduzca el riesgo país a mediano plazo. De igual manera, la lucha contra la corrupción de manera eficaz, será clave para que ese apoyo cultural que existe se convierta en fuente de mejores emprendimientos.

Tabla 26 - GEI: Subíndice de Actitudes Emprendedoras

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

Mínimo 0, Máximo 1. El valor entre paréntesis representa la posición entre los 14 pilares (1

Fuente: GEDI 2013, GEDI 2014, GEI 2015, GEDI 2016, GEDI 2017.

Elaborado por: Autores

Habilidades Emprendedoras

Las habilidades emprendedoras se recogen en el segundo subíndice. Éste incluye cuatro pilares: Emprendimiento por Oportunidad, Absorción Tecnológica, Capital Humano y Competencia. En agregado, para Ecuador este subíndice tiene una valoración de 21.2 (de 100), inferior que el subíndice de aspiraciones explicado antes.

El pilar de Emprendimiento por Oportunidad combina la motivación por oportunidad (GEM), pero que enfrentan limitaciones por regulación (trámites e impuestos). Como muestra la Tabla 27, este pilar ha mejorado en 2017, ubicándose ahora como el quinto mejor pilar.

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 experimenta también una leve mejora, ubicándose ahora como el pilar 11 de 14 analizados. Este pilar combina la autoselección del sector tecnológico con la capacidad de absorción a nivel de empresa reportada por el Foro Económico Mundial

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. Actualmente, es el cuarto mejor pilar de los catorce analizados, aún cuando en puntaje sufrió una caída importante 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.

Los pilares que corresponden a este subíndice pueden ser clave en términos de diferenciación y productividad. Particularmente, políticas que vayan orientadas hacia una mayor libertad económica y un uso más intensivo de la capacidad tecnológica de las empresas (por ejemplo, fomentando Inversión Extranjera Directa en industrias intensivas en tecnología). Reglas más claras en términos de la legislación antimonopolio podrán contribuir a mejorar las condiciones de mercado para los emprendedores.

Tabla 27 - Habilidades Emprendedoras

2013	2014	2015	2016	2017
0.33	0.22	0.22	0.23	0.26
(3)	(8)	(9)	(10)	(5)
0.07	0.20	0.17	0.12	0.14
(12)	(9)	(11)	(13)	(11)
0.08	0.23	0.27	0.28	0.23
(11)	(7)	(7)	(6)	(7)
0.24	0.46	0.57	0.53	0.28
(5)	(4)	(4)	(3)	(4)
	0.33 (3) 0.07 (12) 0.08 (11) 0.24	0.33	0.33	0.33 0.22 0.22 0.23 (3) (8) (9) (10) 0.07 0.20 0.17 0.12 (12) (9) (11) (13) 0.08 0.23 0.27 0.28 (11) (7) (7) (6) 0.24 0.46 0.57 0.53

Mínimo 0, Máximo 1. El valor entre paréntesis representa la posición entre los 14 pilares (1 mejor, 14 peor)

Fuente: GEDI 2013, GEDI 2014, GEI 2015, GEDI 2016, GEDI 2017

Elaborado por: Autores

Aspiraciones Emprendedoras

Este subíndice incluye los últimos cinco pilares: Innovación de Productos, Innovación de procesos, Alto crecimiento, Internacionalización y Capital de Riesgo. Este subíndice se mantiene como el gran desafío para Ecuador: en 2017, el valor en este subíndice fue 18.2, significativamente inferior que los otros dos subíndices, cayendo de 20.7 en el año inmediato anterior. Estos son pilares claves para lograr emprendimientos dinámicos.

El primer pilar analizado en este subíndice es el de Innovación de Productos. Este año presenta una caída significativa en puntaje – si bien en ranking sube del 4 al 3, mostrando nuevamente el desafío del desarrollo tecnológico, que se compensa con la percepción de novedad que los emprendedores otorgan a sus propios productos.

En la misma línea, el pilar de Innovación de Procesos, que se había ubicado en los cuatro años anteriores entre los 3 peores de los catorce pilares en este año experimenta una ligera subida que le permite ubicarse como el octavo mejor pilar. 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. Ha sido tradicionalmente uno de los pilares más complicados para Ecuador, y en este año, cae nuevamente ubicándose en el puesto 12 de 14.

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. También se encuentra entre aquellos con menor índice, aunque en este año mejora levemente, ubicándose como el penúltimo mejor pilar para Ecuador.

El último pilar es Capital de riesgo: que incluye los inversionistas informales (mencionados en el capítulo 5) así como la profundidad del mercado de capital. A pesar de las dificultades de este último año, este pilar se mantiene en puntaje y asciende al sexto mejor pilar - cuando hace apenas dos años era el penúltimo.

Este subíndice es clave para el desarrollo de emprendimientos dinámicos. Los pilares aquí analizados están interrelacionados y se requiere de políticas públicas trabajadas con los otros agentes. La sofisticación de negocios es un desafío conjunto de empresas, gobierno y academia. Como se mencionó, hay avances en términos del acceso a financiamiento, si bien hay mucho que hacer aún en términos de desarrollo de mercado de capitales, y creación de instancias de financiamiento para todo el ciclo de vida del emprendimiento.

Dos factores cruciales para impulsar el rol del emprendimiento en el desarrollo productivo son Internacionalización y Alto Crecimiento. Ambos se encuentran entre los peores situados en todo el periodo analizado. Estos dos pilares tienen una clara orientación estratégica: ampliar mercado en tamaño y en diversificación geográfica. Aquí hay claramente mucho espacio para diseñar políticas integrales para que los emprendimientos pequeños y locales, puedan dejar de serlo en un mediano plazo. La reciente entrada en vigor del Acuerdo Comercial con la Unión Europea es una opción

Tabla 28 -. Pilares de Aspiraciones Emprendedoras

Pilar	2013	2014	2015	2016	2017
10. Innovación de Productos	0.24	0.71	0.58	0.44	0.32
	(5)	(1)	(3)	(4)	(3)
11. Innovación de Procesos	0.02	0.16	0.16	0.16	0.20
	(13)	(12)	(12)	(12)	(8)
12. Alto Crecimiento	0.12	0.14	0.22	0.21	0.13
	(10)	(13)	(10)	(11)	(12)
13. Internacionalización	016	0.05	0.05	0.06	0.07
	(9)	(14)	(14)	(14)	(13)
14. Capital de Riesgo	0.02	0.16	0.13	0.25	0.26
	(14)	(11)	(13)	(7)	(6)

Mínimo 0. Máximo 1. El valor entre paréntesis representa la posición entre los 14 pilares (1

mejor, 14 peor) Fuente: GEDI 2013, GEDI 2014, GEI 2015, GEDI 2016, GEDI 2017.

Elaborado por: Autore

Más allá de la discusión de lo bueno o malo de tener "mucho emprendimiento", Ecuador enfrenta grandes desafíos en su ecosistema emprendedor. Los "puntos fuertes" como la detección de oportunidades y tolerancia al riesgo han sufrido caídas significativas en el último año, complementado con estancamiento en aquellos pilares que son claves para la generación de mayor dinamismo: alto crecimiento, internacionalización entre otros. La contracción económica que se prevé se mantenga en 2017 no debe postergar el establecimiento de una agenda de competitividad de país – o incluso a nivel de ciudades- que permita la creación de nuevos negocios que generen altos niveles de empleo.

57

7. REFLEXIONES FINALES

La TEA, actividad emprendedora temprana, en Ecuador se mantiene alta aunque se ha reducido ligeramente en relación al año 2015. Predominan los negocios nacientes sobre los nuevos, así como la oportunidad como motivación frente a la necesidad. Sin embargo, Ecuador muestra el índice motivacional más bajo de la región puesto que aún existe una proporción importante de emprendedores motivados por la necesidad. Mujeres y hombres emprenden casi por igual, aun cuando se observa mayor proporción de mujeres emprendiendo por necesidad. El comercio al detalle continúa siendo la actividad predominante de los negocios. Los resultados del GEM Ecuador 2015 mostraban indicios de mejora en la calidad de los emprendimientos, sin embargo este patrón no se mantiene en 2016, cuando en términos de crecimiento en empleo, internacionalización, uso de tecnología, e innovación, los emprendedores y los negocios se muestran muy conservadores.

El Ecosistema

El entorno en Ecuador hasta 2015 se había mantenido, al igual que en la región, moderadamente favorable; en 2016, en cambio, se observa un deterioro en la evaluación de todas las condiciones marco del emprendimiento, aun en aquellas en las que Ecuador mostraba fortalezas como infraestructura física y educación superior. Del análisis de los expertos consultados surge como fortaleza la capacidad para emprender y como debilidades la falta de apoyo financiero y las políticas públicas en cuanto a regulación. Sin descuidar mejoras en los demás factores, se debería priorizar éstos para mejoras en el ecosistema en el corto plazo. Aunque el apoyo financiero es una debilidad aun, hay que reconocer también que ya existen localmente nuevas opciones de financiamiento para emprendedores, algunas en desarrollo y adaptación, y en proceso de análisis y discusión la regulación pertinente.

Actitudes, percepciones, y demografía

El Ecuador mantiene un entorno culturalmente favorable al emprendimiento, que estimula la actividad temprana y facilita la difusión de historias de éxito. Este entorno cultural junto al clima emprendedor, inciden en la percepción de oportunidades, temor al fracaso e intención de emprender. En 2016, la percepción de oportunidades, aunque inferior a la del 2015, se mantiene alta, y el temor al fracaso como barrera para emprender en relativamente bajo pero dentro de los parámetros regionales. Las capacidades para emprender, poseer conocimientos y habilidades para iniciar un negocio, también son altas. Este conjunto de percepciones incide directamente en la intención de emprender y posteriormente en la decisión de hacerlo. La intención de emprender en los próximos tres años es aun alta para los ecuatorianos, ubicándose por encima de la media regional y de las economías de eficiencia.

El perfil del individuo también incide en las actitudes y percepciones emprendedoras. A medida que aumenta la edad, también lo hace la percepción de capacidades, y se reduce el temor al fracaso. Mientras mayor la escolaridad, mayor es también la percepción de capacidades; a mayores ingresos del hogar, incrementa la percepción de oportunidades, capacidades y se reduce el temor al fracaso. Los hombres se perciben más capaces y con menor temor al fracaso. Los emprendedores y propietarios de negocios establecidos, tienden a percibir más oportunidades, mejores capacidades y menor temor al fracaso que quienes no tienen negocios.

Emprendedores y negocios

Predominan los emprendedores entre 25 y 44 años. Los emprendedores de la generación del milenio, principalmente nacientes, no difieren mayormente del resto de emprendedores; merece destacar sin embargo, que una mayor proporción de mujeres en este grupo manifiesta que emprende por mejorar ingresos y tanto hombres como mujeres en búsqueda de independencia.

En términos generales se observa que aun cuando hombres y mujeres emprenden por igual, los emprendimientos de mujeres son más precarios: motivados por la necesidad, unipersonales y el 40% no espera generar empleo en los próximos cinco años.

A diferencia de la tendencia de los últimos años, en 2016 se observa una reducción de los negocios nacientes y un incremento de los nuevos, aunque la relación nuevos/nacientes aún está por debajo de la media regional. Sin embargo, al no haber diferencias en cuanto a motivación o giro del negocio, persisten las dificultades de consolidación y crecimiento observadas en años anteriores.

Un cambio interesante se observa en relación a los negocios de los emprendedores múltiples; aun cuando la mayoría se concentra en comercio al detalle, en 2016 se ha duplicado la proporción de negocios en el sector de transformación.

Finanzas para emprendedores

Se observa la incidencia de la falta de apoyo financiero para emprendedores como una de las debilidades del ecosistema emprendedor, en la elevada proporción de emprendedores que utilizan recursos propios, de familiares y amigos y otras fuentes informales. Particularmente, la dependencia de recursos propios se ha incrementado significativemente entre 2015 y 2016. Destaca que en los últimos dos años se ha visto mayor actividad en fuentes de financiamiento no tradicionales que se adaptan a las condiciones del país y que se afianzan cada vez más. Sin embargo, los nuevos esquemas -capital de riesgo, inversores ángeles, entre otros - están dedicados a emprendimientos dinámicos, de los que aun como lo muestran los resultados existen pocos. Se desprende de esto que para solventar la debilidad se debe trabajar también en la calidad de los emprendimientos y en fuentes de apoyo financiero para las diversas etapas de las iniciativas de negocios.

Implicaciones de Política Pública

Desde 2008 se ha evaluado a través de la TEA e indicadores asociados, la actividad emprendedora en el país. Salvo el crecimiento de la TEA en 2013, el comportamiento de los emprendimientos se ha mantenido prácticamente constante. Por su naturaleza estas iniciativas son de bajo impacto en empleo, internacionalización, e innovación. Esto sugiere que las políticas y programas en pro de los emprendedores durante estos años no han sido eficaces per se, o se han visto contrarrestadas por otras políticas y regulaciones que han afectado indirectamente a los emprendedores y sus negocios.

Desde la perspectiva de políticas públicas, y dada la coyuntura de un nuevo gobierno, convendría un enfoque más audaz a la promoción del emprendimiento. Más allá de programas aislados, se necesitan políticas orientadas a hacer más competitivos todos los emprendimientos, por ejemplo fomentando la sofisticación de las estrategias de negocios (clave para el pilar de Alto crecimiento del GEI, mencionado en el capítulo 6) logrando así empresas que se sostengan en el tiempo. Así también, establecer reglas claras en lo tributario, laboral, etc. permitirá que los emprendedores y negocios en general puedan planificar su inversión al menos para los próximos cuatro años. La difícil coyuntura económica no debe ser obstáculo para el planteamiento de una agenda de competitividad nacional y local que facilite la creación de negocios con potencial de crecimiento y diversificación que generen empleo, y por lo tanto mayor bienestar en el país.

REFERENCIAS

- Acz, Z., L. Szerb E. Autio, y A. Lloyd (2016). Global Entrepreneurship Index 2017. The Global Entreprenurship and Developmet Institute, Washington DC USA.
- Cornell University, INSEAD, and WIPO (2016): The Global Innovation Index 2016: Winning with Global Innovation, Ithaca, Fontainebleau, and Geneva.
- INEC (2016). Encuesta Nacional de Empleo, Subempleo y Desempleo ENEMDU, realizada mediante uso del Software de escritorio "Observatorio Económico Social"
- Kelley, D., Herrington, M. & Singer, S. (2017). Global Entrepreneurship Monitor: 2016/17 GLOBAL REPORT. Global Entrepreneurship Research Association (GERA) 2016.
- PROECUADOR (2016). Boletín de Comercio Exterior Noviembre-Diciembre 2016, . Tomado de http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_ic_06_71/



Venta de ropa -2014-© Alberto Mite B.

ANEXOS

ANEXO AGLOSARIO DE TÉRMINOS

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

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

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

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

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

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

Tasa de 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 sus siglas 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 propiedad de negocios establecidos: 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 actividad emprendedora total: Porcentaje de la población (18 a 64 años) que está involucrado en una actividad emprendedora temprana o es dueño y gestor de un negocio establecido.

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

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

Actividad emprendedora temprana con altas expectativas de crecimiento: 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 10 personas en los próximos 5 años, aumentando su número actual de empleados en más de 50%.

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

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

ANEXO B CONTEXTO Y CONDICIONES PARA LOS EMPRENDEDORES

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

Políticas gubernamentales: El grado en que las políticas gubernamentales apoya el emprendimiento. Este factor consta de dos componentes:

- Emprendimiento como un tema económico relevante.
- Los impuestos o regulaciones son o bien neutrales o bien fomentan nuevas, pequeñas y medianas empresas (PYMES)

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

Educación y entrenamiento: El grado en que la capacitación en crear o administrar pequeños y medianas empresas se incorpora dentro del sistema de educación y entrenamiento en todos los niveles. Este factor consta de dos componentes:

- Educación en emprendimiento en educación básica (primaria y secundaria), y
- Educación en emprendimiento en niveles post-secundarios (educación superior en diferentes niveles tales como: vocacionales, universidades, escuelas de negocio, etc.)

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

Infraestructura comercial y profesional: La influencia de servicios comerciales, contables y legales y la existencia de instituciones que apoyan o promueven pequeños y medianas empresas.

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

- Dinámica del mercado: El nivel de cambio en mercados de un año a otro, y
- Apertura del mercado: El grado en el cual nuevas empresas son libres de entrar en mercados existentes

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

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

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

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

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

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

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

Información: Respuestas relacionadas con la provisión o con la falta de información para la creación de negocios. Existencia de puntos de información para emprendedores o falta de ellos. Dificultades para crear empresas por no tener procedimientos claros ni las agencias a las que dirigirse.

Diferencias en el desempeño de grandes compañías y de pequeñas y medianas empresas: En ocasiones la competencia de grandes empresas o su influencia en determinadas áreas restringe la actividad de las pequeñas o les impide competir. En otras ocasiones, la existencia de grandes compañías en algunos sectores propicia el emprendimiento porque se necesitan industrias complementarias.

ANEXO C DESCRIPCIÓN DE LOS SECTORES DE NEGOCIOS

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

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

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

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

ÁREA	NOMBRE	CARGO	EMPRESA
	Fernando Rivera	Cofundador	Buen Trip Hub
APOYO	Hector Delgado	Gerente General	DelBank
FINANCIERO	Efraín Vieira	Presidente Ejecutivo	Banco del Pacífico
1 110 110 12110	Roberto Palacios	Director	Red Ecuatoriana de Invesionistas Angel
	Pablo Arosemena	Presidente	Cámara de Comercio de Guayaquil
	Francisco Rumbea	ViceMinistro de	Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)
POLÍTICAS		Industrias Básicas, Intermedias y	
GENERALES		Desagregación Tecnológica	
DE GOBIERNO	Rina Pazos	Subsecretaria General de Ciencia,	Secretaría Nacional de
		Tecnología e Innovación	Educación Superior, Ciencia y Tecnología (SENESCYT)
	Ruben Salazar	Gerente Corporativo	Corporación La Favorita
	Alejandra Villacís	Subsecretaria de Innovación y	Secretaría Nacional de
PROGRAMAS		Transferencia de Tecnología	Educación Superior, Ciencia y Tecnología (SENESCYT)
DE GOBIERNO	Alvaro Castillo	Director	Centro de Emprendimiento "Prendho"
EDUCACIÓN Y	Paula Auerbach	Especialista Senior	IMF - IDB Group
CAPACITACIÓN	Héctor Rodríguez	Gerente General	Yachay EP
	Fabrizio Noboa Decano		Escuela de Negocios Universidad San Francisco de Quito
TRANSFERENCIA DE	Cecilia Paredes	Vicerrectora	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
INFORMACIÓN Y	Wilson Araque	Director del Área de Gestión y	Universidad Andina Simón Bolívar
TECNOLOGÍA		Coordinador del Observatorio para Pymes	
	Martha Mendoza	Human Resources Business Partner	Johnson & Johnson
	Francisco Alarcón	Presidente	Cámara de Industrias de Guayaquil
	Nardy Diez	Encargada del Laboratorio de	ESPOL
INFRAESTRUCTURA		Modelización Molecular y Simulación	
COMERCIAL	Edgar Landívar	Gerente General	Elastix
	Carlos Orozco	Presidente Ejecutivo	Grupo Vilaseca
	Pablo Guevara	Socio	FIDESBURó
APERTURA DE	Roberto Estrada	Socio	Deloitte & Touche
MERCADO LOCAL	Miguel Angel Gonzalez	Presidente Alterno	Cámara de Comercio de Guayaquil
WENONDO LOONE	Leslie Jarrín	Director Administrativo	ThoughtWorks
	Jorge Rosales	Intendente Zonal 8	Superintendencia de Control del Poder de Mercado
ACCESO A	Bolivar Villalba	Director Ejecutivo	Cámara de Industrias de Tungurahua
INFRAESTRUCTURA	Juan Carlos Gilbert	Consultor Senior	CORPEI
FÍSICA	Saúl García	Strategy and Business	Consorcio Nobis
		Development Corporate Manager	
	Alfredo Escobar	Presidente Ejecutivo	Conecel
	José Pileggi	Gerente General	Pileggi Construcciones
	Fernando Caicedo	Gerente General	Cayser Cargo & Service
NORMAS	Enrique Pita	Presidente	Cámara de la Construcción de Guayaquil
SOCIALES Y	Lourdes Serrano	Directora Administrativa	Girls In Tech Ecuador
CULTURALES	Gonzalo Ortiz	Editor General	Revista Gestión
	Ney Barrionuevo	Gerente General	IncluSys
	-		

00

ANEXO EEQUIPOS DE PROYECTO GEM

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Alemania	Institute of Economic and Cultural Geography, Leibniz Universität Hannover	Rolf Sternberg	German Federal Employment Agency (BA)	Umfragezentrum Bonn	sternberg@wigeo.uni- hannover.de
	Institute for Employment	Udo Brixy Johannes von Bloh			udo.brixy@iab.de
Angola	Sociedade Portuguesa de Inovação	Augusto Medina	BFA – Banco de Fomento Angola, S.A.R.L.	SINFIC	augustomedina@spi.pt
	Universidade Católica de Angola	Manuel Alves da Rocha Douglas Thompson Sérgio Ferreira Alves Francisco Rocha Salim Abdul Valimamade	International Development Research Centre (IDRC)		
Argentina	IAE Business School	Silvia Torres Carbonell	Buenos Aires City Government - Economic Development Ministry	Celina Cantu	SCarbonell@iae.edu.ar
		Aranzazu Echezarreta Juan Martin Rodriguez			aechezarreta@iae.edu.ar
Australia	Queensland University of Technology	Paul Steffens	Department of Industry, Innovation and Science	Q&A Market Research Pty Ltd	p.steffens@qut.edu.au
		Per Davidsson Paul Reynolds	QUT Business School		
Austria	FH Joanneum GmbH - University of Applied Sciences	Thomas Schmalzer	Federal Ministry of Science Research and Economy	OGM	Thomas.Schmalzer@ fh-joanneum.at
		Rene Wenzel	Federal Ministry of Transport Innovation and Technology		
		Eric Kirschner	Federal Ministry of Finance		
		Doris Kiendl-Wendner	Federal Ministry of Europe Integration and Foreign Affairs		
		Eva Penz	Austrian Federal Economic Chamber		
			Federal Economic Chamber of Styria		
			Federal Economic Chamber of Vienna		
			Austrian Council for Research and Technology Development		
			Austrian Economic Service		
			Joanneum Research		
			FH Joanneum - University of Applied Sciences		
Belice	The Economic Development Council	Melanie Gideon	Complete Caribbean	Sacoda Serv Ltd	melanie@belizeinvest. org.bz
		Jefte Ochaeta Daniel Gutierez Duane Belisle Kim Aikman Dale Young Philip J. Castillo Amilin Mendez Yuri Alpuche	Government of Belize		
Brasil	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	Simara Maria de Souza Silveira Greco	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)	Zoom Serviços Administrativos Ltda	simara@ibqp.org.br
		Morlan Guimaraes	Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP)		
		Marcus Alexandre Yshikawa Salusse	Universidade Federal do Paraná (UFPR)		
		Mariano de Matos Macedo Fernando Antonio Prado Gimenez Cleverson Renan da Cunha			
Bulgaria	GEM Bulgaria	Iskren Krusteff	Progress	Market Test JSC	office@gemorg.bg
		Iskra Yovkova	JEREMIE Bulgaria		

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
		Natanail Stefanov Mira Krusteff Veneta Andonova Monika Panayotova Petar Sharkov Nusha Spirova Svetozar Georgiev	Norway Grants/Innovation Norway		
Burkina Faso	CEDRES / LaReGEO	Florent Song-Naba Serge B. Bayala Mamadou Toé Régis G. Gouem Djarius P. Bama	International Development Research Centre (IDRC)	CEDRES / LaReGEO	florent_songnaba@ yahoo.fr
Camerún	FSEGA - University of Douala	Maurice Fouda Ongodo Sabine Patriciia Moungou Ibrahima Jean Hubert Etoundi Pierre Emmanuel Ndebi Um Ngouem Thérese She Etoundi	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Cameroon Team National Institute of Statistics ETS K & K Business Solutions	fongodo@gmail.com
Canadá	The Centre for Innovation Studies (THECIS)	Peter Josty Chad Saunders Jacqueline Walsh Charles Davis Dave Valliere Howard Lin Etienne St-Jean Nathan Greidanus Murat Sakir Erogul Cooper Langford Karen Hughes Harvey Johnstone Adam Holbrook Brian Wixted Blair Winsor Chris Street Horia El hallam Yves Bourgeois Kevin McKague Allison Ramsay Marc Duhamel Sandra Schillo Matthew Lo Sigal Haber	International Development Research Centre (IDRC) Government of Alberta Government of Ontario Futurpreneur	Elemental Data Collection Inc.	p.josty@thecis.ca
Chile	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic Adriana Abarca	Telefónica Chile: Movistar Innova & Wayra SOFOFA (Federation of Chilean Industry) InnovaChile Corfo Ministerio de Economía	Questio, Estudios de Mercado y Opinion Limitada	vmandakovic@udd.cl
China	Tsinghua University	Gao Jian Rui Mu Cheng Yuan Rui Mu Lin Li Hongbo Chen Hongmei Yang	Tuspark	Horizon Research Consultancy Group	gaoj@sem.tsinghua. edu.cn
Chipre	University of Cyprus - Centre for Entrepreneurship	Marios Dikaiakos Ariana Polyviou Menelaos A. Menelaou George Kassinis Nicos Nicolaou	Bank of Cyprus European Commission Ministry of Energy, Commerce, Tourism and Industry	CYMAR	mdd@cs.ucy.ac.cy
Colombia	Universidad Icesi Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana - Cali Universidad EAN Universidad Cooperativa de Colombia Corporacion Universitaria del	Rodrigo Varela V. Jhon Moreno B Liyis Gomez N. Sara Lopez G. Fabian Osorio T. Fernando Pereira L. Diana Riveros O. Francisco Matiz B. León Parra B. Jairo Orozco T. Myriam Carrillo B. Gustavo Garcia C. Hernan Javier Perez S. Piedad Buelvas	Universidad Icesi Universidad del Norte Universidad Javeriana Universidad EAN Universidad Cooperativa de Colombia Corporacion Universitaria	INFO S.A.S.	rvarela@icesi.edu.co
	Caribe	Andres Viloria	del Caribe		

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Corea del sur	Korea Insitute of Startup and Entrepreneurship Development	Siwoo Kang Chaewon Lee Dohyeon Kim Byungheon Lee Choonwoo Lee Sunghyun Cho MoonSun Kim Miae Kim	Small and Medium Business Administration (SMBA) Korea	Innovation Research	startup@kised.or.kr
Croacia	J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer	Croatian Banking Association	Puls d.o.o., Zagreb	singer@efos.hr
		Nataša Šarlija	Ministry of Entrepreneruship, SMEs and Crafts		
		Sanja Pfeifer	CEPOR – SMEs and Entrepreneurship Policy Center		
		Suncica Oberman Peterka	J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics		
Ecuador	ESPAE Graduate School of Management - ESPOL	Virginia Lasio Rafael Coello Jack Zambrano Guido Caicedo Xavier Ordeñana Edgar Izquierdo Andrea Samaniego	ESPAE	Survey Data	mlasio@espol.edu.ec
Egipto	The American University in Cairo - School of Business	Ayman Ismail	USAID's Strengthening Entrepreneurship and Enterprise Development (SEED) Project	Phi Knowledge	aymanism@aucegypt.edu
		Ahmed Tolba Shima Barakat Seham Ghalwash	The American University in Cairo - School of Business		
El Salvador	Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN)	Manuel Sanchez Masferrer Lucía Rengifo	Escuela Superior de Economia y Negocios (ESEN)	Marketing Power SA	msanchez@esen.edu.sv
Emiratos Árabes Unidos	United Arab Emirates University	Ghaleb Alhadrami	United Arab Emirates University	Top Level MENA	nihel.chabrak@uaeu. ac.ae
	UAEU Science and Innovation Park	Shawqi Kharbash Nihel Chabrak Mohammed Madi Ahmed Naema Matar Mohamed Alshamsi Chafik Bouhaddioui So Jin Yoo Llewellyn Thomas Elif Bascavusoglu-Moreau Constance Van Horne Yehya Al Marzouqui Sofia Korayim Willow Williamson Scott Gillespie Maria Pearson Kia Davis Dhuha Fadhel Eman Refaat		Instituto Opinòmetre S.L.	
Eslovaquia	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova	National Agency for Development of Small and Medium Enterprises	AKO	anna.pilkova@gmail.com
		Zuzana Kovacicova	Central European Foundation (CEF)		
		Marian Holienka	SLOVINTEGRA Energy s.r.o		
		Jan Rehak Jozef Komornik	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management		
Eslovenia	University of Maribor, Faculty of Economics and Business	Miroslav Rebernik	SPIRIT Slovenia	Mediana	miroslav.rebernik@um.si
		Polona Tominc	Slovenian Research Agency		
		Katja Crnogaj Karin Širec Barbara Bradač Hojnik Matej Rus	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management at Faculty of Economics & Business, University of Maribor		
			University of Tartu		

Regional Teams	Institution	Director
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino
Cantabria	Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans	Carlos Guallarte
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras
		Ignacio Mira Solves
Extremadura	Fundación Xavier de Salas-Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón
		J. Carlos Díaz Casero
Galicia	Universidade de Santiago de Compostela	Loreto Fernández Fernández
_a Rioja	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas	Luis Ruano Marron
Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE), Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón
		Alicia Rubio
Navarra	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart
País Vasco	Deusto Business School	Maribel Guerrero
	Universidad del País Vasco	María Saiz

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Estados Unidos	Babson College	Donna Kelley	Babson College	Elemental	dkelley@babson.edu
		Marcia Cole Abdul Ali Candida Brush Andrew Corbett Philip Kim Medhi Maj Caroline Daniels	Baruch College		
Estonia	Estonian Development Fund	Annika Lentso	Estonian Development Fund	Saar Poll	annika.lentso@ arengufond.ee
	Chancellery of the Riigikogu	Maria Alajõe	Chancellery of the Riigikogu		
Francia	EMLYON Business School	Alain Fayolle	EMLYON Business School	Institut Think	fayolle@em-lyon.com
		Catherine Laffineur			
Georgia	Caucasus School of Business at Caucasus University	Boris Lezhava Irena Melua Paata Brekashvili	GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit)	ACT (Analysis and Consulting Team)	blezhava@cu.edu.ge
Grecia	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Aggelos Tsakanikas Ioannis Giotopoulos Evaggelia Valavanioti Sofia Stavraki Katerina Xanthi	Aegean Airlines S.A.	Datapower SA	atsakanikas@iobe.gr
Guatemala	Universidad Francisco Marroquin	Mónica de Zelaya Carolina Uribe Susana García-Prendes Jershem David Casasola Andrés Marroquín	Francisco Marroquín University -UFM- Templeton Foundation	Khanti Consulting	zelaya@ufm.edu

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Hong Kong	Hong Kong Baptist University	Marta Dowejko	Center for Entrepreneurship, The Chinese University of Hong Kong	The Social Sciences Research Centre (HKUSSRC) at The University of Hong Kong	mdowejko@hkbu.edu.hk
		Michael Young	Hong Kong Baptist University		
	Center for Entrepreneurship, The Chinese University of Hong Kong	Kevin Au	Centre for Asian Entrepreneurship and Business Values, The University of Hong Kong		
		Xufei Ma	Shenzhen Academy of Social Sciences		
		Rosanna Lo Jane Wen Francis Fung	Savantas Policy Institute		
	Centre for Asian Entrepreneurship and Business Values, The University of Hong Kong	Simon Lam			
	Shenzhen Academy of Social Sciences	Jun Ren Jie Shi Mingzhong Liao Hongjuan Liu Zhaohui Li Yicai Yuan Xiaofeng Tang Liqing Yang Xiaoyuan Dong Weili Wang			
Hungría	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb	OTKA Research Foundation	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató	szerb@ktk.pte.hu
		Gábor Márkus	Regional Studies PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics		
		József Ulbert	Business Administration PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics		
		Attila Varga	Management and Business Administration PhD Programme of the Corvinus University of Budapest		
		Zoltán J. Ács	Doctoral School of Regional and Economic Sciences, Széchanyi István University		
		Terjesen Siri Saul Estrin Éva Komlósi Krisztina Horváth	Global Entrepreneurship and Research Foundation		
India	Entrepreneurship Development Institute of India (EDI), Ahmedabad	Sunil Shukla Pankaj Bharti Amit Kumar Dwivedi Shri Navniit Siingh Chatwal MI Parray	Centre for Research in Entrepreneurship Education and Development (EDI)	IMRB International	sunilshukla@ediindia.org
Indonesia	Parahyangan Catholic University (UNPAR) Bandung	Catharina Badra Nawangpalupi	Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR) Indonesia	PT Idekami Riset Komunika Indonesia	katrin@unpar.ac.id
		Gandhi Pawitan	Higher Education Directorate General, Republic of Indonesia		cnawangpalupi@gmail. com
		Agus Gunawan Maria Widyarini Triyana Iskandarsyah Fiona Ekaristi Putri	Regional Planning Agency (BAPPEDA) - Kota Cimahi		
Irán	University of Tehran	Abbas Bazargan Mohammad Reza Zali Nezameddin Faghieh Ali Akbar Moosavi-Movahedi Leyla Sarafraz Asadolah Kordrnaeij Jahangir Yadollahi Farsi Mahmod Ahamadpour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Sepehri Ali Rezaean	Labour Social Security Institute (LSSI)	Faculty of Entrepreneurship	abazarga@ut.ac.ir

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Irlanda	Fitzsimons Consulting	Paula Fitzsimons	Enterprise Ireland	IFF Research	paula@fitzsimons- consulting.com
	Dublin City University Business School	Colm O'Gorman	Department of Jobs, Enterprise and Innovation		consulting.com
Israel	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Brandman Insitute	ehudm@bgu.ac.il
Italia	University of Padua	Moreno Muffatto Francesco Ferrati Michael Sheriff Ali Raza Saadat Saaed	Università degli Studi di Padova	Doxa	moreno.muffatto@unipd.it
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Michelle Black Paul Golding, D.B.A. Orville Reid Krystal Ming Claudette William-Myers	International Development Research Centre (IDRC)	Market Research Services Ltd	michelle.black@utech. edu.jm
Jordan	Jordan Enterprise Development Corporation (JEDCO)	Basheer Salaytah	Jordan Enterprise Development Corporation (JEDCO)	Center for Strategic Studies / University of Jordan	bashirsalayta@gmail.com
	Center for Strategic Studies / University of Jordan	Musa Shteiwi Walid Al-Khatib Ayman Al Khatib Douglas Aitkenhead Zain Majali	European Investment Bank		
Kazajistán	Nazarbayev University Graduate School of Business	Dmitry Khanin Patrick Duparcq	Nazarbayev University Graduate School of Business	JSC Economic Research Institute	Dmitry.Khanin@nu.edu.kz
		Assel Uvaliyeva Venkat Subramanian Ralitza Nikolaeva Jozef Konings Nurlan Kulbatyrov Shynggys Turez Aizhan Tulepbekova Aiman Yedigeyeva Leila Yergozha Bakyt Ospanova Dinara Akynbekova	JSC Economic Research Institute		
Latvia	Stockholm School of Economics in Riga	Marija Krumina Anders Paalzow Alf Vanags	TeliaSonera AB	SKDS	marija@biceps.org
Líbano	UK Lebanon Tech Hub	Elie Akhrass Farah Jaroudi Mario Ramadan Marta Solorzano Colm Reilly Nadim Zaazaa Stephen Hill	Central Bank of Lebanon (Banque du Liban)	Information International	elie.akhrass@uklebhub. com
Luxemburgo	STATEC - National Statistical Office	Cesare Riillo	Chambre de Commerce Luxembourg	TNS ILRES	cesare.riillo@statec.etat.lu
		Leila Ben-Aoun	Ministère de l'Économie et du Commerce Extérieur		
		Peter Hock Chiara Peroni Francesco Sarracino Bruno Rodrigues	STATEC - National Statistical Office		
Macedonia	Macedonian Enterprise Development Foundation	Radmil Polenakovic	Macedonian Enterprise Development Foundation	MProspekt	radmil.polenakovik@ mf.edu.mk
	University "Cyril and Methodius" - Business Start- Up Centre	Dimitar Smiljanovski Gorjan Anastasov Tetjana Lazarevska Saso Klekovski Lazar Nedanoski			
Malasia	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier Leilanie binti Mohd Nor Mohar bin Yusof Samsinar Md. Sidin	Universiti Tun Abdul Razak	Rehanstat	roland@unirazak.edu.my
Marueco	Université Hassan II - Casablanca	Khalid El Ouazzani Abdellatif Komat Salah Koubaa Riad Mekouar Hind Malainine Fatima Boutaleb Sara Yassine Ahmed Benmejdoub Kabbaj Meryem Asmaa Dahalla	International Development Research Centre (IDRC)	ClaireVision	elouazzanik@gmail.com

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Mexico	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Daniel Moska Arreola José Manuel Aguirre	Tecnológico de Monterrey Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera	Alduncin y Asociados	jmaguirre@itesm.mx
		Elvira E. Naranjo Marcia Campos	Tecnológico de Monterrey Campus Monterrey		
		Natzin López Carlos Torres	Tecnológico de Monterrey Campus León		
		Lucía Alejandra Rodríguez	Tecnológico de Monterrey Campus Guadalajara		
		Luis Alfredo Hernández	Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México		
		Rafaela Bueckmann	Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro		
		Lizbeth A. González	Tecnológico de Monterrey Campus Puebla		
		Zahira A. de la Fuente	Tecnológico de Monterrey Campus Zacatecas		
Paises bajos	Panteia / EIM	Jacqueline Snijders André van Stel Roy Thurik Amber van der Graaf Paul van der Zeijden Jan de Kok Ton Geerts	The Ministry of Economic Affairs of the Netherlands	Panteia	j.snijders@panteia.nl
Panamá	City of Knowledge's Innovation Center	Manuel Lorenzo	City of Knowledge Foundation	IPSOS	mlorenzo@cdspanama. org
	IESA Management School (Panama Campus)	Andrés León Federico Fernández Dupouy			
Perú	Universidad ESAN	Jaime Serida	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship	Imasen	jserida@esan.edu.pe
		Keiko Nakamatsu Oswaldo Morales Armando Borda	Imasen		
Polania	Polish Agency for Enterprise Development	Anna Tarnawa	Polish Agency for Enterprise Development	IQS	anna_tarnawa@parp. gov.pl
	University of Economics in Katowice	Dorota Weclawska Paulina Zadura-Lichota Mariusz Bratnicki Katarzyna Bratnicka Przemyslaw Zbierowski Jakub Kol	University of Economics in Katowice		
Portugal	Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Augusto Medina Douglas Thompson Francisco Rocha Luís Antero Reto António Caetano Nelson Ramalho	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	GfKMetris	douglasthompson@spi.pt
Puerto Rico	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Marines Aponte	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Gaither International	marines.aponte@upr.edu
		Marta Alvarez	Echar Pa'lante, Banco Popular de Puerto Rico		
		Manuel Lobato	Instituto de Estadísticas de Puerto Rico		
Reino Unido	Aston University and Enterprise Research Centre	Mark Hart	Department for Business, Energy and Industrial Strategy (BEIS)	BMG Ltd	mark.hart@aston.ac.uk
		Wendy Ferris	Welsh Government		
		Karen Bonner	British Business Bank		
		Jonathan Levie	Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde		
		Tomasz Mickiewicz	Invest Northern Ireland		
		Michael Anyadike-Danes Ute Stephan Isabella Moore Laura Heery	Belfast City Council		

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Qatar	Qatar Development Bank	Hamad Al Kubaisi Tracey Kohinga Ghadi Ahmed Stefanie Zammit Farha Alkuwari Ahmed Badawy Ahmad Hawi Dalal Al Shammari Muneera Al-Dosari Ibrahim Al-Mannai Sultan Alkuwari Nitham Hindi Saoud Al-Mannai	Qatar Development Bank	Intelligence Qatar	halkubaisi@qdb.qa
Rusia	Graduate School of Management SPbSU	Verkhovskaya Olga Maria Dzhelepova Galina Shirokova Eleonora Shmeleva Karina Bogatyreva	Charitable Foundation for Graduate School of Management Development	Levada-Center	verkhovskaya@gsom. pu.ru
Saudi Arabia	The Babson Global Center for Entrepreneurial Leadership (BGCEL) at Prince Mohammad Bin Salman College of Business & Entrepreneurship (MBSC)	Ignacio de la Vega	Lockheed Martin Corporation	Top Level MENA	ivega@babson.edu
		Alicia Coduras Muhammad Azam Roomi Osama M. Ashri	The Babson Global Center for Entrepreneurial Leadership (BGCEL) at MBSC	Instituto Opinòmetre S.L.	ivega@mbsc.edu.sa
Senegal	Université Cheikh Anta Diop de Dakar	Serge Simen Ibrahima Dally Diouf Bassirou Tidjani	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Senegal Team	serge.simen@gmail.com
Sudáfrica	Faculty of Commerce, University of Cape Town	Mike Herrington Penny Kew Gideon Maas Jacqui Kew Siri Terjesen	Small Enterprise Development Agency (Seda)	Nielsen South Africa	mherrington@mweb.co.za
Suecia	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm Ylva Skoogberg Per Thulin Carin Holmquist	Confederation of Swedish Enterprise and Vinnova	Ipsos	pontus.braunerhjelm@ entreprenorskapsforum. se
Suiza	School of Management Fribourg (HEG-FR)	Rico Baldegger Raphaël Gaudart Benoît Morel Pascal Wild	School of Management Fribourg (HEG-FR)	gfs.bern	rico.baldegger@hefr.ch
		Siegfried Alberton Andrea Huber	University of Applied Sciences and Arts of Southern Switzerland (SUPSI)		
		Fredrik Hacklin Onur Saglam	Swiss Federal Institute of Technology Zurich (ETH)		
Tailandia	Bangkok University - School of Entrepreneurship and Management (BUSEM)	Ulrike Guelich	Bangkok University	TNS Research International Thailand	ulrike.guelich@gmail.com
Taiwán	Taiwan Academy of Banking and Finance	Yang-Cheng Lu Sheng Pen Peng Yi-Wen Chen Ru-Mei Hsieh Don Jyh-Fu Jeng Chen Li Hua Shih-Feng Chou An-Yu Shih	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs of Taiwan	NCCU Survey Center	yclutabf@gmail.com
Turquia	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB)	Esra Karadeniz	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB)	Method Research Company	ekaradeniz@yeditepe. edu.tr
	Yeditepe University	Özlem Kunday Thomas Schøtt Maryam Cheraghi Pelin Yüce	Turkish Economy Bank (TEB)		
Uruguay	IEEM Business School, University of Montevideo	Leonardo Veiga	University of Montevideo	Equipos Mori	lveiga@um.edu.uy
		Agustina Bartesaghi	Deloitte Uruguay		

SOBRE LOS AUTORES

Virginia Lasio

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

Guido Caicedo

Es profesor de Espíritu Empresarial y Nuevos Negocios en la ESPAE Graduate School of Management y del curso de Emprendimiento e Innovación Tecnológica en pregrado de la ESPOL. Tiene un M.Sc. en Computers Science y Postgrado en Comercialización de la Tecnología de la U. Texas en Austin y la ESPOL. Es director del Centro de Desarrollo de Emprendedores de la ESPOL. Sus intereses de investigación son emprendimiento e innovación.

Xavier Ordeñana

Profesor de Macroeconomía y Negocios Internacionales de ESPAE Graduate School of Management, ESPOL. Es PhD en Economía y Finanzas de la Universitat Pompeu Fabra. Es Director Académico y de Investigación. Sus intereses de investigación son economía internacional, emprendimiento y políticas públicas.

Andrea Samaniego

Es Coordinadora de Proyectos de la ESPAE Graduate School of Management de la ESPOL. Tiene un Magíster en Administración de Empresas de ESPAE-ESPOL; es Ingeniera Comercial con especialización en marketing de la ESPOL. Sus intereses de investigación son emprendimiento y marketing.

Jack Zambrano

Data Manager del Proyecto GEM Ecuador de la ESPAE Graduate School of Management de la ESPOL. Es Economista con mención en Gestión Empresarial de la ESPOL. Sus intereses de investigación son economía y emprendimiento.

CONTACTOS

Para obtener mayor información acerca de este reporte contactar a:

Virginia Lasio

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

Xavier Ordeñana

ESPAE Graduate School of Management xordenan@espol.edu.ec

Guido Caicedo

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

Andrea Samaniego

ESPAE Graduate School of Management asamanie@espol.edu.ec

Jack Zambrano

ESPAE Graduate School of Management jacbrzam@espol.edu.ec

78

PROMOTORES DEL GEM

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION (GERA)

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

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

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

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

BABSON COLLEGE

Es la institución fundadora y principal patrocinadora del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Está ubicada en Wellesley, Massachusetts, EE.UU. Es reconocida internacionalmente como líder en la educación en emprendimiento. Babson otorga títulos de pregrado a través de un innovador programa, y además otrorga títulos de MBA y Magíster en Ciencias a través de su Escuela de Postgrado en Negocios F.W. Olin. La Escuela de Educación Ejecutiva de Babson ofrece programas ejecutivos de desarrollo a directores en todo el mundo. El alumnado de Babson es globalmente diverso, sus alumnos provienen de 45 estados de EE.UU. y 57 economías (los estudiantes no estadounidenses comprenden más del 20% de los estudiantes universitarios y el 40% de los estudiantes del MBA de tiempo completo).

Para mayor información visite www.babson.edu

UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO, UDD.

Su proyecto educativo fue puesto en marcha por líderes chilenos de los sectores públicos y de negocios, y es actualmente una de las tres universidades privadas más prestigiosas de Chile. Dos décadas después, su rápido crecimiento la han convertido en una expresión de la principal faceta de la Universidad: el emprendimiento. El MBA de la UDD es uno de los mejores en América del Sur y es el número uno en Emprendimiento, de acuerdo a la revista América Economía 2008, un logro que una vez más representa el sello "emprendedor" que está presente en el espíritu de la Universidad.

Para mayor información visite www.udd.cl.

UNIVERSITI TUN ABDUL RAZAK, UNIRAZAK.

Se constituyó el 18 de diciembre de 1997 como una de las primeras universidades privadas en Malasia. UNIRAZAK reconoce la urgencia de los futuros emprendedores de Malasia para dotarse de las herramientas y conocimientos necesarios para sobrevivir y prosperar en el actual clima económico competitivo y moderno. Así UNIRAZAK fundó la Escuela de Negocios y Emprendimiento The Bank Rakyat (BRSBE) una escuela única, dedicada a proporcionar una educación de calidad en liderazgo empresarial y de negocios en Malasia. BRSBE se formó con la visión de que la actividad empresarial es uno de los pilares fundamentales para una economía fuerte y vibrante. UNIRAZAK a través de BRSBE está muy bien preparada para jugar un rol tanto nacional como regional en el desarrollo del emprendimiento en Asia.

Para información visite www.unirazak.edu.my

TECNOLÓGICO DE MONTERREY

Fundado en 1943 como una institución privada sin fines de lucro, gracias a la visión y compromiso de Don Eugenio Garza Sada y un grupo de emprendedores. Educa líderes con espíritu emprendedor, comprometidos con la ética y los valores cívicos e internacionalmente competitivos. Fue la primera universidad en América Latina que obtuvo la calificación QS-5 Star, posicionando a la institución entre las 38 universidades del mundo con esta distinción, según la agencia de clasificación británica Quacquarelli Symonds (QS).

Para el Tecnológico las iniciativas empresariales contribuyen a la creación de empleo y a fortalecer la economía nacional y desarrollo social a través de la transferencia de conocimiento para la creación de empresas, desarrollo y crecimiento. Actúan en favor de una sociedad más inclusiva, solidaria y con valores éticos.

Para información visite www.itesm.mx

EJECUTORES DEL GEM EN ECUADOR

ESPAE Graduate School of Management

Desde su creación hace más de 30 años ha sido pionera en la educación en administración y gerencia. En 1998 introdujo los cursos de Espíritu Empresarial en todas sus maestrías.

Hasta la fecha cuenta con aproximadamente 2700 graduados de todos sus postgrados. En el 2003 impulsó la creación del Centro de Desarrollo de Emprendedores (CEEMP), en el período 2003-2009 lideró el Programa de Desarrollo de Emprendedores de la ESPOL, y es referente nacional y regional en educación e investigación en Emprendimiento.

Para mayor información visitar las páginas:

www.espae.espol.edu.ec

www.ceemp.espol.edu.ec



www.espae.espol.edu.ec

Campus Las Peñas Malecón 100 y Loja Telfs.: (593 - 4) 2081070 - (593 - 4) 2081084 E-mail: espae@espol.edu.ec Guayaquil - Ecuador

