



# Global Entrepreneurship Monitor

Ecuador 2023 - 2024

• Virginia Lasio • Ma. Paula Espinosa • Adriana Amaya  
• Paúl Sarango • Ma. Dolores Mahauad

## Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023/2024

### **Autores**

Virginia Lasio  
Adriana Amaya  
María Paula Espinosa  
María Dolores Mahauad  
Paúl Sarango

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

### **Agradecimientos**

María Luisa Altamirano  
Alicia Reyes Indio

### **Fecha de publicación**

26 de junio de 2024

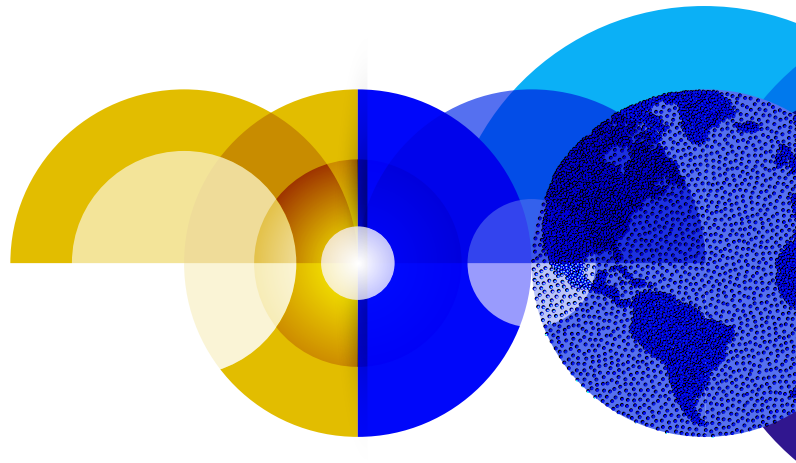
### **Portada y Diagramación**

Ediloja Cía. Ltda.  
Telefax: 593-7-2611418.  
San Cayetano Alto s/n.  
[www.ediloja.com.ec](http://www.ediloja.com.ec)  
[edilojacialtda@ediloja.com.ec](mailto:edilojacialtda@ediloja.com.ec)  
Loja-Ecuador

### **ISSN**

1390-3047  
©2024 ESPAE, Escuela de Negocios de la ESPOL. UTPL

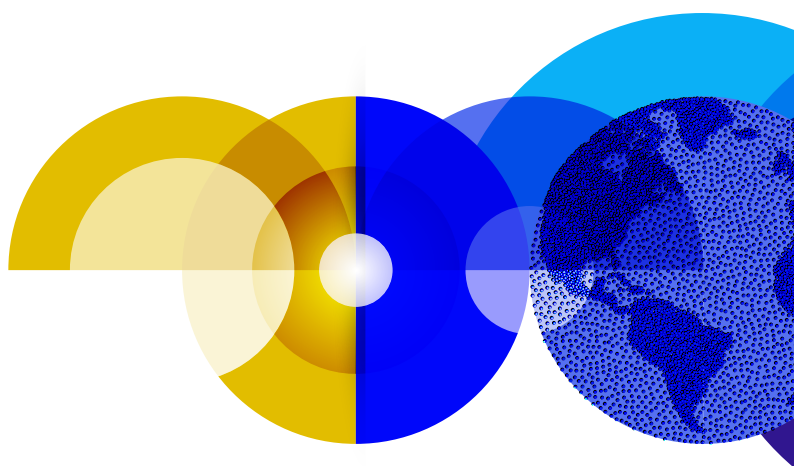
# Contenido



|                                                                                                         |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Glosario</b>                                                                                         | <b>9</b>  |
| <b>Presentación</b>                                                                                     | <b>13</b> |
| <b>Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023-2024</b>                                                | <b>15</b> |
| <b>1 Contexto económico del Ecuador</b>                                                                 | <b>17</b> |
| 1.1 La economía del Ecuador en pospandemia (2020 -2023)                                                 | 17        |
| <b>2 Las condiciones del entorno y el emprendimiento en Ecuador</b>                                     | <b>21</b> |
| 2.1 El entorno social                                                                                   | 21        |
| 2.2 Las condiciones marco para el emprendimiento                                                        | 23        |
| 2.3 Fortalezas y debilidades                                                                            | 26        |
| <b>3 Emprendimiento en Ecuador</b>                                                                      | <b>33</b> |
| 3.1 Etapas del proceso de emprender                                                                     | 34        |
| 3.2 Sectores económicos de los emprendimientos                                                          | 37        |
| 3.3 Motivos de cierre de los negocios                                                                   | 40        |
| 3.4 El impacto de la pandemia COVID-19 sobre la actividad emprendedora -<br>TEA y negocios establecidos | 41        |
| <b>4 Los emprendedores y sus motivaciones</b>                                                           | <b>47</b> |
| 4.1 Motivaciones                                                                                        | 47        |

|          |                                                                                                          |           |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.2      | Edad _____                                                                                               | 50        |
| 4.3      | Educación _____                                                                                          | 51        |
| 4.4      | Ocupación _____                                                                                          | 53        |
| <b>5</b> | <b>Caracterización e impacto de los negocios _____</b>                                                   | <b>59</b> |
| 5.1      | Distribución sectorial de emprendedores naciente y nuevos _____                                          | 59        |
| 5.2      | ¿Cuántas personas emplearán el nuevo negocio? _____                                                      | 60        |
| 5.3      | Alcance geográfico _____                                                                                 | 62        |
| 5.4      | Adopción de tecnología e Innovación _____                                                                | 64        |
| 5.5      | Impacto social y ambiental _____                                                                         | 66        |
| 5.6      | Formalización de los negocios en Ecuador _____                                                           | 69        |
| <b>6</b> | <b>Reflexiones _____</b>                                                                                 | <b>71</b> |
| 6.1      | La visión del entorno _____                                                                              | 71        |
| 6.2      | Motivaciones de los emprendedores e impacto de sus negocios _____                                        | 72        |
| 6.3      | Implicaciones para política pública _____                                                                | 74        |
| <b>7</b> | <b>Referencias _____</b>                                                                                 | <b>76</b> |
| <b>8</b> | <b>Anexos _____</b>                                                                                      | <b>77</b> |
| 8.1      | Anexo 1. Marco conceptual y metodología del GEM _____                                                    | 77        |
| 8.2      | Anexo 2. Economías en GEM 2023-24 agrupadas por nivel de ingreso _____                                   | 82        |
| 8.3      | Anexo 3. Detalle de condiciones marco para el emprendimiento - NES - encuesta nacional de expertos _____ | 83        |
| 8.4      | Anexo 4. Información de encuestados _____                                                                | 84        |
|          | <b>Sobre los autores _____</b>                                                                           | <b>85</b> |

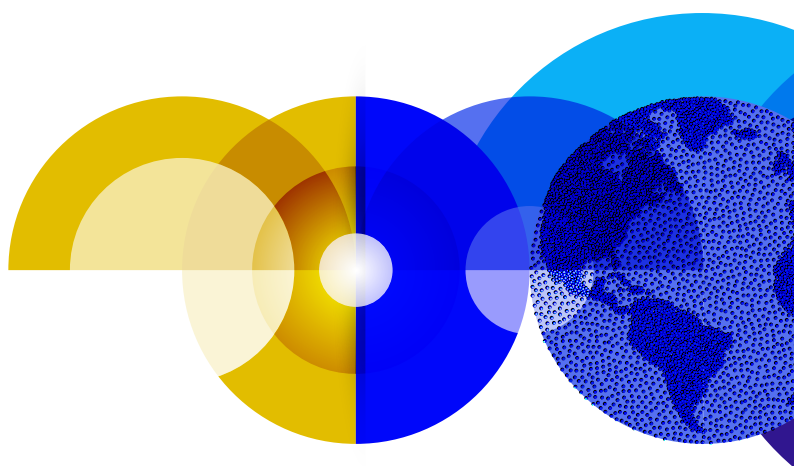
# Lista de figuras



|                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1. Tasa de variación del PIB 2020-2023 _____                                      | 18 |
| Figura 2. Exportaciones Ecuador USD millones FOB _____                                   | 19 |
| Figura 3. Evolución del empleo en el Ecuador _____                                       | 20 |
| Figura 4. Entorno social en Ecuador _____                                                | 22 |
| Figura 5. Población con miedo al fracaso por país _____                                  | 23 |
| Figura 6. EFC 2023 vs 2015-2019 _____                                                    | 27 |
| Figura 7. Valoración de los expertos sobre las condiciones del marco emprendedoras _____ | 30 |
| Figura 8. Tasa de actividad emprendedora temprana en Ecuador y región 2023 _____         | 33 |
| Figura 9. Etapas de la actividad emprendedora en Ecuador _____                           | 35 |
| Figura 10. Etapas de la actividad emprendedora en América Latina _____                   | 36 |
| Figura 11. Independiente y patrocinada por etapas de emprendimiento _____                | 37 |
| Figura 12. Conocimiento de los ODS por los emprendedores _____                           | 39 |
| Figura 13. Implementación de mediciones de impacto por etapa emprendedora _____          | 39 |
| Figura 14. Tasa de salida de los negocios _____                                          | 40 |
| Figura 15. Razones para discontinuar un negocio en Ecuador. _____                        | 41 |
| Figura 16. Cambio en el uso de tecnologías digitales - emprendedores TEA _____           | 43 |
| Figura 17. Motivaciones de hombres y mujeres en la TEA _____                             | 48 |
| Figura 18. Detalle de las motivaciones de los emprendedores _____                        | 49 |
| Figura 19. Motivaciones de los emprendedores según área de residencia _____              | 50 |
| Figura 20. Distribución de la TEA por edad y sexo _____                                  | 51 |

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 21. Distribución del nivel de estudios por área -TEA_____             | 53 |
| Figura 22. Distribución ocupacional - TEA _____                              | 54 |
| Figura 23. Distribución regional de emprendedores -TEA _____                 | 60 |
| Figura 24. Número de empleados actuales y proyectados- TEA _____             | 61 |
| Figura 25. Expectativas de generación de empleo y educación_____             | 62 |
| Figura 26. Clientes según alcance geográfico del negocio _____               | 63 |
| Figura 27. Clientes según alcance negocio vs motivación -TEA _____           | 64 |
| Figura 28. Innovación en productos o servicios / tecnología o procesos _____ | 65 |
| Figura 29. Expectativas de generación de empleo por género _____             | 69 |
| Figura 30. Registro legal y fiscal de los negocios en Ecuador _____          | 70 |
| Figura 31. El marco conceptual del GEM _____                                 | 78 |
| Figura 32. El proceso emprendedor y los indicadores GEM _____                | 80 |

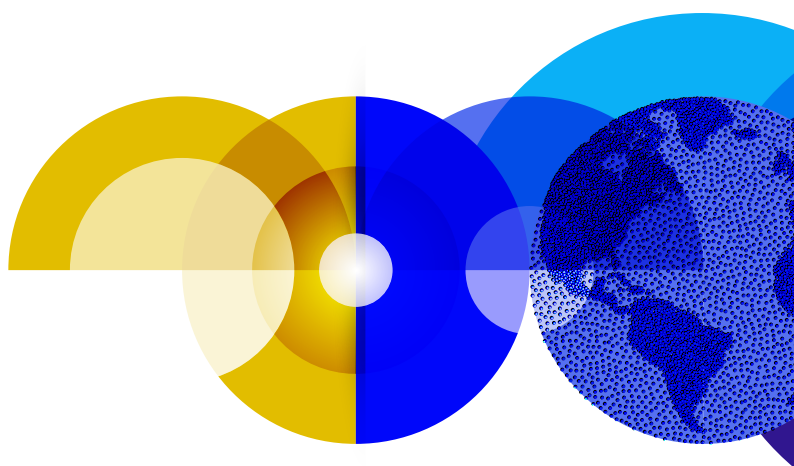
# Lista de tablas



|                                                                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. Perfil de expertos participantes en la NES _____                                                       | 23 |
| Tabla 2. Resumen de las Condiciones Marco del Emprendimiento (EFC) _____                                        | 24 |
| Tabla 3. Evaluación de los ecosistemas de países latinoamericanos seleccionados _____                           | 25 |
| Tabla 4. Comparativa de etapas 2019 vs 2023 _____                                                               | 34 |
| Tabla 5. Sector de los emprendedores por etapa emprendedora (%) – Ecuador 2023 _____                            | 38 |
| Tabla 6. Dificultad para iniciar un negocio con respecto al 2022 _____                                          | 42 |
| Tabla 7. Bajas expectativas de crecimiento _____                                                                | 42 |
| Tabla 8. Percepciones sobre las oportunidades producto de la pandemia TEA _____                                 | 43 |
| Tabla 9. Distribución del nivel de estudios en la TEA por género _____                                          | 52 |
| Tabla 10. Distribución ocupacional por género - TEA _____                                                       | 55 |
| Tabla 11. Perfil demográfico de los emprendedores y negocios establecidos _____                                 | 55 |
| Tabla 12. Porcentaje de emprendedores por sector _____                                                          | 59 |
| Tabla 13. Expectativa de crecimiento por sector económico _____                                                 | 61 |
| Tabla 14. Clientes por zona de impacto y por sector (%) _____                                                   | 63 |
| Tabla 15. Innovación de productos o servicios / tecnología o procesos, por sector (%) _____                     | 66 |
| Tabla 16. Impacto social y ambiental de los emprendedores por distribución demográfica y motivaciones (%) _____ | 67 |



# Glosario



## Indicadores GEM

### Conocer a un emprendedor

Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que conocen personalmente a alguien que ha creado una empresa en los últimos dos años.

### Oportunidades percibidas

Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que están de acuerdo en que ven buenas oportunidades para crear una empresa en los próximos seis meses en la zona en la que viven.

### Facilidad para crear una empresa

Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que están de acuerdo en que es fácil crear una empresa en su país.

### Capacidades percibidas

Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que están de acuerdo en que tienen los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para crear una empresa.

### Tasa de miedo al fracaso

Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que están de acuerdo en que ven buenas oportunidades, pero que no crearían una empresa por miedo a que fracase.

### Tasa de empresarios naciescentes

Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que son actualmente empresarios naciescentes, es decir, que participan activamente en la creación de una empresa de la que serán propietarios o copropietarios; esta empresa aún no ha pagado sueldos, salarios ni ha efectuado ningún otro pago a los propietarios durante más de tres meses.

### Tasa de creación de nuevas empresas

Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que son actualmente propietarios, directores de una nueva empresa, es decir, que poseen y dirigen una empresa en funcionamiento que no ha pagado sueldos, salarios o cualquier otro tipo de retribución a los propietarios durante más de tres meses, pero no más de 42 meses (3,5 años).

## Indicadores GEM

|                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Total de la Actividad emprendedora temprana (TEA)</b>                                      | Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que son empresarios incipientes o propietarios, directores de una nueva empresa, es decir, la proporción de la población adulta que está creando o dirigiendo una nueva empresa.                                                                               |
| <b>Tasa de propietarios de empresas establecidas (EBO)</b>                                    | Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que son actualmente propietarios, directores de una empresa establecida, es decir, que poseen y gestionan una empresa en funcionamiento que ha pagado sueldos, salarios o realizado cualquier otro pago a los propietarios durante más de 42 meses (3,5 años). |
| <b>Servicios a las empresas</b>                                                               | Porcentaje de encuestados de TEA que se dedican a los servicios a las empresas.                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Servicios al consumidor</b>                                                                | Porcentaje de encuestados de TEA que participan en servicios al consumidor.                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Patrocinado</b>                                                                            | Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que participan en TEA y esa empresa es propiedad parcial de su empleador.                                                                                                                                                                                      |
| <b>Independientes</b>                                                                         | Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que participan en TEA y ese negocio es de propiedad independiente.                                                                                                                                                                                             |
| <b>Motivo para crear una empresa: "Marcar la diferencia en el mundo"</b>                      | Porcentaje de encuestados por TEA que están de acuerdo en que uno de los motivos para crear su empresa es "marcar la diferencia en el mundo". Su negocio es "marcar la diferencia en el mundo".                                                                                                      |
| <b>Motivo para crear una empresa: "Para crear una gran riqueza o unos ingresos muy altos"</b> | Porcentaje de encuestados de TEA que están de acuerdo en que un motivo para crear su empresa es "crear una gran riqueza o unos ingresos muy elevados".                                                                                                                                               |
| <b>Motivo para crear una empresa: "Continuar una tradición familiar"</b>                      | Porcentaje de encuestados de TEA que están de acuerdo en que un motivo para crear su empresa es "continuar una tradición familiar".                                                                                                                                                                  |
| <b>Motivo para crear una empresa: "Para ganarse la vida porque los empleos son escasos"</b>   | Porcentaje de encuestados de TEA que están de acuerdo en que un motivo para crear su empresa es "para ganarse la vida porque escasean los empleos".                                                                                                                                                  |
| <b>Actividad emprendedora con grandes expectativas de crecimiento</b>                         | Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que participan en TEA y que esperan emplear a otras seis personas o más dentro de cinco años.                                                                                                                                                                  |
| <b>Actividad emprendedora orientada internacionalmente</b>                                    | Porcentaje de adultos de 18 a 64 años implicados en TEA que prevén que el 25% o más de los ingresos procederán de fuera de su país.                                                                                                                                                                  |

## Indicadores GEM

|                                                                  |                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ámbito (local / nacional / internacional)</b>                 | Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que participan en TEA y que tienen clientes solo dentro de su área local, solo dentro de su país o que tienen clientes internacionales.                                             |
| <b>Impacto del producto/servicio (local / nacional / global)</b> | Porcentaje de adultos de 18 a 64 años implicados en TEA que tienen productos o servicios que son nuevos en la zona, en su país o en el mundo.                                                                             |
| <b>Inversión informal</b>                                        | Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que han invertido en el nuevo negocio de otra persona en los últimos tres años.                                                                                                     |
| <b>Tasa de abandono de empresas</b>                              | Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que han abandonado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea vendiéndolo, cerrándolo o interrumpiendo de cualquier otro modo la relación de propiedad o gestión con dicho negocio. |
| <b>Salida, el negocio continúa</b>                               | Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que han salido de un negocio en los últimos 12 meses y ese negocio ha continuado.                                                                                                   |
| <b>Salida, el negocio no continúa</b>                            | Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que han salido de un negocio en los últimos 12 meses y ese negocio no ha continuado.                                                                                                |
| <b>Cambio en los ingresos del hogar</b>                          | Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que declararon que los ingresos de su hogar han disminuido algo o mucho.                                                                                                            |

### Indicadores relacionados con la pandemia

|                                                          |                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Conocer a un empresario que ha cerrado un negocio</b> | Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que conocen a alguien que ha cerrado un negocio a causa de la pandemia.                                          |
| <b>Conocer a un emprendedor que inició un negocio</b>    | Porcentaje de adultos de 18 a 64 años que conocen a alguien que inició un negocio debido a la pandemia.                                                |
| <b>Oportunidades de la pandemia</b>                      | Porcentaje de encuestados de TEA que están de acuerdo o muy de acuerdo en que la pandemia ha proporcionado nuevas oportunidades que desean aprovechar. |

# Presentación



**Virginia Lasio**  
Directora GEM Ecuador

En 2023 retomamos el estudio Global Entrepreneurship Monitor para Ecuador, el cual habíamos suspendido en 2020 debido a la pandemia de COVID-19. Aunque durante este periodo hemos continuado monitoreando la actividad emprendedora desde diversas perspectivas, como el emprendimiento social y las empresas familiares, es innegable que la interrupción ha significado una pérdida en cuanto a los datos relevantes del país.

En esta ocasión, el GEM EC 2023-2024 se ha llevado a cabo mediante una colaboración entre ESPAE, la Escuela de Negocios de la ESPOL, y la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) junto con su escuela de negocios, EDES. Esta alianza ha permitido completar con éxito el ciclo del estudio cuyos resultados presentamos en este informe, además de asegurar la continuidad de este importante proyecto. El GEM ha sido desarrollado con un equipo ampliado compuesto por profesores de ambas instituciones.

Además de los indicadores habituales del GEM, este año, a través de la Encuesta de Población Adulta (APS), se investigaron también las preocupaciones sociales y ambientales y su integración en los negocios, así como el nivel de conocimiento y acción relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) promovidos por el Pacto Global de las Naciones Unidas. Estos temas también se incluyeron en la Encuesta Nacional a Expertos (NES), donde se añadió la consulta sobre la existencia y acceso a recursos para emprendedoras. Agradecemos, como siempre, a las 2000 personas que respondieron la APS y a los expertos nacionales por su tiempo y conocimientos.

Este informe GEM Ecuador 2023-2024 está organizado en 6 capítulos. El primero, "Contexto económico del Ecuador," desarrollado por María Dolores Mahauad, profesora de UTPL, resume los indicadores económicos más relevantes del país en relación con el emprendimiento y sus posibles afectaciones. El segundo capítulo, "Las condiciones del entorno y el emprendimiento en Ecuador," preparado por la autora, analiza la favorabilidad del entorno con base en los resultados principalmente de la Encuesta Nacional a Expertos y sus implicaciones. El tercer capítulo, "Emprendimiento en Ecuador," elaborado por Adriana Amaya, profesora de ESPAE, recoge el análisis y discusión de los indicadores principales del estudio, incluyendo la TEA.

El cuarto capítulo, "Los emprendedores y sus motivaciones," a cargo de Paúl Sarango, profesor de UTPL, examina el perfil de los emprendedores y cómo su demografía y motivaciones influyen en la actividad emprendedora temprana. El quinto capítulo, "Caracterización e impacto de los negocios," escrito por María Paula Espinosa, directora académica de EDES, evalúa el impacto esperado de los emprendimientos en términos de empleo, crecimiento geográfico, internacionalización, innovación, y conciencia social y ambiental. Finalmente, el último capítulo, "Reflexiones," resume los principales hallazgos del estudio, ofreciendo una visión general del estado del emprendimiento en Ecuador. En esta nueva edición, se incluyen los casos de dos emprendedores: Sergio Moraga y su iniciativa Colectivo Cabos, y Yeferson Mauricio Torres con su empresa TIKEE S.A.S, a quienes agradecemos por compartir sus experiencias.

Agradecemos a todos quienes, directa o indirectamente, han hecho posible esta entrega. Los resultados del GEM son útiles para una amplia gama de grupos de interés, entre los cuales se encuentran el gobierno central y los gobiernos locales, las empresas y los emprendedores, los gremios empresariales y la academia. Confiamos en que todos ellos aprovecharán estos resultados para, desde sus respectivos roles, contribuir a la formulación de políticas públicas más efectivas, a la mejora del entorno y las facilidades para los emprendedores, y a la investigación que aborde o profundice en otras perspectivas del emprendimiento. Esto contribuirá al conocimiento local y regional y, en general, al fortalecimiento del desarrollo emprendedor y su impacto esperado en nuestra economía y sociedad.

# Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023-2024

## Principales indicadores

### Actitudes y percepciones

|                                                           | % Adultos | Ranking /46 |
|-----------------------------------------------------------|-----------|-------------|
| Conoce a alguien que inició un nuevo negocio              | 65.6      | 11          |
| Buenas oportunidades para empezar un negocio en mi ciudad | 54.3      | 25          |
| Es fácil iniciar un negocio                               | 46.5      | 25          |
| Tiene el conocimiento, habilidades y experiencia          | 75.1      | 8           |
| Miedo al fracaso (oportunidad)                            | 31.7      | 42          |
| Intenciones de emprender                                  | 57.4      | 2           |

### Impacto del emprendimiento

|                                                                              | % Adultos | Ranking /45 |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------|
| Expectativas de contratación (espera contratar a 6 o más personas en 5 años) | 1.9       | 11          |
|                                                                              | % TEA     | Ranking /45 |
| Internacional (25%+ de los ingresos del negocio)                             | 1         | 45          |
| Siempre considera el impacto social                                          | 65.1      | 33          |
| Siempre considera el impacto ambiental                                       | 67.6      | 30          |
| Industria (% TEA en negocios de servicios)                                   | 3.7       | 43          |

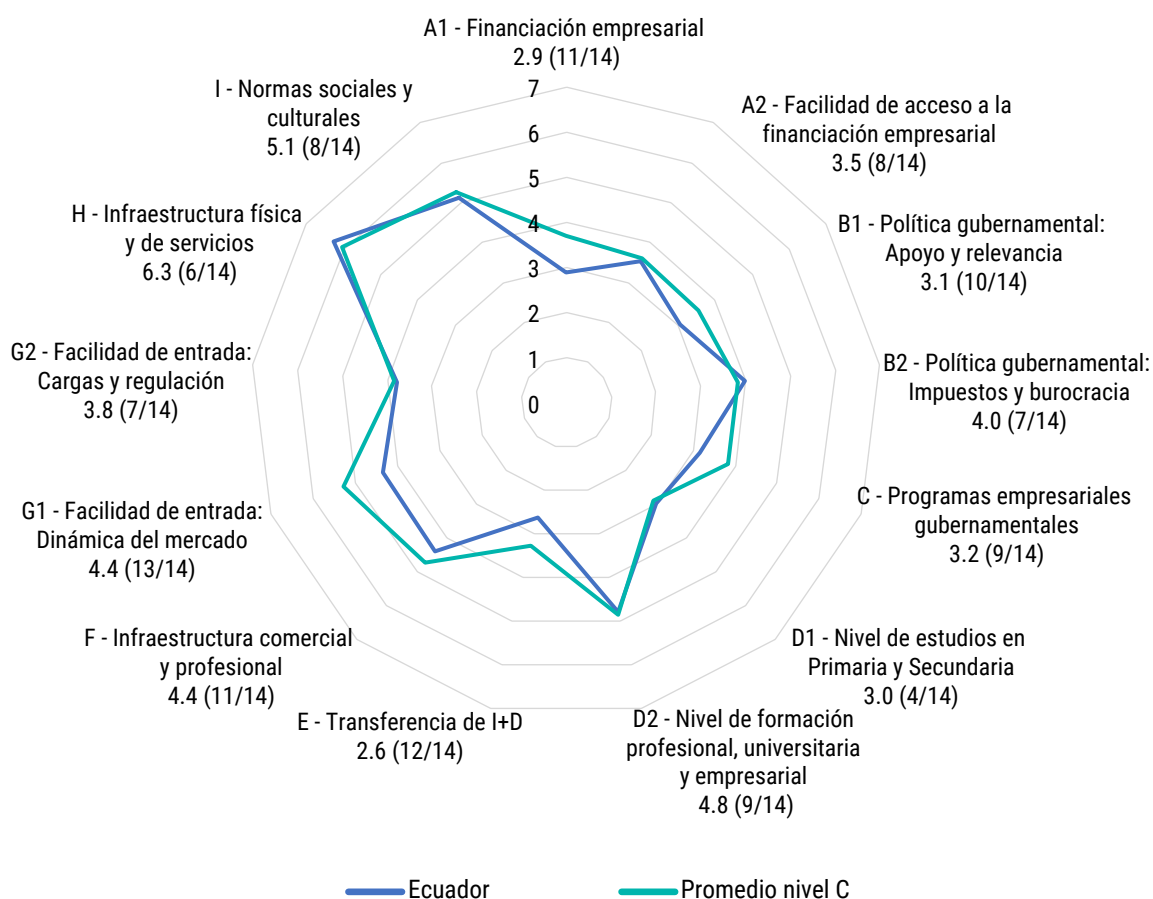
### Motivaciones (algo totalmente de acuerdo)

|                                                    | % TEA | Ranking /45 |
|----------------------------------------------------|-------|-------------|
| Marcar la diferencia en el mundo                   | 42.7  | 26          |
| Generar una gran riqueza o unos ingresos muy altos | 40.2  | 39          |
| Continuar una tradición familiar                   | 41    | 10          |
| Ganarse la vida porque los empleos son escasos     | 90.8  | 4           |

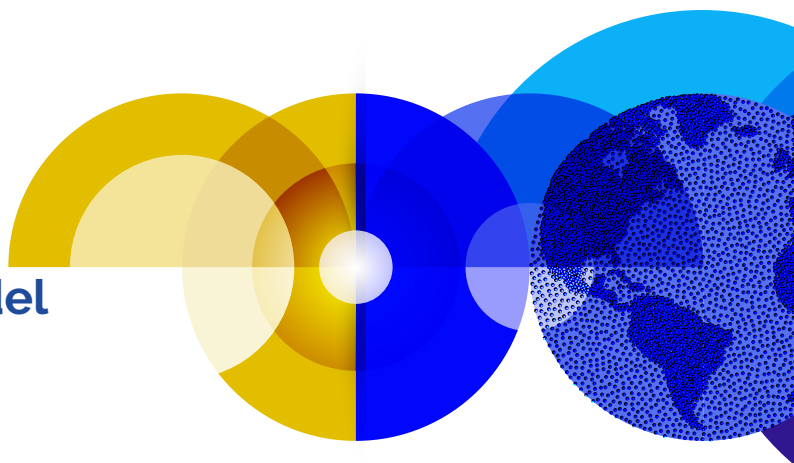
| Actividad                             | % Adultos | Ranking /46 | % Mujeres | % Hombres |
|---------------------------------------|-----------|-------------|-----------|-----------|
| TEA (Actividad Emprendedora Temprana) | 32.7      | 1           | 33.4      | 31.9      |
| EBO (Negocios Establecidos)           | 24        | 1           | 21.1      | 26.8      |

| Cambios recientes                                     | % Adultos | Ranking/46 |
|-------------------------------------------------------|-----------|------------|
| Los ingresos de los hogares han disminuido en 2023    | 51.5      | 5          |
| Iniciar un negocio es más difícil que hace un año     | 67.9      | 3          |
| Usa más tecnologías para vender productos o servicios | 56.5      | 17         |
| La pandemia brindó nuevas oportunidades de negocio    | 36.5      | 32         |

## Valoración de los expertos sobre las condiciones marco del emprendimiento



# 1 | Contexto económico del Ecuador



El emprendimiento desempeña un papel fundamental en el crecimiento y desarrollo económico de cualquier sociedad y ha ganado una importancia creciente en el contexto ecuatoriano como parte de los esfuerzos para diversificar la economía, disminuir la dependencia de sectores tradicionales como el petróleo, y promover la inclusión social y la igualdad de oportunidades. Las iniciativas gubernamentales, programas de apoyo y el desarrollo del ecosistema de startups y emprendedores reflejan el reconocimiento del potencial transformador del emprendimiento y la innovación para el desarrollo económico sostenible del país.

La economía ecuatoriana ha experimentado fluctuaciones y transformaciones significativas, influenciadas por diversos factores económicos, políticos y sociales que han moldeado su desarrollo y desempeño. En 2023, se observa una notable caída del Producto Interno Bruto (PIB) en comparación con los años anteriores, atribuida a la crisis política, que ha generado incertidumbre y volatilidad en la economía, afectando la confianza de los inversionistas y la estabilidad macroeconómica. El aumento continuo de la inseguridad ha reducido la actividad comercial y afectado negativamente la inversión y el consumo. Además, la debilidad institucional y la falta de seguridad jurídica han contribuido a la percepción de riesgo, desalentando la inversión extranjera.

Este primer capítulo analiza los eventos de mayor impacto económico ocurridos después del COVID-19, abarcando desde el año 2021 hasta 2023. Proporciona perspectivas sobre las oportunidades y desafíos que enfrentan los emprendedores, así como los recursos disponibles y las regulaciones que pueden influir en sus iniciativas. Además, permite identificar áreas donde se pueden implementar políticas y programas de apoyo para promover un ecosistema emprendedor sostenible.

## 1.1 La economía del Ecuador en pospandemia (2020 -2023)

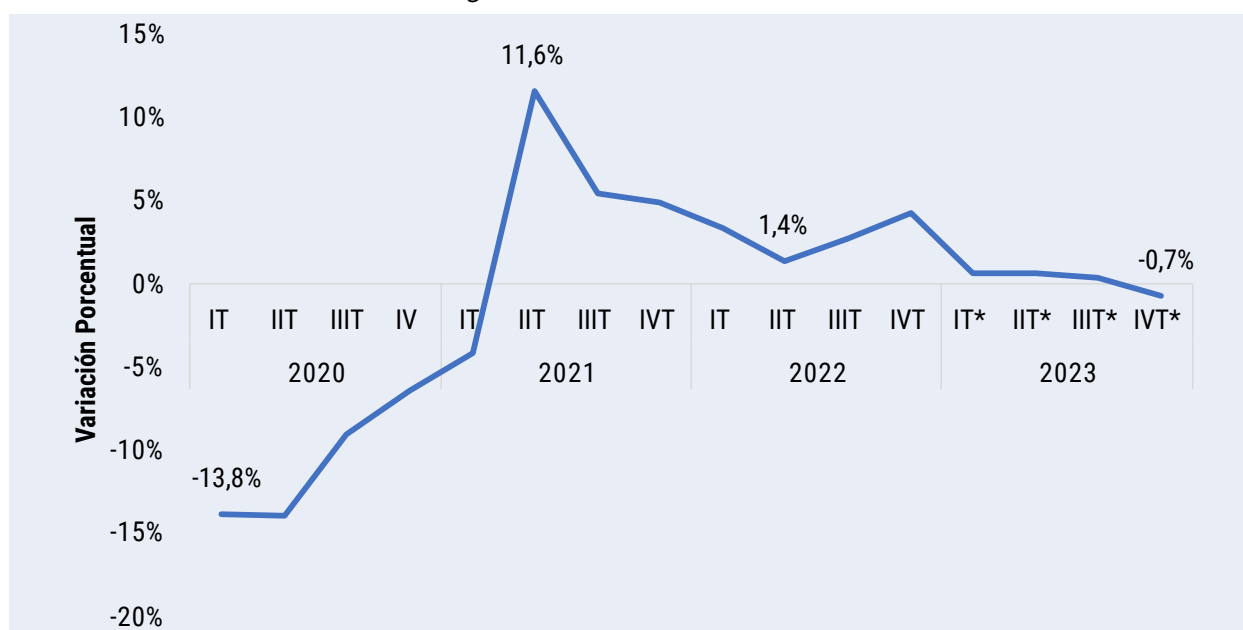
En el transcurso del año 2020, Ecuador sufrió una marcada contracción económica debido a las repercusiones de la pandemia de COVID-19, provocando efectos adversos en las exportaciones, el comercio y la pérdida de empleo. Según el Banco Central del

Ecuador (BCE) (2023), los resultados tanto a nivel macroeconómico como social han sido poco alentadores, reflejados en un PIB negativo del -9,2%, observándose un ligero

repunte en los años posteriores. La figura 1, muestra la variación del PIB real durante el periodo.

**Figura 1**

*Tasa de variación del PIB 2020-2023*



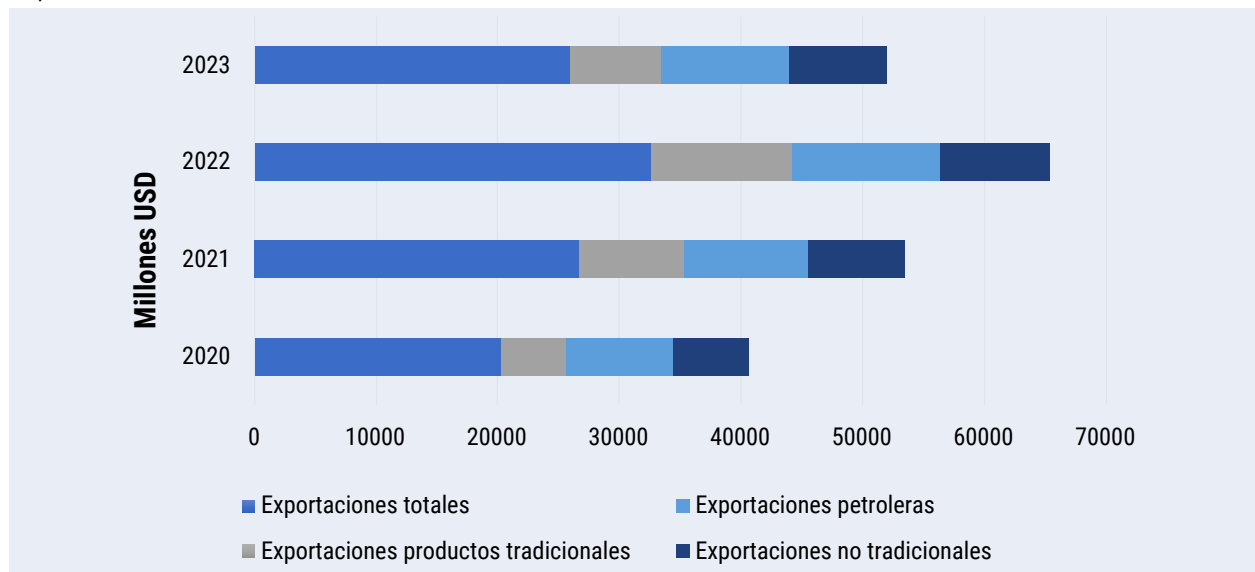
**Fuente:** Banco Central del Ecuador (2023)

**Elaborado por:** Autores

Para el periodo del año 2021 al 2023, el país logró un crecimiento del PIB, alcanzando un 2,4% en 2023, destacando el año 2021 como el de mayor crecimiento, con un impresionante 9,8%. El crecimiento económico del país se vio impulsado por el aumento del gasto gubernamental, que registró un crecimiento del 3,7%. Además, las exportaciones de bienes y servicios aumentaron un 2,3%, y se observó un ligero incremento en el consumo de los hogares, con un aumento del 1,4% (BCE, 2023). Sin embargo, persisten desafíos importantes, como la necesidad de diversificar las fuentes de ingresos, dado que aún se evidencia una marcada

dependencia en los sectores tradicionales de exportación como el petróleo, camarón y banano.

En cuanto al comercio exterior, según el BCE (2023), en 2020-2023 la tasa de variación de las exportaciones registró una caída en 2020 del 3,9%, logrando un crecimiento en 2021 y 2022 del 9,4% y el 7,3% respectivamente; para el 2023, por el contrario, reflejó una baja importante del 2,3% ante una desaceleración económica y conflictos armados a nivel internacional. La figura 2, detalla las exportaciones ecuatorianas en millones de dólares.

**Figura 2***Exportaciones Ecuador USD millones FOB***Fuente:** Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2023)**Elaborado por:** Autores

En 2023, las exportaciones tradicionales (banano, plátano, camarón, cacao, atún y pescados, y café y derivados) representaron el 40.75% del total de exportaciones, destacándose el camarón. Las exportaciones de petróleo se han visto favorecidas por los altos precios del barril, que han alcanzado \$60.3 en 2021, \$84 en 2022 y \$83.01 en 2023 (Banco Central del Ecuador, 2023).

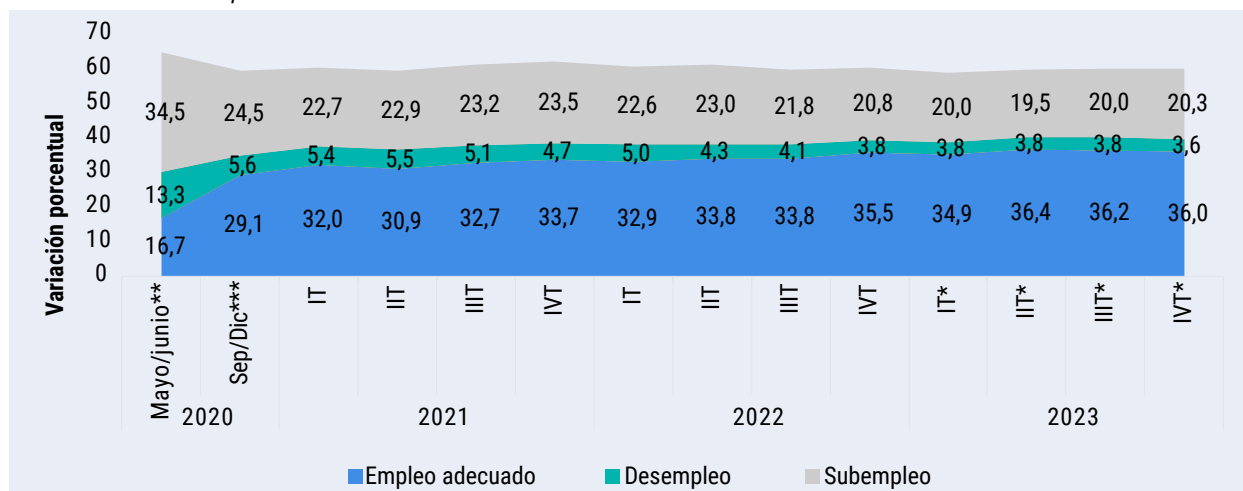
El empleo ha sido una variable crucial para el emprendimiento en Ecuador, influyendo en las motivaciones de los adultos para iniciar un negocio, ya sea formal o informal. Se estima que debido al COVID-19 se perdieron 532,359 empleos entre marzo y diciembre de 2020, con la industria de

alojamiento y servicios de comida siendo la más afectada. En diciembre de 2023, la tasa de desempleo fue del 3.4%, mientras que el subempleo alcanzó el 21.2%, aumentando ambos indicadores y dando como resultado un empleo informal del 53.5%. Los sectores con mayor tasa de empleo fueron Servicios y Agricultura y Minas, con un 34.9% y el 32.9% respectivamente. Del total, el 58.5% de los empleados fueron hombres y el 41.5% mujeres, siendo el rango de edad de 45 a 64 años el de mayor participación con el 31.2% (INEC, 2023).

En la figura 3, se presenta la evolución del período 2020–2023.

**Figura 3**

*Evolución del empleo en el Ecuador*



Fuente: INEC

Elaborado por: Autores

NOTA:

\*Emergencia sanitaria por el COVID-19. Suspensión del operativo de campo el 16 de marzo.

\*\*Se levanta la ENEMDU TELEFÓNICA

\*\*\*Se retoma la ejecución de la ENEMDU\* con levantamiento mixto

El panorama laboral desafiante en Ecuador durante el 2023 ha impulsado a una migración creciente, llevando a muchas personas, sobre todo jóvenes de 30 a 39 años, a perseguir oportunidades laborales mejor remuneradas en el extranjero, en busca de una mejor calidad de vida, y estabilidad económica.

El principal desafío para la economía ecuatoriana es la recuperación sostenida del crecimiento económico. Si bien se han registrado algunos avances en la recuperación del PIB después de la contracción provocada por la pandemia de COVID-19, el crecimiento sigue siendo frágil y vulnerable a posibles shocks internos y externos. Para estimular la recuperación económica, es crucial implementar políticas fiscales y monetarias adecuadas que estimulen la inversión, promuevan la creación de empleo y fomenten la diversificación productiva.

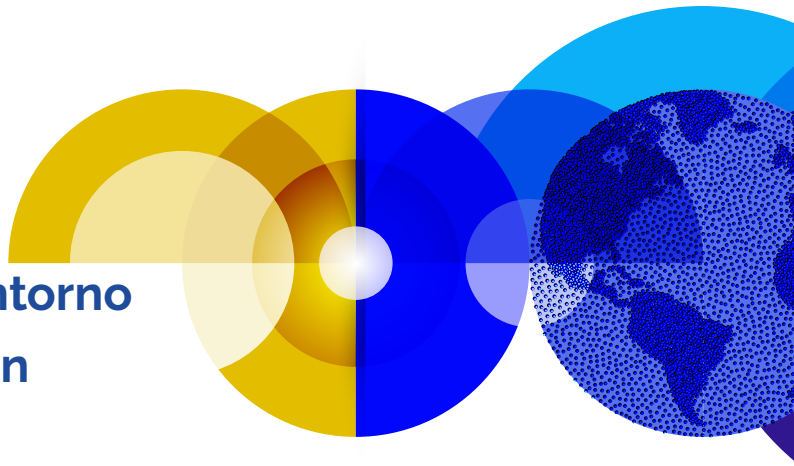
Con base en el contexto presentado, el emprendimiento juega un rol importante en la reactivación y desarrollo local. En los últimos años, se han generado iniciativas tales

como la Estrategia Ecuador Emprendedor, Innovador y Sostenible 2030 (Estrategia EEIS 2030) para contribuir a su reactivación económica y desarrollo sostenible, fortaleciendo el ecosistema de emprendimiento e innovación hacia el 2030 (AEI, 2020).

El panorama económico del Ecuador para el año 2024 se presenta como un reto marcado por la necesidad de superar los obstáculos acumulados en los años anteriores y responder de manera efectiva a las nuevas circunstancias. A pesar de algunos signos de recuperación observados, el país enfrenta importantes desafíos que requieren atención urgente.

En respuesta a esta situación financiera precaria, se ha incrementado el Impuesto al Valor Agregado (IVA) del 12 al 15%. Esta medida se presenta como parte de un proyecto de Ley Orgánica para Enfrentar el Conflicto Armado Interno; esto tendrá implicaciones significativas para la economía ecuatoriana y la población en general; las decisiones de emprender también se verían afectadas.

## 2 | Las condiciones del entorno y el emprendimiento en Ecuador



Una característica distintiva del Global Entrepreneurship Monitor es su enfoque en los emprendedores y no solo en sus emprendimientos. Por lo tanto, la decisión de emprender es crítica y personal, influenciada por numerosos factores, incluyendo su propia naturaleza, aptitudes, percepciones y actitudes, así como las de quienes los rodean y su entorno socioeconómico y político. El GEM examina muchos de estos factores que influyen en las decisiones de emprender; entre ellos, destaca aquellos del entorno social que apoyan positivamente a los emprendedores y las condiciones marco para emprender a nivel nacional.

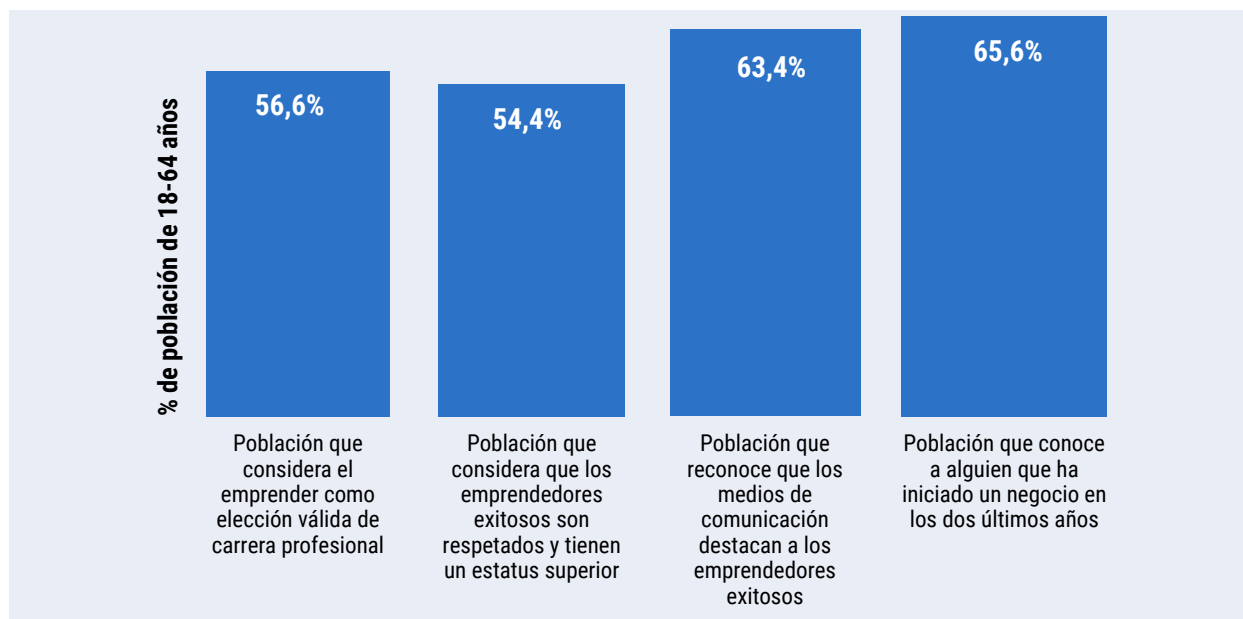
### 2.1 El entorno social

El GEM, a través de la Encuesta de Población Adulta (APS, por sus siglas en inglés), consulta la percepción de la población sobre el emprendimiento, los emprendedores y el panorama de negocios. Más del 50% de la población considera que emprender es una elección válida como carrera profesional; una proporción similar opina que los emprendedores exitosos son respetados y tienen un estatus elevado. Además, el 63.4% reconoce que los medios de comunicación destacan a los emprendedores exitosos, lo que contribuye a un entorno social favora-

ble para el emprendimiento. La difusión de los emprendimientos proporciona modelos a seguir, más allá de los cercanos; en cuanto a estos últimos, aproximadamente el 66% de la población conoce a alguien que ha iniciado un negocio en los últimos dos años. El conocimiento de emprendedores y la aceptación social del emprendimiento reflejan un entorno cultural favorable para el emprendimiento (ver figura 4).

**Figura 4**

*Entorno social en Ecuador*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

En este contexto, el 46.5% de la población en Ecuador cree que es fácil iniciar un negocio, y el 54% considera que habrá buenas oportunidades para hacerlo en los próximos seis meses<sup>1</sup>; esta percepción es compartida tanto por hombres como por mujeres en el país. En cuanto a las buenas oportunidades, el promedio regional es del 61.23%, con Guatemala y Venezuela alcanzando los valores más altos, un 71.85% y el 65.83% respectivamente. Panamá (52.46%) y Ecuador registraron los valores más bajos.

El 75% de los ecuatorianos se consideran capaces de crear un negocio, afirmando que tienen los conocimientos y habilidades necesarios para hacerlo, aunque este valor ha disminuido en comparación con 2019. Venezuela tiene el porcentaje más alto de la región, con un 84.07%. Ecuador está lige-

ramente por encima del promedio regional de un 73.89%. Además, un 56% de quienes no están involucrados en la creación de un negocio ni tienen uno en marcha, esperan iniciar uno en los próximos tres años. Las personas que perciben un entorno favorable para el emprendimiento y se consideran capaces de emprender son educadas; más del 50% tienen educación secundaria completa o estudios universitarios. También se observó que una proporción relativamente mayor de hombres, en comparación con las mujeres, tuvo apreciaciones positivas.

Sin embargo, el temor al fracaso representa una barrera para el emprendimiento (ver figura 5); el 38% de los ecuatorianos afirma que el miedo a fracasar les impediría emprender. Aunque esta cifra no es tan alta como en otros países de la región, como

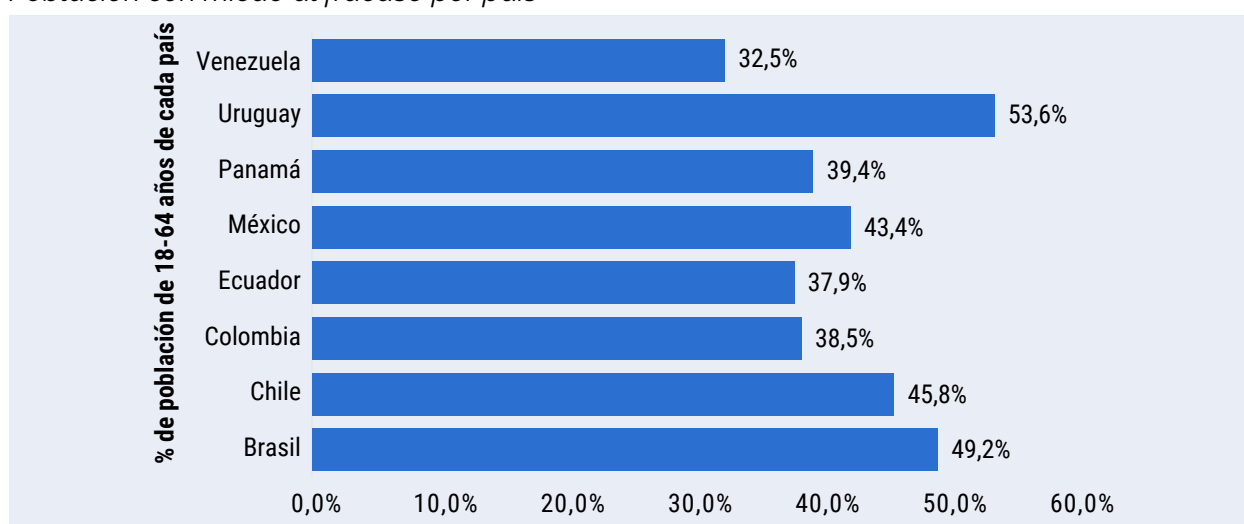
<sup>1</sup> La información fue recopilada durante los meses de mayo, junio y julio tanto para APS como para NES.

Uruguay, donde llega al 54%, el miedo a fracasar también afecta a quienes ven futuras oportunidades (32%) y a quienes tienen la intención de emprender próximamente

(33%). En Ecuador, esta proporción ha aumentado en comparación con 2019, cuando era del 35,80%.

**Figura 5**

*Población con miedo al fracaso por país*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

## 2.2 Las condiciones marco para el emprendimiento

Este entorno se evalúa consultando a 36 profesionales con experiencia en diversos ámbitos del ecosistema emprendedor de un país, como economía y finanzas, educación, mercado laboral, tecnología, y mer-

cados, entre otros. A estos profesionales se les denomina "expertos país" debido a su condición de informantes clave en este proyecto (ver tabla 1).

**Tabla 1**

*Perfil de expertos participantes en la NES*

|                                 |         |     |
|---------------------------------|---------|-----|
| <b>Participación por Sector</b> | Público | 27% |
|                                 | Privado | 73% |
| <b>Sexo</b>                     | Mujer   | 11  |
|                                 | Hombre  | 25  |
| <b>Edad promedio</b>            |         | 45  |

|                                              |                              |    |
|----------------------------------------------|------------------------------|----|
| <b>Educación</b>                             | Vocacional / profesional     | 1  |
|                                              | Universidad                  | 5  |
|                                              | Máster / doctorado           | 30 |
| <b>Años de experiencia en emprendimiento</b> |                              | 11 |
| <b>Especialización</b>                       | Emprendedor                  | 14 |
|                                              | Inversionista                | 5  |
|                                              | Gestor de políticas públicas | 16 |
|                                              | Servicios / apoyo a empresas | 21 |
|                                              | Educador / investigador      | 13 |
|                                              | Otro                         | 4  |
| <b>Total expertos</b>                        |                              | 36 |

**Fuente:** Encuesta Nacional a Expertos, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

La encuesta nacional a expertos, que complementa la información de la Encuesta de Población Adulta, incluye una serie de afirmaciones para cada una de las condiciones marco<sup>2</sup> enumeradas y explicadas

en la tabla 2. En 2023, se han añadido dos condiciones adicionales: una que evalúa las prácticas sostenibles y amigables con el ambiente, y otra que mide el apoyo a mujeres emprendedoras.

**Tabla 2**

*Resumen de las Condiciones Marco del Emprendimiento (EFC)*

|                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>A1 - Financiación empresarial:</b> hay fondos suficientes para nuevos negocios                                                      |
| <b>A2 - Facilidad de acceso a la financiación empresarial:</b> los fondos son de fácil acceso                                          |
| <b>B1 - Política gubernamental - apoyo y relevancia:</b> las políticas promueven y apoyan a los nuevos negocios                        |
| <b>B2 - Política gubernamental - impuestos y burocracia:</b> las nuevas empresas no están sobrecargadas                                |
| <b>C - Programas empresariales gubernamentales:</b> los programas de apoyo a la calidad están ampliamente disponibles                  |
| <b>D1 - Educación emprendedora en la primaria y secundaria:</b> las escuelas introducen las ideas emprendedoras                        |
| <b>D2 - Educación emprendedora a nivel universitario y profesional:</b> las universidades ofrecen cursos sobre cómo iniciar un negocio |
| <b>E - Transferencias de investigación y desarrollo:</b> la investigación se transfiere fácilmente a nuevos negocios                   |
| <b>F - Infraestructura comercial y profesional:</b> servicios de calidad disponibles y asequibles                                      |
| <b>G1 - Facilidad de entrada - dinámica del mercado:</b> los mercados son libres, abiertos y en crecimiento                            |
| <b>G2 - Facilidad de entrada - cargas y regulaciones:</b> las regulaciones alientan, no restringen la entrada de nuevas empresas       |
| <b>H - Infraestructura física:</b> de buena calidad, disponible y asequible                                                            |
| <b>I - Normas sociales y culturales:</b> fomentar y celebrar el espíritu emprendedor                                                   |

**Elaborado por:** Autores

<sup>2</sup> EFC: Entrepreneurial Framework Conditions

Las respuestas se registran en una escala Likert de 11 puntos, siendo 0 completamente falso, 5 ni verdadero ni falso, y 10 completamente verdadero. Se obtiene así un puntaje para cada condición que refleja el estado del país en cuanto al nivel de desarrollo del ámbito según la apreciación de los expertos. Los expertos además proveen su opinión sobre los factores que estarían impulsando la actividad emprendedora en cada país, y su recomendación para mejoras en el entorno local.

Para una mejor visualización del estado de una economía y permitiendo cierta comparación entre países, el GEM ha desarrollado el índice NECI. Este índice se obtiene del promedio simple de los puntajes en cada una de las condiciones marco. En

2023, el NECI para Ecuador es de 3.9, ligeramente por debajo del promedio de América Latina y el Caribe (4 puntos). En general, el desempeño de la región no es muy alentador, ya que el NECI de ninguno de los países participantes en GEM 2023 supera la media de la escala (5 puntos), siendo Chile el país que más se aproxima con un puntaje de 4.6. Esto indica que los ecosistemas de emprendimiento en los países de la región están en desarrollo y aún no están consolidados o maduros. A continuación, examinaremos las condiciones marco con mayor profundidad para identificar fortalezas y debilidades, así como algunas sugerencias o recomendaciones proporcionadas por los expertos.

### 2.2.1. El entorno en Ecuador y la región

En comparación con años anteriores, la infraestructura física se destaca como superior, una tendencia compartida con la mayoría de los países de América Latina y el Caribe en 2023 (ver tabla 3). Uruguay y Chile son notables en este aspecto, mientras que Ecuador logró un puntaje de 6.27. En educación, la formación en primaria y secundaria sigue siendo una debilidad significativa,

aunque la educación profesional y de nivel superior muestra mejoras, con Ecuador obteniendo 4.78, aunque este puntaje es menor que en años previos. La puntuación regional para este aspecto se sitúa en torno a 5. Respecto a la infraestructura comercial y profesional, Ecuador alcanza un puntaje de 4.39.

**Tabla 3**

*Evaluación de los ecosistemas de países latinoamericanos seleccionados*

| EFC                                                      | Ecuador | Colombia | Venezuela | Chile | Argentina | Uruguay |
|----------------------------------------------------------|---------|----------|-----------|-------|-----------|---------|
| A1 - Apoyo financiero: suficiencia                       | 2.89    | 3.18     | 1.88      | 3.75  | 3.38      | 3.34    |
| A2 - Apoyo financiero: facilidad de obtención            | 3.53    | 3.06     | 2.15      | 4.04  | 3.02      | 3.67    |
| B1 - Políticas concretas, prioridad y apoyo del Gobierno | 3.05    | 3.09     | 1.37      | 3.82  | 1.97      | 3.42    |
| B2 - Políticas gubernamentales burocracia, impuestos     | 4       | 3.61     | 1.09      | 5.97  | 2.19      | 4.6     |

| EFC                                                                                                                 | Ecuador | Colombia | Venezuela | Chile | Argentina | Uruguay |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------|-----------|-------|-----------|---------|
| C - Programas gubernamentales                                                                                       | 3.15    | 4.41     | 1.97      | 5.13  | 3.44      | 5.4     |
| D1 - Nivel de estudios en Primaria y Secundaria                                                                     | 2.98    | 2.81     | 2.13      | 2.67  | 2.64      | 2.39    |
| D2 - Nivel de formación profesional, universitaria y empresarial                                                    | 4.78    | 5.66     | 5.12      | 4.96  | 5.19      | 5.23    |
| E - Transferencia de I+D                                                                                            | 2.64    | 3.2      | 2.1       | 3.65  | 2.83      | 4.18    |
| F - Infraestructura comercial y profesional                                                                         | 4.39    | 4.57     | 3.61      | 4.84  | 4.71      | 5.34    |
| G1 - Dinámica del mercado interior                                                                                  | 4.36    | 4.37     | 7.03      | 4.27  | 6.55      | 2.68    |
| G2 - Apertura de Mercado                                                                                            | 3.78    | 4.19     | 3.02      | 4.15  | 4.07      | 4.23    |
| H - Infraestructura física y de servicios                                                                           | 6.27    | 5.95     | 4.36      | 7.23  | 5.74      | 7.67    |
| I - Normas sociales y culturales                                                                                    | 5.13    | 5.35     | 5.66      | 5.59  | 4.36      | 4.4     |
| Percepción sobre el grado de prioridad asignado a las buenas prácticas de contenido social                          | 5.01    | 5.23     | 4         | 5.74  | 5.43      | 5.76    |
| Percepción sobre el grado de prioridad asignado a los resultados económicos en las nuevas empresas y en crecimiento | 4.17    | 4.31     | 3.55      | 4.64  | 3.7       | 4.75    |
| Percepción sobre el grado de prioridad asignado a las buenas prácticas medioambientales                             | 4.4     | 4.66     | 3.46      | 5.31  | 5.39      | 5.76    |
| Percepción sobre el grado de prioridad asignado a la sostenibilidad por los nuevos negocios                         | 5.5     | 6.3      | 4.09      | 6.07  | 5.05      | 5.5     |
| Percepción sobre el grado de prioridad asignado a la sostenibilidad empresarial por el gobierno                     | 3.1     | 5.12     | 1.36      | 4.59  | 2.85      | 4.99    |
| Percepción del nivel de apoyo a la iniciativa empresarial de las mujeres en términos de servicio                    | 3.22    | 3.41     | 2.61      | 3.43  | 3.46      | 3.64    |
| Percepción de la accesibilidad de recursos (como financiación y mercados)                                           | 4.97    | 5.14     | 4.16      | 5.26  | 4.83      | 4.81    |

**Fuente:** Encuesta Nacional a Expertos, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

## 2.3 Fortalezas y debilidades

En 2023, solo dos ámbitos sobresalen como facilitadores del emprendimiento: la infraestructura física y de servicios, junto con las normas sociales y culturales. Esto

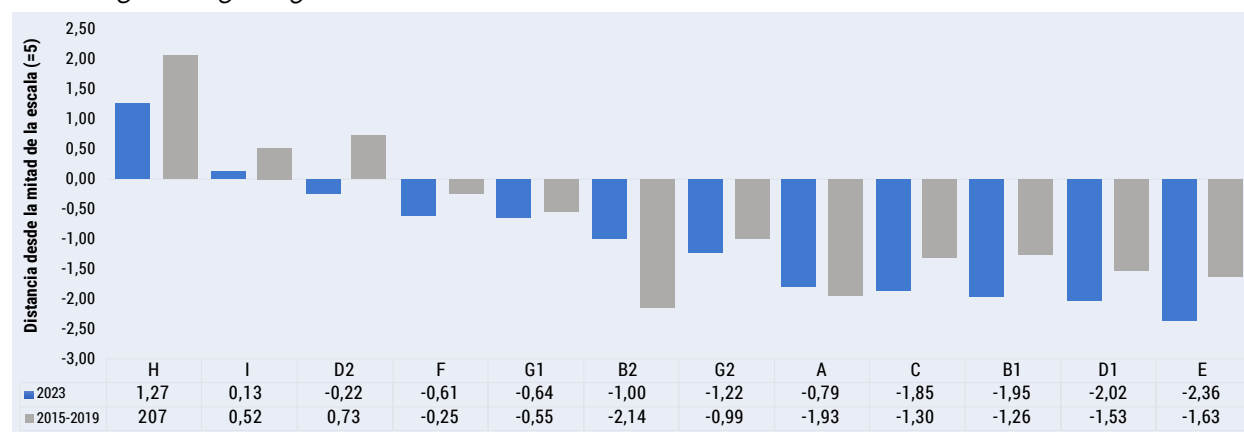
marca una diferencia significativa respecto a 2019, cuando la educación empresarial post bachillerato y la educación superior eran consideradas como relativas fortale-

zas. Como se ilustra en la figura 6, prácticamente todas las condiciones marco han experimentado un deterioro en 2023 en

comparación con el promedio del periodo 2015-2019.

**Figura 6**

*EFC 2023 vs 2015-2019*



**Fuente:** Encuesta Nacional a Expertos, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

En 2023 se consultó además la percepción de los expertos sobre la prioridad que darían los emprendedores a las prácticas sostenibles en la gestión de sus negocios, así como también la perspectiva del gobierno. Sus respuestas revelan la percepción de una prioridad moderada, los emprendedores asignan mayor peso a la responsabilidad social que a la ambiental. Se percibe además que la sostenibilidad empresarial no es una prioridad para el gobierno. Se evaluó también la favorabilidad del entorno para las emprendedoras, encontrando que su acceso a recursos y servicios aún son débiles.

Un estudio reciente sobre el ecosistema de emprendimiento femenino en Ecuador (Amaya et al., 2023), reveló la influencia de la educación de las emprendedoras en el acceso a recursos, encontrando que aquellas más educadas estaban en una posición más favorable. En 2023, el factor correspondiente a educación no ha obtenido buena puntuación, y aquí se requeriría un esfuerzo particular para asegurar participación de mujeres en instancias educativas en temas pertinentes al emprendimiento y la gestión, en diversos niveles.

### 2.3.1. Fortalezas

Además de las puntuaciones obtenidas en las condiciones marco para el emprendimiento de la Encuesta Nacional de Expertos, ellos contribuyeron con algunos

factores que, según su criterio, impulsan el emprendimiento en Ecuador. Entre estos factores se encuentran: el mejoramiento de la capacidad para emprender debido

al desarrollo del ecosistema emprendedor con la consolidación de redes y clústeres, y el crecimiento gradual de startups tecnológicas; el respaldo del sector privado y el aumento de emprendedores jóvenes, así como la transformación digital. Aunque no sea una fortaleza del ecosistema, el desempleo y subempleo también se consideraron

como impulsores del emprendimiento; esto se evidencia en los niveles elevados de emprendimiento motivados por "ganarse la vida porque los empleos son escasos". En 2023, el 90.84% de los emprendedores incluidos en la TEA tuvo esta motivación, una situación que será analizada más adelante en este informe.

### 2.3.1.1. Normas sociales y culturales 5.13

En este contexto, resalta la apreciación del logro alcanzado mediante esfuerzo propio y la importancia de la iniciativa individual. Esto guarda cierta similitud con lo mencionado respecto a la aceptación de los emprendedores exitosos que se dis-

cutió en el análisis del entorno social. En la mayoría de los países de América Latina y el Caribe, prevalece un entorno social que muestra un nivel moderadamente favorable hacia el emprendimiento.

### 2.3.1.2. Infraestructura física y de servicios

Se aprecia un adecuado acceso a servicios de comunicaciones e internet a precios asequibles, al igual que en el caso de los servicios básicos. Sin embargo, la evaluación de la infraestructura vial no fue tan

positiva como en años anteriores. En otro ámbito, aunque es fácil encontrar espacios para oficinas, no sucede lo mismo para la producción o manufactura de pequeñas empresas.

## 2.3.2. Debilidades

Las condiciones del entorno más débiles fueron apoyo financiero y transferencia de I+D.

El contexto financiero en la región del GEM 2023, incluyendo Ecuador, es desfavorable para los emprendedores debido a la falta de capital propio y acceso limitado a financiamiento como ofertas públicas, *crowdfunding* e inversores ángeles, así

como insuficientes subvenciones para nuevas empresas. Además, existen problemas en la transferencia de I+D debido a altos costos de tecnología y falta de apoyo gubernamental. Las políticas gubernamentales muestran apoyo insuficiente, aunque destacan la eficiencia en el registro de empresas, con impuestos y trámites como barreras.

### 2.3.2.1. *Apoyo financiero*

Esta condición marco es desfavorable en todos los países de la región que participaron en el GEM 2023. Para Ecuador a

continuación analizamos dos aspectos del apoyo financiero: la suficiencia de recursos y el acceso a los recursos.

### 2.3.2.2. *Suficiencia de recursos /apoyo*

Principalmente, refleja la carencia de capital propio por parte de los emprendedores, la falta de acceso a financiamiento a través de ofertas públicas iniciales, crow-

dfunding e inversores ángeles. Asimismo, se percibe una insuficiencia en las subvenciones destinadas a empresas nuevas y en proceso de crecimiento.

### 2.3.2.3. *Obtención de recursos*

Se evidencia la falta de opciones de financiamiento disponibles para emprendedores en sus etapas iniciales. Se confirma que, en su mayoría, los emprendedores dependen del apoyo financiero de familiares y amigos en estas fases tempranas. Sin embargo, los expertos señalan que, en etapas más avanzadas de los emprendimientos, se

está gestando un entorno financiero más favorable. Esto se debe a la promoción de capital de riesgo y capital privado a través de la Asociación Ecuatoriana de Capital Privado (ECUACAP), así como la participación de entidades privadas destacadas como AEI, Endeavor y otros fondos de inversión.

### 2.3.2.4. *Transferencia de I+D*

En este ámbito, se identifican problemas de acceso y costo de la tecnología, una ineficaz transferencia para pequeñas empresas desde las universidades y centros de investigación, y la falta apoyo gubernamental para facilitar la inversión en

tecnología. Consideran que los científicos no tienen apoyo ni incentivos para la explotación de sus desarrollos por la vía de creación de empresas (*spin-off*). En la mayoría de los países de la región, esta condición se evalúa desfavorablemente.

### 2.3.2.5. *Políticas de gobierno*

Esta área ha seguido siendo una debilidad, indicando un respaldo gubernamental insuficiente para los emprendedores. No obstante, se destaca la eficiencia y economía en el registro de empresas; sin embar-

go, los impuestos, trámites para permisos y licencias todavía se perciben como obstáculos significativos. Chile sobresale como el país con el entorno más propicio en esta

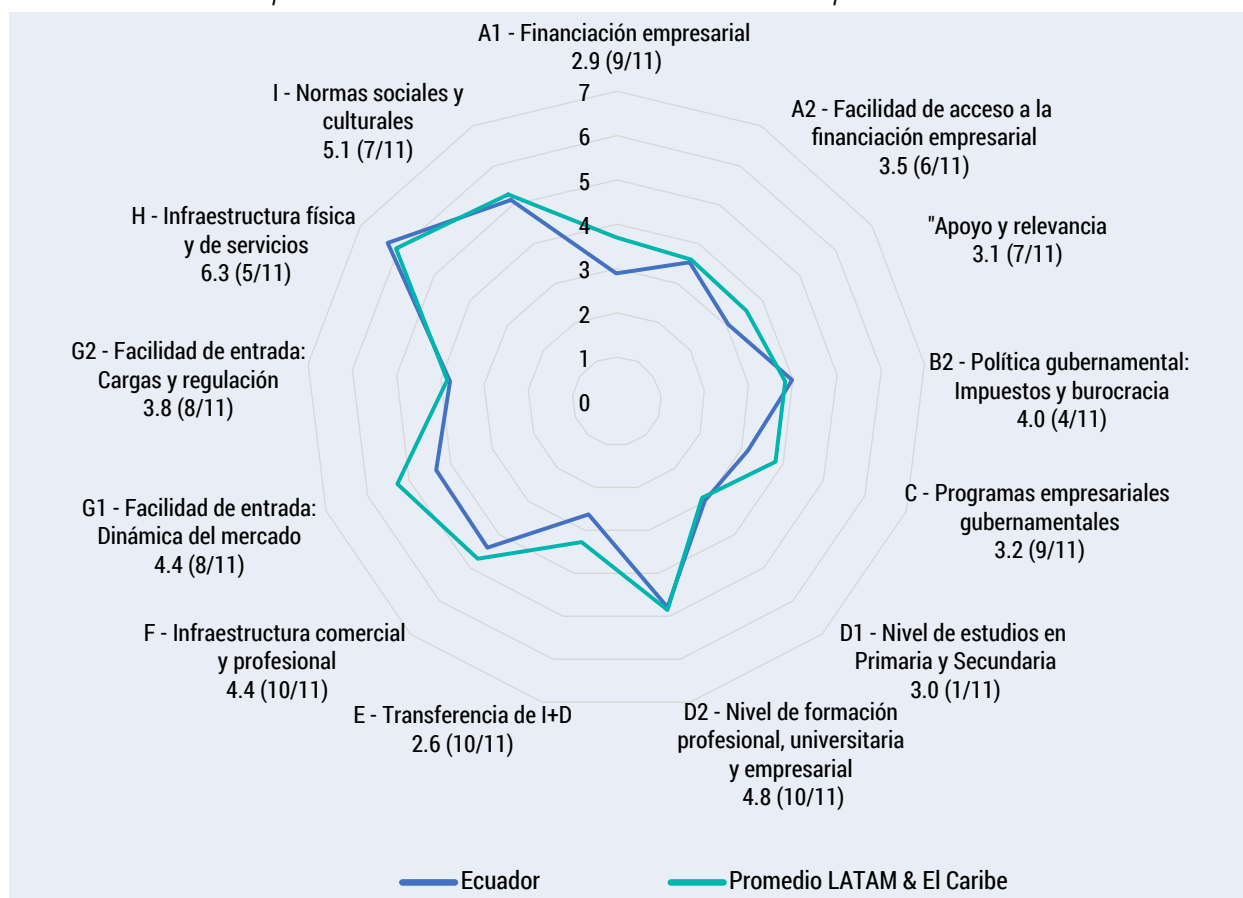
área en comparación con otros países de la región (consultar tabla 3).

Por otro lado, los expertos ecuatorianos ven algunos puntos positivos en la política gubernamental, como la firma de tratados de libre comercio y la simplificación de los

procesos tributarios. La figura 7 presenta un resumen de los hallazgos para el conjunto de condiciones marco del emprendimiento evaluadas en Ecuador, contrastándolos con el promedio regional.

**Figura 7**

*Valoración de los expertos sobre las condiciones del marco emprendedoras*



**Fuente:** Encuesta Nacional a Expertos, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

### 2.3.3. Recomendaciones de mejora

Los expertos identifican diversas oportunidades de mejora en el desarrollo de la capacidad emprendedora, enfocadas en educación y entrenamientos. También sugieren un mayor apoyo financiero en las

etapas iniciales mediante el capital semilla, mencionando incentivos dirigidos al sector privado. En cuanto a las políticas públicas y los programas de gobierno, plantean mejoras en la seguridad física y jurídica del país,

así como en el marco legal para la apertura y cierre de negocios, también abordando temas relacionados con los impuestos. Además, proponen una participación más activa de los gobiernos locales y la definición clara de qué tipos de emprendimientos se necesitan en el país (sectores, tamaño, mercado, etc.). El acceso a información y mejoras en la transferencia de I+D también surgieron como áreas de oportunidad para mejorar.

En resumen, el entorno tiene un impacto significativo tanto en las decisiones de emprender como en el desarrollo y éxito de los negocios. El entorno social, que abarca percepciones de la población y actitudes hacia los emprendedores, otorga legiti-

dad a la actividad emprendedora, lo que la facilita. Similarmente, la condición marco de "normas sociales y culturales" también influye, aunque de manera más específica, en la autonomía y responsabilidad del emprendedor, su capacidad para asumir riesgos y su creatividad. Las demás condiciones marco del emprendimiento actúan como factores habilitantes para la creación o el crecimiento de los negocios. Sin embargo, en estos últimos aspectos que reflejan el entorno sociopolítico y cultural de Ecuador, persisten debilidades que han existido a lo largo del tiempo y han impedido un verdadero despegue de los emprendimientos, y, en consecuencia, la realización de su potencial impacto en la economía del país.



### 3 | Emprendimiento en Ecuador

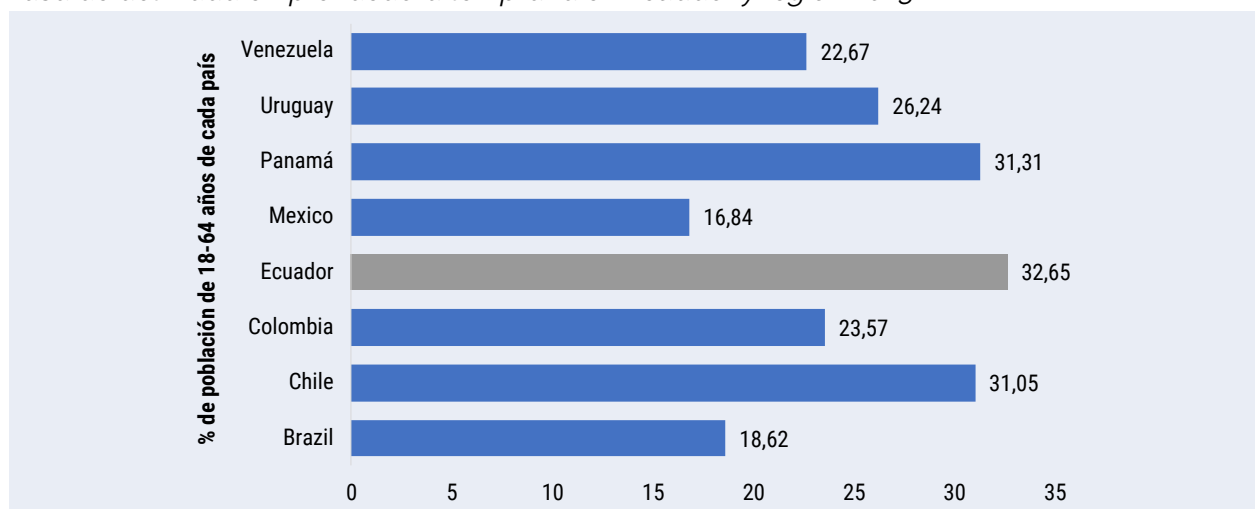
El emprendimiento desempeña un papel fundamental en el desarrollo de las naciones, especialmente en países en vías de desarrollo como Ecuador, donde contribuye a la creación de productos y servicios que fortalecen la cadena de suministro en diversos sectores económicos. Por ello, es crucial comprender las percepciones y desafíos de los emprendedores, el entorno en el que desarrollan su actividad, el contexto nacional y las etapas del proceso emprendedor.

La Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) es uno de los indicadores más utilizados para analizar la dinámica emprendedora de los países. La TEA abarca tanto a los emprendedores nacientes como a los nuevos. Los emprendedores nacientes son adultos de entre 18 y 64 años que planean iniciar un negocio o ya lo han iniciado, pero aún no han podido pagar sueldos o salarios por más de tres meses. Por otro lado, los emprendedores nuevos son aquellos que tienen negocios que no superan los 42 meses de existencia, pero que ya han pagado sueldos y salarios por más de tres meses.

Como se muestra en la figura 8, en 2023 Ecuador registró una TEA del 32.7%. Esto significa que aproximadamente 3.3 millones de habitantes estuvieron involucrados en la creación y puesta en marcha de un negocio; en otras palabras, más de 3 de cada 10 adultos ecuatorianos estaban empezando o gestionando un negocio.

**Figura 8**

*Tasa de actividad emprendedora temprana en Ecuador y región 2023*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

La TEA 2023 es inferior a la obtenida en 2019, que fue de 36.2%; esta disminución en la actividad emprendedora temprana se origina en la reducción de los emprendedores nacientes, como se detalla en la tabla 4.

**Tabla 4**

*Comparativa de etapas 2019 vs 2023*

| Etapas   | 2019   | 2023   |
|----------|--------|--------|
| Naciente | 26.90% | 20.84% |
| Nuevo    | 10.80% | 12.95% |

**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

A diferencia de la tendencia histórica observada durante el período 2015-2019, cuando la Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) mantuvo un crecimiento sostenido, en 2023 se ha notado una disminución en el número de personas que planean iniciar un negocio, aunque se observa una mejora en la proporción de emprendedores nuevos.

En 2023, los países de América Latina exhiben las tasas más altas de actividad emprendedora temprana, con un promedio de TEA de un 25.76%, y Ecuador lidera la región con la mayor TEA. Sin embargo, el comportamiento de los países no ha sido uniforme; por ejemplo, Chile muestra una TEA del 31.05%, superior al 27% registrado en 2022, mientras que Brasil presenta una TEA del 18.62%, inferior al año anterior. Este cambio en el crecimiento de la actividad emprendedora en la región puede explicarse por las dificultades atravesadas durante la pandemia, los escenarios políticos complicados en la región y los efectos de la invasión de Rusia a Ucrania (Zahra, 2022).

### 3.1 Etapas del proceso de emprender

El GEM conceptualiza el emprendimiento como un proceso compuesto por distintas fases, desde la concepción y la puesta en marcha, hasta la etapa cuando un negocio está totalmente establecido. El emprendedor transita por estas fases de acuerdo con la madurez de su negocio:

- **Potencial.** – El emprendedor potencial corresponde a la proporción de la población adulta entre 18 y 64 años que percibe que en los próximos seis

meses se darán las condiciones necesarias y/o las oportunidades para crear un negocio.

- **Intencional.** – Esta etapa representa la intención de emprender correspondiente a la proporción de la población adulta entre 18 y 64 años que espera iniciar un negocio en los siguientes tres años.
- **Naciente.** – Etapa que recoge a los emprendedores nacientes, propor-

ción de adultos entre 18 y 64 años, que han implementado alguna actividad específica para crear de un nuevo negocio, pero solo han pagado sueldos y salarios por un periodo menor a los tres meses.

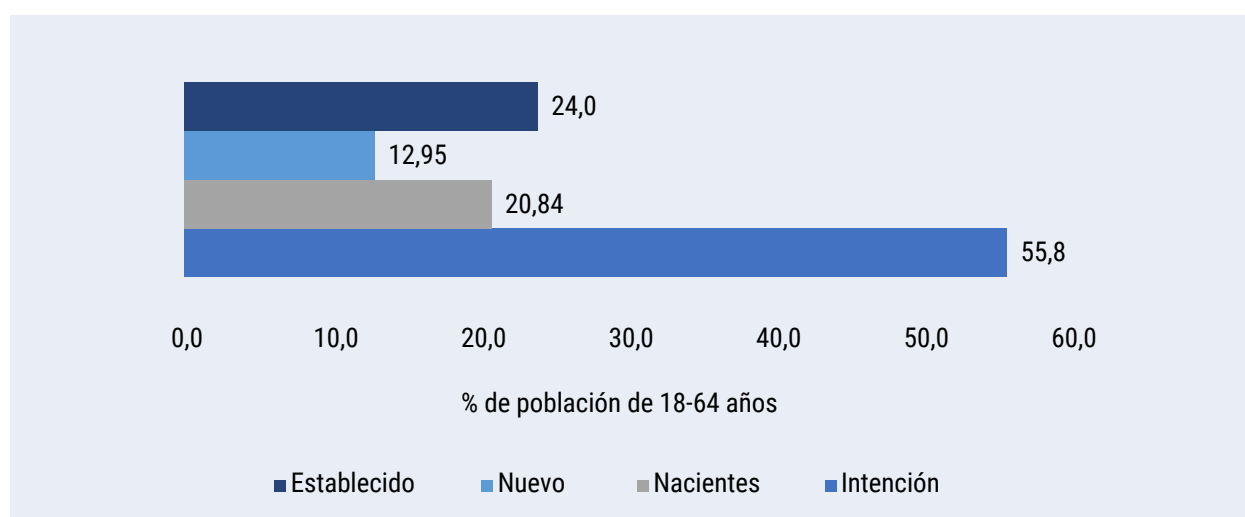
- **Nuevo.** – Fase que recoge a los emprendedores nuevos, correspondiente a la proporción de la población adulta entre 18 y 64 años, que ha logrado superar el umbral de los tres

meses pagando sueldos, pero que están operando menos de 42 meses.

- **Establecido.** – Corresponde a los empresarios cuyos negocios han superado los 42 meses (EBO<sup>3</sup>)
- **Descontinuación.** – Esta etapa refleja la terminación o cierre de los negocios. Corresponde a la proporción de la población adulta cuyos negocios, por diversos motivos, no han operado en los últimos 12 meses.

**Figura 9**

*Etapas de la actividad emprendedora en Ecuador*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

En 2023, más del 55.8% de la población expresó su deseo de emprender en los próximos tres años, superando el promedio de América Latina que fue del 46.30%. En cuanto a los emprendedores nacientes, Ecuador registró una tasa del 20.84%, por encima del promedio regional que fue

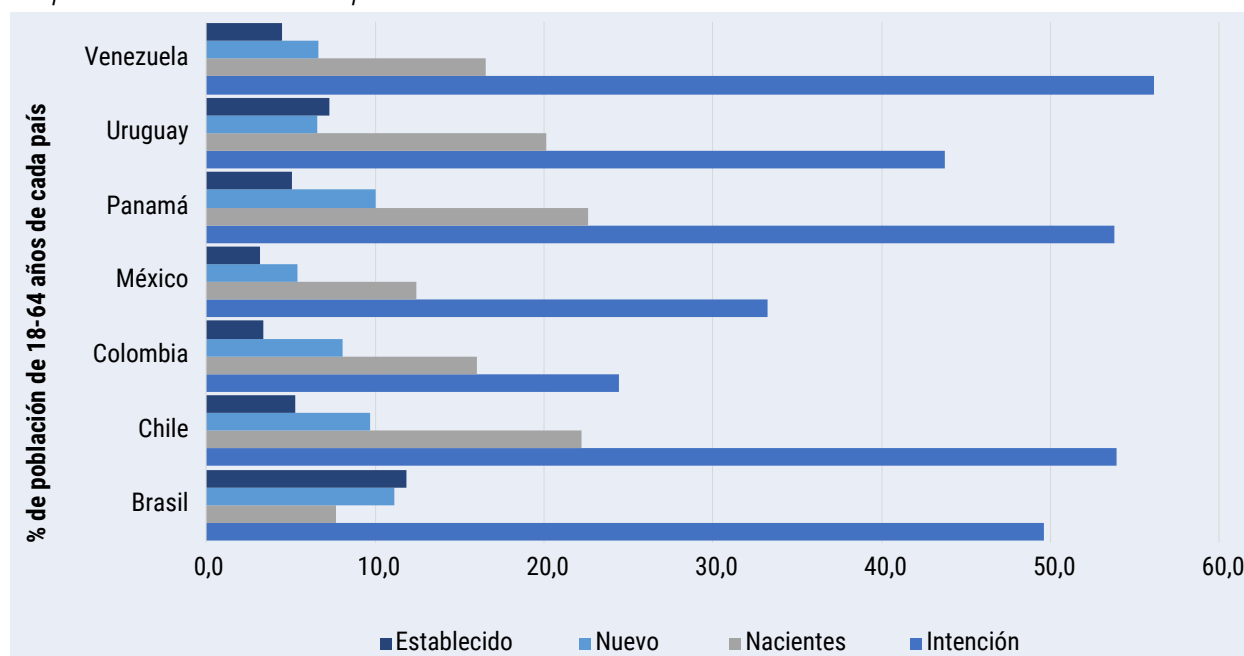
del 17.55%, aunque Panamá (22.60%) y Chile (22.20%) superaron este porcentaje. Los emprendedores nuevos representaron un 12.95%, también por encima del promedio regional del 8.80%, lo que muestra una brecha persistente entre los negocios en etapa inicial y los establecidos. Durante el perio-

do 2015-2019, la tasa histórica de emprendimientos nuevos fue del 10.53%, mientras que para emprendedores nacientes fue del 23.5%, más del doble. Ecuador y Brasil destacan con las tasas más altas de emprendimientos nuevos, con un 11.10%, mientras que México muestra la tasa más baja, con un 5.40%. Los resultados detallados para Ecuador y otros países de América Latina se pueden ver en las figuras 9 y 10.

En Ecuador, también se observó un incremento en la proporción de propietarios de negocios establecidos, alcanzando el 23.98% en 2023, frente al promedio del periodo 2015-2019, que fue del 14.78%. En América Latina y el Caribe, la proporción promedio de propietarios de negocios establecidos llegó al 8.37% de la población adulta en el año 2023.

**Figura 10**

*Etapas de la actividad emprendedora en América Latina*



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

Elaborado por: Autores

### 3.1.1. Emprendimientos independientes y patrocinados

El GEM también distingue entre los propietarios de negocios nacientes y nuevos que operan de forma autónoma o independiente, y aquellos cuyos negocios son respaldados mediante la propiedad compartida. En Ecuador, el 24.18% de la población adulta manifiesta su intención de empre-

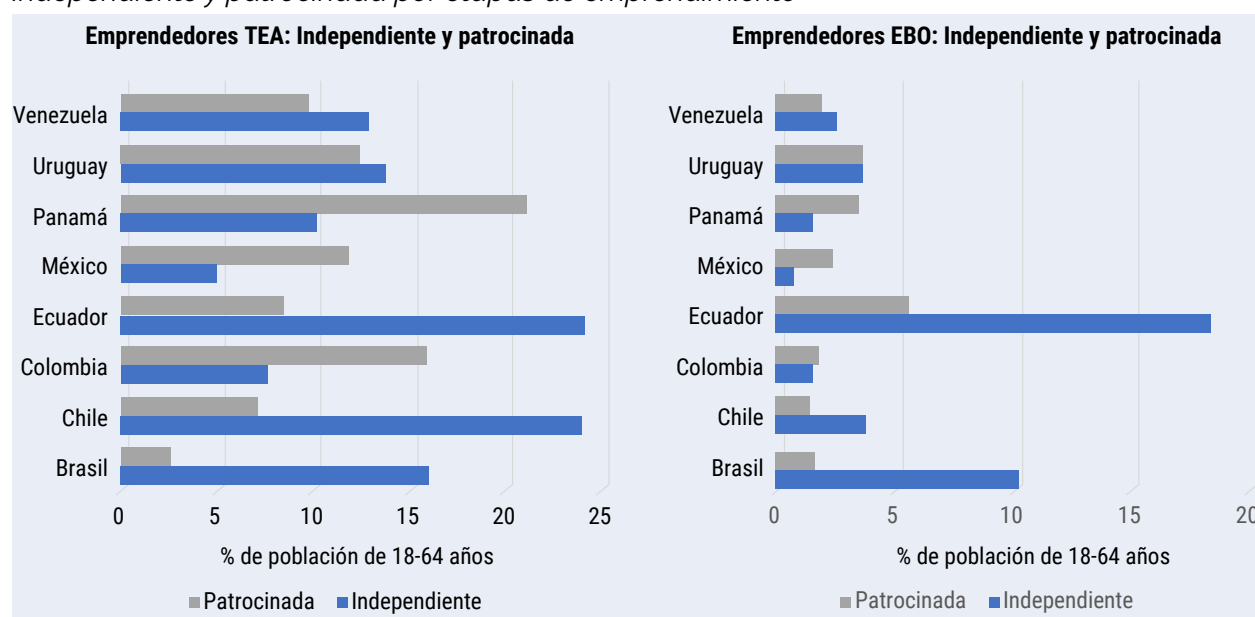
der de manera independiente, mientras que el 8.48% indica emprender con algún tipo de apoyo o patrocinio. En términos de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), la proporción de emprendimientos independientes (74%) supera a los emprendimientos patrocinados (26%).

La tasa promedio de emprendimiento independiente para América Latina y el Caribe se sitúa en el 15.78%, mientras que el emprendimiento patrocinado alcanza el 9.99%. En general, el emprendimiento independiente es la norma en la región. Entre los propietarios de negocios establecidos, el

18.38% indica haber emprendido de forma independiente, en contraste con el 5.61% que lo hizo con patrocinio. Ecuador supera la tasa promedio regional tanto para negocios establecidos independientes como patrocinados, como se puede observar en la figura 11.

**Figura 11**

*Independiente y patrocinada por etapas de emprendimiento*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

### 3.2 Sectores económicos de los emprendimientos

El tipo de industria en la que los emprendedores inician sus negocios está influenciado, en parte, por la naturaleza predominante de la actividad económica en cada región. Algunas economías se orientan hacia sectores que aprovechan recursos naturales, mientras que otras se centran en servicios relacionados con el conocimiento, lo que da lugar a patrones regionales claros. En América Latina, alrededor del 50% de los emprendedores se involucran en

actividades de comercio al por mayor o al por menor. En el caso de Ecuador, como se muestra en la tabla 5, el 75.01% de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) se encuentra en el sector de actividades orientadas al consumo, especialmente en el comercio, en comparación con los negocios establecidos que representan el 61.35%. Además, las actividades de alojamiento y servicios de comida han ganado relevancia, convirtiéndose en la segunda actividad

más común entre los emprendedores. Los emprendedores en etapas tempranas, nacientes y nuevos también incursionan en actividades extractivas como la agricultura

y la manufactura, aunque los negocios establecidos tienen una mayor presencia en estos dos últimos sectores, con un 17.14% y un 18.84%, respectivamente.

**Tabla 5**

*Sector de los emprendedores por etapa emprendedora (%) – Ecuador 2023*

| Sector                                                                                                                                                    | Nacientes | Nuevos | TEA   | Establecidos |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|-------|--------------|
| <i>Actividades extractivas</i><br>(Agricultura, minería, pesca y silvicultura)                                                                            | 6.86      | 9.53   | 7.53  | 17.14        |
| <i>Actividades Transformadoras</i><br>(Construcción, Manufactura, transporte, comunicación, servicios básicos y logística)                                | 15.00     | 11.65  | 13.74 | 18.84        |
| <i>Actividades orientadas a negocios</i><br>(Finanzas, seguros, inmobiliarias y todos los servicios a los negocios)                                       | 4.06      | 2.82   | 3.72  | 2.67         |
| <i>Actividades orientadas al consumo</i><br>(Comercio, educación, salud, alojamiento, entretenimiento, restaurantes, compra y mantenimiento de vehículos) | 74.09     | 75.97  | 75.01 | 61.35        |

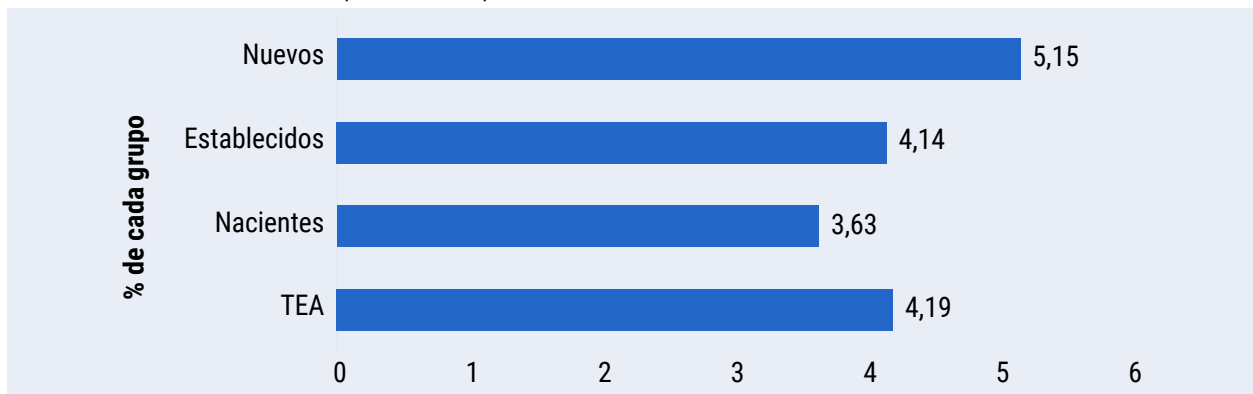
**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

### 3.2.1. Emprendimiento y sostenibilidad

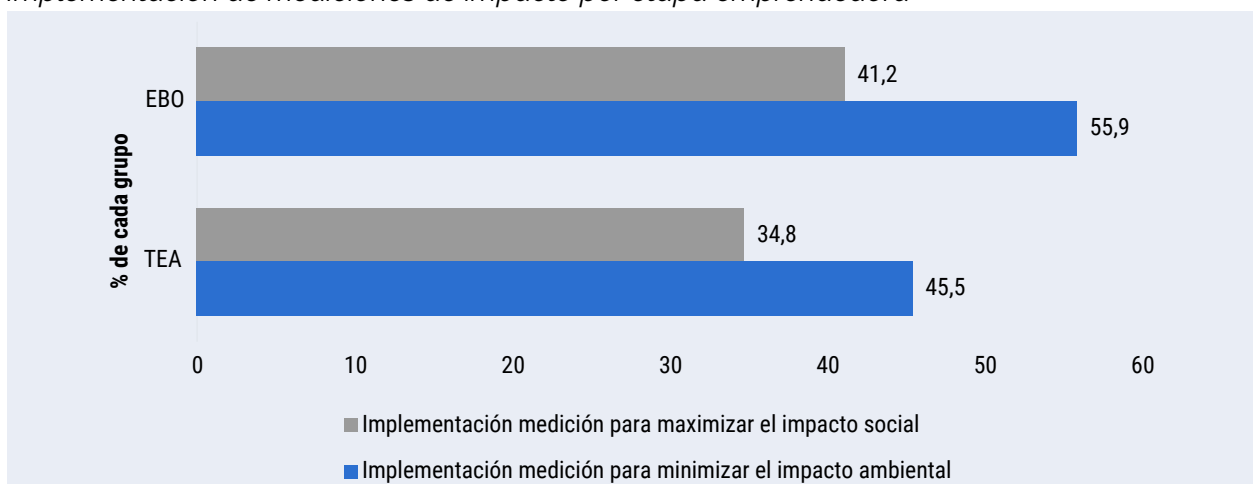
A nivel mundial, el cambio climático ha generado transformaciones en los hábitos de vida, consumo y producción, acompañado de una mayor sensibilización sobre la pobreza y la importancia de construir una sociedad más inclusiva. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas reflejan la urgencia de abordar estos desafíos globales, lo que ha modificado la dinámica del entorno empresarial y ha generado una mayor con-

ciencia tanto entre emprendedores como consumidores. En línea con esta realidad global, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) exploró en 2023 el nivel de conocimiento que tienen los emprendedores acerca de los ODS y cómo consideran estos objetivos en sus iniciativas. Según se indica en la figura 12, se observó que el 5.15% de los emprendedores nuevos y el 3.63% de los nacientes están familiarizados con los diecisiete ODS.

**Figura 12***Conocimiento de los ODS por los emprendedores***Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023**Elaborado por:** Autores

Los datos revelan que el 60.75% de los propietarios de negocios consolidados han avanzado significativamente en la identificación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fundamentales para sus operaciones, así como en la ejecución de acciones para generar impacto a través de sus negocios, en comparación con los emprendedores nacientes (52.73%). Además, el 55.90% de los propietarios de negocios

priorizan la minimización del impacto ambiental por encima de la rentabilidad, una proporción que es menor entre los emprendedores nacientes (45.50%). Como se puede apreciar en la figura 13, los propietarios de negocios consolidados muestran un mayor compromiso en la implementación de medidas para evaluar el impacto ambiental y social de sus operaciones.

**Figura 13***Implementación de mediciones de impacto por etapa emprendedora***Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023**Elaborado por:** Autores

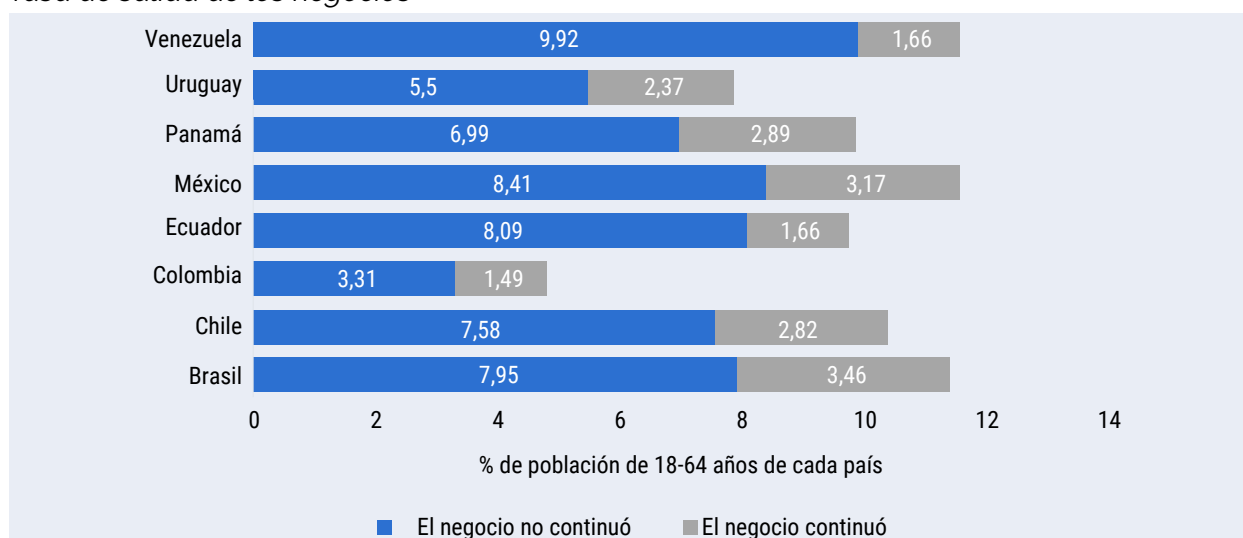
### 3.3 Motivos de cierre de los negocios

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) también analiza el porcentaje de adultos o emprendedores que han cerrado, vendido o detenido una actividad empresarial en el último año. Como se muestra en la figura 14, Ecuador presenta una tasa de salida del 9.75%, ligeramente superior al promedio regional del 9.66%. Esta tasa se compone del 8.09% de la población activa que cerró su negocio y el 1.66% que ya no está en el negocio, pero cuyas operaciones

no se han cerrado por completo. Chile, Venezuela, Brasil y México muestran tasas de salida más altas que Ecuador, con tasas de un 10.40%, 11.58%, 11.41% y un 11.58%, respectivamente. En cuanto a los emprendedores que forman parte de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), el 10.63% cerró un negocio que sigue en funcionamiento, mientras que el 6.7% cerró un negocio que no continuó operando, lo que da como resultado una tasa de salida del 17.33%.

**Figura 14**

*Tasa de salida de los negocios*

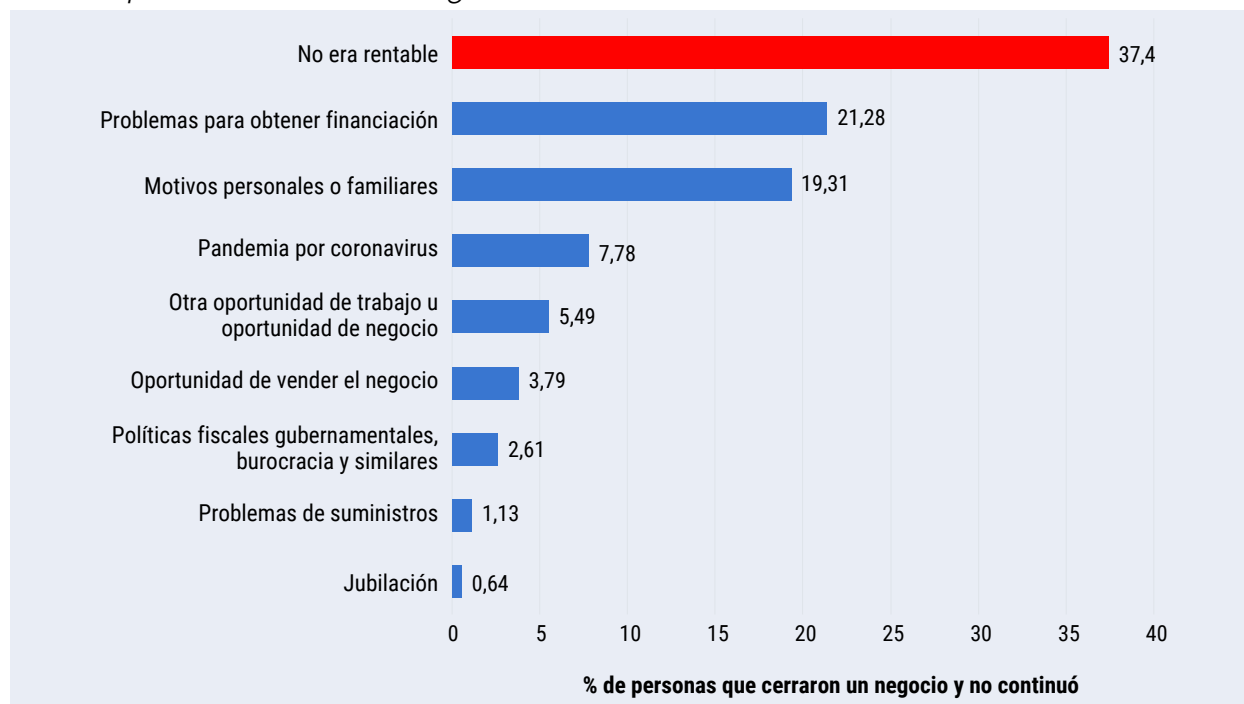


**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

En 2023, las principales razones de salida de negocios fueron la falta de rentabilidad (37.40%), la falta de financiamiento (21.38%), y problemas personales (19.31%). La figura 15 muestra estas razones para Ecuador; el porcentaje de discontinuidad de negocios debido a la pandemia fue de

un 11.88% en la región, mientras que en Ecuador fue del 7.78%. Las mayores afectaciones se observaron en Uruguay (16.64%), Brasil (15.06%), y Panamá (15.79%), y las menores en Colombia (6.76%) y Ecuador. En general, los motivos de salida se mantuvieron similares en comparación con 2019.

**Figura 15***Razones para discontinuar un negocio en Ecuador.***Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023**Elaborado por:** Autores

A pesar del cierre de sus negocios, el 38.95% de los emprendedores que tuvieron que discontinuar sus actividades indican que tienen la intención de emprender nuevamente en los próximos tres años. En esta línea, el 4.83% de los emprendedores que cerraron un negocio proporcionaron fondos

a terceros para iniciar un nuevo proyecto, y el 14.82% de aquellos cuyo negocio continuó operando sin ellos también proveyeron fondos para iniciar una nueva empresa. Esto demuestra la resiliencia de los emprendedores ecuatorianos y su perseverancia en el proceso emprendedor.

### 3.4 El impacto de la pandemia COVID-19 sobre la actividad emprendedora - TEA y negocios establecidos

Con el objetivo de indagar más sobre el impacto de la pandemia de COVID-19 en la actividad emprendedora, se consultó también sobre las dificultades que enfrentaron los emprendedores para crear una empresa, expectativas de crecimiento, oportunidades de negocio que emergieron con la pandemia, y finalmente, el uso de tecnolo-

gías digitales para la comercialización de sus productos o servicios.

Como se muestra en la tabla 6, los emprendedores perciben una alta dificultad para emprender (67.85%) con relación al año anterior, superior al promedio de la región de 59.19%.

**Tabla 6**

*Dificultad para iniciar un negocio con respecto al 2022*

| PAÍS      | TEA (%) | NEGOCIOS ESTABLECIDOS (%) |
|-----------|---------|---------------------------|
| Brasil    | 45.04   | 51.52                     |
| Chile     | 68.05   | 71.31                     |
| Colombia  | 48.42   | 59.18                     |
| Ecuador   | 67.85   | 82.79                     |
| México    | 43.27   | 44.57                     |
| Panamá    | 56.48   | 61.23                     |
| Uruguay   | 45.12   | 51.93                     |
| Venezuela | 48.81   | 51.84                     |

**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

En Ecuador, el 42.13% de los emprendedores y el 57.19% de los propietarios de negocios establecidos perciben bajas expectativas de crecimiento, según se muestra en la Tabla 7 para varios países de Amé-

rica Latina. Estas expectativas en Ecuador superan el promedio regional de un 27.19% y el 37.45% respectivamente, tanto para emprendedores como para propietarios de negocios establecidos.

**Tabla 7**

*Bajas expectativas de crecimiento*

| País      | TEA (%) | Negocios establecidos (%) |
|-----------|---------|---------------------------|
| Brasil    | 30.28   | 34.86                     |
| Chile     | 27.51   | 57.81                     |
| Colombia  | 22.42   | 20.82                     |
| Ecuador   | 42.13   | 57.59                     |
| México    | 23.58   | 28.1                      |
| Panamá    | 28.61   | 37.13                     |
| Uruguay   | 24.57   | 32.34                     |
| Venezuela | 31.4    | 48.73                     |

**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

La tabla 8 muestra la proporción de emprendedores y propietarios que perciben que la pandemia creó oportunidades que pueden ser aprovechadas en su negocio.

Ecuador muestra los valores más bajos con relación al promedio de la región, alcanzando Brasil, Chile, y Puerto Rico los valores más altos en percepción de oportunidades.

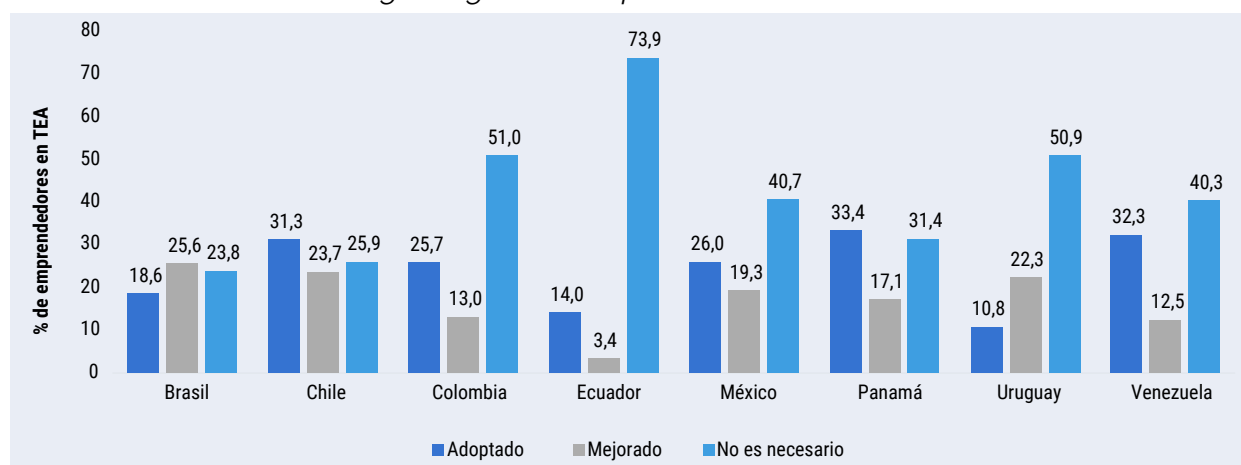
**Tabla 8***Percepciones sobre las oportunidades producto de la pandemia TEA*

| País      | TEA (%) | Negocios establecidos (%) |
|-----------|---------|---------------------------|
| Brasil    | 66.98   | 64.25                     |
| Chile     | 66.3    | 54.71                     |
| Colombia  | 34.43   | 42.74                     |
| Ecuador   | 36.52   | 29.09                     |
| México    | 57.28   | 49.51                     |
| Panamá    | 56.44   | 56.9                      |
| Uruguay   | 42.34   | 36.73                     |
| Venezuela | 61.19   | 43.5                      |

**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023**Elaborado por:** Autores

Con relación a los cambios adoptados en respuesta a la pandemia, intensificando el uso de tecnologías digitales para la comercialización de productos o servicios, el 26.13% de los emprendedores ecuatorianos

indican que fue necesario el uso de tecnologías digitales en su modelo de negocio. La figura 16 muestra el comportamiento de algunos países de la región.

**Figura 16***Cambio en el uso de tecnologías digitales - emprendedores TEA***Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023**Elaborado por:** Autores

El promedio de la región en el uso de tecnología digital fue de 57.76%, siendo Brasil y Chile los países con mayor intensidad de uso, un 76.16% y el 74.07% respectivamente; Ecuador y Colombia (48.99%) fueron los países que tuvieron menor inten-

sidad de uso. Posterior a la pandemia COVID-19, un 14.03% de los emprendedores y un 12.35% de los propietarios de negocios establecidos, adoptaron por primera vez tecnologías digitales.

# COLECTIVO cabos

A portrait of Sergio Moraga, a man with a beard and a black baseball cap, smiling with his arms crossed. He is wearing a dark button-down shirt.

Bernardita Justiniano y Sergio Moraga fundaron Colectivo Cabos a los pocos meses de haber sido controlada la pandemia de COVID-19 en el año 2020. Colectivo Cabos es una iniciativa que articula e impulsa un modelo de economía circular, inclusiva y local para revalorizar los cabos de pesca descartados, convirtiéndolos en un nuevo insumo de fabricación.

A group of five people standing outdoors, holding a large white bag and a blue bag with the Colectivo Cabos logo. One person is holding a framed sign that says "MINGAS POR EL MAR".

La propuesta de valor de Colectivo Cabos para los usuarios es proveer una experiencia vivencial, que revalorice los cabos de pesca descartados; para los clientes, en este caso las fábricas de plástico, la propuesta de valor consiste en ofrecer un insumo ecológico para la producción, apuntando hacia un modelo de negocio sostenible.

Bernardita y Sergio llegaron de Chile a Ecuador ocho años atrás. Bernardita, doctora en Psicología Educativa, había trabajado en el ámbito de la educación y la psicología y siempre ha estado vinculada en la implementación de proyectos sociales relacionados con inclusión y pobreza; actualmente, Bernardita es la vicerrectora de la Universidad Casa Grande. Sergio es publicista y posee una maestría en Dirección de Comunicación; así mismo, Sergio siempre ha estado vinculado a proyectos de inclusión, siendo parte de su pasión la comunicación social. Ambos se caracterizan por resolver problemas sociales de manera creativa y articulando a diferentes actores.

Como aficionados de las playas, empezaron a recorrerlas, siendo esta la oportunidad para observar gran cantidad de desechos, principalmente cabos de considerables dimensiones.

Este fue una observación recurrente en diversas playas del país, invitándolos a preguntarse *¿por qué existen tantos cabos?* Ecuador es un país con una industria pesquera intensiva, y la abundancia de cabos descartados es el resultado de las prácticas habituales, además, por su ubicación

geográfica, Ecuador recibe cabos producto de las corrientes marinas.

Mientras exploraban la problemática, conocieron a uno de sus aliados estratégicos, la organización ecuatoriana sin fines de lucro, *Mingas por el mar*, fundada por Cecilia Torres, dedicada desde el 2014 a la limpieza de los residuos de las playas, y que actualmente tienen presencia en toda la costa ecuatoriana, y en la región insular o Galápagos.

## Colectivo Cabos en sus inicios - proceso de experimentación

Con el objetivo de encontrar alternativas de mercado para estos residuos, el equipo de Colectivo Cabos determinó primero la composición de los cabos recolectados, proceso que les llevó un año. Se encontró que estos eran de polietileno y polipropileno, 100% reciclables. Mientras menos desgastados estén los cabos, es más factible su utilización sin aditivos extras, sino solo con un proceso de descontaminación. Por eso la urgencia, en palabras de Sergio *"Es importante recuperarlo lo antes posible para iniciar este proceso de transformación, y de esta basura obtener un insumo"*. Durante el tiempo que estuvieron realizando pruebas y validando la descontaminación y paletización, el equipo continuó conversando con las comunidades aledañas respecto a la problemática. En esta primera etapa de experimentación, Colectivo Cabos encontró apoyo de la Universidad Casa Grande a través de sus laboratorios y sistematización de las diferentes conversaciones que se tuvieron con los diferentes actores.

Con el conocimiento adquirido, iniciaron la creación de un modelo de negocio social, lo que les tomó ocho meses, y de-

cidieron que era tiempo de implementarlo a través de un plan piloto. En el año 2022, se seleccionó a la playa de General Villamil para este fin, ya que cumplía con las siguientes condiciones:

- 1) Las grandes industrias pesqueras se ubican en esa zona;
- 2) Las comunidades locales se dedicaban principalmente a la pesca artesanal;
- 3) La zona recibía residuos de cabos de las corrientes marinas;
- 4) La playa estaba cerca de Guayaquil y
- 5) La playa era considerada un área protegida.

A través de mingas de limpieza apoyadas por diferentes grupos de interés y otras organizadas por el equipo de Colectivo Cabos empezaron la tarea de sacar los cabos, llevándolos a su centro de acopio, para iniciar el proceso de descontaminación. Posteriormente, realizaban pruebas de laboratorio para examinar la factibilidad de producción de diversos productos y las industrias que podrían convertirse en sus clientes.

## Creando conciencia ambiental

A inicios del año 2022, como un mecanismo para educar, sensibilizar e incentivar a las comunidades costeras, se decidió hacer un campeonato de pesca de cabos

plásticos. Esta experiencia pionera, que formaba parte del primer piloto, buscó mostrarles a los pescadores que era posible retirar estos componentes del océano a tra-

vés de una faena normal de trabajo, la que se denominó “la nueva pesca.” En este campeonato participaron 120 personas, entre pescadores artesanales, cooperativas de pescadores, familiares, y amigos. Los pescadores lanzan sus redes por primera vez para recuperar los residuos plásticos. Aproximadamente en dos horas, se consiguió recuperar tres toneladas de cabos. Esta novedosa acción comunitaria les dio exposición en los medios de comunicación, grabaron

un documental, que mostraron en diferentes ciudades del país, incluido Galápagos, logrando expandir su conocimiento sobre la problemática a lo largo de todo el perfil costero ecuatoriano. Con estos eventos, Colectivo Cabos ha podido levantar fondos de diversas fuentes que comparten su propósito de mejorar el bienestar de las comunidades, mitigando el impacto negativo que está generando la industria pesquera tradicional.

## Estrategia de crecimiento de Colectivo Cabos

Con las experiencias de las jornadas de recolección, se evidenció lo difícil y costoso que resultaría contar con centros de acopio y transformación en todo el perfil costanero. Se determinó, por lo tanto, que se implementarían en puntos de acopio comunitarios (PACs), a lo largo de la costa ecuatoriana.

Con el pasar de los meses, en el último trimestre del año 2022, los PACs empezaron a funcionar normalmente, recibiendo hasta tres toneladas mensuales cada uno y se veía cómo aumentaban las personas e instituciones que se sumaban a esta cruzada por la preservación del medioambiente marino.

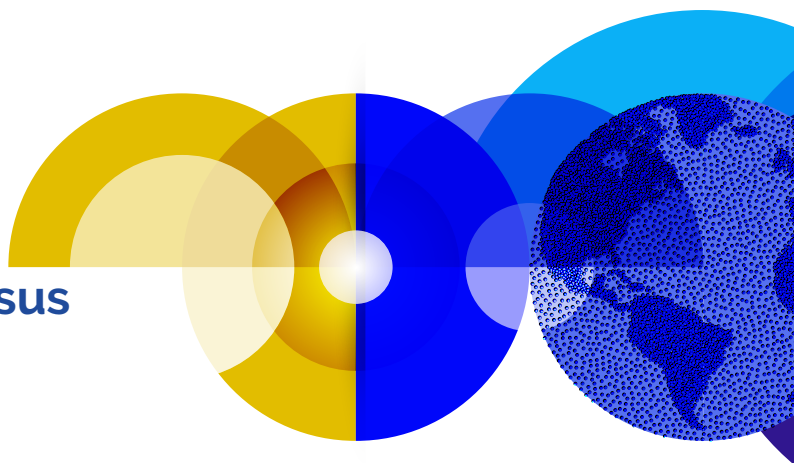
Al final del año 2023, Colectivo Cabos contaba con diferentes prototipos de productos hechos 100% con los desechos recuperados de las playas. Colectivo Cabos basa su modelo de negocio en tres diferentes productos y/o servicios. El primero, que contempla productos finales para usua-

rios finales como: aros, anillos, mesas, sillas, lámparas, macetas, gafas y quillas de surf, entre otros. El segundo, con base en el apoyo a proyectos comunitarios que buscan el progreso de las comunidades a través de la creación de ramblas con maderas plásticas, producidas a partir de los cabos reciclados. Finalmente, un modelo de servicios orientados a la educación y sensibilización, componente clave que les permitirá mantener su cadena de suministro.

Al año 2024, en el tercer año de operaciones, Colectivo Cabos se enfoca en el crecimiento del sistema de recuperación permanente en otros puntos costeros del país, y tener los primeros productos finales desarrollados, con el apoyo de diferentes actores sociales y grupos de interés. Para generar ingresos, se trabaja en la implementación de una plataforma de *crowdfunding* que les permita levantar fondos para la producción. Para concluir, Sergio aconseja que:

*“Es necesario dejar de preocuparse y empezar a ocuparse. Al empezar a ocuparse, se empieza a generar redes, mover actores, ya que todo está muy aislado. Ecuador es un país interesante, con empresas y actores muy interesantes, los que están trabajando de manera desarticulada. Hay muchas cosas que no sabemos cómo van a terminar, pero se sabe que hay que avanzar y profundizar manteniendo una mirada más creativa de cómo resolver estos problemas que no son algo del futuro. La misma crisis energética que está pasando es una muestra de los problemas ambientales que hay que enfrentar y no es una proyección al 2060.”*

## 4 | Los emprendedores y sus motivaciones



La Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de un 32.70% refleja no solo la cultura emprendedora del país, sino también indica que un amplio segmento de la población adulta está involucrado en iniciar o gestionar nuevos negocios, con una participación ligeramente mayor de mujeres en estas actividades emprendedoras.

Los emprendedores ecuatorianos representan una diversidad en edad, participando activamente desde jóvenes hasta adultos mayores, demostrando un espíritu emprendedor que atraviesa generaciones. Este espíritu emprendedor se evidencia en diversos niveles educativos, desde la educación básica hasta la educación superior, mostrando que el emprendimiento es una opción atractiva para el desarrollo profesional y personal en una amplia franja de la población. Respecto al género, el emprendimiento se presenta como una actividad inclusiva, con una participación significativa tanto de hombres como de mujeres, aunque existen diferencias en las tasas de actividad que sugieren áreas de mejora para promover una mayor equidad.

Las motivaciones para emprender varían desde la necesidad de autoempleo hasta el deseo de innovar y contribuir socialmente, pasando por la búsqueda de oportunidades de mercado. Estas motivaciones, combinadas con un fuerte valor hacia la autonomía y la realización personal, conforman un panorama de emprendedores resilientes, innovadores y comprometidos con el progreso de Ecuador.

Los emprendedores ecuatorianos se distinguen por su habilidad para identificar y aprovechar oportunidades en el mercado, a pesar de enfrentar desafíos económicos y regulatorios. Esta comunidad emprendedora es diversa, abarcando sectores que van desde servicios y tecnología hasta agricultura y manufactura.

### 4.1 Motivaciones

Los emprendedores se lanzan a iniciar negocios por diversas motivaciones. El GEM

ha identificado y medido los siguientes motivos:

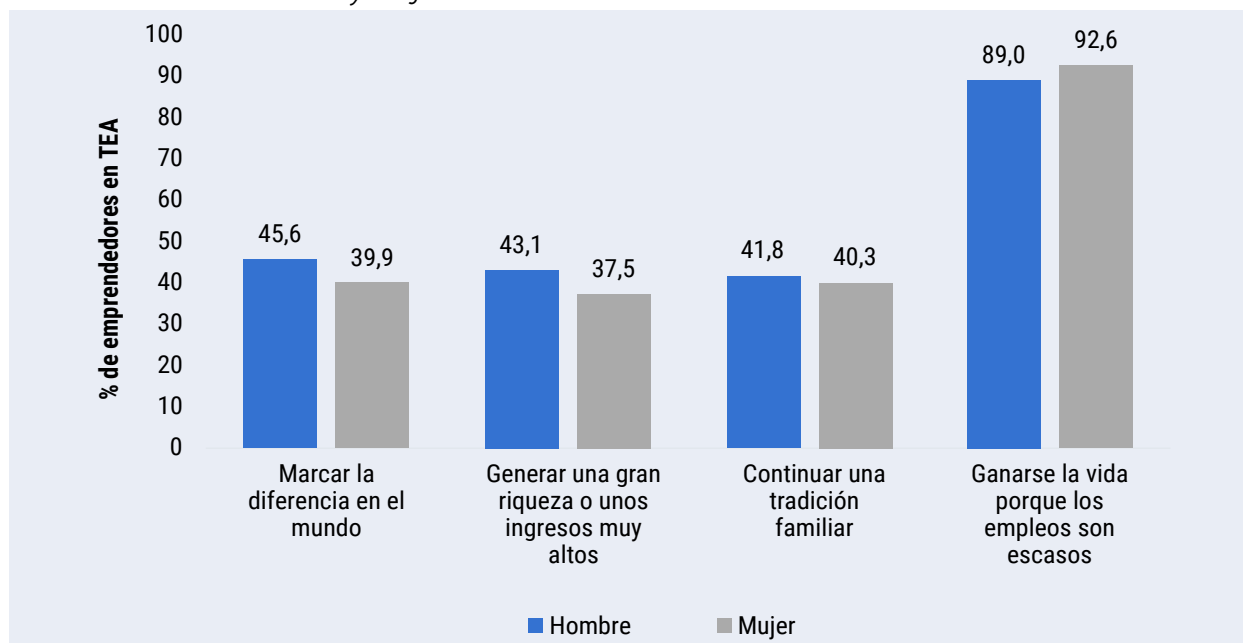
- a). Marcar la diferencia en el mundo.
- b). Acumular riqueza o aumentar ingresos personales.
- c). Continuar una tradición familiar.
- d). Ganarse la vida porque los empleos son escasos.

Estas motivaciones no son excluyentes, y una persona puede tener varias al mismo tiempo. Entre los emprendedores que conforman la TEA, una de las principales motivaciones es ganarse la vida porque los empleos son escasos (90.84%), mientras que generar gran riqueza o altos ingresos, aunque no es despreciable, no es una de las principales motivaciones para emprender (40.2%).

En Ecuador, las motivaciones para emprender varían notablemente entre hombres y mujeres y responden a diversas aspiraciones, desde el impacto social hasta la estabilidad financiera. Por ejemplo, el deseo de marcar la diferencia en el mundo es más pronunciado entre los hombres (45,6%) que entre las mujeres (39,9%); de igual modo, la motivación por obtener gran riqueza o altos ingresos es más alta entre los hombres (43,1%) que entre las mujeres (37,5%). Estas diferencias podrían reflejar una percepción de mayores oportunidades o menores barreras para los hombres en el ámbito emprendedor. La figura 17, que describe las motivaciones de hombres y mujeres en la TEA, revela estas diferencias en las razones que impulsaron su emprendimiento.

**Figura 17**

*Motivaciones de hombres y mujeres en la TEA*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

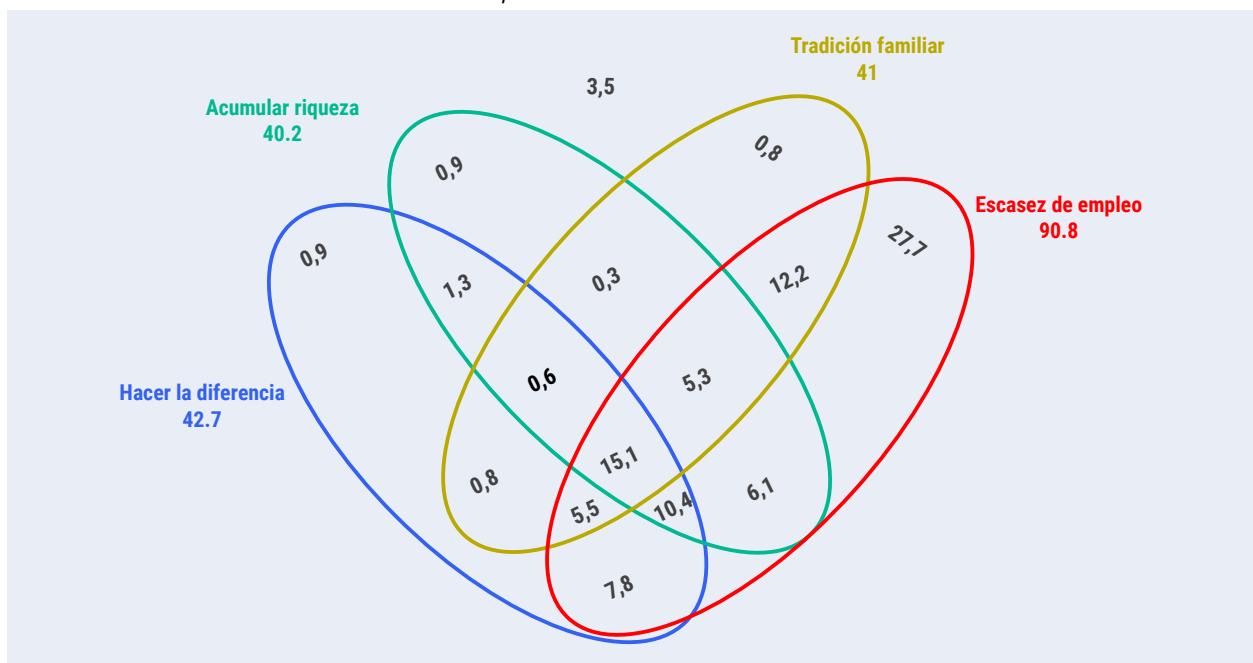
**Elaborado por:** Autores

La motivación para emprender por continuar una tradición familiar presenta una distribución equitativa, con un 41,8% de hombres y un 40,3% de mujeres, mostrando la importancia del legado y la continuidad de los negocios familiares en las decisiones empresariales en Ecuador. Sin embargo, la principal motivación para emprender en el país es ganarse la vida porque los empleos son escasos; el 90,84% de la TEA muestra

esta motivación como predominante, con tasas elevadas tanto en hombres (89,02%) como en mujeres (92,58%). Esto resalta que el emprendimiento por necesidad sigue siendo dominante en el país, donde la falta de opciones laborales impulsa a la población a buscar soluciones a través de emprendimientos que se vuelven una prioridad más que una elección.

**Figura 18**

*Detalle de las motivaciones de los emprendedores*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

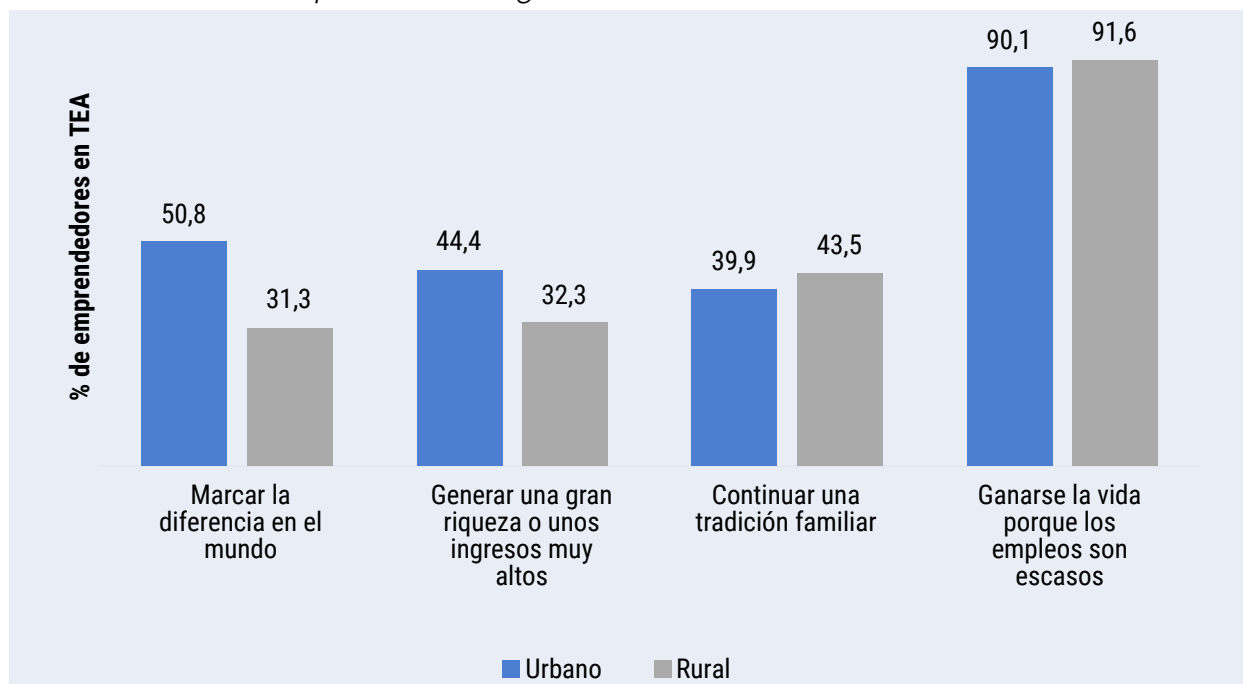
**Elaborado por:** Autores

En las zonas urbanas, las motivaciones para marcar la diferencia en el mundo y generar grandes riquezas o ingresos altos son más altas, con un 50,8% y un 44,4% respectivamente, en comparación con el 31,3% y el 32,3% en las áreas rurales. Esto sugiere que el entorno urbano, con su mayor acceso a recursos y mercados más amplios, ofrece más oportunidades. Por otro lado, en

las zonas rurales, la continuidad de las tradiciones familiares prevalece como motivo para emprender, reflejando la importancia de los negocios heredados y las actividades tradicionales. La figura 19, que detalla las motivaciones para emprender en áreas urbanas y rurales en Ecuador, muestra estas diferencias que reflejan las dinámicas específicas de cada entorno.

**Figura 19**

*Motivaciones de los emprendedores según área de residencia*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

La motivación de *ganarse la vida porque los empleos son escasos* muestra niveles altos en ambos contextos, con un 90,1% en urbanas y un 91,6% en rurales, evidencian-

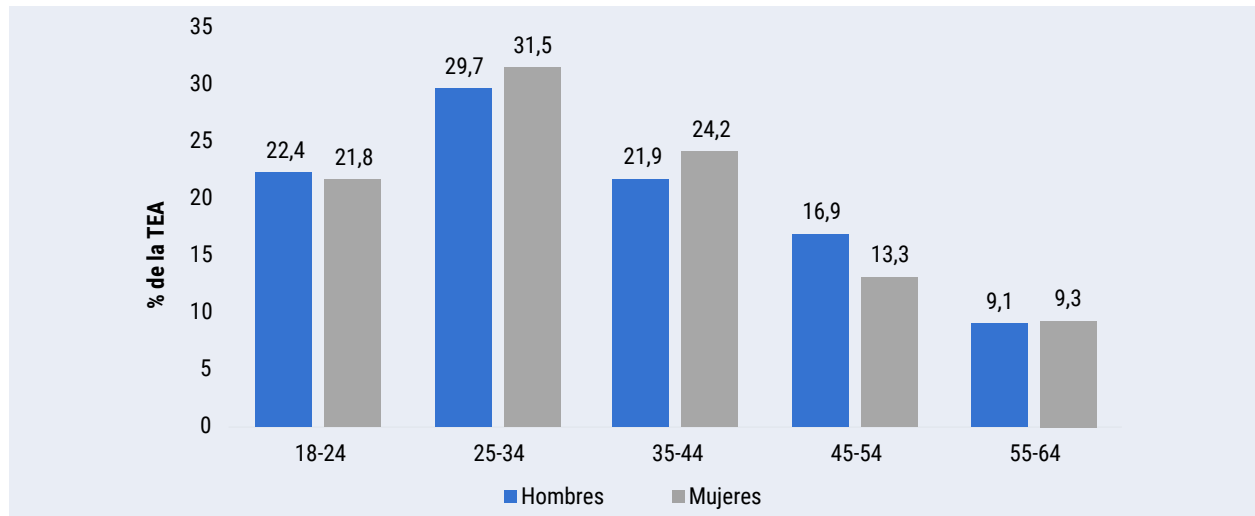
do que, independientemente del entorno, la escasez de empleo formal impulsa a la mayoría de la población a emprender.

## 4.2 Edad

En Ecuador predominan los emprendedores jóvenes: el 52,72% tiene menos de 35 años, el 23,04% tiene entre 35 y 44 años, y finalmente, el 9,18% de los emprendedores se encuentran entre 55 y 64 años.

La distribución de la TEA por edad y sexo en Ecuador, evidencia una alta participación de la población joven, con una distri-

bución relativamente equitativa entre hombres y mujeres en el rango de 18-24 años. El mayor nivel de actividad emprendedora se observa en el grupo de 25-34 años, particularmente entre las mujeres. La figura 20, presenta la distribución de la TEA por edad y sexo, evidenciando la participación de hombres y mujeres de diferentes segmentos etarios.

**Figura 20***Distribución de la TEA por edad y sexo***Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023**Elaborado por:** Autores

A medida que las personas envejecen, se nota una reducción gradual en la actividad emprendedora, particularmente después de los 35 años, con una disminución más marcada en el grupo de 45 a 54 años y una actividad mínima entre los 55 y 64 años. Este descenso podría estar relacionado con la transición hacia la consolidación de negocios existentes y la preparación para la jubilación. En un dato curioso, las mujeres suelen mostrar una mayor actividad emprendedora que los hombres en la mediana edad, lo que posiblemente refleje tanto

oportunidades como necesidades específicas que enfrentan las mujeres en el entorno emprendedor de Ecuador.

Por otro lado, los emprendedores más jóvenes, menores de 35 años, muestran una mayor motivación por marcar la diferencia, acumular riqueza, y por la escasez de empleo, mientras que tienen una menor motivación por mantener la tradición familiar. Esta tendencia se mantiene en comparación con el año 2019.

### 4.3 Educación

La formación y la educación formal están estrechamente ligadas al emprendimiento, aunque existen excepciones. En Ecuador, el 21,28% de los emprendedores tiene educación básica incompleta, en contraste con el 13,75% que posee educación superior. Esto sugiere que la falta de edu-

cación formal puede limitar las opciones de empleo o la estabilidad laboral para quienes tienen menos educación; por otro lado, la menor proporción de emprendedores con educación superior podría relacionarse con mejores oportunidades laborales para este grupo. La tabla 9 detalla la segmenta-

ción de la TEA por nivel educativo y género, lo que permite evaluar cómo varía la participación en el emprendimiento según el

nivel educativo alcanzado, ofreciendo perspectivas sobre la relación entre educación y emprendimiento.

**Tabla 9**

*Distribución del nivel de estudios en la TEA por género*

| Nivel de estudios             | Hombres (%) | Mujeres (%) | TEA (%) |
|-------------------------------|-------------|-------------|---------|
| Ninguna                       | 0,65        | 1,55        | 1,12    |
| Educación básica incompleta   | 20,23       | 22,28       | 21,28   |
| Educación básica completa     | 12,89       | 11,27       | 12,06   |
| Educación secundaria completa | 49,11       | 54,32       | 51,79   |
| Educación superior            | 17,12       | 10,58       | 13,75   |

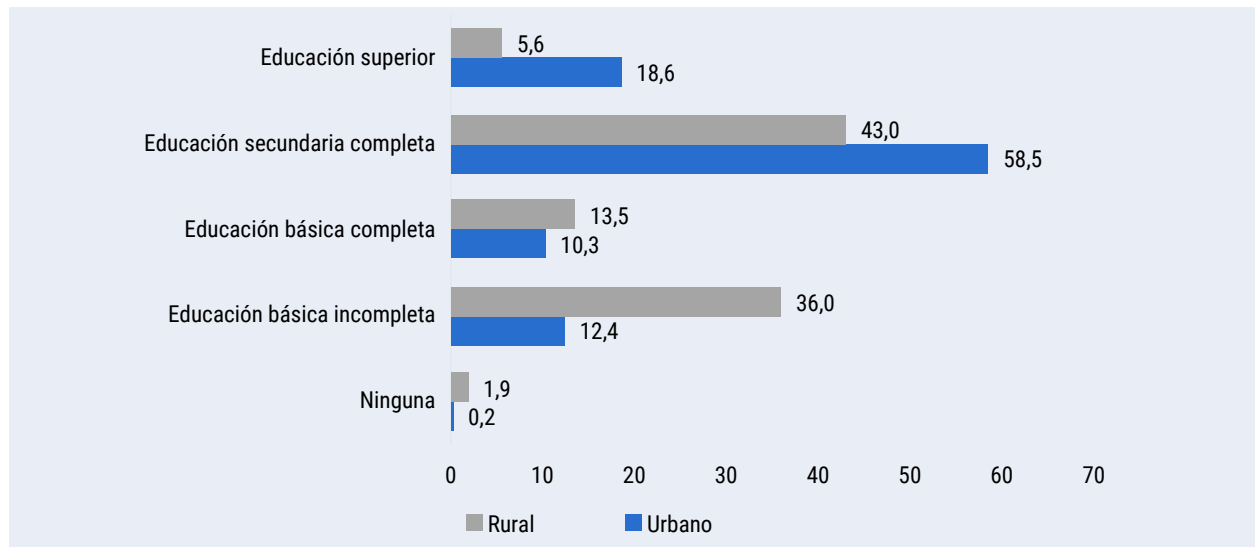
**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

Se observa una mayor proporción de emprendedoras con educación básica incompleta (22,28%) y educación secundaria completa (54,32%) en comparación con los hombres. Además, un 17,12% de los emprendedores tienen educación superior, mientras que solo el 10,58% de las mujeres emprendedoras tienen el mismo nivel educativo.

El estudio también revela diferencias en los niveles educativos de los emprendedo-

res en áreas urbanas y rurales de Ecuador (ver figura 21). En zonas urbanas, la mayoría de los emprendedores tienen educación secundaria completa (58,5%) y algunos han alcanzado la educación superior (18,6%). Por el contrario, en las zonas rurales, prevalece una mayor proporción de emprendedores con niveles educativos más bajos; un 36% tiene educación básica incompleta y solo un pequeño 5,6% ha alcanzado estudios superiores.

**Figura 21***Distribución del nivel de estudios por área -TEA***Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023**Elaborado por:** Autores

El nivel educativo de los emprendedores en Ecuador influye en sus motivaciones para emprender. Aquellos con educación básica incompleta han comenzado sus negocios, principalmente por la necesidad de ganarse la vida porque los empleos son escasos (92,07%), mientras que pocos lo han hecho para marcar la diferencia en el mundo (29,07%). Una situación similar se observa entre aquellos con educación básica completa, donde el 94,87% emprende

por la necesidad de ingresos y el 35,34% por hacer un impacto positivo. En contraste, los emprendedores con educación secundaria o superior están motivados principalmente por marcar la diferencia (36,11% y el 35,86% respectivamente), no tanto por mantener una tradición familiar. Aunque su motivación por la necesidad de ingresos ante la escasez de empleo es menor en comparación con los niveles educativos más bajos, esta diferencia no es sustancial.

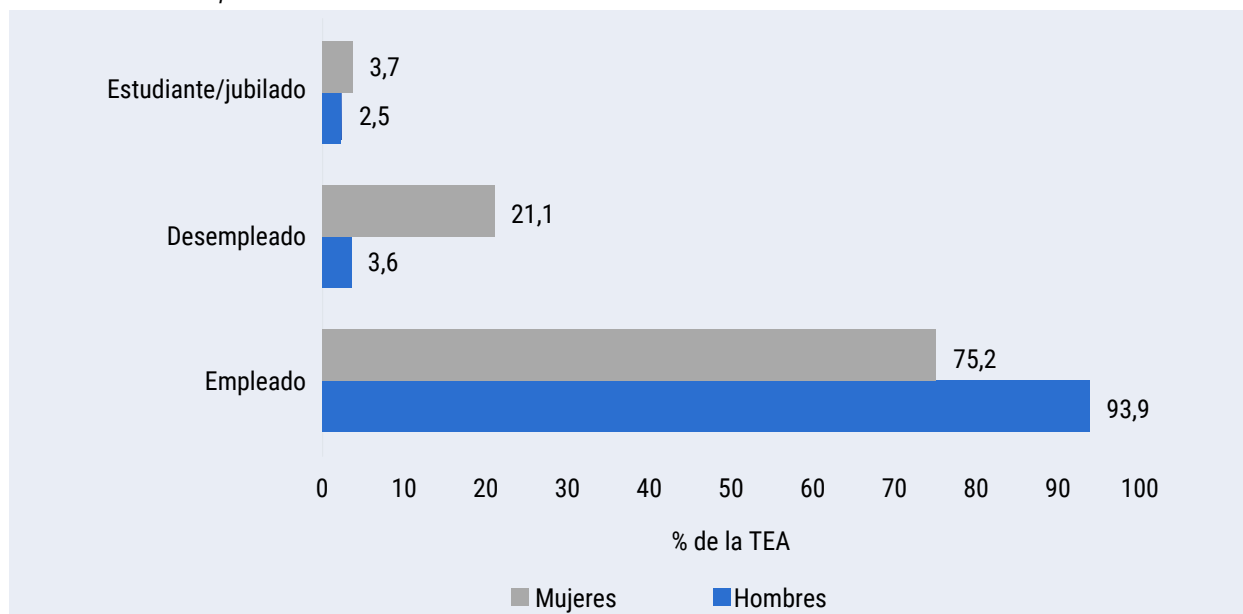
## 4.4 Ocupación

No es raro mantener la estabilidad laboral al comenzar un emprendimiento. Según nuestros resultados, el 58,91% de los emprendedores se dedican por completo a su negocio, mientras que un 25,41% comparte su actividad emprendedora con empleos a tiempo completo o parcial. Esta tendencia

ha disminuido significativamente desde el año 2019 (39,70%). Además, el 8,43% se dedica a labores del hogar, y el 4,11% no tiene empleo. La distribución ocupacional en la TEA en Ecuador muestra diferencias entre hombres y mujeres, como se ilustra en la figura 22.

**Figura 22**

*Distribución ocupacional - TEA*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

El 93,9% de los emprendedores masculinos están empleados, en contraste con el 75,2% de las emprendedoras en esa categoría. El emprendimiento surge como una alternativa frente a la falta de empleo formal, especialmente para las mujeres; el 21,1% de las desempleadas optan por emprender, comparado con solo el 3,6% de los hombres en la misma situación. Esto indica que muchas mujeres emprenden por necesidad ante la escasez de otras oportunidades laborales. Además, un mayor porcentaje de mujeres estudiantes o jubiladas elige emprender, posiblemente para garantizar ingresos en etapas de la vida donde las opciones de empleo son limitadas.

El 18,6% de los emprendedores empleados a tiempo completo tienen como motivación hacer la diferencia en el mundo, mientras que un porcentaje menor menciona la escasez de empleo (14,25%). Entre los que trabajan a tiempo parcial, el 13,82% emprende para continuar una tradición familiar. Aquellos que no tienen empleo (4,99%) y los que son autoempleados (59,46%) inician negocios principalmente para marcar la diferencia y por la falta de empleo, respectivamente.

La tabla 10 presenta la proporción de emprendedores, tanto hombres como mujeres, en diferentes categorías de dedicación laboral, ofreciendo una visión completa de su situación.

**Tabla 10***Distribución ocupacional por género - TEA*

| Ocupación         | Hombres (%) | Mujeres (%) | TEA (%) |
|-------------------|-------------|-------------|---------|
| Tiempo completo   | 21,20       | 7,98        | 14,42   |
| Tiempo parcial    | 14,50       | 7,65        | 10,99   |
| Jubilado          | 0,61        | 0,31        | 0,46    |
| Labores del hogar | 0,31        | 16,16       | 8,43    |
| Estudiante        | 1,88        | 3,43        | 2,67    |
| No trabaja        | 3,26        | 4,93        | 4,11    |
| Autoempleado      | 58,23       | 59,55       | 58,91   |

**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023**Elaborado por:** Autores

Esta distribución ocupacional revela que la mayoría de los emprendedores, tanto hombres (58,23%) como mujeres (59,55%), se clasifican como autoempleados, lo que representa una tasa TEA del 58,91%. Este alto porcentaje refleja que muchos emprendimientos son unipersonales.

En cuanto a los ingresos, el GEM utiliza el ingreso mensual del hogar como un indicador. En Ecuador, se emplean intervalos de salarios básicos unificados (SBU), como

se detalla en la tabla 11. Para el año 2023, la TEA de Ecuador muestra una mayor concentración de emprendedores cuyos ingresos se encuentran en el rango entre 1 SBU y 2 SBUs (41,65%), a diferencia del año 2019, cuando la mayoría estaba en el rango de más de 2 SBUs (39,60%). En 2023, tanto los emprendedores nacientes (42,14%) como los nuevos (40,88%) se concentran en el rango entre 1 SBU y 2 SBUs.

**Tabla 11***Perfil demográfico de los emprendedores y negocios establecidos*

|               |         | TEA (%) | Nacientes (%) | Nuevos (%) | Establecidos (%) |
|---------------|---------|---------|---------------|------------|------------------|
| <b>Género</b> | Hombres | 48,82   | 47,91         | 49,11      | 55,84            |
|               | Mujeres | 51,18   | 52,09         | 50,89      | 44,16            |
| <b>Edad</b>   | 18-24   | 22,07   | 26,51         | 15,75      | 7,46             |
|               | 25-34   | 30,65   | 28,31         | 35,06      | 23,57            |
|               | 35-44   | 23,04   | 21,18         | 25,2       | 26,75            |
|               | 45-54   | 15,05   | 15,43         | 13,91      | 24,76            |
|               | 55-64   | 9,18    | 8,58          | 10,09      | 17,46            |

|                  |                               | TEA (%) | Nacientes (%) | Nuevos (%) | Establecidos (%) |
|------------------|-------------------------------|---------|---------------|------------|------------------|
| <b>Educación</b> | Ninguna                       | 1,12    | 1,5           | 0,84       | 0,63             |
|                  | Educación básica incompleta   | 21,28   | 21,28         | 20,99      | 33,27            |
|                  | Educación básica completa     | 12,06   | 12,45         | 10,36      | 9,83             |
|                  | Educación secundaria completa | 51,79   | 52,37         | 51,17      | 42,65            |
|                  | Educación superior            | 13,75   | 12,4          | 16,64      | 13,62            |
| <b>Área</b>      | Urbano                        | 64,02   | 62,92         | 65,42      | 65,05            |
|                  | Rural                         | 35,98   | 37,08         | 34,58      | 34,95            |
| <b>Ocupación</b> | Tiempo completo               | 14,42   | 19,5          | 5,39       | 3,15             |
|                  | Tiempo parcial                | 10,99   | 15,81         | 2,26       | 1,43             |
|                  | Jubilado/discapacitado        | 0,46    | 0,72          |            |                  |
|                  | Dedicado al hogar             | 8,43    | 12,99         | 0,37       | 0,83             |
|                  | Estudiante                    | 2,67    | 4,19          |            | 0,22             |
|                  | Desempleado                   | 4,11    | 5,98          | 0,75       | 0,19             |
|                  | Autoempleado                  | 58,91   | 40,82         | 91,23      | 94,18            |
| <b>Ingresos</b>  | Menos de 1SBU                 | 24,71   | 24,47         | 24,84      | 23,23            |
|                  | Entre 1SBU y 2SBU             | 41,65   | 42,14         | 40,88      | 30,24            |
|                  | Más de 2SBU                   | 33,64   | 33,38         | 34,28      | 46,53            |

**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

Analizando las motivaciones de los emprendedores según el nivel de ingresos de sus hogares, se encuentra que este es un factor crucial. Por ejemplo, el 92,84% de los emprendedores de ingresos medios (entre 1SBU y 2SBU) han iniciado un negocio debido a la escasez de empleo. En este mismo grupo de ingresos, el 38,07% emprende por continuar una tradición familiar. Para aquellos emprendedores en el grupo de mayores ingresos, la motivación por la escasez de empleo es del 87,98%, sin grandes variaciones respecto a los de ingresos medios, mientras que el 50,76% se motiva por marcar la diferencia en el mundo.

En resumen, el perfil del emprendedor promedio en Ecuador para el año 2023 es una mujer de entre 25 y 44 años, con educación secundaria completa, ubicada en áreas urbanas, autoempleada y cuyo hogar tiene ingresos entre 1 y 2 salarios básicos unificados. Respecto a las motivaciones, la escasez de empleo predomina en todos los grupos etarios, excepto en el grupo de 25 a 34 años, donde la motivación principal es marcar la diferencia en el mundo. Además, los emprendedores con mayor nivel educativo tienden a buscar marcar la diferencia en el mundo. En general, no se observan cambios significativos en estos aspectos entre 2023 y 2019.



*"Si tienes miedo hazlo con miedo, siempre al iniciar algo diferente como emprender, tenemos miedo a dejar nuestra zona de confort, tanto en lo laboral, como en empezar tu primera venta o al hacer el pitch, sin embargo, la clave es que ese miedo te impulse a superarte"*

Yeferson Torres Berru fundó TIKEE S.A.S con sede en la ciudad de Loja – Ecuador a inicios del 2022 como una solución real para una institución financiera. TIKEE S.A.S ofrece la posibilidad de transformar digitalmente a Bancos y Cooperativas de Ahorro y Crédito, en las que adapta su *software* a las necesidades reales de forma personalizada.

TIKEE S.A.S se especializa en desarrollar herramientas que modernizan la banca digital, contribuye con la inclusión financiera y la ciberseguridad, dando soluciones tecnológicas a la medida y escalables, tales como bots multicanal transaccionales, banca móvil y corresponsales no bancarios.

La combinación de la visión emprendedora de Yeferson, junto con Bruno Valarezo destacado emprendedor lojano, y la exper-

tise financiera de José Luis Loján, socios fundadores, han hecho de TIKEE S.A.S un emprendimiento con un fuerte potencial para transformar el panorama financiero actual. Bruno Valarezo, gerente de Kradac y CEO de Clipp lleva 10 años emprendiendo, su capacidad para identificar oportunidades y su visión estratégica para enfrentar los desafíos del emprendimiento han sido cruciales para el crecimiento y desarrollo de TIKEE. José Luis Loján, aporta una vasta experiencia en el sector financiero. Su conocimiento profundo de las finanzas y su habilidad para gestionar riesgos y optimizar recursos han proporcionado una base sólida sobre la cual TIKEE desarrolla sus soluciones *fintech*.

Yeferson es un doctor en Ingeniería Informática, mención minería de datos, conocimiento que le ha permitido comprender el dolor de las entidades ante la dificultad de establecer alianzas clave para iniciar sus procesos de transformación digital. A partir de ahí se desarrolló la idea de negocio incubada en el Centro de Innovación e Incubadora de Negocios PRENDHO de la Universidad Técnica Particular de Loja. Actualmente, TIKEE cuenta con el respaldo de *Startups and Ventures*, el grupo de inversión ángel más grande del país.

La propuesta de valor de TIKEE consiste en el desarrollo de un trabajo colaborativo con la institución financiera, con la finalidad de entender sus necesidades y adaptar los servicios a sus requerimientos específicos; proveyendo soluciones tecnológicas únicas. Además, la implementación de una metodología escalable acorde a las necesidades tecnológicas y económicas del usuario, que facilita su crecimiento y mejora.



## Beneficios

Mediante la utilización de los servicios ofrecidos por Tikee, las instituciones financieras mejoran el acceso a servicios financieros, reducen costos, fomentan la innovación, incrementan la competencia, promueven la educación financiera y contribuyen a la inclusión financiera. Finalmente, los colaboradores de la entidad financiera reciben ca-

pacitaciones para mejorar sus habilidades tecnológicas.

Las principales dificultades que han enfrentado durante estos años incluyen limitaciones financieras que afectan la inversión y el crecimiento, y la falta de visibilidad y reconocimiento en el mercado para captar más clientes.

## Impacto y reconocimientos

Desde su fundación, Tikee ha sido reconocida por su innovación y su compromiso con la transformación digital del sector financiero en Ecuador, logrando el primer lugar en el DigitalBank 2022 y ser reconocido como emprendimiento naciente del año por la Alianza para el Emprendimiento e Innovación AEI en 2023. Tikee también fue seleccionada para participar en el programa de innovación tecnológica e inteligencia artificial Innovup 2024 en Miami,

Su enfoque en la creación de soluciones escalables y personalizadas ha permitido que numerosas entidades financieras mejoren su eficiencia operativa y ofrezcan servicios más accesibles y seguros a sus clientes.

El crecimiento de TIKEE, se ha dado a través de redes de apoyo, financiamiento mediante inversionistas, capacitación empresarial, tecnología, participación en ferias comerciales y eventos empresariales que han facilitado su acceso a nuevos clientes.

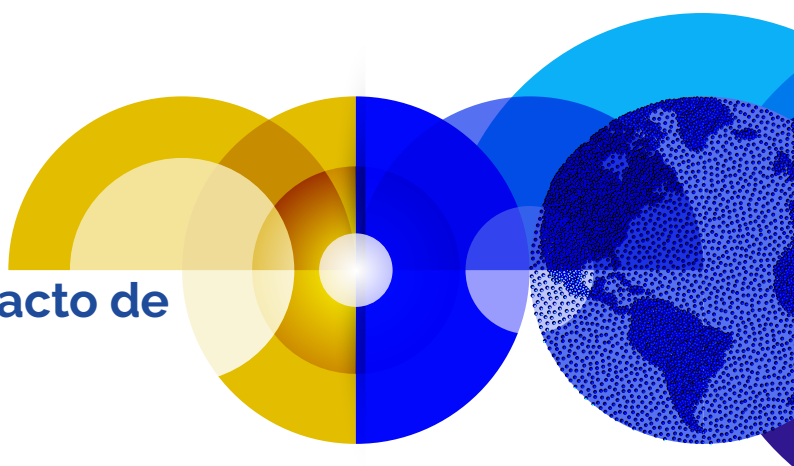
## Futuro prometedor

Con planes de expansión y mejora de sus productos, Tikee se perfila como un actor clave en la digitalización de la banca y la inclusión financiera en Latinoamérica. La empresa sigue trabajando para adaptar sus soluciones a las cambiantes necesidades del mercado, asegurando que sus clientes siempre tengan acceso a la tecnología más avanzada y segura disponible. Con este objetivo, en el 2023 migró su estrategia al modelo SAS, cerrando el año con diez clientes y seis dígitos de facturación; adicionalmente, tuvo su primera ronda de inversión ángel, logrando un gran crecimiento.

TIKEE espera cerrar el 2024 con 40 clientes, siendo el principal proveedor de soluciones tecnológicas en canales digitales en Ecuador, y en 2025 iniciar su expansión en Latinoamérica para convertirse en el próximo unicornio en la ciudad de Loja para el mundo.



## 5 | Caracterización e impacto de los negocios



La creación de nuevas empresas y su desarrollo generaría impactos económicos y sociales en su entorno y, para dimensionarlos, hay que analizar el perfil sectorial de los negocios, las aspiraciones de los emprendedores en cuanto a proyección de crecimiento en tamaño y alcance, generación de puestos de trabajo, y nivel de exportación. Además, los nuevos negocios pueden traer cambios en procesos, innovación y uso de tecnología, aportando novedades a su entorno, país o al mundo.

### 5.1 Distribución sectorial de emprendedores naciente y nuevos

La elección del sector para un nuevo negocio es importante, no solo por el nivel de conocimiento o complejidad que requiere ingresar a dicho sector, sino también por el nivel de competitividad y los respec-

tivos márgenes de contribución que puede generar. Tomando como base la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU rev4), la tabla 12 muestra el porcentaje de emprendedores dentro de la TEA.

**Tabla 12**

*Porcentaje de emprendedores por sector*

| Sectores                          | TEA   |
|-----------------------------------|-------|
| Actividades extractivas           | 7.53  |
| Actividades Transformadoras       | 13.74 |
| Actividades orientadas a negocios | 3.71  |
| Actividades orientadas al consumo | 75.02 |

**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

A nivel global, las economías más robustas como Suiza, Israel y Noruega presentan un mayor número de nuevas empresas en el ámbito de servicios empresariales,

mientras que en economías como el Ecuador 3 de cada 10 adultos inician servicios empresariales. Entre los diferentes sectores, las economías de bajos ingresos tien-

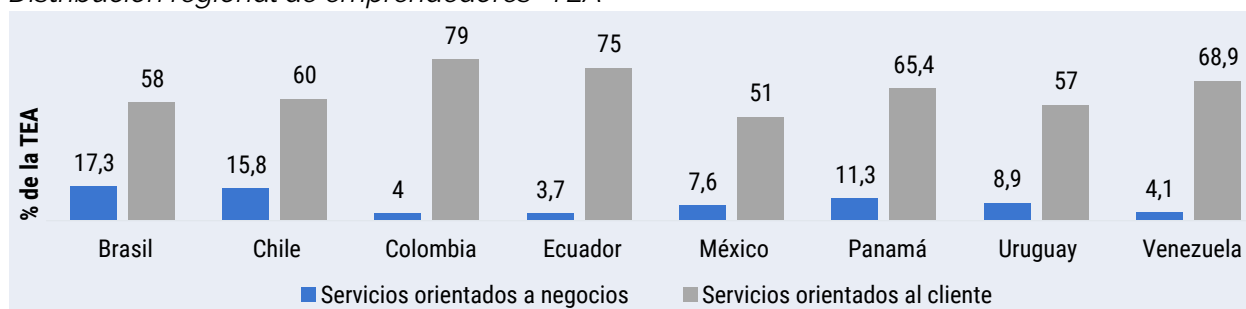
den a tener una mayor proporción de nuevas empresas en el sector de servicios al consumidor.

Así, en el caso de Ecuador, el 52.84% de la TEA se concentra en el sector de comercio al por mayor y menor, seguido de las actividades de alojamiento y de servicio, y posteriormente industrias manufactureras. Para emprendedores nacientes el comportamiento es similar en relación con los sectores más representativos, pero la proporción de negocios establecidos en la industria manufacturera excede a los de alojamiento y servicios de comida.

Como ejemplos de emprendimientos en los diferentes sectores, en el ámbito de agricultura se observan diferentes tipos de cultivos: maíz, cacao, frutas; así como, cría de cerdos, ovejas y diferentes aves de corral. En la industria manufacturera destaca la elaboración de dulces y panadería, y en las actividades de alojamiento y comidas, el servicio de bar y comida. En la Figura 23 se muestra la distribución de servicios orientados a negocios y al cliente a nivel regional, siendo Ecuador un país fuertemente inclinado al consumo, se ubica como el segundo de la región después de Colombia.

**Figura 23**

*Distribución regional de emprendedores -TEA*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

## 5.2 ¿Cuántas personas emplearán el nuevo negocio?

Al final del segundo trimestre de 2023, Ecuador tenía una tasa de desempleo del 3.8%. Aunque la creación de nuevas empresas se considera un motor para el crecimiento del empleo en el país, las expectativas son moderadas en comparación con otras regiones de América Latina y el Caribe. En Ecuador, aproximadamente uno de cada cinco adultos que inicia un nuevo negocio no espera contratar a nadie en los próximos cinco años. Esta cifra contrasta

con países como Puerto Rico, Chile, Brasil y México, donde tres de cada diez adultos que emprenden esperan contratar al menos a seis personas en los próximos cinco años. Solo el 6.63% de los emprendedores ecuatorianos esperan generar más de cinco empleos en ese periodo.

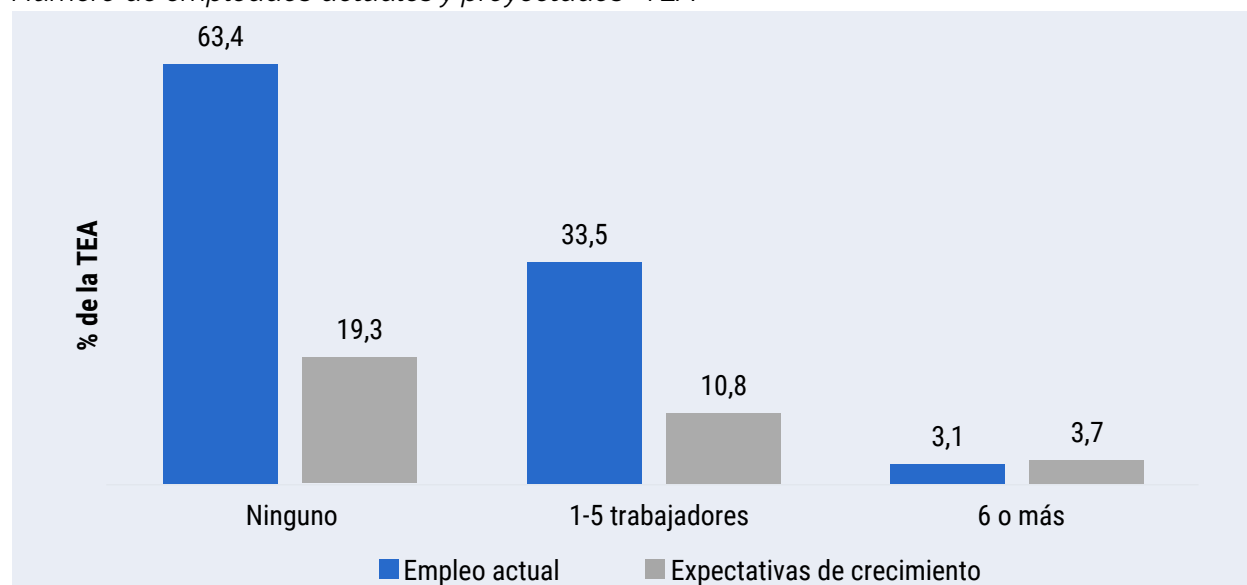
Dentro del contexto local, el 63% de los negocios de los emprendedores en la Encuesta Nacional de la TEA no tienen em-

pleados registrados. Además, las expectativas de generación de empleo entre estos emprendedores son moderadas. Solo el 10.8% espera crear entre 1 y 5 empleos, una cifra que ha disminuido en comparación con el 60.4% que esperaba una expansión

de empleos en ese rango en 2019. Esta expectativa de empleo se divide en un 72% de emprendedores nacientes y un 28% de emprendedores nuevos, según se detalla en la figura 24.

**Figura 24**

*Número de empleados actuales y proyectados- TEA*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

En la tabla 13, se observa que el sector con mayor expectativa de generación de empleo es el de actividades extractivas (agricultura, silvicultura, pesca y minería),

seguido del sector de actividades transformadoras (construcción, manufactura, transporte, comunicaciones, servicios públicos y venta al por mayor).

**Tabla 13**

*Expectativa de crecimiento por sector económico*

| Sectores / empleo futuro          | Cero empleos | Expansión (1-4) | Expansión (5-9) | Expansión (10+) |
|-----------------------------------|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Actividades extractivas           | 28.27        | 36.95           | 12.22           | 22.56           |
| Actividades Transformadoras       | 53.34        | 29.81           | 7.87            | 8.98            |
| Actividades orientadas a negocios | 54.65        | 38.88           | 3.56            | 2.91            |
| Actividades orientadas al consumo | 77.19        | 18.47           | 2.23            | 2.11            |

**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

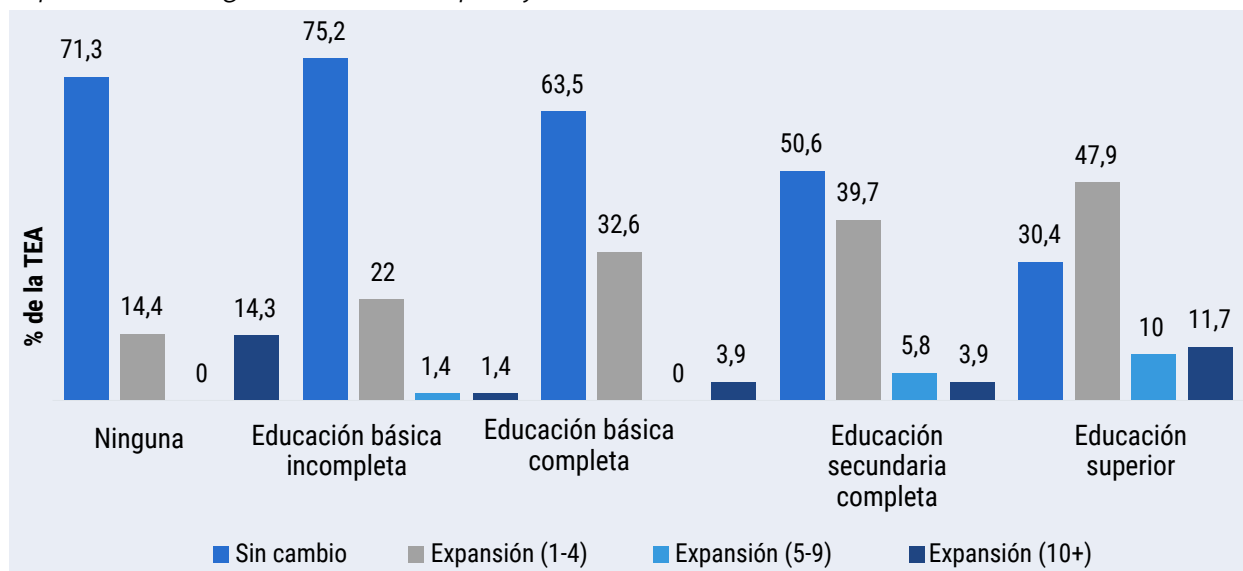
**Elaborado por:** Autores

El análisis del perfil de los emprendedores permite comprender mejor la dinámica de crecimiento de empleo en los negocios. Como se muestra en la figura 25, los emprendedores con educación secun-

daria completa o con educación superior, proyectan una mayor creación de empleos que aquellos con niveles inferiores de educación.

**Figura 25**

*Expectativas de generación de empleo y educación*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

El análisis revela un patrón similar entre aquellos que emprenden para marcar la diferencia en el mundo. De estos emprendedores, el 60% tiene expectativas de generar al menos un empleo en el futuro, mientras que solo el 44% de aquellos que emprenden debido a la escasez de empleo esperan crear al menos un puesto de trabajo.

En cuanto a los emprendedores que financian empresas o negocios iniciados por otros, el 70% espera generar más empleo, en contraste con el 40% de los que no proporcionan fondos, lo que refleja una duplicación en las expectativas de generación de empleo entre los inversores.

### 5.3 Alcance geográfico

Respecto al alcance geográfico de los emprendimientos, resulta interesante conocer dónde se encuentran ubicados los clientes de los negocios. En Ecuador, el 94,2% de los clientes reside en la misma

zona que el emprendedor, mientras que el 31,2% se ubica en otras partes del país y solo el 4,4% está fuera del país. Aunque los emprendedores nacientes muestran cifras ligeramente menores, la tendencia es simi-

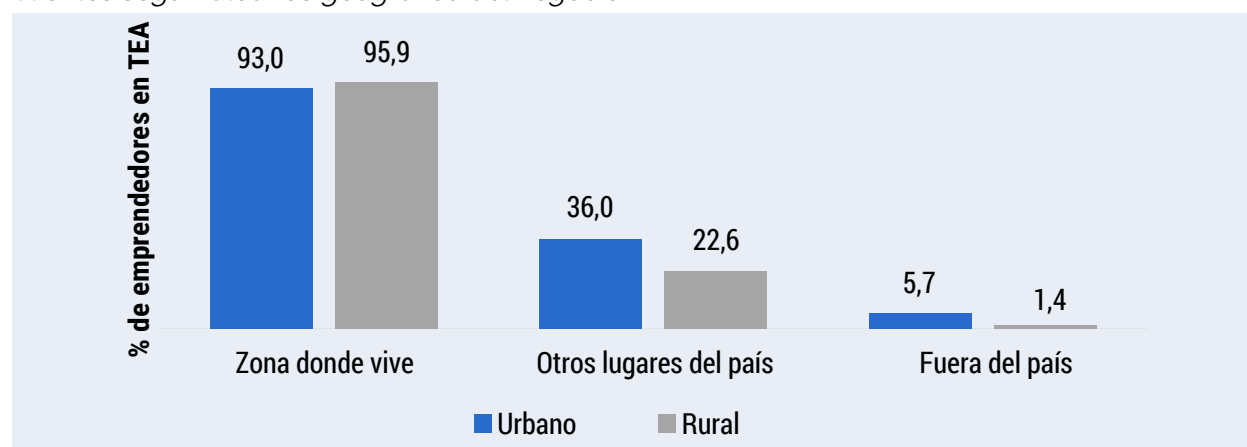
lar entre negocios nuevos y establecidos. Aunque ha habido un aumento en los negocios con clientes en otras partes del país, posiblemente debido a la adopción de canales de venta digitales, aquellos con clientes en el extranjero siguen siendo pocos en número.

Los emprendedores urbanos tienen una mayor proyección de expansión y alcance

en sus negocios en comparación con los rurales. Esto se refleja en la figura 26, donde el porcentaje de clientes fuera del país es mayor en el área urbana (5.7%) que en la rural (1.4%). La mayoría de los clientes están concentrados en el área de residencia del emprendedor, con una presencia limitada en mercados externos.

**Figura 26**

*Clientes según alcance geográfico del negocio*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

Los emprendedores cuyos negocios pertenecen al sector de actividades extractivas destacan por tener más clientes

fuera de su zona de residencia y del país, de modo consistente con la naturaleza de estos negocios (ver tabla 14).

**Tabla 14**

*Clientes por zona de impacto y por sector (%)*

| Sectores /clientes                | Zona donde vive | Otros lugares del país | Fuera del país |
|-----------------------------------|-----------------|------------------------|----------------|
| Actividades extractivas           | 80.18           | 66.96                  | 17.7           |
| Actividades Transformadoras       | 92.04           | 47.67                  | 3.24           |
| Actividades orientadas a negocios | 95.68           | 25.72                  | 4.02           |
| Actividades orientadas al consumo | 91.81           | 32.85                  | 2.11           |

**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

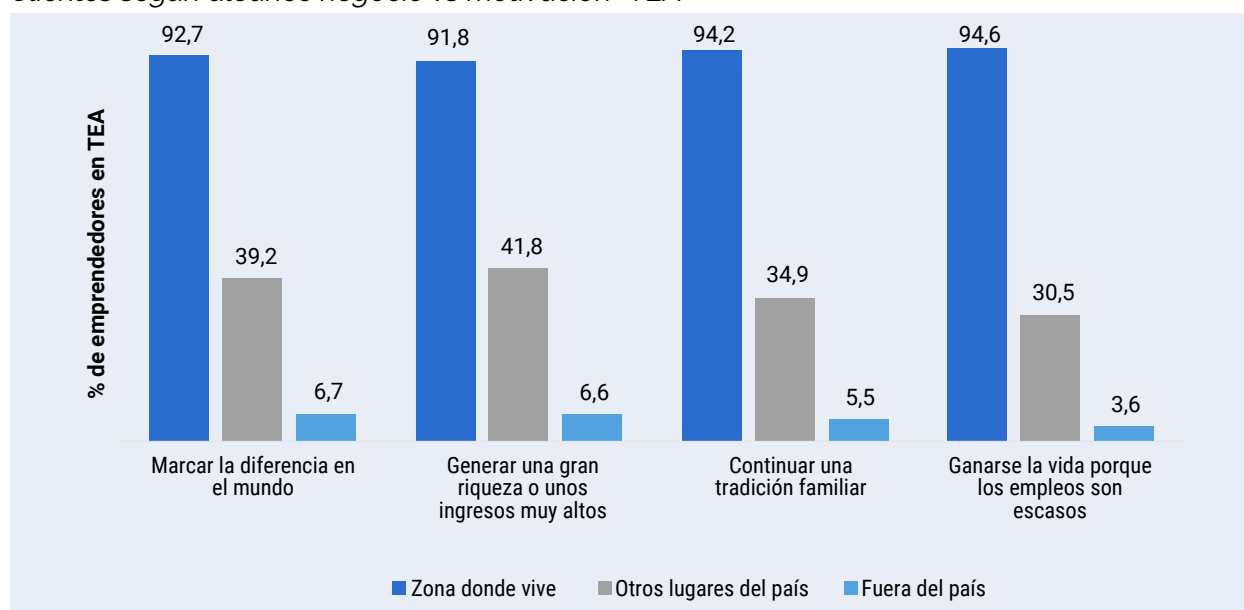
**Elaborado por:** Autores

En concordancia con el análisis previo, solo el 3,25% de los emprendedores tienen más del 1% de los ingresos por exportación. Al revisar el alcance de los emprendimientos tempranos, frente a la motivación del emprendedor, se observa que las personas que emprenden por ganarse la vida o

porque los empleos son escasos, no tienen clientes fuera del país; sin embargo, aquellas personas que quieren marcar la diferencia en el mundo tienen mayor proyección de crecimiento internacional, de casi el doble respecto a aquellos que solo quieren ganarse la vida (ver figura 27).

**Figura 27**

*Cientes según alcance negocio vs motivación -TEA*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

## 5.4 Adopción de tecnología e Innovación

El 1,2% de los negocios en la TEA declaran actividad empresarial en un sector tecnológico<sup>4</sup> alto o medio, debajo del promedio regional del 3,12% y menor que en el 2019. En este ámbito, Chile destaca con el 6,55% de los negocios en tecnología.

Se puede observar el rol que juega la educación en el tipo de negocio. El 11,6%

de emprendedores que tiene educación superior, tienen participación en sectores con uso más intensivo de tecnología como: consultoría, programación, actividades científico – técnicas entre otras. Parecería que la motivación de los emprendedores no fuera un determinante del sector en el que desarrollan sus actividades; sin embar-

<sup>4</sup> De acuerdo con la OCDE, se define como sector tecnológico a la combinación de las industrias manufacturera y de servicios que recogen, transmiten y muestran datos e información electrónicamente.

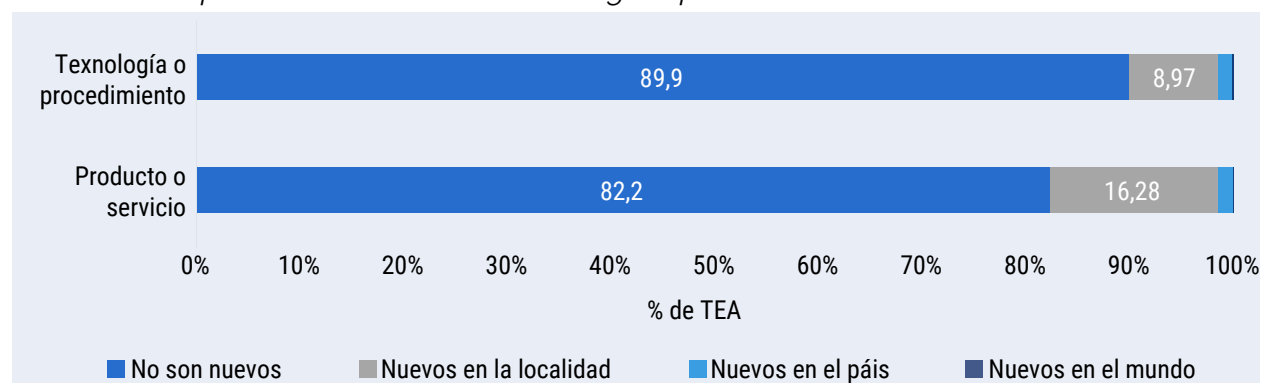
go, en el sector de productos alimenticios y en los servicios profesionales, la presencia de aquellos que han emprendido por marcar la diferencia en el mundo es mayor.

El alcance geográfico de la innovación en productos o servicios identifica si los productos o servicios son nuevos para la zona, país o el mundo. Así, se muestra que el 0.15% de los emprendedores ofrece productos o servicios nuevos para el mundo, y el 1.37% nuevos para su país, lo cual está alineado también a la concentración de sectores a los que pertenecen estos negocios. En el caso de innovación en procedimientos y

tecnologías, la situación es similar, ya que el 89.9% de los negocios no ha incorporado el uso de nuevas tecnologías o procedimientos en la generación de sus bienes y servicios (ver figura 28). La proyección de uso de tecnologías digitales para la venta de productos o servicios en los próximos meses revela que el 56% de la TEA proyecta mayor uso, aunque este porcentaje es el más bajo de la región, cuyo promedio es de 73%. Sin embargo, en general, América Latina y el Caribe muestran niveles bajos, exceptuando el caso de Chile, Uruguay y Brasil.

**Figura 28**

*Innovación en productos o servicios / tecnología o procesos*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

Aunque la proporción de servicios orientados a negocios es significativamente menor que la de los servicios orientados

a consumidores, en los primeros se puede observar mayor innovación y diversificación (ver tabla 15).

**Tabla 15**

*Innovación de productos o servicios / tecnología o procesos, por sector (%)*

| Detalle                | SECTORES ORIENTADOS A NEGOCIOS |                            | SECTORES ORIENTADOS A CLIENTES |                            |
|------------------------|--------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------|
|                        | Producto o servicio            | Tecnología o procedimiento | Producto o servicio            | Tecnología o procedimiento |
| No son nuevos          | 47.45                          | 44.81                      | 83.38                          | 91.16                      |
| Nuevos en la localidad | 34.99                          | 31.38                      | 16.02                          | 8.64                       |
| Nuevos en el país      | 13.32                          | 19.38                      | 0.59                           | 0.20                       |
| Nuevos en el mundo     | 4.24                           | 4.45                       |                                |                            |

**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

## 5.5 Impacto social y ambiental

Además del impacto social y ambiental del empleo generado por los emprendedores, se exploró su conciencia y contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En Ecuador, el 65.13% de los emprendedores considera las implicaciones sociales al tomar decisiones futuras sobre sus negocios, mientras que el 67.56% considera las implicaciones ambientales. Estas cifras son algo más bajas que el promedio regional del 83% para consideraciones de

impacto social y el 84% para el ambiental, aunque superan a las cifras de Colombia.

Según se muestra en la tabla 16, la mayoría de los emprendedores nuevos que han considerado implicaciones sociales (50.70%) y ambientales (50.21%) en el futuro de sus negocios son hombres. Por otro lado, las mujeres informan haber tomado medidas para mejorar el impacto social (52.25%) y minimizar el impacto ambiental (50.46%) de sus negocios.

**Tabla 16***Impacto social y ambiental de los emprendedores por distribución demográfica y motivaciones (%)*

|              |                                  | Implicaciones sociales en las decisiones sobre el futuro de su negocio | Acciones para maximizar el impacto social de su negocio durante el último | Implicaciones ambientales en las decisiones sobre el futuro de su negocio | Acciones para minimizar el impacto ambiental de su negocio durante el último | Priorización del impacto social y/o ambiental por encima de la rentabilidad o el crecimiento | Priorización ODS y plan de acción |
|--------------|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Género       | Hombre                           | 50.70                                                                  | 47.75                                                                     | 50.21                                                                     | 49.54                                                                        | 51.11                                                                                        | 59.69                             |
|              | Mujer                            | 49.30                                                                  | 52.25                                                                     | 49.79                                                                     | 50.46                                                                        | 48.89                                                                                        | 40.31                             |
| Edad         | 18-24                            | 21.55                                                                  | 18.40                                                                     | 20.78                                                                     | 20.52                                                                        | 23.45                                                                                        | 17.77                             |
|              | 25-34                            | 30.78                                                                  | 28.76                                                                     | 30.58                                                                     | 30.73                                                                        | 29.81                                                                                        | 56.21                             |
|              | 35-44                            | 25.83                                                                  | 28.73                                                                     | 26.17                                                                     | 26.87                                                                        | 25.54                                                                                        | 17.87                             |
|              | 45-54                            | 15.57                                                                  | 17.24                                                                     | 15.17                                                                     | 14.70                                                                        | 14.46                                                                                        | 8.15                              |
|              | 55-64                            | 6.26                                                                   | 6.86                                                                      | 7.30                                                                      | 7.18                                                                         | 6.75                                                                                         |                                   |
|              | Ninguna                          | 0.73                                                                   | 1.88                                                                      | 1.44                                                                      | 1.11                                                                         | 1.12                                                                                         |                                   |
| Educación    | Educación básica incompleta      | 15.95                                                                  | 13.88                                                                     | 16.63                                                                     | 18.01                                                                        | 15.50                                                                                        |                                   |
|              | Educación básica completa        | 12.52                                                                  | 9.84                                                                      | 12.23                                                                     | 11.36                                                                        | 13.49                                                                                        |                                   |
|              | Educación secundaria completa    | 53.03                                                                  | 54.40                                                                     | 52.19                                                                     | 51.04                                                                        | 51.65                                                                                        | 24.99                             |
|              | Educación superior               | 17.77                                                                  | 20.00                                                                     | 17.51                                                                     | 18.48                                                                        | 18.25                                                                                        | 75.01                             |
| Motivaciones | Marcar la diferencia en el mundo | 50.40                                                                  | 40.08                                                                     | 46.77                                                                     | 40.44                                                                        | 43.54                                                                                        | 75.44                             |
|              | Generar riqueza                  | 46.83                                                                  | 46.64                                                                     | 45.38                                                                     | 41.69                                                                        | 46.23                                                                                        | 75.17                             |
|              | Tradición Familiar               | 39.04                                                                  | 31.36                                                                     | 39.44                                                                     | 33.05                                                                        | 39.29                                                                                        | 49.49                             |
|              | Escasez del empleo               | 90.36                                                                  | 88.86                                                                     | 91.24                                                                     | 90.05                                                                        | 90.84                                                                                        | 67.40                             |

**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023**Elaborado por:** Autores

El análisis del impacto social y ambiental por grupos de edad muestra predominio de los emprendedores más jóvenes. Específicamente, el grupo etario de entre 25 y 34 años de emprendedores nuevos (56.21%), indica haber identificado algún ODS prioritario para su negocio y ha definido un conjunto de acciones claras para alcanzarlos. El 29.81% de emprendedores nuevos en el mismo segmento de edad, prioriza el impacto social y ambiental de su negocio por encima de su rentabilidad o crecimiento.

El nivel de educación influye en las decisiones que los emprendedores nuevos toman, específicamente quienes consideran las implicaciones sociales (53.03%) y ambientales (52.09%) poseen educación

secundaria completa. Además, el 75.01% de los emprendedores nuevos, que han priorizado un ODS para su negocio y han definido un conjunto de acciones claras para alcanzarlo, poseen educación superior.

Finalmente, se ha encontrado que el 90.36% de los emprendedores que consideran el impacto social y el 91.24% de quienes consideran el ambiental en sus decisiones, estuvieron motivados principalmente por ganarse la vida porque el empleo está escaso. Se encontró, además, que el 75.44% de los emprendedores nuevos, motivados por marcar la diferencia en el mundo, son quienes priorizan un ODS y establecen un plan de acción claro para alcanzarlo.

## Los niveles de emprendimiento masculino y femenino: ¿paridad?

Aunque en el año 2019, en Ecuador se encontró mayor proporción de hombres en actividad emprendedora temprana, ha predominado una relativa paridad entre los emprendedores. En el 2023 se registra una composición de la TEA del 51.18% de mujeres y un 48.82% de hombres, ubicando a Ecuador dentro de las 5 economías que presentan este comportamiento junto con China, Colombia, Tailandia y Lituania, frente a los 39 restantes, en las que prima el porcentaje de emprendedores hombres. Este comportamiento diferencia a Ecuador de la mayoría de los países de ingresos bajos.

En relación con los ingresos de los hogares de los emprendedores en sus primeras etapas, se observa que las mujeres tienen un porcentaje menor en los niveles medio y alto en comparación con los hombres. Esta disparidad también se refleja en

la tasa de empleo y desempleo, donde hay una proporción de 7 de cada 10 mujeres empleadas frente a 9 de cada 10 hombres empleados. En términos de motivación para emprender, más mujeres que hombres inician negocios debido a la escasez de empleo, mientras que una proporción similar de ambos sexos emprende para continuar una tradición familiar, entre otros factores. Estas diferencias podrían contribuir a la falta de sostenibilidad de los emprendimientos liderados por mujeres, generando una disparidad de género en la composición empresarial.

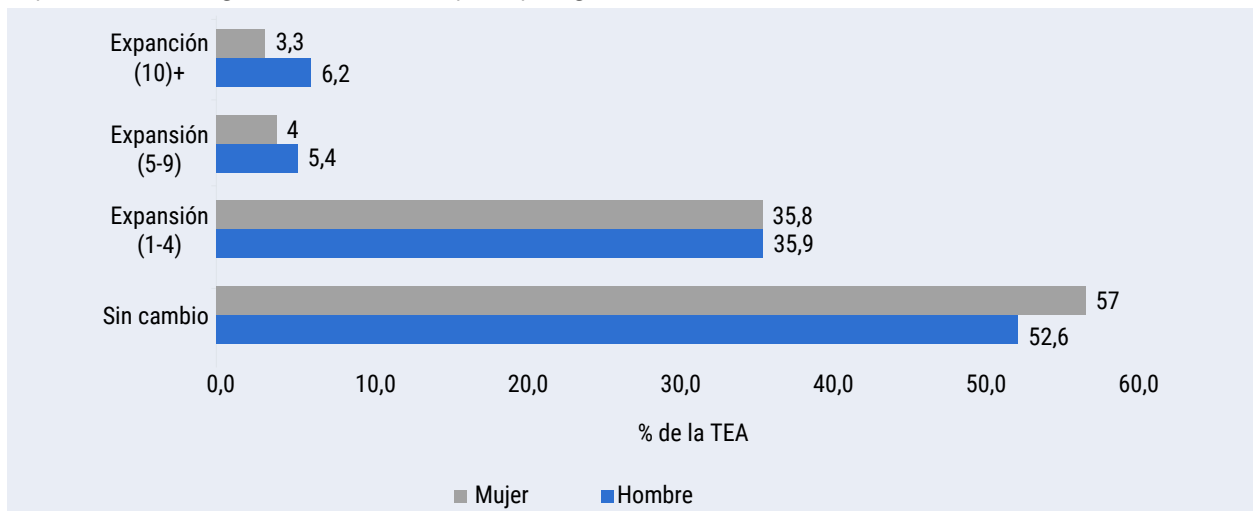
En cuanto al impacto social a través de la creación de empleo, no se observan diferencias significativas entre los negocios dirigidos por hombres y mujeres (ver figura 29). Sin embargo, los emprendedores masculinos tienen una expectativa más alta de

expansión de empleo, con cifras de 5 empleos en adelante. En términos de motivación y expectativas de generación de empleo, aquellos emprendedores motivados

por marcar la diferencia en el mundo tienen una mayor expectativa de crear más de 5 puestos de trabajo en los próximos años.

**Figura 29**

*Expectativas de generación de empleo por género*



**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

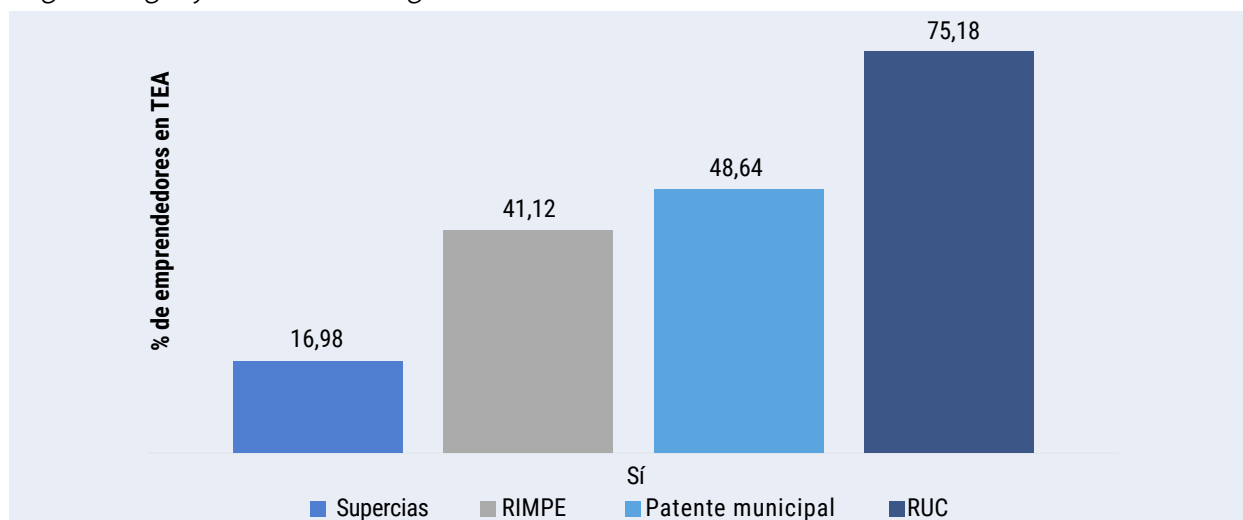
## 5.6 Formalización de los negocios en Ecuador

En Ecuador, la formalización de los negocios entre emprendedores presenta variaciones significativas. Si bien la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) refleja un alto nivel de adopción, lo que indica una sólida integración en los sistemas fiscales del país, los registros en la Superintendencia de Compañías y en el Registro de Microempresas (RIMPE) mues-

tran margen para mejorar. Estos datos son valiosos para las autoridades competentes, ya que les permiten identificar áreas específicas donde dirigir sus esfuerzos para aumentar la formalización, particularmente en el caso de pequeñas empresas y emprendedores dentro del marco del RIMPE (ver figura 30).

**Figura 30**

*Registro legal y fiscal de los negocios en Ecuador*



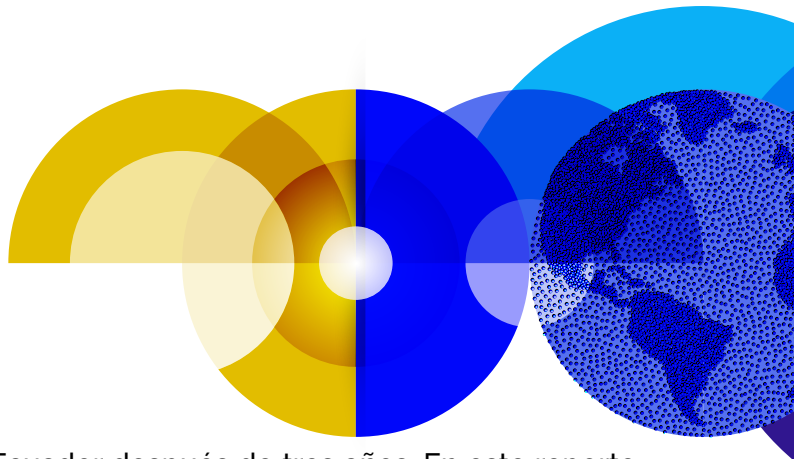
**Fuente:** Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

**Elaborado por:** Autores

El registro legal y fiscal de los negocios en etapas tempranas en Ecuador refleja desafíos significativos en la formalización de negocios, con particular énfasis en la diferencia entre los negocios que se han registrado en varios sistemas legales y fiscales y aquellos que no. Dentro de la Superintendencia de Compañías (SUPERCIAS), solo un 16.98% de los emprendedores reporta haber registrado su actividad, sugiriendo que un número considerable de empresas operaría sin el reconocimiento legal adecuado que facilita el acceso a crédito y a mercados formales. Este bajo porcentaje es crítico, ya que el registro en SUPERCIAS es esencial para la legitimidad y el funcionamiento legal de cualquier empresa en el país.

Además, aunque el Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE) se diseñó para formalizar pequeños negocios, solo el 41.12% están inscritos en este régimen, destacando la subutilización de un mecanismo de registro pensado para aliviar la carga burocrática sobre los emprendedores. El 48,64% de los emprendedores obtuvo una patente municipal y el 75,18% se registró en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), reflejando un mayor cumplimiento con las obligaciones fiscales que con otros registros. Pero estos porcentajes aún validan la existencia de muchos negocios que no están integrados en la estructura económica formal, lo que limita su desarrollo y contribución al crecimiento económico nacional.

## 6 | Reflexiones



Regresamos con nuestro informe GEM Ecuador después de tres años. En este reporte, como el lector habrá visto, a menudo comparamos con 2019, año de nuestro último informe de la actividad emprendedora temprana para Ecuador, pero también un año interesante por ser el último de relativa estabilidad global. La pandemia introdujo cambios en un sinnúmero de dimensiones y la economía, la dinámica empresarial, los emprendedores y el bienestar no han sido excepción.

Para 2023, Ecuador muestra una tasa de actividad emprendedora temprana, TEA, del 32,7%, inferior a la obtenida en 2019, producto de la reducción en emprendedores nacientes. El comportamiento de la TEA en los países vecinos en el periodo 2020-2022 ha sido fluctuante, pero no se han visto grandes reducciones. En el país se acentuaron las condiciones favorables al autoempleo y a los emprendimientos por necesidad; esto se refleja en las motivaciones de emprendedores nacientes y nuevos. El 53% de los emprendedores tiene entre 18 y 34 años; como en años anteriores, predominan los negocios en el sector de comercio, aunque ahora aparece una proporción mayor en tecnología. En la TEA, la proporción de emprendedores independientes ha sido de 74% y de emprendedores patrocinados de 26%.

### 6.1 La visión del entorno

Las condiciones del entorno se han deteriorado en toda la región; en Ecuador, incluso aquellas como Infraestructura física y Educación post bachillerato, que contaban con una relativa buena puntuación, no han resultado bien evaluadas en la Encuesta Nacional de Expertos. En 2023 el NECI, Índice Nacional del Contexto Emprendedor, fue de 3.9, inferior al de 2019 de 4.2. Entre las fortalezas (puntuaciones de 5 puntos sobre 10 o superiores) del periodo de análisis actual, encontramos las normas sociales y culturales, la prioridad asignada a buenas prácticas

sociales y a la sostenibilidad por los nuevos negocios. Si bien estas fortalezas muestran evolución en la mentalidad emprendedora y en las preocupaciones empresariales por la sociedad y el medioambiente, las condiciones habilitantes para creación de negocios y su crecimiento y duración aún son inestables. Entre las debilidades destacan la insuficiencia de apoyo financiero con productos y servicios acorde a las necesidades de los emprendedores locales, el nivel de estudios primarios y secundarios, y la transferencia de I+D; estas debilidades han per-

manecido a lo largo de los años sin cambio, y son críticas para asegurar una generación continua de negocios con potencial de impacto. Las recomendaciones de los expertos giran justamente alrededor de acciones para superar las debilidades, en particular sugieren un rol más activo del sector privado, esto implicaría mayor número de emprendimientos patrocinados, por ejemplo, que tendría alguna incidencia en la transferencia de investigación y desarrollo también. El tema de la seguridad física y jurídica también surgió entre sus observaciones, puesto que son barreras que el sector em-

presarial enfrenta en estos momentos en el país. En años anteriores se han mencionado los encadenamientos productivos y más recientemente las iniciativas de clúster, como facilitadores de la inserción de pequeños negocios en la economía de diversas industrias. De acuerdo con la publicación Ecuador Compite (MPCEIP, 2023) en el país se estarían adelantando algunas estrategias de clúster donde uno de los más avanzados sería el de agronegocios. Sin embargo, aún es temprano para evidenciar impactos en el ecosistema de emprendimiento a nivel nacional.

## 6.2 Motivaciones de los emprendedores e impacto de sus negocios

El perfil de los emprendedores ha mantenido una relativa estabilidad en los últimos años. Los jóvenes emprendedores siguen siendo la mayoría, con más del 50% teniendo entre 18 y 35 años. La distribución educativa abarca desde educación básica incompleta hasta secundaria completa, aunque ha habido un leve aumento en emprendedores con educación superior en la última década. En el segmento de emprendedores con educación superior, los hombres predominan, pero en general, se observa una relativa paridad entre hombres y mujeres emprendedores.

Aunque alrededor del 40% de los emprendedores tienen motivaciones diversas como marcar la diferencia en el mundo, generar ingresos altos o seguir tradiciones familiares, más del 90% menciona la escasez de empleo como uno de sus principales impulsos para emprender. En 2023, la TEA de Ecuador refleja un mayor número de emprendedores cuyos ingresos familiares

están en el rango de 1 a 2 salarios básicos unificados (SBU) (41.65%), a diferencia de 2019, cuando la mayoría estaba en el rango de más de 2 SBU (39.60%). Esta situación refleja un deterioro económico que ha llevado a un aumento de emprendimientos unipersonales y motivados por necesidad. A medida que mejora el ingreso familiar, se observa un incremento en las diferentes motivaciones para emprender, pero no se aprecian diferencias significativas entre los niveles mencionados en cuanto a la motivación por la escasez de empleo. Entre áreas urbanas y rurales, se destacan diferencias en las motivaciones por hacer la diferencia y generar ingresos altos, pero no en lo relacionado con la escasez de empleo.

El impacto y potencial impacto de los emprendimientos está asociado directa e indirectamente con las motivaciones. A continuación, describiremos algunos de los impactos más comunes esperados de los nuevos negocios.

**Generación de empleo:** en cuanto a empleo actual, la mayoría de las empresas son unipersonales y carecen de empleados; solamente un 33% de los emprendedores informa tener entre uno y cinco trabajadores. En cuanto al empleo esperado, los negocios en los sectores de agricultura, silvicultura, pesca y minería, seguidos del sector de comunicaciones tienen mayores expectativas de crecimiento en empleo. Quienes están motivados por hacer la diferencia proyectan, en mayor proporción, crear más de un empleo, en contraste con los emprendedores motivados por la escasez de empleo. Como se mencionó antes, una gran mayoría de emprendedores inicia sus negocios motivados por la falta de empleos, lo que nos deja ver que nuestra actividad emprendedora temprana compuesta, prácticamente por emprendimientos no dinámicos, no será una fuente de empleo en el corto plazo al menos.

**Cobertura nacional:** respecto al alcance de los emprendimientos, el 94.2% de los clientes está ubicado en la misma zona de residencia del emprendedor, frente a un 31.2% que se ubica en otros lugares del país y al 4.4% fuera del país. Aun cuando en los emprendedores nacientes los porcentajes son ligeramente menores, en el caso de negocios nuevos y establecidos, la tendencia es similar. No obstante, tener clientes en otros lugares del país refleja un crecimiento frente a años anteriores. En cuanto a la proyección de expansión, los emprendedores urbanos tienen una mayor proyección de expansión y mayor alcance en comparación con los emprendedores rurales. En general, el desarrollo de los clientes está mayoritariamente en el área de residencia del emprendedor, y muy poco orientado a

mercados externos, sin embargo, en el sector de actividades extractivas se destaca un mayor número de clientes fuera de su zona.

**Exportaciones:** según los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador, en el año 2023 se observó una reducción en el valor de las exportaciones ecuatorianas en comparación con el año anterior. En cuanto a la actividad emprendedora, solo un pequeño porcentaje del 3.25% de los emprendedores reporta más del 1% de sus ingresos provenientes de exportaciones. Se destaca que aquellos emprendedores con una motivación centrada en marcar la diferencia en el mundo muestran una mayor propensión hacia el crecimiento internacional, aproximadamente el doble en comparación con aquellos cuyo objetivo principal es ganarse la vida. Esta situación limita la expansión en términos de exportaciones para los emprendimientos en sus etapas iniciales.

**Innovación:** el ámbito de innovación en el informe GEM se evalúa desde dos perspectivas, la innovación de productos y servicios en su zona geográfica o fuera de ella, así como la incorporación de tecnología o nuevos procesos en la generación de bienes y servicios. En los dos ámbitos se observa que aún hay un importante camino por recorrer.

En cuanto a la innovación de productos y servicios, solo el 0.15% de los emprendedores ofrece productos o servicios nuevos para el mundo, y el 1.37% ofrece productos nuevos o servicios para su país, situación similar al segundo factor, en el que 89.9% de negocios no ha incorporado el uso de nuevas tecnologías o nuevos procedimientos en la generación de sus bienes y servicios;

sin embargo, al evaluar la proyección del uso de tecnología, un 56% de la TEA proyecta mayor uso en los próximos meses. Respecto a los sectores de mayor innovación, esta prevalece en los servicios orientados a negocios.

**Sostenibilidad:** la conciencia sobre los impactos sociales y ambientales en las decisiones empresariales está en aumento, aunque aún no alcanza el promedio regional. Por ejemplo, el 65.13% de los emprendedores en Ecuador considera las implicaciones sociales al tomar decisiones sobre sus negocios, mientras que el 67.57% eva-

lúa las implicaciones ambientales. Este enfoque varía según la edad de los emprendedores, siendo más predominante entre los más jóvenes, reflejando una generación más comprometida con las problemáticas globales. Además, el nivel educativo influye en estas decisiones; el 75.01% de los emprendedores nuevos, con educación superior, que han priorizado un Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) para su negocio y han delineado acciones concretas para alcanzarlo, están motivados por marcar la diferencia en el mundo.

## 6.3 Implicaciones para política pública

Aunque se ha avanzado con el reconocimiento del valor de la actividad emprendedora desde diversas aristas en el ámbito de la política pública, aún queda por hacer para promover emprendimientos con mayor potencial de impacto. Sin embargo, está claro, que la situación económica del país y su incidencia en el empleo es una barrera independiente de la política pública y los programas de gobierno; es más, impide el potencial impacto positivo de estos.

Los resultados del GEM 2023-2024, de modo similar a los de años anteriores, sugieren que el diseño de políticas debe considerar la diversidad de los emprendedores según el tipo de emprendimiento (micro, dinámico, tecnológico, alto potencial, social, de impacto, entre otros), según sus características demográficas (edad, hombre, mujeres, jóvenes, adultos, adultos mayores, educación, etc.), y el contexto en el que se desenvuelven; urbano y rural, y sectores industriales. Parecería un esfuerzo titáni-

co, pero como hemos dicho anteriormente, cuando se trata de emprendedores y emprendimientos no hay tallas únicas.

En el ámbito de los negocios digitales y la adopción de tecnología digital en otros casos, tal vez exista oportunidades de intervención a menor costo y mayor impacto; esta es un área en la cual se sugiere exploración.

En general, los espacios para las acciones de apoyo y promoción surgen de las debilidades que aún muestran los emprendimientos en Ecuador, salvo excepciones, en cuanto a internacionalización e innovación. Una buena señal es la actitud favorable de los emprendedores hacia la sostenibilidad, considerando los impactos sociales y ambientales en sus iniciativas. Este enfoque en los negocios va de la mano con la innovación; es probable que esta sea una vía para la diversificación en los pequeños negocios y la mejora de su propuesta de valor.

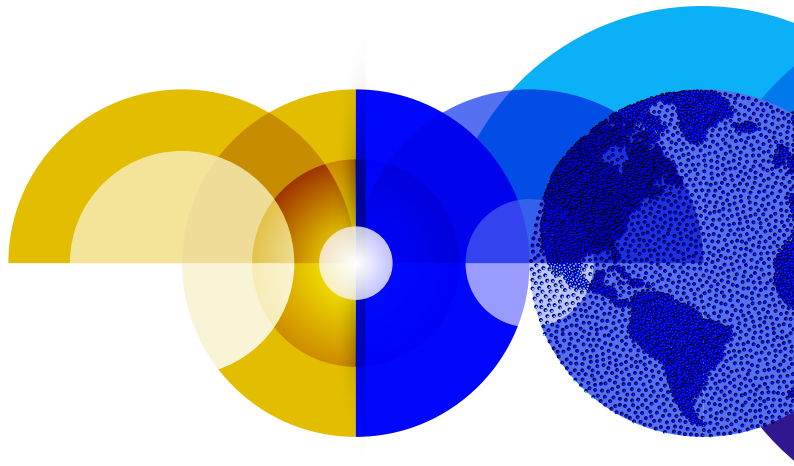
Este estudio, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023-2024, muestra el enorme potencial de generación de bienestar y riqueza que existe en las manos de nuestra población adulta. Confiamos en

que la información que compartimos motive a continuar las propuestas de apoyo al emprendimiento, a mejorarlas e implementarlas, acelerando así la recuperación económica y social del país.

## 7 | Referencias

- Almeida, N. y Cárdenas, A. (s.f) *Oportunidades y retos del ecosistema de emprendimiento en el Ecuador*. <https://www.aei.ec/dia-emprendimiento-ecuador-aei/>
- Amaya, A.; Samaniego, A.; Lasio, M.V. (2023) *Oportunidades y Desafíos del Ecosistema de Em-prendimiento Femenino en Ecuador*. ESPAE-ESPOL. Guayaquil-Ecuador.
- Banco Central del Ecuador. (2024) *"Informe de resultados cuentas nacionales trimestrales 2023"*. Banco Central del Ecuador. <https://lc.cx/SZlgqV>
- INEC. (2023) *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo - ENEMDU Indicadores laborales*. <https://lc.cx/bYM9JU>
- Zahra, S. A. (2022). Institutional change and international entrepreneurship after the war in Ukraine. *British Journal of Management*, 33(4), 1689-1693.

## 8 | Anexos



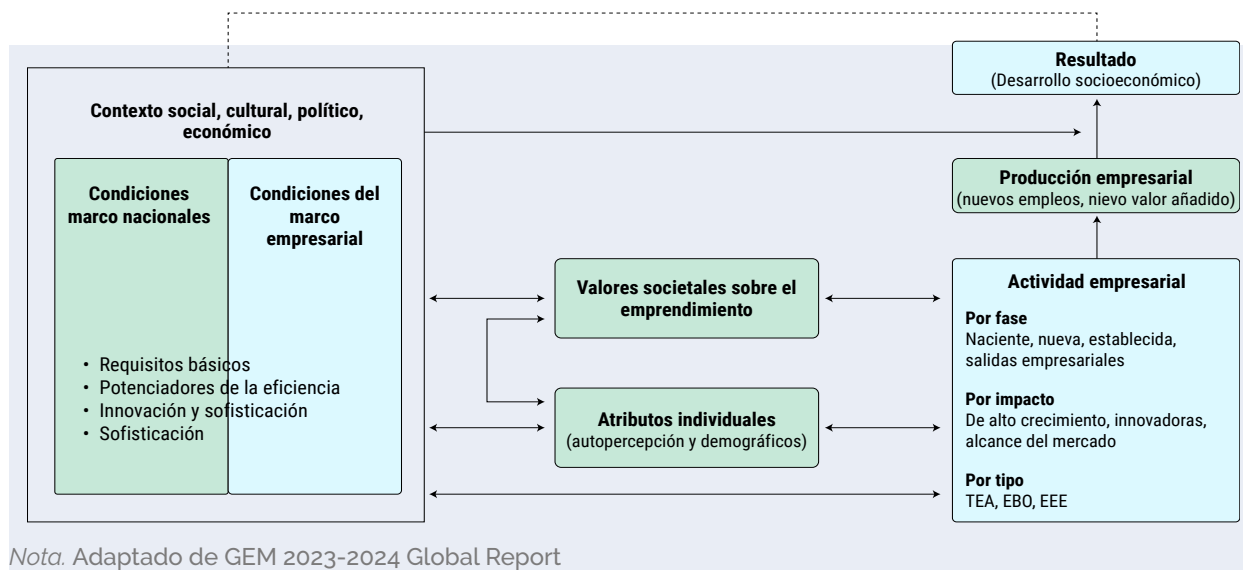
### 8.1 Anexo 1. Marco conceptual y metodología del GEM<sup>5</sup>

GEM es un estudio multinacional de investigación a largo plazo sobre el espíritu emprendedor, que se realiza anualmente utilizando datos basados en la población para medir cuidadosamente el nivel de espíritu emprendedor en cada economía participante. El GEM define y mide el espíritu emprendedor como el acto de crear o dirigir una nueva empresa. El acto de emprender es el elemento diferenciador clave: pensar en iniciar un negocio o planear hacerlo en algún momento en el futuro no se tiene en cuenta, según la medición de la actividad emprendedora del GEM.

En la figura 31 se ilustra el marco conceptual del GEM. Muestra la relación entre la decisión de crear una nueva empresa y el entorno emprendedor que influye en esa decisión y en su puesta en práctica, tanto directamente (a través del acceso a los recursos) como indirectamente (a través de las prioridades y los valores sociales). El entorno pertinente puede ser local, regional o nacional, o una mezcla de los tres, según la naturaleza de la nueva empresa y su escala.

5 Traducción y adaptación de GEM 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing

## El marco conceptual del GEM



La decisión de crear una empresa se enmarca en un contexto social, económico y político que condiciona dicha decisión en términos de variables, como la elección del sector, la escala de las operaciones y los niveles de ambición e innovación. Estas va-

riables influyen a su vez en el impacto de la nueva empresa sobre otros factores, como el número de puestos de trabajo, los niveles de valor añadido y, en última instancia, el desarrollo económico.

## La metodología GEM y las medidas de espíritu emprendedor

GEM utiliza dos instrumentos de investigación principales: La Encuesta de Población Adulta (APS), una muestra aleatoria de al menos 2.000 adultos por economía, y una Encuesta Nacional de Expertos (NES) de al menos 36 expertos nacionales por economía. La APS identifica la proporción (normalmente pequeña) de adultos que crean o dirigen nuevas empresas. GEM se refiere a esto como el nivel de Actividad emprendedora temprana o TEA. Aunque la mayoría de los adultos encuestados no están creando una empresa, proporcionan información muy valiosa como resultado de las preguntas de las encuestas GEM. Sus respuestas proporcionan su conocimiento del espíritu

emprendedor y de las oportunidades emprendedoras locales, su propia competencia para crear una empresa, lo fácil que es crear una empresa y si el miedo al fracaso les impediría de hacerlo. También se les pregunta si tienen intención de crear una empresa en el futuro.

En cada economía participante, la APS está supervisada por un equipo nacional de GEM, normalmente académicos de las mejores universidades, y a veces por otra organización con interés y experiencia en el espíritu emprendedor. Estas organizaciones trabajan estrechamente con GEM para garantizar que las preguntas se formulen

de la misma manera en todas las economías participantes, de modo que las respuestas puedan compararse de una economía a otra y en una misma economía a lo largo del tiempo. Tras la publicación anual del Informe Global, los equipos nacionales suelen elaborar y publicar (también en línea) sus propios informes nacionales. Estos se comparten habitualmente en el sitio web de GEM (<https://www.gemconsortium.org>).

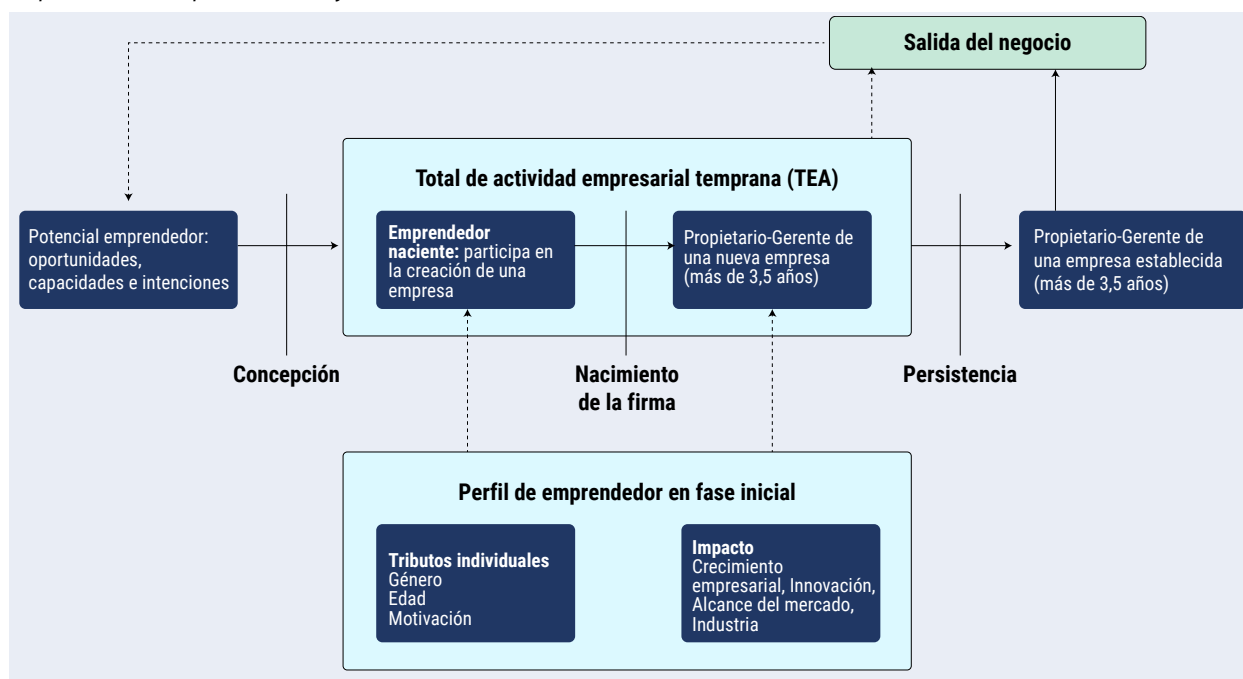
Cada año, las nuevas preguntas APS reflejan un mundo cambiante; por ejemplo, preguntando por las repercusiones del aumento de los precios de la energía o el conocimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Hay muchas formas de evaluar el nivel de actividad emprendedora en una economía. La mayoría de las estadísticas oficiales cuentan las nuevas empresas o el pago de impuestos como medida de la dinámica emprendedora. Sin duda son útiles, pero solo en la medida en que se registren nuevas empresas.

En muchas economías, especialmente en las menos desarrolladas, el registro de nuevas empresas puede suponer solo una

pequeña proporción de la creación de nuevas empresas. Esto puede deberse a varias razones. Por ejemplo, una empresa puede empezar de manera informal y muy pequeña, un propietario puede estar esperando a ver si el negocio funciona o, como se ha mencionado, el proceso de registro puede ser caro, difícil o excesivamente burocrático. Otra medida es el número de autónomos; muchos autónomos trabajan solo para sí mismos, y puede que ni siquiera perciban inicialmente que en realidad dirigen un negocio. Por ejemplo, periodistas, músicos o taxistas. El planteamiento del GEM sortea los retos de la recopilación de datos exhaustivos tanto por estar basado en la población como por garantizar el anonimato, captando así la actividad en la economía sumergida de una forma que las estadísticas oficiales no pueden. Este es un importante factor de diferenciación de GEM en comparación con otros estudios.

**Figura 31**

*El proceso emprendedor y los indicadores GEM*



*Nota.* Adaptado de GEM 2023-2024 Global Report

La forma en que GEM utiliza los datos de la APS para estimar las variables emprendedoras clave se expone en la Figura 32. La APS incluye una pregunta sobre si una persona ha gastado recursos (incluido su propio tiempo) para intentar poner en marcha ese negocio, como buscar un local, desarrollar un plan de negocio, etc. Si la respuesta es afirmativa, una pregunta de seguimiento pregunta si esa empresa ha pagado algún sueldo o salario, incluido al propietario, y, en caso afirmativo, durante cuánto tiempo. Si esos sueldos no se han pagado desde hace tres meses o más, entonces GEM la clasifica como empresa naciente y al individuo como emprendedor naciente. Si los salarios se han pagado durante tres meses o más, pero desde hace menos de tres años y medio, entonces GEM lo clasifica como empresa nueva y al indi-

viduo como emprendedor nuevo. La suma de emprendedores nacientes más nuevos es la Actividad Emprendedora Temprana (TEA). Si los salarios se han pagado durante tres años y medio o más, entonces, según GEM, se trata de una empresa establecida y el individuo es un propietario de negocio establecido (EBO).

La figura 32 ilustra el proceso emprendedor, desde el momento en que se perciben nuevas oportunidades para aprovechar, hasta que se empiezan a gastar recursos para convertirse en emprendedores nacientes, y luego convertirse en una nueva empresa, habiendo pagado salarios durante tres meses. Por supuesto, en cualquier fase el emprendedor puede abandonar la empresa, que puede continuar o no sin ellos. Si el nuevo negocio perdura lo suficiente, se consolida.

La figura también muestra las principales medidas de la actividad emprendedora del GEM. Cada una de ellas es importante, especialmente en relación con el nivel de TEA. Por ejemplo, una relación elevada entre TEA y EBO puede indicar dificultades en la transición de nuevas empresas a empresas consolidadas, esto puede ser resultado de un entorno emprendedor poco propicio; mientras que una alta proporción de TEA en relación con el cierre del negocio puede sugerir un entorno emprendedor en crecimiento.

La decisión de crear una nueva empresa se produce inevitablemente en un contexto particular, que puede apoyar o no a la nueva empresa y su posterior desarrollo. Para evaluar la calidad de cada contexto emprendedor nacional, GEM clasifica el entorno emprendedor en 13 dimensiones

comunes a todos los contextos (denominadas Condiciones Marco del Emprendimiento o EFC) y, a continuación, encuesta a un grupo de expertos de cada país para evaluar la calidad de cada condición marco. Estas evaluaciones se armonizan para ofrecer una cifra única de la calidad del entorno emprendedor. Estos datos cualitativos coherentes permiten comparar simultáneamente los entornos emprendedores nacionales. También permite seguir la evolución de un entorno emprendedor nacional a lo largo del tiempo. La NES constituye un complemento esencial de las APS individuales. En conjunto, estas encuestas proporcionan una evaluación detallada de la actividad emprendedora en cada economía, así como de la calidad del ecosistema emprendedor en el que se desarrolla dicha actividad.

## 8.2 Anexo 2. Economías en GEM 2023-2024 agrupadas por nivel de ingreso

| Nivel A<br>>\$50.000     | Nivel B<br>\$25.000-\$50.000 | Nivel C<br><\$25.000 |
|--------------------------|------------------------------|----------------------|
| Canadá                   | Argentina*                   | Brasil               |
| Francia                  | Chile                        | China                |
| Alemania                 | Croacia                      | Colombia             |
| Italia                   | Chipre                       | Ecuador              |
| Rep. Corea               | Estonia                      | Guatemala            |
| Luxemburgo               | Grecia                       | India                |
| Países Bajos             | Hungría                      | Irán                 |
| Noruega                  | Israel                       | Jordania             |
| Qatar                    | Japón*                       | México               |
| Arabia Saudi             | Letonia                      | Marruecos            |
| Eslovenia                | Lituania                     | Sudáfrica            |
| Suecia                   | Omán                         | Tailandia            |
| Suiza                    | Panamá                       | Ucrania              |
| Emiratos Árabes Unidos * | Polonia                      | Venezuela            |
| Reino Unido              | Puerto Rico                  |                      |
| Estados Unidos           | Rumania                      |                      |
|                          | República Eslovaca           |                      |
|                          | España                       |                      |
|                          | Uruguay                      |                      |

*Nota.* \*Solo participaron en la NES, no en la APS. Como resultado, 46 economías participaron en la APS (incluida Ucrania con una muestra limitada) y 49 participaron en la NES.

### 8.3 Anexo 3. Detalle de condiciones marco para el emprendimiento - NES - encuesta nacional de expertos

El cuestionario de la NES recoge las opiniones de expertos sobre una serie de afirmaciones, cada una diseñada para capturar una Condición Marco Empresarial (EFC) específica. Las respuestas a cada ítem siguen una escala Likert, donde 0 indica que la afirmación es completamente falsa y 10 indica que es completamente cierta. La metodología del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) reconoce 9 EFCs:

**Financiamiento para emprendedores:** la disponibilidad de recursos financieros (capital y deuda) para pequeñas y medianas empresas (PYMES) (incluidas subvenciones y subsidios). Actualmente, este EFC tiene dos componentes: a) suficiencia de apoyo financiero y b) facilidad de obtención del apoyo financiero.

**Políticas gubernamentales:** la medida en que las políticas públicas apoyan el emprendimiento. Este EFC tiene dos componentes: a) El espíritu emprendedor como un tema económico relevante y b) Los impuestos 53 ESPAE, Escuela de Negocios de la ESPOL o las regulaciones fomentan la creación y crecimiento de empresas nuevas.

**Programas gubernamentales:** la presencia y la calidad de los programas que ayudan directamente a las PYMES en todos los niveles de gobierno (nacional, regional, municipal).

**Educación en emprendimiento:** la medida en que la capacitación para crear o administrar PYMES se incorpora al sistema de educación y capacitación en todos los niveles. Este EFC tiene dos componentes: a) Educación en emprendimiento en la escuela básica (primaria y secundaria) y b) Educación en emprendimiento en los niveles postsecundarios (educación su-

perior como vocacional, universitaria, escuelas de negocios, etc.).

**Transferencia de I + D:** la medida en que la investigación y el desarrollo nacionales generarán nuevas oportunidades comerciales y estarán disponibles para las PYMES.

**Infraestructura comercial y legal:** la presencia de derechos de propiedad, servicios comerciales, contables y de asesoramiento legal que apoyan o promueven a las PYMES.

**Mercado interno:** este EFC contiene dos componentes: a) Dinámica del mercado: el nivel de cambio en los mercados de un año a otro, y b) Apertura del mercado: la medida en que las nuevas empresas son libres de ingresar a los mercados existentes.

**Infraestructura física:** facilidad de acceso a recursos físicos (comunicación, servicios públicos, transporte, tierra o espacio) a un precio que no discrimina a las PYMES.

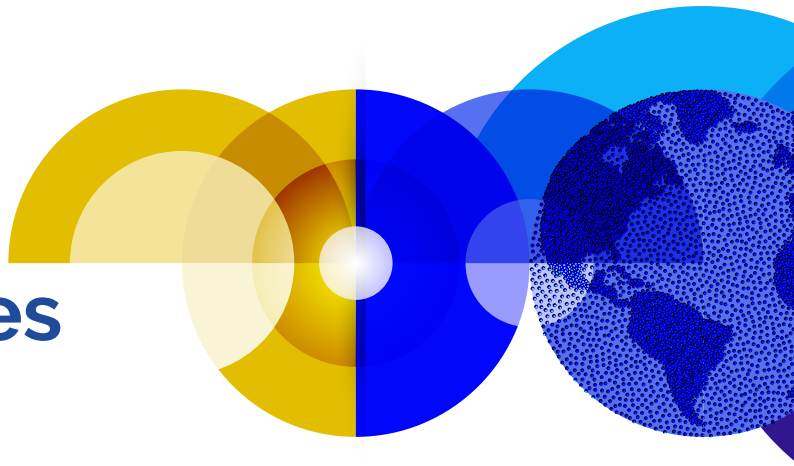
**Normas sociales y culturales:** la medida en que las normas sociales y culturales fomentan o permiten acciones que conducen a nuevos métodos o actividades comerciales que potencialmente pueden aumentar la riqueza y los ingresos personales.

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

## 8.4 Anexo 4. Información de encuestados

|           |                               | Cantidad de personas | Porcentaje |
|-----------|-------------------------------|----------------------|------------|
| Género    | Hombres                       | 986                  | 49.3       |
|           | Mujeres                       | 1014                 | 50.7       |
| Edad      | 18-24                         | 451                  | 22.55      |
|           | 25-34                         | 565                  | 28.25      |
|           | 35-44                         | 423                  | 21.15      |
|           | 45-54                         | 337                  | 16.85      |
|           | 55-64                         | 224                  | 11.2       |
|           | Ninguna                       | 21                   | 1.06       |
| Educación | Educación básica incompleta   | 510                  | 25.73      |
|           | Educación básica completa     | 191                  | 9.64       |
|           | Educación secundaria completa | 983                  | 49.6       |
|           | Educación superior            | 277                  | 13.98      |
|           | Tiempo completo               | 404                  | 20.35      |
| Ocupación | Tiempo parcial                | 212                  | 10.68      |
|           | Jubilado/discapacitado        | 20                   | 1.01       |
|           | Dedicado al hogar             | 303                  | 15.26      |
|           | Estudiante                    | 108                  | 5.44       |
|           | Desempleado                   | 101                  | 5.09       |
|           | Autoempleado                  | 837                  | 42.17      |
|           | Menos de 1SBU                 | 583                  | 30.43      |
| Ingresos  | Entre 1SBU y 2SBU             | 685                  | 35.75      |
|           | Más de 2SBU                   | 648                  | 33.82      |

## Sobre los autores



### María Virginia Lasio

Directora del GEM Ecuador 2023, profesora de Comportamiento Organizacional y ex decana de ESPAE. Directora del Global Entrepreneurship Monitor Ecuador y miembro del proyecto STEP Project for Family Enterprising. Sus intereses de investigación son en las áreas de emprendimiento y empresas familiares. Tiene un Ph. D. de la Universidad de Tulane. [mlasio@espol.edu.ec](mailto:mlasio@espol.edu.ec)



### Adriana Amaya Rivas

Es Ph. D. en negocios internacionales, especialización Gestión de la Innovación de la Chinese Culture University (Taiwán). Profesora de ESPAE; es parte del equipo del Global Entrepreneurship Monitor, GEM, para Ecuador; es miembro del equipo Ecuador de STEP Project for Family Enterprising. Así mismo, es miembro del equipo Ecuador de la Red Europea Latinoamericana de Apoyo a los Emprendedores Sociales/Proyecto ELANET. Actualmente, investiga en temas de innovación, emprendimiento social, y empresas familiares. [aamaya@espol.edu.ec](mailto:aamaya@espol.edu.ec)



## María Dolores Mahauad

Máster en Evaluación, Gestión y Dirección de la Calidad Educativa en la Universidad de Sevilla - España. Profesora titular de la Universidad Técnica Particular de Loja, de la Carrera de Administración de Empresas del Departamento de Ciencias Empresariales. Coordinadora de la Cátedra de Innovación y Emprendimiento de la UTPL y miembro del grupo de investigación de Innovación y Emprendimiento. Professional Certificate: Profesor en Emprendimiento e Innovación por doinGlobal™ y la Universidad de Salamanca (España). md-mahauad@utpl.edu.ec



## María Paula Espinosa

Máster en Administración Estratégica de Empresas por CENTRUM PUCP. Especialista en Gestión y Liderazgo Universitario (IGLU) y en Transformación Digital (EOI). Directora Académica de la EDES Escuela de Negocio, Docente titular y gestora universitaria en UTPL. Investiga sobre emprendimiento, transformación digital, innovación, nuevos modelos de negocios y formación empresarial. Actualmente, lidera en UTPL el proyecto GEM, Ecuador. mpespinoza@utpl.edu.ec



## Paúl Sarango Lalangui

Es Ph. D. en Empresa por la Universidad de Barcelona, España, y Profesor en la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL). Cuenta con una Certificación Profesional como Profesor en Emprendimiento e Innovación, por la Universidad de Salamanca, España. Es miembro del equipo GEM Ecuador. Delegado por la UTPL, para el proyecto de investigación Global University Entrepreneurial Spirit Student' Survey – GUESS, y coordina el Grupo de Investigación en Innovación y Emprendimiento en la UTPL. Su investigación científica se enfoca en emprendimiento sostenible, innovación y sostenibilidad. posarango@utpl.edu.ec



**UTPL**  
La Universidad Católica de Loja



Escuela de Negocios con propósito



**ESPAE**  
Escuela de Negocios