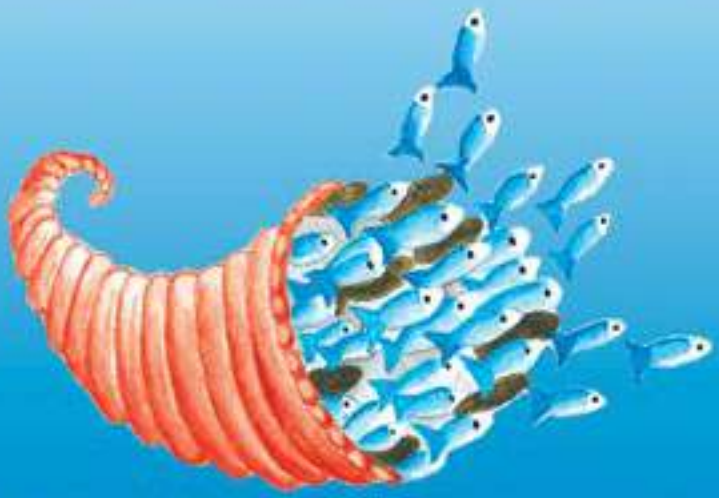
ESPAE GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

GEM

ISSN No.13903047



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
ECUADOR - 2015

Virginia Lasio - Guido Caicedo - Xavier Ordeñana - Edgar Izquierdo
con la colaboración de: Ramón Villa - Rafael Coello

BABSON
Universidad del Desarrollo
UNIRAZAK UNIVERSITI TUN ABDUL RAZAK
Tecnológico de Monterrey

GEM ECUADOR 2015

COLABORARON EN DIVERSAS ETAPAS DEL ESTUDIO:

Evelyn Arias

Paulina Brito

María Paula Salvatierra

Juan Fernando Tinoco

Danny Veliz

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

IMAGEN DE PORTADA
Título: Riqueza
Autor: Andrea Samaniego Díaz
Año: 2016
Técnica: Mixta, crayón y acuarela
Flickr: andreasamaniego
Email: asamanie@espol.edu.ec

FOTOGRAFÍAS interiores
Cortesía de PRO ECUADOR

ISSN No.13903047

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

© ESPAE - ESPOL 2016

Whilst this work is based on data collected by the GEM Consortium, analysis and interpretation of those data is the sole responsibility of the authors.

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

PRESENTACIÓN

Un año más la ESPAE Graduate School of Management de la ESPOL participa en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), uno de los proyectos de investigación más importantes a nivel mundial en el tema de emprendimiento; fueron parte del GEM 2015 62 países, representando economías en diversas fases de desarrollo. El proyecto GEM, que fue iniciado en 1999 por el Babson College y la London Business School, y en el que ESPAE participa desde el año 2004, busca medir los niveles de emprendimiento de los países con el objeto de:

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

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

La sección inicial resume el comportamiento de las principales variables del estudio para el año 2015. Como en años anteriores el informe está estructurado en 6 capítulos y una sección de reflexiones finales. Este año se ha organizado el informe para asociar a cada sección uno de los componentes del modelo conceptual del Global Entrepreneurship Monitor, el mismo que se presenta en el primer capítulo junto a la metodología del proyecto. En el segundo capítulo, El Clima Emprendedor: El Entorno Crítico, se analizan los factores del ecosistema y su incidencia en el emprendimiento. En el tercer capítulo, Emprendedores en Ecuador, se revisan los valores de la sociedad en relación al emprendimiento y caracteriza a los emprendedores según su demografía, percepciones y actitudes. En el cuarto capítulo, Ciclo de Vida: Gestación, Inicio y Crecimiento, se expone la actividad emprendedora en el país, con el análisis de los negocios. En el quinto capítulo, Emprendedores Senior, se analizan las características de los emprendedores de este grupo etario. En el capítulo 6, Políticas Públicas, se sugieren políticas, que basadas en los factores críticos, puedan favorecer el emprendimiento en el país.

Nuestro agradecimiento para el conjunto de expertos por su colaboración con su opinión y sugerencias, y un especial agradecimiento a las empresas auspiciantes, sin cuyo concurso hubiera sido difícil concluir el ciclo 2015 exitosamente: Banco del Pacifico, Mexichem y Hotel Sheraton. Estas empresas son un ejemplo de la puesta en práctica de la vinculación Universidad-Empresa y confiamos en que inspiren a otras a seguir su ejemplo.

Los invitamos a hacer amplio uso de los resultados para diversos fines, algunos sugeridos a lo largo del informe; también agradecemos la discusión y crítica de los mismos.

Virginia Lasio M.
DECANA ESPAE-ESPOL

TABLA DE CONTENIDO

Resumen Nacional 10
National Summary 11
Introducción 13
El Clima Emprendedor: El Entorno Crítico 21
Emprendedores en Ecuador 27
Ciclo de Vida: Gestación, Inicio y Crecimiento 37
Emprendedores Senior 47
Políticas Públicas 51
Reflexiones Finales 57
Referencias 59
Anexos 61
Sobre los autores 76
Sobre los auspiciantes 77
Promotores del GEM 78
Ejecutores del GEM en Ecuador 80
Contactos 81

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Economías que participan en el Reporte GEM 2015, agrupadas por región geográfica y nivel de desarrollo económico 13
Tabla 2 Principales estadísticas descriptivas para grupos de edad en los que se centrará el análisis 18
Tabla 3 Actividad emprendedora y percepciones en las economías del GEM 2015, por región 19
Tabla 4 Factores críticos para el emprendimiento 22
Tabla 5 Políticas y programas de gobierno, educación, soporte y desarrollo 25
Tabla 6 Contraste de países con TEA más alta 29
Tabla 7 Valores de la sociedad que definen una cultura a favor del emprendimiento 29
Tabla 8 Percepciones y actitudes de los emprendedores 30
Tabla 9 Percepciones de la TEA y establecidos 30
Tabla 10 Principales características de la TEA y establecidos 32
Tabla 11 TEA según género y motivación 33
Tabla 12 Motivación para emprender según edad y etapa del negocio 33
Tabla 13 Educación y motivación 34
Tabla 14 Emprendedores según tipo de ocupación y etapa del negocio 34
Tabla 15 Nivel de ingresos por categoría de negocios 35
Tabla 16 Estadísticas descriptivas según nivel de ingreso 35
Tabla 17 Contraste entre perfil demográfico de emprendedores múltiples y resto de la TEA 35
Tabla 18 Ejemplos de actividades de emprendimientos de negocios nacientes y nuevos 40
Tabla 19 Distribución de actividades por industria de emprendimientos nuevos y establecidos 41
Tabla 20 Estadísticas demográficas de adultos mayores y resto de la población 47
Tabla 21 Percepciones de los emprendedores 49
Tabla 22 Subíndices y pilares del Global Entrepreneurship Index (GEI) 52
Tabla 23 Pilares de actitudes emprendedoras 53
Tabla 24 Pilares de habilidad emprendedora 54
Tabla 25 Pilares de aspiraciones emprendedoras 54
Tabla 26 ICSEd 2015 en América Latina 55

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Perfil del emprendimiento para Ecuador y el promedio de las economías de eficiencia	10
Figura 2	Entrepreneurship profile for Ecuador and efficiency economies	11
Figura 3	Marco conceptual del GEM	14
Figura 4	Modelo del ciclo de vida de los negocios y características emprendedoras representadas en el GEM	15
Figura 5	Factores que fomentan y restringen el emprendimiento	24
Figura 6	Comparación del entorno emprendedor entre Ecuador, países de América Latina y economías de eficiencia	24
Figura 7	Comparativo de la TEA en la región	27
Figura 8	Evolución de la TEA Ecuador	28
Figura 9	TEA por zona y motivación	28
Figura 10	Distribución según género	32
Figura 11	Emprendedores según etapa del ciclo negocios	37
Figura 12	Emprendedores en la TEA y establecidos desde 2012	38
Figura 13	Emprendedores nacientes y nuevos comparados con la TEA	38
Figura 14	Distribución del número actual de trabajadores según la etapa del negocio	39
Figura 15	Distribución del número esperado de trabajadores para los próximos 5 años, según la etapa del negocio	39
Figura 16	Porcentaje de clientes extranjeros para Ecuador, Chile y Colombia	39
Figura 17	Competidores que ofrecen el mismo producto	41
Figura 18	Percepción de Competencia	41
Figura 19	Motivación de los negocios	42
Figura 20	Actividad emprendedora del empleado, como porcentaje de la población entre 18 y 64 años, en el 2014 por economía	43
Figura 21	Percepciones de emprendedores con más de dos empresas	43
Figura 22	Comparación entre TEA y EEA	44
Figura 23	Motivos de cierre de negocio de emprendedores en la TEA, (2014 - 2015)	44
Figura 24	Motivos de cierre de negocios establecidos, (2014 - 2015)	45
Figura 25	Estatus laboral de adultos mayores con respecto al resto de la población	48
Figura 26	Giro del negocio de los emprendedores senior	48
Figura 27	Composición de la TEA por motivación	49
Figura 28	Posición relativa de Ecuador para cada pilar del Global Entrepreneurship Index	51
Figura 29	GEI Ecuador y vecinos, (2011 - 2016)	52
Figura 30	ICSEd 2015 resultados de Ecuador y América Latina	56

RESUMEN NACIONAL

En el 2015 se obtuvo un Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 33.6% por lo que aproximadamente 1 de cada 3 adultos había realizado gestiones para crear un negocio o poseía uno cuya antigüedad no superaba los 42 meses. Esta cifra no ha presentado variaciones importantes en los últimos años. De forma similar, el porcentaje de personas que poseía un negocio ya establecido (más de 42 meses) se mantuvo en el nivel de los últimos años (17.4%). Siguiendo la tendencia, tanto los negocios emprendidos recientemente como los ya establecidos, se dedicaban en su mayoría al comercio (76% y 51% respectivamente) y principalmente orientados al mercado doméstico. La proporción de emprendimientos en comercio ha mantenido una tendencia creciente desde el 2010 (65%).

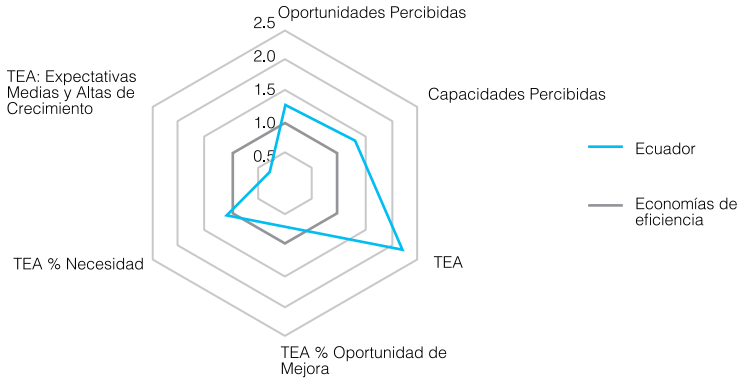
En este año la TEA está compuesta por un 25.9% de negocios nacientes y un 9.8% de negocios nuevos. Es importante destacar que el 8% de los negocios nacientes fueron empezados por personas dueñas de un negocio nuevo y un 10% por dueños de negocios establecidos. Además, el 23.1% de los adultos afirmaron haber emprendido aprovechando una oportunidad, mientras 10.3% lo hicieron por necesidad. La tasa de emprendimiento por necesidad, al igual que en años anteriores, se encuentra por encima del promedio de América Latina y el Caribe. En relación a los emprendedores por oportunidad, el 26.6% afirmaron que lo hicieron para incrementar sus ingresos, un 28.8% lo hizo buscando independizarse mientras el 44.6% estuvo motivado también por necesidad, es decir motivación mixta.

Se registró un incremento en la proporción de emprendedores que sólo había completado su educación secundaria, pasando de 25.2% a 30.4%, mientras un 38.6% completó solamente la primaria y un 13.7% de los emprendedores fueron profesionales. A pesar de esto, no hubo variación significativa en los años de escolaridad de los emprendedores (10.6). El 73.6% de los emprendedores tenía menos de 45 años, el 45.1% era auto-empleado y solamente el 17.6% contaba con ingresos familiares mensuales superiores a los US$ 850. A pesar de esto, se registró un incremento en el porcentaje de emprendedores empleados a tiempo completo, pasando de 8.3% a 19.5%, y una similar disminución en el porcentaje de auto-empleados.

De forma similar a lo observado en años anteriores, se encontraron diferencias importantes entre las percepciones con respecto al emprendimiento entre las personas que forman parte de la TEA y la población en general. Es así que el 64.3% de los emprendedores consideraron que existían oportunidades para emprender en los próximos 6 meses, mientras solo el 48.3% de quienes no habían emprendido consideraron lo mismo. Es importante destacar que para estos dos grupos este indicador registró una caída de aproximadamente 8 puntos porcentuales.

Al poner en contexto la realidad del emprendimiento ecuatoriano con el resto de economías de eficiencia, se puede observar que la TEA en Ecuador es 2.2 veces superior que el promedio para estas economías. De forma similar el porcentaje de ecuatorianos que considera tener las capacidades para emprender o reconoce oportunidades para hacerlo es aproximadamente 1.4 veces superior. Sin embargo, al comparar las motivaciones de los emprendedores se encuentra que el porcentaje de la TEA motivado por necesidad supera el observado para las economías de eficiencia, mientras que el porcentaje motivado por oportunidad de mejora y de quienes tienen expectativas altas de crecimiento en plazas de trabajo[1] para Ecuador, se encuentra por debajo de lo observado para el promedio de estas economías.

Figura 1 - Perfil del emprendimiento para Ecuador y el promedio de las economías de eficiencia



1 Se definen a las expectativas altas de crecimiento como esperar crear más de 10 plazas de trabajo y que a su vez esto implique un incremento de más del 50% de su tamaño actual

NATIONAL SUMMARY

In 2015 the Total Early-Stage Entrepreneurial Activity (TEA) rate was 33.6%, about 1 in 3 adults had taken steps to create a business or had one aged 42 months or less. These figures have not change significantly in the las 2 years. Similarly, the percentage of people who owned an established business (older than 42 months) maintained the previous years' level (17.4%). Following the trend, both entrepreneurial and established businesses were consumer oriented (76% and 51% respectively) and primarily oriented to the domestic market.

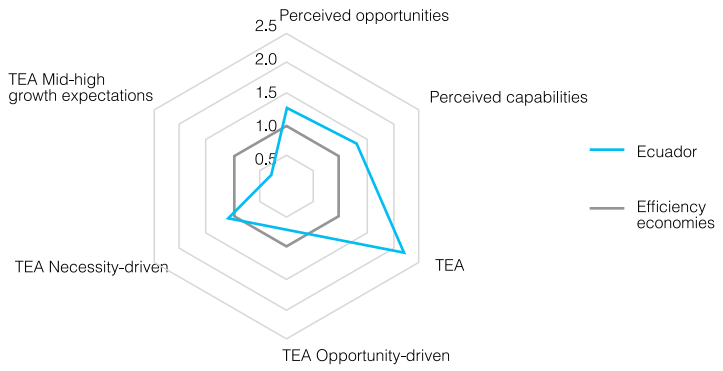
This year the TEA is composed of 25.9% of nascent and 9.8% of new business. It is important to mention that 8% of nascent business were started by owners of a new business and 10% by owners of established business. Moreover, 23.1% of entrepreneurs were motivated by opportunity, while 10.3% were so out of necessity. The TEA by necessity, as in previous years, is above the average for Latin America and the Caribbean. Regarding opportunity entrepreneurs, 26.6% stated that they started their venture to increase their income, 28.8% sought independence while 44.6% was also motivated out of necessity, they expressing a mixed motivation.

There was an increase in the proportion of entrepreneurs who had completed high school, from 25.2% to 30.4%; 38.6% had elementary education and 13.7% were professionals. Furthermore, 73.6% of entrepreneurs had less than 45 years of age, 45.1% was self-employed and only 17.6% gained more than US$ 850 per month. In spite of this, the proportion of entrepreneurs employed full-time increased with an equivalent reduction in the percentage of self-employed.

As observed in previous years, there were important differences on the perception towards entrepreneurship from entrepreneurs and the rest of the population. Thus 64.3% of entrepreneurs considered that there where good opportunities to start a business in the coming 6 months, while only 48.3% of none business owners shared this opinion. It is important to mention that for both groups this indicator registered a drop of approximately 8 percentage points.

TEA 2015 for Ecuador was 2.2 times higher than the average for efficiency based economies Also, the percentage of Ecuadorians who believe have the capacity to undertake or recognize an opportunity to start up a business is approximately 1.4 times higher. Nonetheless, when comparing the motivations of entrepreneurs the percentage of the TEA motivated out of by necessity is above the average for efficiency economies, while the proportion of improvement-driven opportunity and high expectations of job creation[2] for Ecuador are below the average observed for these economies.

Figura 2 - Entrepreneurship profile for Ecuador and efficiency economies



2 High expectations of job creation are defined as the expectancy to create more than 10 jobs and that this change implies an increase of more than 50% of its current size.

1. INTRODUCCIÓN [3]

El reporte Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2015 representa la décimo séptima encuesta global de la actividad emprendedora a través de múltiples fases del proceso empresarial, las características, ambiciones y motivaciones de los emprendedores, las actitudes que las sociedades tienen entorno a esta actividad, y la calidad del ecosistema emprendedor en diferentes economías. Las sesenta y dos economías que participaron en la encuesta en el año 2015 se encuentran en la Tabla 1, agrupadas de acuerdo a región geográfica[4] y nivel de desarrollo económico[5].

Tabla 1 - Economías que participan en el Reporte GEM 2015, agrupadas por región geográfica y nivel de desarrollo económico.

	Factores	Eficiencia	Innovación
África	Botsuana	Marruecos	
	Burkina Faso	Sudáfrica	
	Camerún		
	Egipto		
	Senegal		
	Túnez		
Asia & Oceanía	India	China	Australia
	Irán	Indonesia	Israel
	Filipinas	Kazajistan	Japón
	Vietnam	Líbano	Corea del Sur
		Malasia	Taiwán
		Tailandia	
		Turquía	
América Latina & El Caribe		Argentina	
		Barbados	
		Brasil	
		Chile	
		Colombia	
		Ecuador	
		Guatemala	
		México	
		Panamá	
		Perú	
		Puerto Rico	
		Uruguay	
Europa		Bulgaria	Bélgica
		Croacia	Finlandia
		Estonia	Alemania
		Hungría	Grecia
		Letonia	Irlanda
		Polonia	Italia
		Rumanía	Luxemburgo
		Macedonia	Países Bajos
			Noruega
			Portugal
			Eslovaquia
			Eslovenia
			España
			Suecia
			Suiza
			Reino Unido
América del Norte			Canadá
			Estados Unidos

3 Esta sección es una traducción y adaptación del Capítulo 1 - ***Introduction and Background***, del Global Entrepreneurship Monitor 2015 Global Report.

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

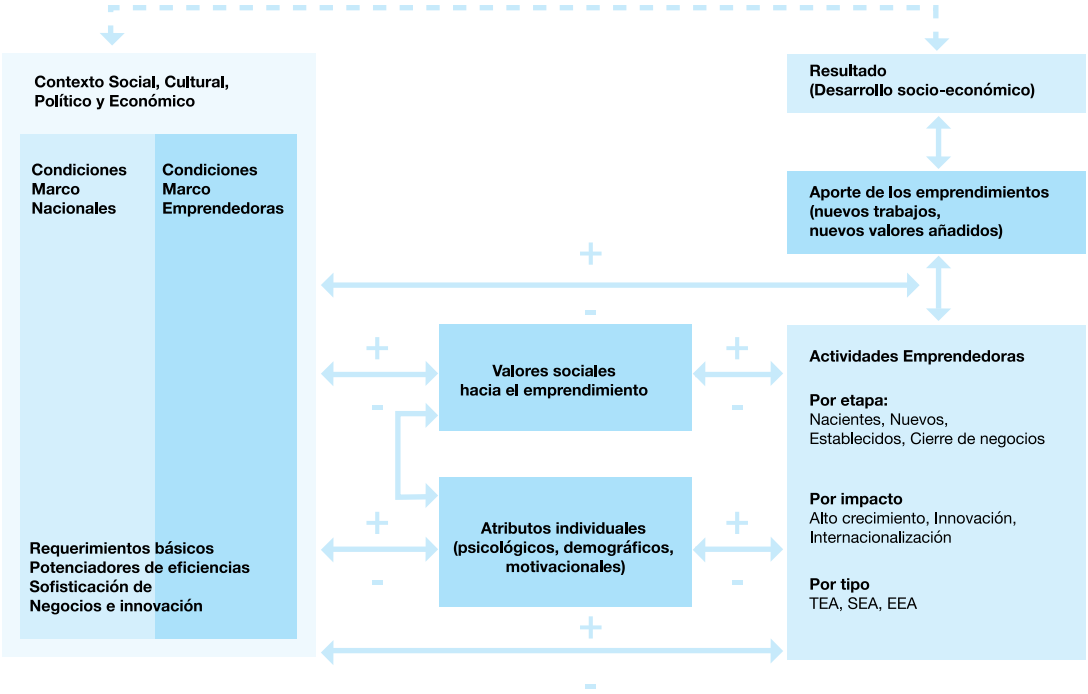
5 La clasificación de acuerdo al estado de desarrollo económico está adaptado del Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés). De acuerdo a la clasificación del WEF, en la fase de economías de factores prevalecen negocios agrícolas y de extracción de subsistencia, con una fuerte dependencia en la mano de obra (no calificada) y los recursos naturales. En la fase de economías de eficiencia, una economía se ha vuelto más competitiva con un mayor desarrollo acompañado de industrialización y una mayor dependencia en economías de escala, con grandes organizaciones intensivas en capital más dominantes. A medida que el desarrollo avanza a la fase de economías de innovación, los negocios son más intensivos en conocimiento y el sector servicios se expande. http://weforum.org

1.1. MARCO CONCEPTUAL GEM

El marco conceptual del GEM, que se aprecia en la Figura 3, muestra las características multifacéticas del emprendimiento, reconociendo el comportamiento proactivo, innovador y responsable - en relación al riesgo - de los individuos, siempre en interacción con el medio ambiente. En este sentido, la encuesta GEM fue ideada considerando la interdependencia existente entre el emprendimiento y el desarrollo económico, con el fin de:

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

Figura 3 - Marco Conceptual del GEM



El contexto social, cultural, político y económico está representado a través de Condiciones Marco Nacionales, que impactan el desarrollo de la sociedad a través de tres fases de desarrollo económico (economía de factores, de eficiencia y de innovación), y un conjunto de Condiciones Marco Emprendedoras, que se conceptualiza impactan la actividad emprendedora de manera más directa. Este último compuesto por los siguientes factores: apoyo financiero, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, educación y formación en emprendimiento, transferencia de conocimiento (I+D), infraestructura comercial y profesional, apertura y condiciones de mercado, infraestructura física, y normas sociales y culturales.

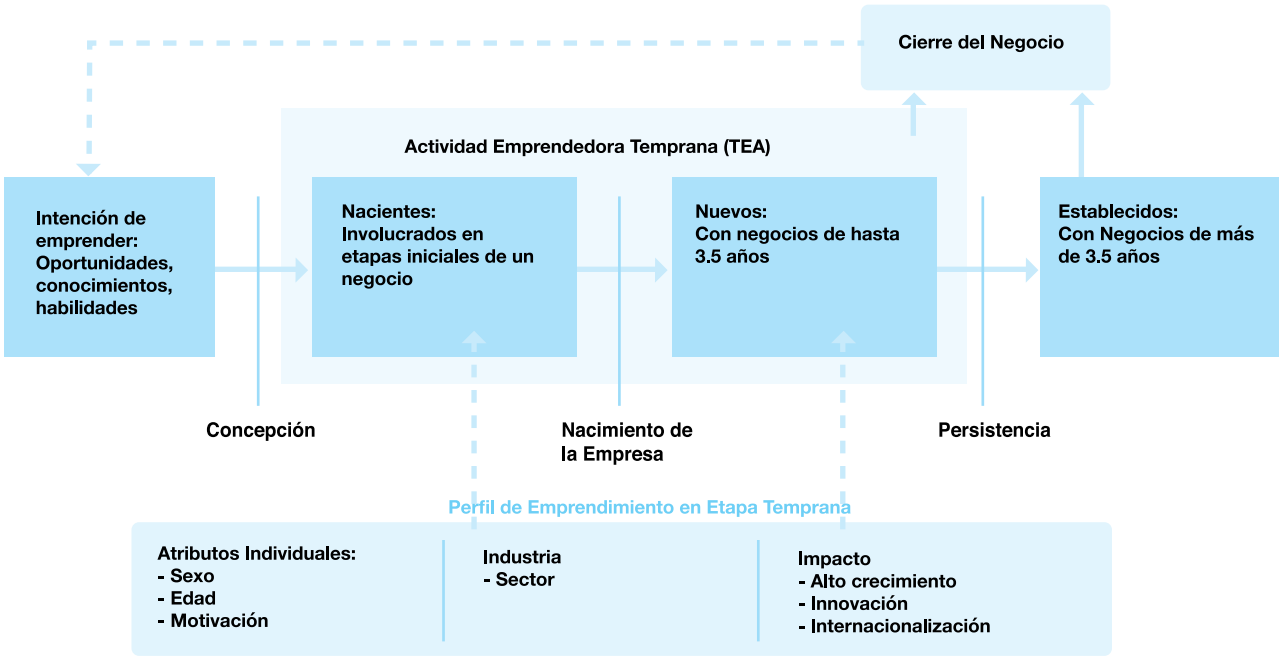
Las normas sociales y culturales incluyen aspectos como el estatus social conferido a los emprendedores, la forma en que la sociedad valora el emprendimiento como una opción de carrera, y el grado en que los medios de comunicación muestran positivamente al emprendimiento.

Los atributos individuales incluyen características demográficas (sexo, edad, etc.), percepciones (capacidades percibidas, oportunidades percibidas, miedo al fracaso) y motivaciones para crear el negocio (necesidad vs. oportunidad).

La actividad emprendedora abarca múltiples fases del ciclo de vida de las empresas (negocios nacientes, nuevos, establecidos, y cierre de negocios), impacto potencial (alto crecimiento, innovación, internacionalización), y tipo de actividad (Actividad Emprendedora Temprana - TEA, Actividad Emprendedora Social - SEA, o Actividad Emprendedora del Empleado - EEA).

Las definiciones operacionales de las fases del ciclo de vida de las empresas y las características emprendedoras se representan en la Figura 4:

Figura 4 - Modelo del ciclo de vida de los negocios y características emprendedoras representadas en el GEM



El Reporte GEM se basa en la recolección de datos primarios a través de la Encuesta de Población Adulta (APS por sus siglas en inglés) respondida por al menos 2,000 adultos (mayores de 18 años) seleccionados de manera aleatoria en cada economía. Además, los equipos nacionales recogen la opinión de expertos sobre los componentes del ecosistema emprendedor a través de una Encuesta Nacional de Expertos (NES por sus siglas en inglés).

1.2. INDICADORES DEL GEM

Este informe presenta una revisión detallada de indicadores clave de emprendimiento, clasificando a todas las economías por cada indicador. En general, este grupo de indicadores puede verse como un tablero de control que representa un amplio conjunto de medidas que contribuyen con el impacto que el emprendimiento tiene en una sociedad y el grado en que la sociedad favorece esta actividad. En este reporte se destacan los siguientes indicadores:

PERCEPCIÓN DE LOS VALORES DE LA SOCIEDAD RELACIONADOS CON EL EMPRENDIMIENTO

- Emprendimiento como una buena opción profesional
- Alto estatus de emprendedores exitosos
- Atención de los medios al emprendimiento

AUTO PERCEPCIÓN SOBRE EL EMPRENDIMIENTO

- Oportunidades percibidas
- Capacidades percibidas
- Intención de emprender
- Tasa de miedo al fracaso

INDICADORES DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

- Actividad Emprendedora Temprana – TEA
- Índice Motivacional (razón entre emprendedores motivados por la oportunidad de mejora y motivados por la necesidad)
- Tasa de emprendedores establecidos
- Tasa de cierre de negocios
- Actividad Emprendedora de Empleados - EEA

CALIDAD PERCIBIDA DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR

- Apoyo financiero
- Políticas de gobierno: a) apoyo y relevancia; b) impuestos y burocracia
- Programas de gobierno para fomentar el emprendimiento
- Educación y formación en emprendimiento: a) educación básica; b) niveles post-secundarios.
- Transferencia de I&D
- Infraestructura comercial y profesional
- Apertura del Mercado interno: a) dinámica; b) regulaciones
- Infraestructura física
- Normas sociales y culturales

1.3. METODOLOGÍA DEL GEM

La implementación de la encuesta GEM requiere una fuerte colaboración entre cada equipo nacional y el equipo de expertos del Global Entrepreneurship Research Association (GERA), con la asistencia de dos entidades de apoyo de los equipos nacionales: El Comité Asesor de Innovación e Investigación (el cual aclara el marco conceptual, las definiciones operacionales y la metodología, incluyendo herramientas de las encuestas) y el equipo de la Calidad de los Datos.

El comité asesor de investigación e innovación, el equipo de calidad de los datos y el equipo de expertos del GERA analizan las lecciones aprendidas en el ciclo anterior y hacen los ajustes necesarios. El equipo de expertos del GERA lleva a cabo la totalidad del proceso de prueba de las herramientas de levantamiento de encuestas y coordina con los equipos nacionales el proceso de recolección de datos, desde la identificación de la muestra hasta la implementación de las herramientas de encuestas y codificación de la información recolectada.

Con el fin de capturar las interacciones entre los individuos y su entorno, el GEM utiliza dos herramientas para la recopilación de los datos sobre atributos, actitudes y actividades de las personas, a través de la Encuesta de Población Adulta, y de la opinión de expertos sobre los componentes de las Condiciones Marco Emprendedoras, a través de la Encuesta Nacional de Expertos.

La Encuesta de Población Adulta es administrada cada año, entre abril y junio, por una empresa independiente, utilizando el cuestionario GEM APS. Un mínimo de 2,000 adultos, con edades comprendidas entre 18 y 64 años y seleccionados al azar, deben ser encuestados en cada país.

La Encuesta Nacional de Expertos se lleva a cabo cada año, durante el mismo período de tiempo, por los equipos nacionales de GEM. La muestra consta de al menos 36 expertos, cuatro para cada uno de los nueve componentes de las condiciones marco emprendedoras, utilizando el cuestionario GEM NES.

Con el fin de cumplir una de las expectativas básicas de la encuesta GEM, por ejemplo, proporcionar datos fiables sobre atributos y actividades emprendedoras entre las mujeres y los hombres de todo el mundo y la calidad del ecosistema emprendedor, la metodología tiene que permitir comparaciones en el tiempo, tanto a nivel de países y entre los países. Por lo tanto, todos los países/economías que participan en la encuesta GEM utilizan el mismo estándar de herramientas de medición (cuestionarios) y procedimientos[6].

6 Información actualizada sobre los procedimientos de recolección de datos está disponible en el Manual de Datos del GEM en www.gemconsortium.org

Los datos recogidos por los equipos nacionales, son enviados sin procesar directamente al equipo de datos del GEM para inspección y armonización antes de ponerse a disposición de las economías participantes. Estos datos forman parte del conjunto de datos del GEM global; el equipo de expertos del GERA lleva todas las actividades informáticas, y el informe global anual es generado por investigadores voluntarios de los equipos nacionales.

Los equipos nacionales reciben su propio conjunto de datos, así como también los puntos de vista del conjunto de datos global para futuras investigaciones y producción de los informes nacionales.

Después de tres años, el conjunto global de datos del GEM está disponible como código abierto en www.gemconsortium.org.

1.4. ORGANIZACIÓN DEL REPORTE

Este año se ha modificado la estructura del reporte GEM Ecuador para presentar las distintas etapas asociadas al Marco Conceptual del GEM, (Figura 3); así, en el capítulo 2, El Clima Emprendedor: El Entorno Crítico, se evalúa y analiza las condiciones marco y su incidencia ; en el capítulo 3, Emprendedores en Ecuador, se revisan los valores de la sociedad en relación al emprendimiento y los atributos individuales de los emprendedores; para completar el modelo, en el capítulo 4, Ciclo de Vida: Gestación, Inicio y Crecimiento, se expone la actividad emprendedora en el país. Completan este informe el capítulo 5, Emprendedores Senior, para analizar las características de los emprendedores de este grupo etario; el capítulo 6, Políticas Públicas, dónde se sugieren políticas, que basadas en los factores críticos, puedan favorecer el emprendimiento en el país; y, el capítulo 7, Reflexiones Finales, a manera de conclusión.

DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA PARA ECUADOR

En Ecuador, la Encuesta de Población Adulta se aplicó a 2,120 individuos cuyas edades estuvieron comprendidas entre los 18 y 93 años. La muestra fue construida con representatividad nacional a partir de un muestreo estratificado auto-representativo, tomando en cuenta el área de residencia (urbana o rural), el género y la edad de la población de referencia.

Para la construcción del marco muestral se dividió la población en 7 dominios construidos en base a la última información demográfica proyectada a partir del Censo de Población y Vivienda 2010, en el que se ofrece una distribución de todos los hogares del Ecuador divididos en varias sub-áreas que a su vez son repartidas en zonas geográficas y sectores.

Este año la edad promedio de los encuestados fue de 39.8 años. Éstos se distribuyeron por grupos de edad de la siguiente forma: el 20.1% entre 18 y 24 años de edad, el 25% entre 25 y 34 años, el 19.4% entre 35 y 44 años, el 15.8% entre 45 y 54 años, el 10.8% con edades entre 55 y 64 años y finalmente un 8.9% fue mayor a 64 años.

A continuación, se presentan las principales estadísticas descriptivas para los 2 diferentes grupos de edad para los que se centrará el análisis:

Tabla 2 - Principales estadísticas descriptivas para grupos de edad en los que se centrará el análisis

		Menores de 65 años	Senior
Área	Urbano	60.80%	65.10%
	Rural	39.20%	34.90%
Sexo	Hombres	49.60%	58.20%
	Mujeres	50.40%	41.80%
Edad promedio		36.6	72
Años de escolaridad promedio		10.2	7.9
Ocupación	Tiempo Completo/Parcial	21.00%	6.90%
	Tiempo Parcial Solamente	12.50%	6.40%
	Retirado/Discapacitado	1.40%	29.60%
	Dedicado al Hogar	20.70%	20.10%
	Estudiante	5.40%	0.50%
	Desempleado/Otros	7.30%	2.70%
	Auto-Empleado	31.70%	33.90%
Ingresos	Menos de $179	6.40%	21.80%
	Entre $180 y $354	23.70%	23.40%
	Entre $355 y $450	22.00%	14.90%
	Entre $451 y $650	20.20%	11.20%
	Entre $651 y $850	11.00%	9.60%
	Más de $850	16.70%	19.20%

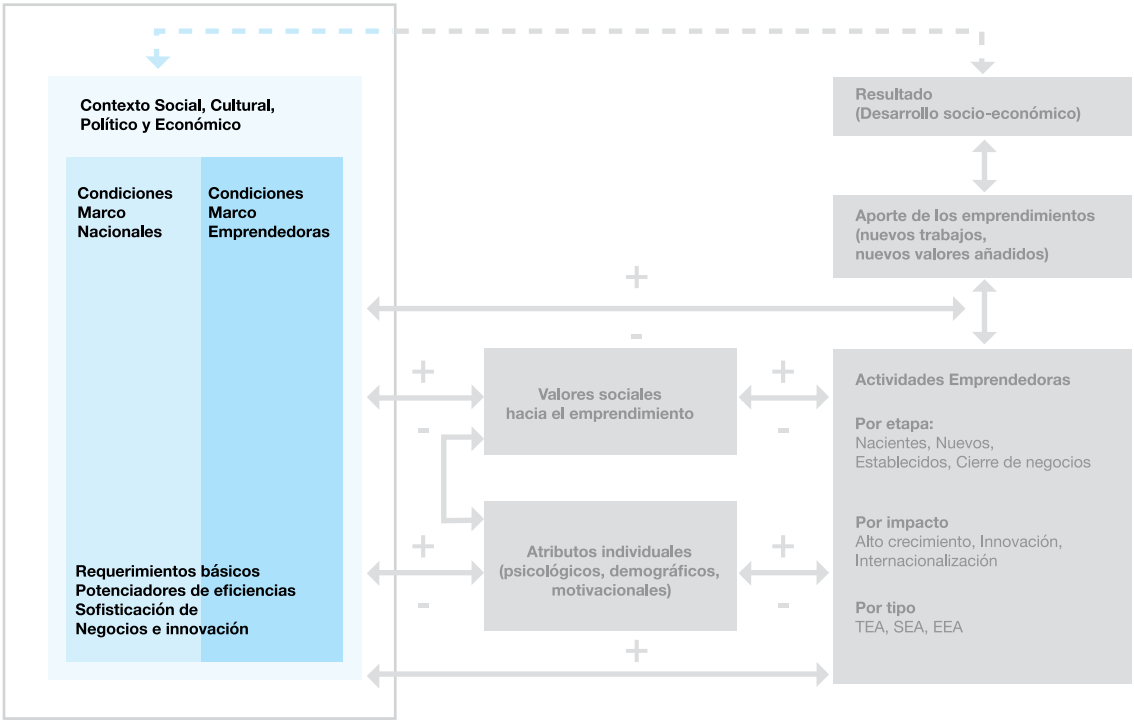
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA GEM 2015

Tabla 3 - Actividad emprendedora y percepciones en las economías del GEM 2015, por región[7]

		Emprendimientos Nacientes		Emprendimientos Nuevos		Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA)		Negocios Establecidos		Cierre de Negocios	
	País	Ranking	Puntaje	Ranking	Puntaje	Ranking	Puntaje	Ranking	Puntaje	Ranking	Puntaje
África	Botsuana	3	23	6	11.9	3	33.2	47	4.6	1	14.7
	Burkina Faso	4	19.7	7	11.2	5	29.8	1	27.8	9	8.1
	Camerún	6E	16.5	10	10	7	25.4	12	12.8	5	9
	Egipto	46E	4	37E	3.4	43	7.4	56	2.9	14	6.6
	Marruecos	58	1.3	40E	3.2	58	4.4	41E	5.2	46E	2.2
	Senegal	2	24.9	2	15	1	38.6	5	18.8	2	13.3
	Sudáfrica	35	5.5	32E	3.8	38E	9.2	53	3.4	19	4.8
	Túnez	36	5.4	25E	4.9	33	10.1	44	5	10E	7.2
	Total		12.5		7.9		19.8		10.1		8.3
Asia & Oceanía	Australia	24	7.3	20	5.8	24E	12.8	20	8.7	22	4.5
	China	26	6.8	17E	6.3	24E	12.8	55	3.1	39E	2.7
	Corea del Sur	40	5	29	4.3	36E	9.3	28E	7	49E	2
	Filipinas	23	7.6	9	10.1	16	17.2	26E	7.3	3	12.2
	India	22	7.7	40E	3.2	303	10.8	38	5.5	43E	2.3
	Indonesia	31E	6.1	5	12.1	13E	17.7	8	17.1	27E	3.7
	Irán	21	7.9	22	5.3	23	12.9	10	14	12E	6.7
	Israel	18	8.4	34	3.7	28	11.8	51	3.9	21	4.6
	Kazajistán	20	8	40E	3.2	29	11	58	2.4	35E	3.1
	Líbano	12E	10.8	1	20.4	4	30.1	6	18	4	10.6
	Malasia	60	0.8	55	2.3	60	2.9	45E	4.8	59	1.1
	Tailandia	43E	4.5	13	9.5	20E	13.7	2	24.6	30E	3.4
	Taiwán	54	2.5	27	4.8	44E	7.3	16E	9.6	25E	3.8
	Vietnam	59	1	4	12.7	20E	13.7	3	19.6	27E	3.7
	Total		6		7.4		13.1		10.4		4.6
América Latina & El Caribe	Argentina	10	11.7	17E	6.3	13E	17.7	18	9.5	16	6.3
	Barbados	11	11.5	8	10.7	10E	21	9	14.1	25E	3.8
	Brasil	27	6.7	3	14.9	10E	21	4	18.9	12E	6.7
	Chile	6E	16.5	11E	9.8	6	25.9	21	8.2	7	8.5
	Colombia	9	15.6	16	7.5	8	22.7	41E	5.2	10E	7.2
	Ecuador	1	25.9	11E	9.8	2	33.6	7	17.4	8	8.3
	Guatemala	12E	10.8	15	7.6	13E	17.7	22	8.1	24	4
	México	8	16.2	24	5	10E	21	30	6.9	15	6.4
	Panamá	38	5.2	14	7.7	24E	12.8	49E	4.2	46E	2.2
	Perú	5	17.8	25E	4.9	9	22.2	31	6.6	6	8.8
	Puerto Rico	28	6.6	57E	1.9	40	8.5	60	1.4	60	0.9
	Uruguay	14	10.6	32E	3.8	18	14.3	59	2.1	20	4.7
	Total		12.9		7.5		19.9		8.5		5.7
Europa	Alemania	53	2.8	57E	1.9	57	4.7	45E	4.8	53E	1.8
	Bélgica	43E	4.5	56	2	51	6.2	52	3.8	51E	1.9
	Bulgaria	57	2	60	1.5	59	3.5	39	5.4	58	1.4
	Croacia	39	5.1	53E	2.6	42	7.7	57	2.8	37	2.9
	Eslovaquia	29E	6.5	37E	3.4	34	9.6	36	5.7	17	5.4
	Eslovenia	50E	3.2	48E	2.8	53	5.9	49E	4.2	53E	1.8
	España	56	2.1	35	3.6	54E	5.7	23E	7.7	56E	1.6
	Estonia	16	8.7	28	4.7	22	13.1	23E	7.7	49E	2
	Finlandia	46E	4	48E	2.8	50	6.6	14	10.2	39E	2.7
	Grecia	49	3.9	48E	2.8	49	6.7	11	13.1	30E	3.4
	Hungría	29E	5.3	45E	2.7	36E	7.9	32E	6.5	35E	2.8
	Irlanda	37	6.5	52	3	41	9.3	37	5.6	38	3.1
	Italia	50E	3.2	59	1.7	56	4.9	48	4.5	51E	1.9
	Letonia	17	8.6	19	6	19	14.1	16E	9.6	30E	3.4
	Luxemburgo	25	7.1	40E	3.2	32	10.2	54	3.3	23	4.2
	Macedonia	52	3	44	3.1	52	6.1	34E	5.9	43E	2.3
	Noruega	55	2.3	39	3.3	54E	5.7	32E	6.5	56E	1.6
	Países Bajos	45	4.3	45E	3	46E	7.2	15	9.9	48	2.1
	Polonia	33	5.7	36	3.5	38E	9.2	34E	5.9	39E	2.7
	Portugal	34	5.6	30E	4	35	9.5	28E	7	34	3.2
	Reino Unido	46E	4	47	2.9	48	6.9	40	5.3	43E	2.3
	Rumania	31E	6.1	23	5.1	30E	10.8	25	7.5	33	3.3
	Suecia	41	4.8	53E	2.6	46E	7.2	41E	5.2	39E	2.7
	Suiza	42	4.6	48E	2.8	44E	7.3	13	11.3	55	1.7
	Total		4.8		3.1		7.8		6.6		2.6
América del Norte	Canadá	15	9.7	21	5.5	17	14.7	19	8.8	18	5
	Estados Unidos	19	8.3	30E	4	27	11.9	26E	7.3	29	3.6
	Total		9		4.8		13.3		8.1		4.3

7 Adaptación de la Tabla 3 del GEM 2015/16 Global Report. Ranking de 60 países; la "E" representa empate.

2. EL CLIMA EMPRENDEDOR: EL ENTORNO CRÍTICO



Como se mencionó en la introducción, el marco conceptual del Global Entrepreneurship Monitor incluye factores del entorno, que proveen las condiciones para el desarrollo de la actividad emprendedora, tanto en sus etapas tempranas como para su sostenibilidad, denominadas condiciones o factores marco para el emprendimiento (Tabla 4), y que están en correspondencia con la etapa de desarrollo económico en que se encuentra el país.

Para evaluar el entorno y su contribución positiva o negativa al emprendimiento, el GEM utiliza la Encuesta Nacional de Expertos (NES). En cada país se identifica un conjunto de al menos 36 profesionales con experiencia en los diversos ámbitos de políticas, programas, financiamiento, mercados, ciencia y tecnología, educación, cultura, sociedad, entre otros, y se consulta su percepción sobre el estado de la contribución al emprendimiento de estos 9 factores críticos, mediante la aplicación de un cuestionario estructurado[8].

Adicionalmente los expertos, como se denomina a estos profesionales, informan sobre elementos del entorno que favorecen u obstaculizan el emprendimiento en el país y recomiendan acciones o políticas. En su conjunto, la percepción y evaluación de los expertos provee una medida del clima emprendedor.

8 En Ecuador la consulta a expertos se realizó durante los meses de mayo y junio de 2015.

Tabla 4 - Factores críticos para el emprendimiento

Apoyo financiero	Disponibilidad de recursos financieros, patrimonio y deuda para empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo donaciones y subsidios.
Políticas gubernamentales	El grado en que las políticas gubernamentales apoyan el emprendimiento. Este factor consta de dos componentes: - Emprendimiento como un tema económico relevante. - Los impuestos o regulaciones son o bien neutrales o bien fomentan nuevas, pequeñas y medianas empresas (PYMES)
Programas gubernamentales	La existencia de programas directos para asistir a empresas nuevas y en crecimiento en todos los niveles de gobierno – nacional, regional y municipal.
Educación y entrenamiento	El grado en que la capacitación en crear o administrar pequeñas y medianas empresas se incorpora dentro del sistema de educación y entrenamiento en todos los niveles. Este factor consta de dos componentes: - Educación en emprendimiento en educación básica (primaria y secundaria), y - Educación en emprendimiento en niveles post-secundarios (educación superior en diferentes niveles tales como: vocacionales, universidades, escuelas de negocio, etc.)
Investigación y transferencia de desarrollo	El grado en que la investigación y desarrollo (I & D) del país conduce a nuevas oportunidades comerciales, y si está disponible o no la investigación y desarrollo para los pequeñas, nuevos o negocios en crecimiento.
Infraestructura comercial y profesional	La influencia de servicios comerciales, contables y legales y la existencia de instituciones que apoyan o promueven pequeños y medianas empresas.
Apertura de mercados / barreras de entrada	El grado en que se evita que los arreglos comerciales sufran cambios constantes, previniendo que firmas nuevas y en crecimiento compitan y reemplacen a los proveedores, subcontratistas y consultores existentes. Este factor consta de dos componentes: - Dinámica del mercado: El nivel de cambio en mercados de un año a otro, y - Apertura del mercado: El grado en el cual nuevas empresas son libres de entrar en mercados existentes
Acceso a infraestructura física	Acceso a recursos físicos – comunicación, electricidad, agua potable, transporte, tierra o espacio – en un precio que no discrimine a los negocios pequeños, nuevos o en crecimiento.
Normas sociales y culturales	El grado en que las normas culturales y sociales existentes impulsan o previenen acciones individuales que pueden conducir a nuevas formas de hacer negocios o actividades económicas logrando una mayor dispersión en riqueza e ingreso.

2.1. EL ENTORNO EN 2015

En este año la evaluación de los factores muestra estabilidad con respecto a los años anteriores, aunque con valores por debajo de la media de la escala para todos los factores excepto educación superior, acceso a infraestructura física y normas sociales y culturales.

Con respecto a los elementos que facilitan el emprendimiento, el 67% de las menciones se concentran en 7 factores: apoyo financiero, capacidad para emprender, programas de gobierno, políticas gubernamentales, educación y entrenamiento, apertura del mercado, y normas sociales y culturales.

Apoyo Financiero.- Sin ser necesariamente una fortaleza, los expertos reconocen la aparición de formas de financiamiento dedicadas para los emprendedores como capital de riesgo, inversores ángeles, crowdfunding, ademas de las ya tradicionales ayudas para microcrédito en algunas instituciones financieras. Persiste aun el financiamiento por inversores informales, la familia y amigos.

Capacidad para emprender.- En este aspecto que recoge el involucramiento de la población en la actividad emprendedora, mencionan los negocios familiares característicos tanto del país como de la región, la nueva generación híper comunicada y el surgimiento de una nueva generación de empresarios, el impulso de las universidades al emprendimiento e innovación, entre otros.

Programas de gobierno.- Los expertos destacan iniciativas tales como Emprende Ecuador, fondos de capital de riesgo, la acreditación de incubadoras por parte de Senescyt, entre otros programas para promoción del emprendimiento y la innovación.

Políticas de Gobierno.- Particularmente refieren la Ley de Control del Poder de Mercado, y las oportunidades alrededor del cambio de la matriz productiva.

Educación.- Se reconoce el rol de la educación superior y de las universidades como promotoras de emprendimiento e innovación, se citan cambios en mallas curriculares para incluir estos temas. En este ámbito también se reconoce la preparación adecuada y de calidad para la creación así como la administración y dirección de empresas, al igual que los programas de formación continua.

Apertura de mercado.- Los expertos citan los procesos o sistemas de compras públicas, desarrollo de la industria nacional, las ferias y otros espacios para PYMES; es interesante la mención también a encadenamientos de empresas con pequeños emprendedores.

Normas sociales y culturales.- Se menciona el surgimiento de comunidades de emprendedores, la motivación que se deriva de casos de éxito, y también la promoción del sentido de nacionalismo.

Clima económico.- Contribuiría a fomentar el emprendimiento, vía la estabilidad económica producto de la dolarización, las mejoras económicas personales y de calidad de vida.

Entre los factores que restringirían el emprendimiento, el 54% de las menciones se concentra en políticas de gobierno y apoyo financiero para emprendedores. En menor grado, se consideran obstáculos el contexto político institucional y la capacidad para emprender.

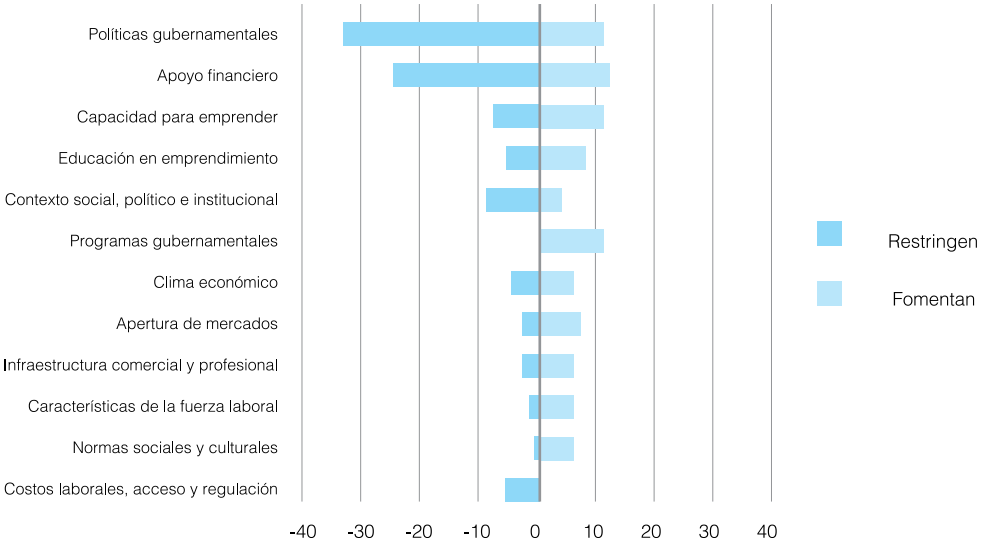
Políticas de gobierno.- Los aspectos de las políticas gubernamentales que no contribuyen al fomento del emprendimiento serían: exceso de normativa, inestabilidad por continuos cambios en leyes y regulación en general, carga impositiva, burocracia, y ausencia de políticas articuladas.

Apoyo financiero.- Las debilidades en este factor giran alrededor de la dificultad de acceder a créditos en el sistema financiero en condiciones preferentes para los emprendedores; mencionan que otras formas de financiamiento dedicadas a emprendedores como capital semilla o de riesgo, están aún en etapas iniciales de desarrollo en el país.

Haciendo un balance en conjunto, tanto de los factores del entorno que favorecerían el emprendimiento, como de aquellos que interferirían con éste, ver Figura 5, pueden identificase fortalezas y debilidades que constituirían una ruta para definir programas y políticas de fomento.

En consecuencia podrían distinguirse como fortalezas: capacidad para emprender, políticas de gobierno, educación y entrenamiento, apertura del mercado interno, clima económico e infraestructura profesional y comercial. Características de la fuerza de trabajo es un factor que contribuye con el emprendimiento, sin embargo los motivos no reflejan necesariamente fortalezas del entorno; entre éstos, aunque se menciona el deseo de independencia, el énfasis de los expertos estuvo en la necesidad de emprender para tener ingresos adicionales, y la necesidad de fuentes de empleo. Entre las debilidades se contarían los siguientes factores: políticas de gobierno, apoyo financiero, contexto social, político e institucional, y legislación laboral.

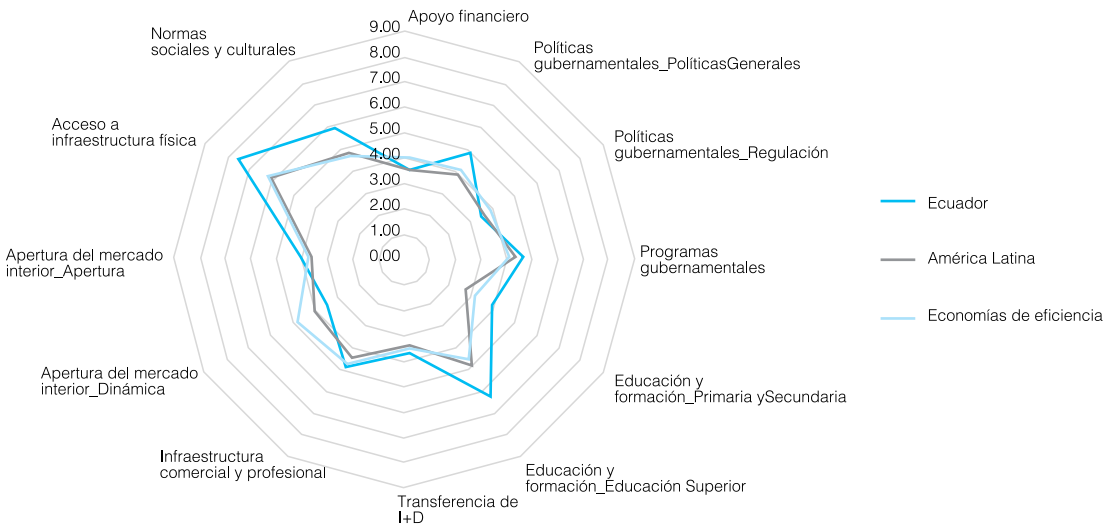
Figura 5 - Factores que fomentan y restringen el emprendimiento



2.2. EL CLIMA PARA EL EMPRENDIMIENTO EN EL CONTEXTO REGIONAL

Comparando la evaluación del entorno hecha por los expertos de Ecuador con el promedio para América Latina y el Caribe, y con las economías en etapa de eficiencia, ver Figura 6, observamos que Ecuador está por sobre la media para los siguientes factores[9]: políticas gubernamentales generales (aunque no en cuanto a regulaciones y programas de gobierno), educación y entrenamiento en educación básica, y apertura del mercado interno, aunque los valores obtenidos están alrededor de la media de la escala. Donde se diferencia realmente es en los factores educación superior, acceso a infraestructura física, y normas sociales y culturales, factores que si bien han sido moderadamente evaluados en la región y en los países con economías de eficiencia, la evaluación para Ecuador destaca. Es en estos factores donde, sin descuidar mejoras en los demás, el país debería apalancar iniciativas y políticas en favor del emprendimiento.

Figura 6 - Comparación del entorno emprendedor entre Ecuador, países de América Latina y economías de eficiencia



9 Los expertos califican, en una escala de Likert del 1 al 9, el grado en el que cada factor fomenta la actividad emprendedora, siendo 1 "completamente falso" y 9 "completamente cierto"

El clima emprendedor para Perú, Colombia, y Chile, países que poseen actividad emprendedora temprana alta en la región, no difiere mayormente del de Ecuador, con excepción de Chile en los factores de políticas gubernamentales -relacionadas con la regulación- y programas gubernamentales que favorecerían el emprendimiento, factores en los que Chile lidera ampliamente en la región y que lo han vuelto atractivo para jóvenes emprendedores de América Latina y el mundo en los últimos años.

2.3. ¿CÓMO MEJORAR EL CLIMA EMPRENDEDOR?

En este sentido se cuenta con las recomendaciones del grupo de expertos; la mitad de éstas se concentran en los factores de políticas públicas, apoyo financiero, y educación y entrenamiento, ver Tabla 5. Menor énfasis se hace en programas de gobierno y apertura de mercado; los expertos recomiendan, sin embargo, algunas iniciativas dirigidas exclusivamente a nuevas y pequeñas empresas, como legislación laboral e incentivos tributarios.

Tabla 5 - Políticas y programas de gobierno, educación, soporte y desarrollo

POLITÍCAS Y PROGRAMAS	EDUCACIÓN
Canalizar apoyo a través de cámara de pequeña empresa para agilidad	Fomento y promoción de carreras técnicas
Creación de compañías en un día	Educar a potenciales inversionistas
Ley de quiebra para emprendedores	Educación emprendedora desde la escuela
Incentivos tributarios para inversionistas	Sistema dual
Beneficios fiscales para emprendedores	Educación debe estimular creatividad, autosuficiencia y espíritu empresarial
Legislación laboral específica para empresas nuevas y pequeñas	Capacitación en asociatividad
Exoneración temporal de impuestos para la creación de negocios	
SOPORTE	**DESARROLLO**
Reducir asimetrías de información sobre acceso a mercados	Creación de institución a cargo de emprendimiento e innovación a niveles central y regional o municipal
Acceso a servicios intensivos en conocimiento a emprendedores y empresas	Crear una vinculación entre el sector privado con nuevas empresas
Mentoría, para no permitir errores básicos en el emprendimiento.	Promover ferias de negocios inclusivas.
Apoyo mediante financiamiento y difusión	

En el 2015 no se observa en general sugerencias que no se hayan planteado en otros años; éstas giran alrededor de cambios o demandas indiscutibles para lograr un entorno favorable al emprendimiento y supervivencia de los nuevos negocios. Sin embargo, amerita atención por una parte el reconocimiento de la aparición de diversos mecanismos no tradicionales de financiamiento, al menos en el medio, y las recomendaciones de revisar la legislación vigente para incentivar y proteger estas nuevas formas de financiamiento. Por otra parte, se destaca la recomendación de un organismo dedicado al emprendimiento y el rol que se insinúa para gobiernos seccionales, así como la capacitación de potenciales inversionistas; este último aspecto es crítico sobre todo para nuevos negocios innovadores.

2.4. ECOSISTEMA EN TRANSFORMACIÓN

En Ecuador han surgido iniciativas privadas que permiten mejorar el ecosistema emprendedor, entre éstas se encuentran alternativas de financiamiento dedicadas a los emprendedores, ya sea como capital de riesgo o inversores ángeles. Por ejemplo, redes como Startup Ventures y Ángeles EC están agrupando y preparando inversores, principalmente en Quito y Guayaquil, para capitalizar empresas con potencial de crecimiento y capacidad de internacionalización.

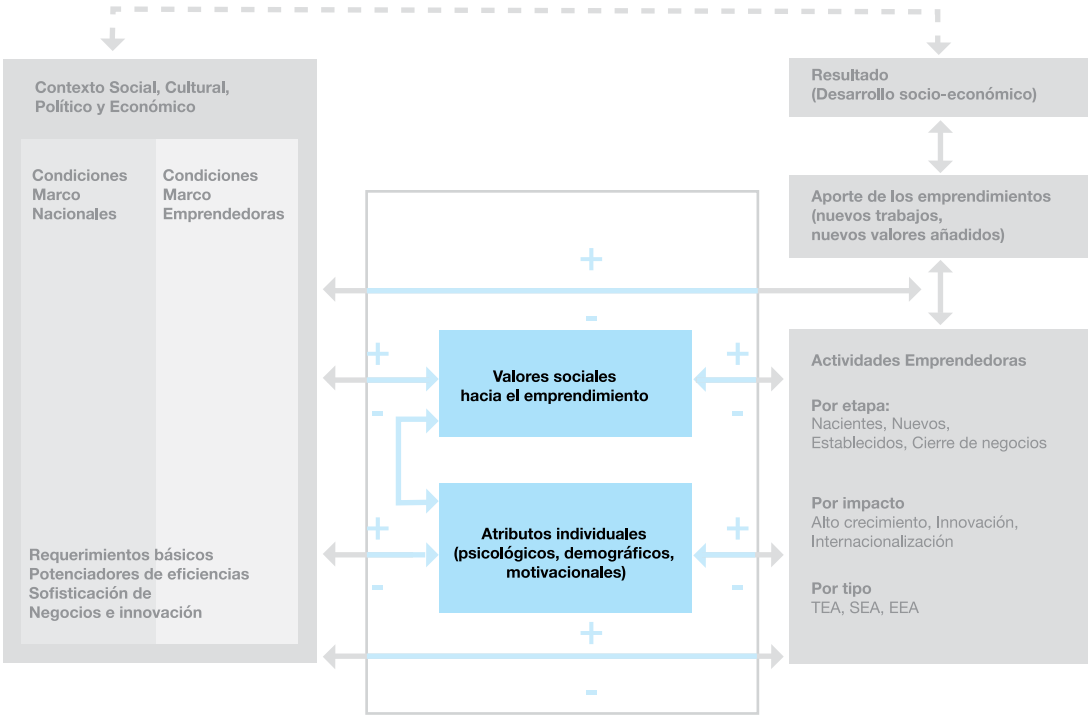
Por parte del gobierno, la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación - SENESCYT, también ha contribuido con el apoyo a la educación superior en ciencias, la acreditación de incubadoras y programas para la promoción del emprendimiento y la innovación, como el Banco de Ideas[10] que otorga capital semilla a emprendedores para desarrollo o validación de prototipos con el acompañamiento de incubadoras. Otra iniciativa de la SENESCYT es el proyecto de ley Código Ingenios, entre cuyos objetivos se encuentra establecer un Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales.

10 www.bancodeideas.gob.ec

También se debe destacar el surgimiento de comunidades de emprendedores, como Startup Weekend, Girls in Tech, Espiral, entre otras, en las principales ciudades del país (Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta), que buscan hacer crecer el *know how* y las habilidades de potenciales emprendedores a través del *networking* y trabajo colaborativo. Hay además un incremento de organizaciones que proveen recursos y/o acompañamiento a equipos emprendedores con potencial de innovación. Entre éstas tenemos a incubadoras, espacios de coworking y espacios de innovación como Kruger Labs, Invernadero, Buentrip Hub, i3lab, Impacto Quito, ConQuito, entre otros, y que sirven de catalizadores para el emprendimiento en el país y ayudan a difundir casos de éxito con potencial de escalar e internacionalizarse.

Se espera que estos cambios, contribuyan a mejorar el ecosistema, y faciliten la supervivencia y crecimiento de los emprendimientos.

3. EMPRENDEDORES EN ECUADOR

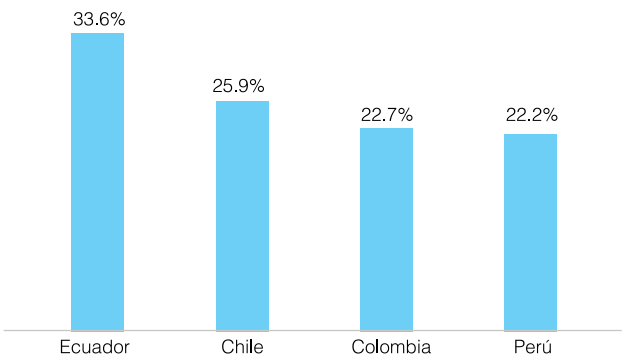


El Modelo del GEM contempla las Condiciones Marco Nacionales, así como los valores sociales, atributos individuales y características de la actividad emprendedora, que se recogen a través de la Encuesta de Población Adulta y que inciden positivamente o negativamente en el emprendimiento. Siguiendo el modelo, en este apartado se revisan, en el marco de la actividad emprendedora temprana para el Ecuador, los valores sociales hacia el emprendimiento y las características de los emprendedores.

3.1. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA TEMPRANA

Ecuador mantiene una actividad emprendedora temprana[11] (TEA por sus siglas en inglés) alta, 33.6%, ubicándose en el primer lugar entre los países de América Latina y el Caribe que participaron en el GEM 2015[12]. Como se observa en la Figura 7, le siguen en orden de magnitud de la TEA, Chile con 25.9%, Colombia con 22.7%, y Perú con 22.2%. Chile y Perú muestran reducción en la actividad emprendedora en relación al 2014, mientras que ésta ha aumentado con respecto al año pasado para Colombia y Ecuador.

Figura 7 - Comparativo de la TEA en la región

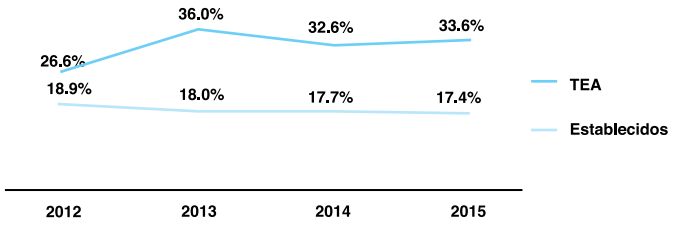


11 Porcentaje de la población, entre 18 y 64 años de edad, que es un emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio.

12 Al final del capítulo 1, se encuentra la Tabla 3 con la TEA para todos los países participantes.

La TEA de Ecuador, que también es la mayor entre los países cuyas economías se encuentran en la fase de eficiencia, ha variado poco desde el año 2013 cuando se ubicó en 36%, la más alta desde 2008, ver Figura 8.

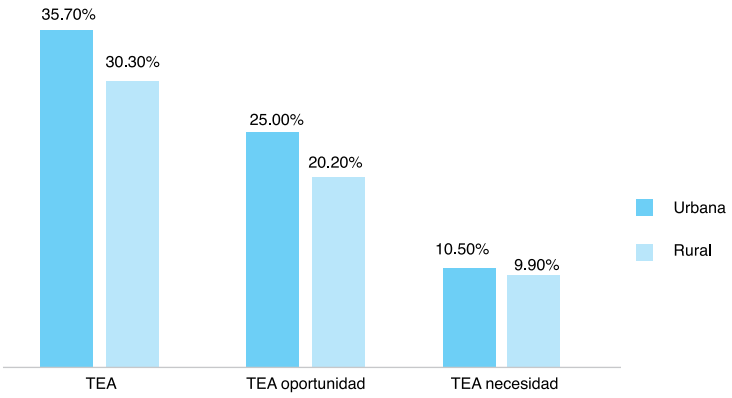
Figura 8 - Evolución de la TEA Ecuador



La proporción de emprendedores ubicados en área urbana se ha mantenido relativamente estable desde 2014, alrededor del 36%; para 2015 se observa un aumento en los emprendedores asentados en área rural que pasa de 28% a 30% en el periodo. El 29.5% de la TEA está compuesto por emprendedores nacientes y el 9.9% por emprendedores nuevos, proporciones que no han variado mayormente con respecto al 2014, sin embargo se observa un leve incremento de emprendedores nacientes en área rural. La tasa de negocios establecidos, que no se incluye en la TEA, fue de 17.4%; ligeramente inferior a la del 2014.

El Global Entrepreneurship Monitor identifica dos grandes motivaciones en los emprendedores: oportunidad y necesidad. En este año el 69% de la TEA corresponde a emprendimientos por oportunidad y el 31% por necesidad. La TEA urbana por oportunidad se reduce un poco y se observa en cambio un aumento de esta motivación para la TEA rural, manteniéndose la TEA rural por necesidad, como se observa en la Figura 9.

Figura 9 - TEA por zona y motivación



En la región, entre los países con TEA más alta, ver Tabla 6, Perú muestra la mayor proporción en emprendimientos por oportunidad y Chile la menor proporción de emprendimientos por necesidad. Las motivaciones de los emprendedores de Ecuador se ubican alrededor del promedio para América Latina y el Caribe. Del mismo modo en relación a los países con economías de eficiencia en motivación por oportunidad; en cuanto a motivación por necesidad Ecuador está por encima del promedio para economías en su misma fase de desarrollo. El índice motivacional[13] para Ecuador se ubicó en 2015 en 1.1, similar al del 2014 y por debajo del promedio regional y de las economías de eficiencia. Al igual que en 2014, en Ecuador se establece un negocio por oportunidad de mejora[14] por cada negocio iniciado por necesidad.

13 Relación entre emprendedores motivados por la oportunidad de mejora y motivados por la necesidad.

14 Se consideran emprendedores por oportunidad de mejora a quienes empezaron su negocio siguiendo una oportunidad en el mercado para mejorar sus condiciones laborales, ya sea por incremento de ingresos o para independizarse.

Tabla 6 - Contraste de países con TEA más alta

	TEA	TEA Oportunidad	TEA Necesidad	Índice motivacional
Ecuador	33.6%	68.8%	30.6%	1.1
Chile	25.9%	67.4%	25.3%	2.4
Colombia	22.7%	65.6%	33.3%	1.7
Perú	22.2%	72.9%	25.2%	2.1
Promedio Región	19.9%	68.2%	29.6%	1.9
Promedio Economías de Eficiencia	15.2%	69.5%	28.3%	2.0

Un grupo particular de emprendedores, a los que hemos denominado múltiples, aquellos que poseen un negocio nuevo y uno naciente, ha crecido desde 6.3% en el 2014 a 7.1%, sin embargo, se observa un cambio en las motivaciones con respecto al año anterior. En 2014 predominaba la oportunidad de mejora (incremento de ingresos e independencia), en tanto que en 2015, sólo el 31% argumenta oportunidad de mejora y crecen la motivación mixta (entre oportunidad y necesidad) y aquellos iniciados por necesidad. La proporción de propietarios de un negocio establecido que tiene uno naciente también se ha reducido a 15% en 2015, cuando fue de 18% en 2014, predominando entre las motivaciones aumentar independencia y oportunidad de mejora.

3.2. ENTORNO CULTURAL Y SOCIAL

Ecuador se ha mantenido a lo largo de los años como una sociedad donde el emprendimiento es aceptado y bien visto. Un entorno culturalmente favorable al emprendimiento se caracteriza para efectos de este estudio por tres factores:

- La sociedad considera al emprendimiento como una buena opción de carrera
- La sociedad atribuye estatus y reconocimiento a los emprendedores exitosos
- Los medios juegan un papel importante destacando a los emprendedores

Tabla 7 - Valores de la sociedad que definen una cultura a favor del emprendimiento

	Opción de carrera	Atención de medios	Alto estatus
Ecuador	61.6%	77.3%	67.1%
Chile	69.6%	60.4%	64.9%
Colombia	72.3%	71.7%	69.8%
Perú	72.3%	68.1%	69.7%
Promedio Región	64.1%	64.0%	64.6%
Promedio Economías de Eficiencia	68.9%	63.6%	66.3%

En 2015, el 62% de la población considera emprender como buena opción de carrera, habiéndose reducido esta proporción con respecto al 2014 (66%); el 67% considera que emprender confiere estatus, igual que en 2014, y, el 77% coincide en que los medios prestan suficiente cobertura a los emprendedores, inferior al 2014 (83%). Comparando en la región, Ecuador se encuentra por encima del promedio de América Latina y El Caribe para los dos últimos indicadores y ligeramente por debajo de la región en relación al primero. Solamente el 37.5% de la población coincide en los tres indicadores, habiéndose reducido desde 44% en el 2014. Las apreciaciones favorables son prácticamente independientes de los años de escolaridad o nivel de educación de la población.

Con este marco cultural de fondo, a continuación se revisará percepciones y actitudes que distinguen a la población y emprendedores

3.3. PERCEPCIONES E INTENCIONES DE EMPRENDER

Tabla 8 - Percepciones y actitudes de los emprendedores

	Intención de Emprender	Oportunidades Percibidas	Capacidades Percibidas	Miedo al Fracaso
Ecuador	39.50%	52.70%	72.20%	34.50%
Chile	43.70%	57.40%	65.70%	30.80%
Colombia	29.10%	58.30%	59.50%	37.80%
Perú	48.20%	51.40%	65.30%	28.80%
Promedio Región	39.30%	47.20%	60.40%	31.40%
Promedio Economías de Eficiencia	40.80%	41.70%	53.50%	38.90%

Junto al entorno cultural descrito en la sección anterior, la percepción de oportunidades y la capacidad para emprender están estrechamente ligadas a la intención de emprender.

A nivel regional y de las economías basadas en eficiencia, estas percepciones se han mantenido relativamente estables desde 2014. A continuación se analiza dichas percepciones para la población, se compara con las de los emprendedores cuando sea aplicable, así como con países tales como Chile, Colombia y Perú que en 2015 tienen elevadas tasas de actividad emprendedora temprana TEA.

PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES

A mediados del 2015, el 52.7% de la población percibió buenas oportunidades para iniciar un negocio[15]; como se observa en la Tabla 9, entre los emprendedores el 64%, y una proporción menor de dueños de negocios establecidos (45%), compartió dicha percepción. Se observa una reducción con respecto al 2014.

Tabla 9 - Percepciones de la TEA y establecidos

	TEA	Establecidos
Oportunidades Percibidas	64.3%	45.1%
Capacidades Percibidas	86.7%	80.3%
Miedo al fracaso	24.2%	31.0%
Intención de emprender	58.7%	39.6%

Los hombres perciben oportunidades en mayor grado que las mujeres, brecha que se acorta entre los emprendedores. Una mayor percepción de oportunidades se da para el grupo entre 25 y 44 años; los emprendedores más jóvenes, aquellos con edades entre los 18 y 25 años, muestran la mayor percepción de oportunidades (73%) para iniciar un negocio. En general esta percepción se reduce a medida que aumenta la edad de los individuos y se incrementa con un aumento en el nivel de ingresos. En relación al nivel de educación no se observan patrones definidos en la percepción de oportunidades.

Estas percepciones para Chile y Colombia fueron superiores a las de Ecuador, ubicándose todas por encima de la media para América Latina (47%) y economías de eficiencia (42%).

PERCEPCIÓN DE CAPACIDADES

En Ecuador la proporción de personas que se consideran poseedoras de conocimientos y habilidades para emprender alcanza el 72%; entre los emprendedores un 87% se percibe competente. En todos los grupos es menor la proporción de mujeres que considera tener las competencias para emprender; a medida que aumenta la edad, la percepción de capacidad aumenta excepto para el grupo entre 55 y 64 años.

15 La pregunta está referida a oportunidades de negocio en los próximos seis meses; la encuesta de población adulta se hizo entre los meses de mayo y junio de 2015

No se observa un patrón definido en relación directa con los niveles de educación ni en la población ni entre los emprendedores; al igual que con la percepción de oportunidades para emprender, a medida que aumenta el nivel de ingresos, aumenta la percepción de capacidad para emprender. Con respecto al 2014, la percepción de capacidad se ha mantenido estable.

La percepción de competencias en Ecuador supera a las de Chile (65.7%), Colombia (59.5%), la región (60%), y a las economías de eficiencia (54%).

TEMOR AL FRACASO

El temor al fracaso podría convertirse en un impedimento para emprender. Así, en Ecuador el 34.5% de la población encuestada considera que éste sería un obstáculo, proporción que está por encima del promedio regional, pero inferior a la media para las economías de eficiencia, aunque ha disminuido con respecto al año 2014. Sin embargo sólo el 24% de los emprendedores consideran que el temor al fracaso interferiría con sus planes, con excepción de las emprendedoras (las mujeres muestran mayor temor al fracaso que los hombres). Se observa que éste aumenta con la edad en la población, pero entre los emprendedores no se observa un comportamiento claro; es menor la proporción de jóvenes, entre 18 y 25 años que manifiestan temor, y la mayor proporción se da para aquellos entre 55 y 64 años. Al igual que para las percepciones discutidas anteriormente, no se observa un comportamiento definido en relación a la educación de los individuos; en relación al ingreso, el temor se reduce a medida que este aumenta.

INTENCIÓN DE EMPRENDER

La expectativa de crear empresa en los próximos tres años, recoge la intención de emprender. Esta alcanza 39.5%, alrededor de la media de la región y de las economías de eficiencia, siendo mayor para los emprendedores con 58%. Igual que en 2014, entre los emprendedores las mujeres muestran intención de emprender superior a la de los hombres, no así en el conjunto de la población o de los negocios establecidos. Aunque no se observa un patrón definido, para el rango de edad de 55 a 64 años la intención de emprender tiende a ser menor. En este año no se aprecian variaciones considerables según nivel de educación, pero si una disminución a medida que crece el nivel de ingresos.

Se analiza también la relación de la percepción de oportunidades de negocio cercanas, y de la percepción de poseer las competencias para emprender con la intención de hacerlo. Para quienes no poseen negocio, el 54.2% de quienes ven oportunidades cercanas, espera crear un negocio en los próximos tres años, en contraste con el 39% de quienes no perciben oportunidades[16]. Para los emprendedores y propietarios de negocios establecidos se observa un comportamiento similar.

El 56% de quienes se perciben capaces para iniciar un negocio, esperan crear uno en los próximos tres años, en contraste con el 32% de quienes no consideran tener las competencias[17].

Para el conjunto de emprendedores en cambio, la percepción de competencia para iniciar negocio no hace diferencia sobre la intención de emprender. Esto pone en evidencia la importancia de la confianza en conocimientos y habilidades, que pueden adquirirse en el sistema educativo formal y por otros medios, y a los que también los aspectos culturales del entorno contribuyen.

PERCEPCIONES DE LOS EMPRENDEDORES MÚLTIPLES

Aquellos emprendedores nuevos que están iniciando otro negocio y por lo tanto nuevos y nacientes a la vez, se diferencian del resto de emprendedores en la TEA, por una mayor percepción de oportunidades, similar percepción de capacidades para crear empresas, mayor intención de emprender, y menor temor al fracaso. Los propietarios de negocios establecidos que simultáneamente son emprendedores nacientes, muestran percepciones similares a las descritas anteriormente.

3.4. ¿QUIÉNES EMPRENDIERON EN ECUADOR EN 2015?

La Tabla 10 a continuación muestra las principales características de los emprendedores y las contrasta con quienes no han iniciado negocios y con los propietarios de negocios establecidos. Se observa que aunque la mayoría de los emprendedores están en áreas urbanas, esta proporción continúa declinando.

16 Diferencia estadísticamente significativa al 5%

17 Diferencia estadísticamente significativa al 5%

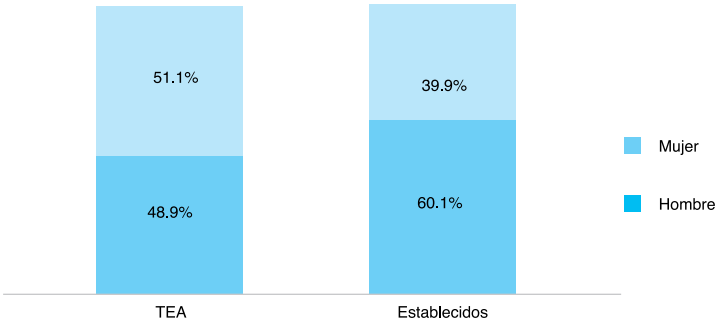
Tabla 10 - Principales características la TEA y establecidos

		No emprendedor	TEA	Establecidos
Edad Promedio		34.6	36.1	43.5
Años de escolaridad		10.4	10.5	9.1
Porcentaje Urbano		59.6%	64.5%	57.7%
Sexo	Hombres	46.5%	48.9%	60.1%
	Mujeres	53.5%	51.1%	39.9%
Sabe leer		98.8%	99.3%	97.6%
Categoría de Ocupación	Tiempo Completo/Parcial	27.6%	19.5%	4.2%
	Tiempo Parcial Solamente	18.1%	9.4%	1.5%
	Retirado/Discapacitado	2.0%	1.0%	0.0%
	Dedicado al Hogar	30.1%	15.8%	1.2%
	Estudiante	8.8%	2.7%	0.0%
	Desempleado/Otros	10.2%	6.4%	0.0%
	Auto-Empleado	3.1%	45.1%	93.1%
Categoría de Ingresos	Menos de $450	52.0%	50.4%	55.2%
	Entre $451 y $850	32.0%	31.9%	27.5%
	Mas de $850	16.0%	17.6%	17.3%
Oportunidades Percibidas		48.3%	64.3%	45.1%
Capacidades Percibidas		60.9%	86.7%	80.3%
Miedo al fracaso		41.9%	24.2%	31.0%
Intención de emprender		46.3%	58.7%	39.6%
Cierre de negocio		6.4%	7.1%	5.1%
Conoce alguien que empezó negocio en últimos 2 años		32.3%	48.4%	45.2%

HOMBRES Y MUJERES

A lo largo de los años se ha observado paridad entre hombres y mujeres a la hora de emprender, ver Figura 10. Se observan sin embargo diferencias en sus motivaciones; la proporción de mujeres que emprende por necesidad es superior a la de hombres con igual motivación, tendencia que se mantiene en los últimos años.

Figura 10 - Distribución según género



Para la mayoría de los países de América Latina y el Caribe, la tasa de emprendedores por oportunidad supera a la de emprendedoras con igual motivación; así mismo, como se aprecia en la Tabla 11 en muchos de los países de la región los emprendimientos de mujeres por necesidad superan a los de los hombres, Brasil destaca con una marcada diferencia.

Tabla 11 - TEA según género y motivación

	TEA Oportunidad hombres	TEA Oportunidad mujeres	TEA Necesidad Hombres	TEA Necesidad mujeres
Ecuador	24.60%	21.60%	9.50%	11.00%
Chile	22.30%	12.70%	5.60%	7.50%
Colombia	18.00%	11.90%	8.70%	6.50%
Perú	17.20%	15.20%	4.50%	6.70%
Región	16.14%	11.16%	5.49%	6.18%
Eficiencia	12.79%	8.56%	4.37%	4.14%

EDAD Y EDUCACIÓN

El grupo con mayor representación en la TEA es aquel con edades comprendidas entre los 25 y 34 años (33.1%); aproximadamente el 55% está comprendido entre los 25 y 44 años. Sólo el 8.6% de los emprendedores posee entre 55 y 64 años.

De los emprendedores motivados por la oportunidad de mejora, el 57% tiene edades comprendidas entre los 18 y 34 años; de los motivados por necesidad, el 77% con edades comprendidas entre los 25 y 54 años. Entre los emprendedores nacientes se observa una mayor proporción de jóvenes entre 18 y 34 años que entre los emprendedores nuevos. Una mayor proporción de este grupo de emprendedores nacientes se encuentra motivado por oportunidad de mejorar ya sean sus ingresos o su independencia.

Tabla 12 - Motivación para emprender según edad y etapa del negocio

	Grupo de edad	Oportunidad de Mejora	Motivación Mixta	Necesidad
Nacientes	18-24	45.5%	30.7%	23.9%
	25-34	35.5%	31.9%	32.6%
	35-44	24.3%	35.1%	40.5%
	45-54	30.9%	29.4%	39.7%
	55-64	37.5%	31.3%	31.3%
Nuevos	18-24	40.7%	22.2%	37.0%
	25-34	36.4%	25.5%	38.2%
	35-44	28.6%	20.4%	51.0%
	45-54	31.6%	7.9%	60.5%
	55-64	26.3%	26.3%	47.4%
Establecidos	18-24	8.7%	34.8%	56.5%
	25-34	32.2%	30.5%	37.3%
	35-44	29.7%	20.9%	49.5%
	45-54	25.3%	23.1%	51.6%
	55-64	25.7%	22.9%	51.4%

Con relación a la educación de los emprendedores, predominan como en años anteriores quienes han concluido la educación primaria con un 38.6%, y concluido la educación secundaria con un 30.4%, esta última superior al 2014. La proporción de emprendedores con estudios universitarios completos se mantiene estable en los últimos 3 años alrededor de 13.8%. Entre los propietarios de negocios nuevos predominan aquellos con educación primaria completa, y en los establecidos predominan aquellos con primaria y secundaria completa y se observa mayor proporción que declara no poseer educación formal.

Tabla 13 - Educación y motivación

	Oportunidad de Mejora	Motivación Mixta	Necesidad
Ninguna	7.2%	7.00%	9.40%
Primaria Completa	30.9%	39.20%	46.80%
Secundaria Completa	35.4%	29.60%	25.80%
Post-Secundaria	10.3%	9.70%	8.60%
Universidad Completa	16.1%	14.50%	9.00%

¿LA GENERACIÓN DEL MILENIO?

Se conoce como generación del Milenio o generación "Y" a los nacidos entre 1980 y el año 2000, quienes hoy tendrían entre 15 y 34 años edad. Un reciente estudio de CEMDES (2016) destaca que 1 de cada 3 ecuatorianos forma parte de este grupo y que el 51% considera al emprendimiento como su opción para "ganarse la vida", por encima de trabajar para el gobierno, ONGs, empresas privadas o familiares.

Para los adultos menores de 34 años (nacidos después de 1982) se observa una tasa de negocios nacientes del 26.8%, de negocios nuevos del 13.4% y de establecidos del 10.4%. De éstas, sólo la tasa de negocios nacientes y establecidos difiere de forma significativa[18] de lo observado entre las personas en rango de edad superior, teniendo éstos últimos una mayor tasa de negocios establecidos pero menor proporción de nacientes. Es interesante destacar que, como ha sido mencionado en años anteriores, se observa entre estos grupos de edad una diferencia significativa en sus años de escolaridad promedio, siendo los menores los más educados.

Además, se observa una diferencia en la motivación por la cual, emprendedores de estos dos grupos de edad, decidieron empezar su negocio. Un 41.7% de los emprendedores mayores a 34 años manifestaron haber emprendido por necesidad, mientras sólo 30.7% de los pertenecientes a la generación "Y" manifestó lo mismo. De forma similar, entre estos últimos se observa una mayor proporción de negocios empezados por oportunidad de mejora (39.6%). No se observan diferencias significativas en los otros indicadores del GEM entre estos dos grupos de edad.

3.5. ESTATUS LABORAL E INGRESOS

El 45% de los emprendedores se clasifica como auto empleado, en contraste con el 93% de los dueños de negocios establecidos. Un 19% esta aun empleado a tiempo completo o parcial, un 15% están dedicados al hogar, y 6.4% se declaró como desempleado. Al desagregar por emprendedores nacientes y nuevos, se observa que entre los primeros una mayor proporción mantiene su empleo mientras inicia el negocio, tan sólo un 22% se considera auto empleado, en comparación con el 92.5% de los emprendedores nuevos.

Tabla 14 - Emprendedores según tipo de ocupación y etapa del negocio

	No emprendedor	TEA	Nacientes	Nuevos	Establecidos
Tiempo Completo/Parcial	27.6%	19.5%	26.2%	5.3%	4.2%
Tiempo Parcial Solamente	18.1%	9.4%	13.1%	1.6%	1.5%
Retirado/Discapacitado	2.0%	1.0%	1.2%	0.5%	0.0%
Dedicado al Hogar	30.1%	15.8%	23.2%	0.0%	1.2%
Estudiante	8.8%	2.7%	4.0%	0.0%	0.0%
Desempleado/Otros	10.2%	6.4%	9.4%	0.0%	0.0%
Auto-Empleo	3.1%	45.1%	23.0%	92.6%	93.1%

La distribución de ingresos de los emprendedores ha variado con respecto al 2014, incrementando la proporción con ingresos de hasta $450 que constituye actualmente el 50% de la TEA, y reduciéndose la proporción de emprendedores en los dos rangos de ingresos siguientes. En este año prácticamente no se observa diferencia entre emprendedores y el resto de la población, cuando en años anteriores los niveles de ingreso eran superiores para los emprendedores.

18 Con un intervalo de confianza de 95%.

Tabla 15 - Nivel de ingresos por categoría de negocios

		No emprendedor	TEA	Establecidos
Categoría de Ingresos	Menos de $ 450	52.0%	50.4%	55.2%
	Entre $ 451 y $ 850	32.0%	31.9%	27.5%
	Mas de $ 850	16.0%	17.6%	17.3%

La tabla 16 resume características para los distintos niveles de ingreso; no se observan mayores diferencias en la edad promedio de los emprendedores en relación al nivel de ingresos, los años de escolaridad promedio aumentan a medida que los niveles de ingresos aumentan. El 46% de los emprendedores con ingresos de hasta $450 emprenden por necesidad, proporción que se reduce a medida que incrementa el nivel de ingresos.

Tabla 16 - Estadísticas descriptivas según nivel de ingreso[19]

	Nivel de Ingresos	Edad Promedio	Años de escolaridad Promedio	Tasa de Cierre de Negocios	Oportunidad de Mejora	Motivación Mixta	Necesidad
No Emprendedor	Menos de $450	34.3	8.9	5.4%			
	Entre $451 y $850	34.2	11.4	6.9%			
	Más de $850	371	3.5	8.8%			
TEA	Menos de $450	36.9	8.9	6.0%	25.5%	28.5%	46.0%
	Entre $451 y $850	34.8	11.3	7.4%	45.8%	24.7%	29.5%
	Más de $850	36.0	13.4	9.5%	41.7%	33.0%	25.2%
Establecidos	Menos de $450	43.7	7.9	4.3%	17.3%	20.0%	62.7%
	Entre $451 y $850	41.4	9.9	3.3%	32.6%	29.3%	38.0%
	Más de $850	45.9	11.5	10.3%	49.1%	29.1%	21.8%

EMPRENDEDORES MÚLTIPLES: ¿QUIÉNES SON Y POR QUÉ EMPRENDEN?

Denominamos emprendedores múltiples a aquellos que poseyendo un negocio nuevo también tienen uno naciente, y a los propietarios de negocios establecidos que están emprendiendo nuevamente. La Tabla 17 muestra algunas diferencias entre estos emprendedores y aquellos sólo nacientes o nuevos.

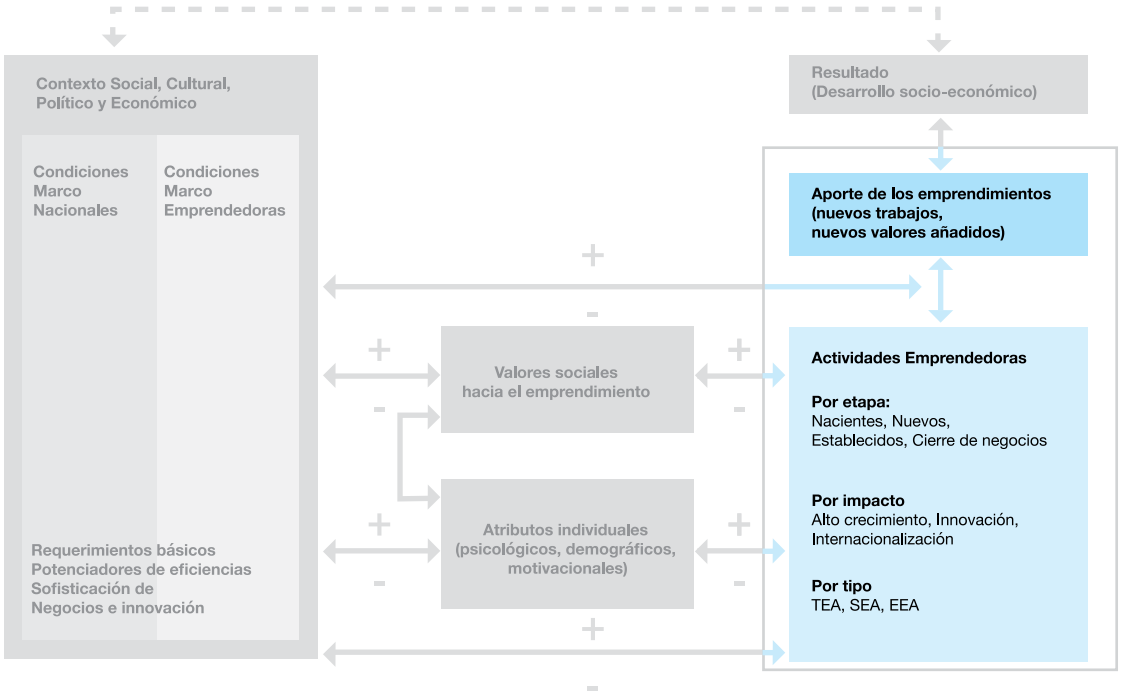
La proporción de emprendedores múltiples es ligeramente superior en área urbana; este año es mayor el número de hombres, a diferencia de 2014, el 95% se considera auto empleado, poseen ingresos ligeramente superiores al resto de la TEA. Las motivaciones de este tipo de emprendedor se diferencian del resto de la TEA: informan haber iniciado el primer negocio motivados por la independencia y oportunidad de mejora; el segundo, en búsqueda de mayores ingresos, y oportunidad de mejora, reduciéndose la motivación por necesidad, aunque en 2015 ha incrementado.

Tabla 17 - Contraste entre perfil demográfico de emprendedores múltiples y resto de la TEA

		Emprendedor Múltiple	Resto TEA
Área	Urbano	69.0%	64.20%
	Rural	31.0%	35.80%
Sexo	Hombre	57.1%	48.30%
	Mujer	42.9%	51.70%
Edad Promedio		34.7	36.2
Años de escolaridad Promedio		11.2	10.4
Categoría de Ocupación	Tiempo Completo/Parcial	2.4%	20.80%
	Tiempo Parcial Solamente	2.4%	10.00%
	Retirado/Discapacitado	0.0%	1.10%
	Dedicado al Hogar	0.0%	17.00%
	Estudiante	0.0%	2.90%
	Desempleado/Otros	0.0%	6.90%
	Auto-Empleado	95.2%	41.30%
Categoría de Ingresos	Menos de $450	45.2%	50.80%
	Entre $451 y $850	35.7%	31.60%
	Mas de $850	19.0%	17.50%

19 Se considera como no emprendedores con cierre de negocios, a quienes no emprendenen 2015 pero que habían cerrado un negocio en los últimos doce meses.

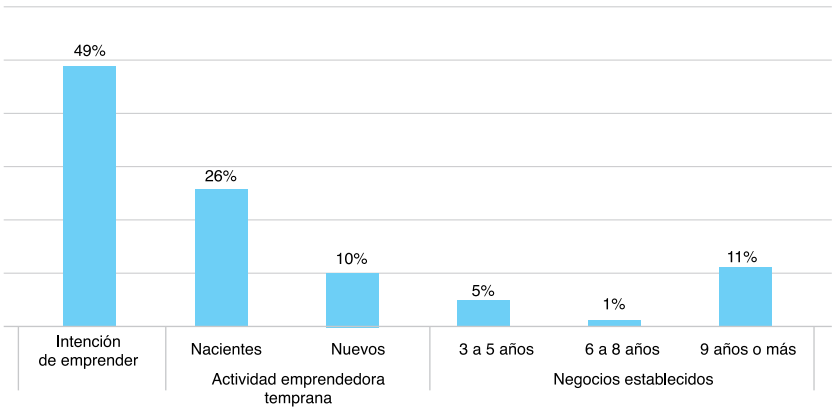
4. CICLO DE VIDA: GESTACIÓN, INICIO Y CRECIMIENTO



En este capítulo se analiza la actividad emprendedora en el país: las etapas por las que pasan los negocios, los desafíos del crecimiento, innovación, internacionalización e intra-emprendimientos.

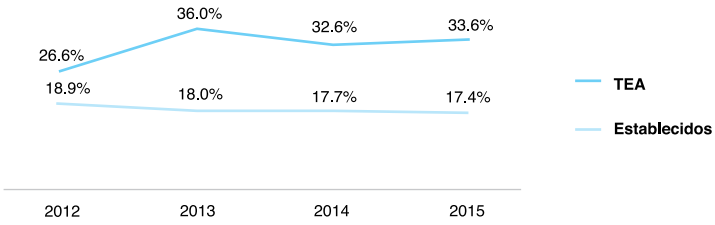
4.1. EL CICLO DE VIDA Y LA CANTIDAD DE EMPRENDEDORES

Figura 11 - Emprendedores según etapa del ciclo



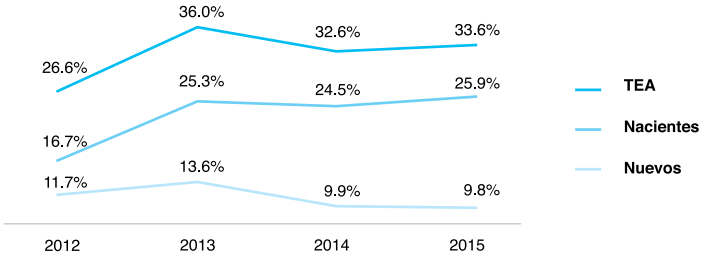
Las cifras en cuanto a la creación, estabilidad y posible crecimiento de las empresas en el 2015 fueron similares a las de 2014, en la Figura 11 se observa la pérdida de potenciales emprendedores a lo largo del ciclo de vida empresarial, desde la intención de emprender hasta empresas establecidas. La dificultad para quienes realizan actividad emprendedora temprana de convertirse luego en negocios establecidos también se hace evidente si se analiza la evolución histórica de los indicadores de ambos tipos de emprendimientos mostrada en la Figura 12.

Figura 12 - Emprendedores en la TEA y establecidos desde 2012



En Ecuador, la baja supervivencia de un gran número de emprendedores tempranos puede responder a problemas de calidad de los emprendimientos o de eficiencia del ecosistema para potenciarlos o ambos. Por este motivo es importante considerar con cautela todo el proceso de desarrollo empresarial en el país. Las dificultades de muchos emprendedores tempranos para iniciar su negocio se sigue manifestando al comparar las proporciones de emprendedores nacientes y nuevos en la TEA. El comportamiento de los últimos años mostrado en la Figura 13, evidencia que buena parte de la actividad emprendedora temprana está compuesta por emprendedores nacientes y que los emprendedores nuevos continúan en niveles bajos. La relación nuevos/nacientes es del 0.38, similar al 2014, y muy por debajo del 1.53 de 2009. Sin embargo, esta es una problemática compartida en la región; la tasa de negocios nuevos/nacientes para América Latina y el Caribe se sitúa en 0.58 y países como Chile, Colombia, y Perú tienen tasas de 0.59, 0.48 y 0.28, respectivamente.

Figura 13 - Emprendedores nacientes y nuevos comparados con la TEA

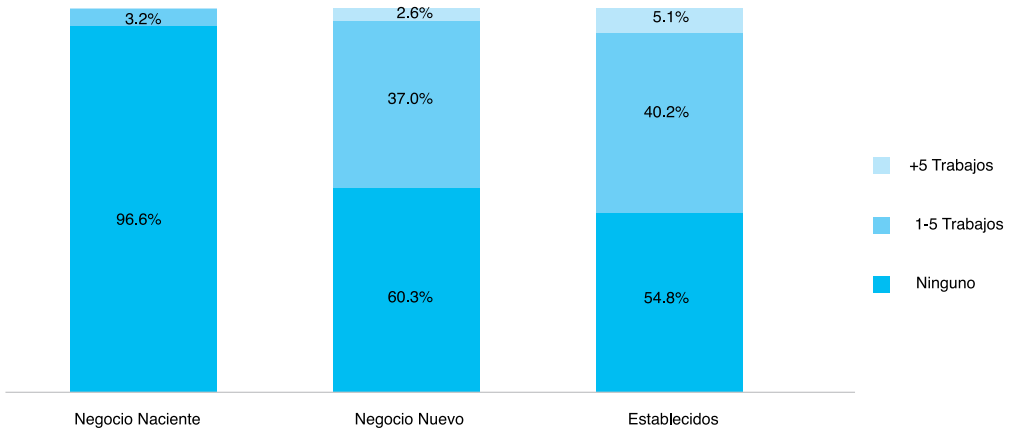


En el 2015, el 7.1% de los emprendedores declararon haber cerrado un negocio en los últimos 12 meses, porcentaje 2 puntos por debajo de lo observado en el 2014. Esta cifra supera la tasa de cierre de los negocios establecidos (5.1%), evidenciando las dificultades de supervivencia de los emprendimientos tempranos.

4.2. EL CRECIMIENTO Y SUS RETOS

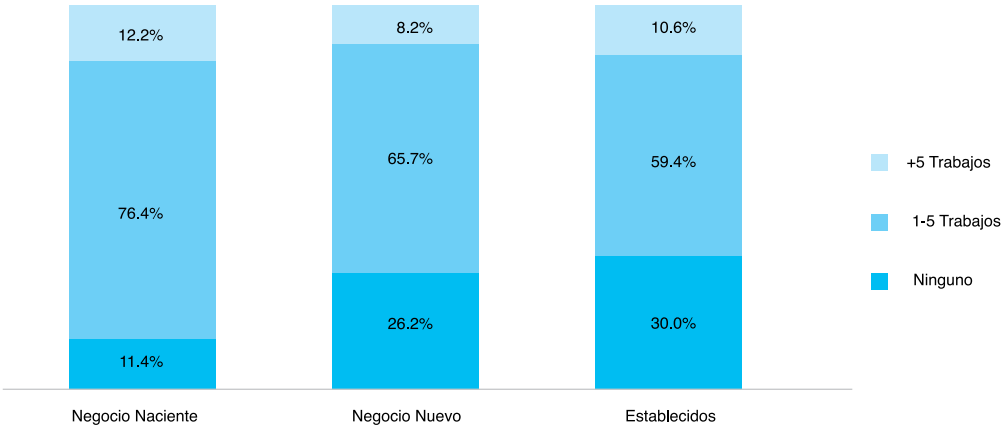
El empleo actual y las expectativas de generación de empleo de los emprendimientos tempranos son bajos, más del 50% de los negocios nuevos no tienen empleados. Sin embargo, esta proporción ha ido reduciéndose en los últimos años, incrementando levemente el porcentaje de negocios que emplean hasta 5 trabajadores. Para los negocios establecidos se observa un comportamiento similar. La Figura 14 muestra la composición de empleo actual para los emprendimientos tempranos y los negocios establecidos.

Figura 14 - Distribución del número actual de trabajadores según la etapa del negocio



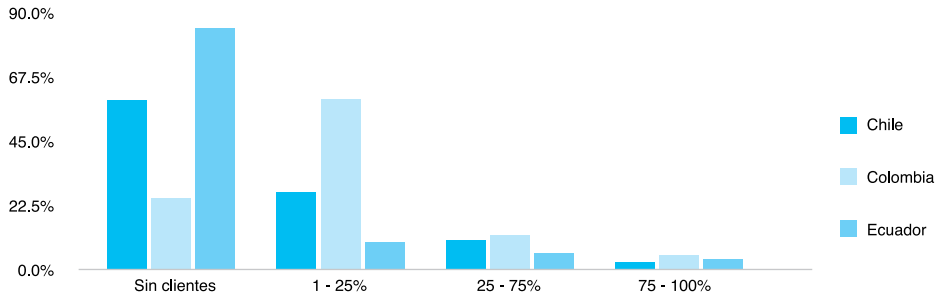
Las expectativas de generación de empleo de los negocios nuevos no son altas, como se aprecia en la Figura 15 en 2015 el 65.7% de estos negocios esperaba contratar entre 1 y 5 empleados; solamente 8.2% esperaba generar más de 5 empleos. Cabe destacar que para Ecuador las expectativas de generación de empleo de los negocios nuevos han ido incrementando en los últimos años, pasando de 50.4% en 2014 a 73.8% en 2015 y se encuentran ligeramente por encima del promedio para la región.

Figura 15 - Distribución del número esperado de trabajadores para los próximos 5 años, según la etapa del negocio



La internacionalización de los negocios en Ecuador sigue siendo baja, sin embargo se observa un incremento de aquellos emprendimientos que tienen 25% a 75% de sus clientes fuera del país. Esta proporción asciende en el 2015 a 7.6% de la TEA, inferior a la que se observa en países como Colombia y Chile, ver Figura 16.

Figura 16 - Porcentaje de clientes extranjeros para Ecuador, Chile y Colombia



Más allá de las posibles explicaciones de estas diferencias con otros países de la región, ejemplos de los tipos de negocios de los emprendedores nacientes y nuevos muestran los sectores a los que es importante prestar atención (Tabla 18), ya sea para motivar un giro hacia actividades más productivas e innovadoras o para aumentar su sostenibilidad y potencial de internacionalización, o ambas. Incrementar la competitividad de los emprendimientos tempranos puede ayudar a incrementar su supervivencia en los primeros años y posiblemente potenciar su crecimiento y la generación de empleo.

Tabla 18 - Ejemplos de actividades de emprendimientos de negocios nacientes y nuevos

		Nacientes	Nuevos
Extractivo	Agricultura, silvicultura y pesca	Siembra y venta de maíz Crianza y comercialización de peces	Siembra y venta de plátano, frutas, yuca y cerdos Crianza y venta de aves de corral y ganado
Transformación	Minería y construcción	Montajes mecánicos para la construcción (estructuras metálicas) Elaboración de ventanas, puertas. cerrajería (todo tipo de estructura metálica)	Servicio de mecánica automotriz arreglo de vehículos, cambio de bandas, suspensión y direcciones
	Manufactura	Confección de camisas y camisetas, pantalones para oficinas empresas públicas y privadas Confecciones de prendas de vestir	Confección de ropa formal solo para damas Elaboración de muebles de madera
Orientados a Negocios	Información y comunicación	La edición de impresos como revistas, folletos, libros de temas de interés social Cyber	Arreglo de equipos eléctricos Servicios de internet
	Intermediación financiera y bienes raíces	Compra y venta de bienes inmuebles como casas, terrenos Alquiler de sala de eventos "matrimonios, cumpleaños, bautizo"	
	Servicios profesionales	Agencia de publicidad, marketing Comercialización de café soluble instantáneo en tiendas	Cerrajería Asesores empresariales: gestión empresarial a nivel provincial
	Servicios administrativos	Servicios de audio y video para empresas y organizaciones (eventos sociales)	Empresa de seguridad privada
Orientados al Consumidor	Comercio al por menor, hoteles y restaurantes	Productos de consumo masivo tienda y papelería Restaurante (almuerzos y meriendas)	Venta de bebidas gaseosas , helados y hielo Venta ropa por catálogo y perfumes, cremas, aretes, bisutería (esika, sayzon, lebel)
	Gobierno, saud, educación y servicios sociales	Gabinete de belleza, corte de cabello, estilos, tinturados, rayos. Academia educativa	Servicos de mantenimiento y reparación de aire acondicionado Taller de electrodomésticos
	Actividades de servicio al consumidor	Gimnasio Bailoterapia	Venta de leche, ganado, maíz y café Profesor de tenis

En la Tabla 19, se observan los porcentajes de emprendedores en la TEA y establecidos por tipo de actividad que realizan. Es interesante apreciar que pese a que la proporción de emprendedores en la TEA es mayor que la de emprendedores establecidos, cuando se los compara por sectores la relación no siempre se mantiene. Se observa que existe un mayor número de emprendedores tempranos que establecidos en actividades de comercio al por menor, de servicios al consumidor, servicios administrativos, y de información y comunicación. En todas las demás actividades el número de emprendedores establecidos es mayor o igual al de los emprendedores tempranos. En particular la diferencia es mayor en las actividades de transformación y en agricultura, silvicultura y pesca. Esto reafirma que muchos de los problemas de supervivencia de los emprendimientos vienen desde su misma concepción, al igual que su potencial de internacionalizar sus productos y servicios. Es importante recalcar que esto no tiene que ver únicamente con los emprendedores y sus competencias sino con el entorno y el ecosistema de innovación del país.

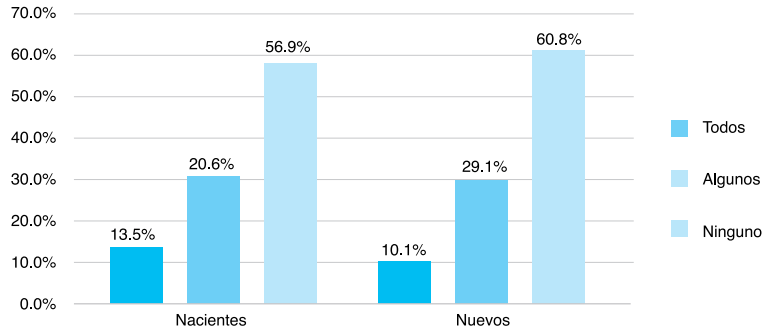
Las actividades extractivas de los emprendedores se mantuvieron en porcentajes similares a los del 2014. Por otra parte, se produce una disminución en las actividades de transformación y servicios a negocios, mientras que las actividades orientadas a consumidores pasan de 69% en 2014 a 76% en 2015.

Tabla 19 - Distribución de actividades por industria de emprendimientos nuevos y establecidos

Distribución industria		TEA	Establecidos
Extractivo	Agricultura, silvicultura y pesca	5.0%	19.9%
	Minería y construcción	0.0%	0.3%
Transformación	Minería y construcción	0.3%	1.3%
	Manufactura	5.2%	9.1%
	Uso, transporte y almacenacmiento	1.7%	7.3%
	Comercio al por mayor	6.1%	6.9%
Orientados a Negocios	Información y comunicación	1.2%	0.6%
	Intermediación financiera y bienes raíces	0.3%	0.6%
	Servicios profesionales	1.7%	2.2%
	Servicios administrativos	2.5%	0.9%
Orientados a Consumidores	Comercio al por mayor	3.2%	4.7%
	Comercio al por menor, hoteles y restaurantes	65.9%	39.7%
	Gobierno, salud, educación y servicios sociales	5.7%	5.7%
	Actividades de servicio al consumidor	1.2%	0.6%

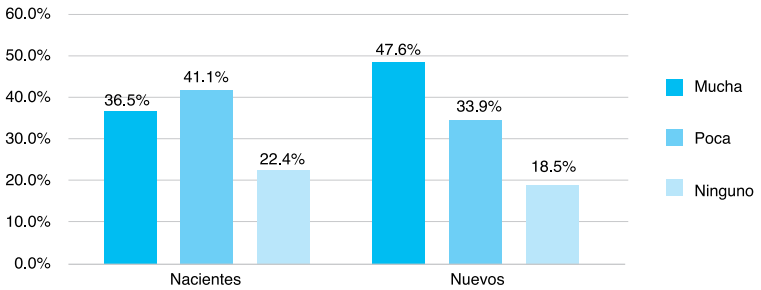
En parte por el tipo de negocios mencionados anteriormente, el nivel de diferenciación e innovación de los productos ofrecidos por los emprendedores ecuatorianos es bajo como se puede ver en la Figura 17. Alrededor del 60% no ofrece productos considerados nuevos por los consumidores y tan sólo el 29% ofrece algunos productos diferenciados.

Figura 17 - Competidores que ofrecen el mismo producto



Relacionado con la innovación está la apreciación de los emprendedores sobre su nivel de competencia; en los últimos años en promedio el 42% de los emprendedores tempranos considera que tienen mucha competencia, 37.5% que poseen pocos competidores y 20.5% que no tienen competencia. Es importante destacar que ha incrementado el número de emprendedores que menciona no poseer ningún competidor de 10.6% en 2014 a 20.5% en el 2015, similar para los negocios establecidos.

Figura 18 - Percepción de Competencia



En 2015 ha incrementado el número de emprendedores que usan en sus negocios tecnología de punta (de menos de un año), pasando de 7.4% a 14.8% de la TEA, y también han crecido aquellos que utilizan tecnología nueva (entre uno y cinco años de antigüedad), de 1.2% a 6.3% de la TEA. En Ecuador, aunque a una escala reducida, comienzan a destacar emprendedores tecnológicos e innovadores cuyos negocios no solamente se orientan al mercado doméstico sino que están atendiendo mercados externos. En el recuadro se hace una breve reseña de algunos casos.

TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN EN ECUADOR

En el 2015 se pueden destacar algunas empresas jóvenes que operan dentro de la economía digital, como los casos de Shippify[20], empresa dedicada a proveer soluciones de transporte de paquetes dentro de ciudades bajo el esquema de economía compartida y el uso de aplicaciones móviles, y Criptext[21], empresa de mensajería encriptada y efímera, que promueven el desarrollo de software dentro del Ecuador. Estas empresas además están iniciando operaciones y ventas en países como Brasil y Chile, en el caso de Shippify, y Panamá y EEUU, en el caso de Criptext.

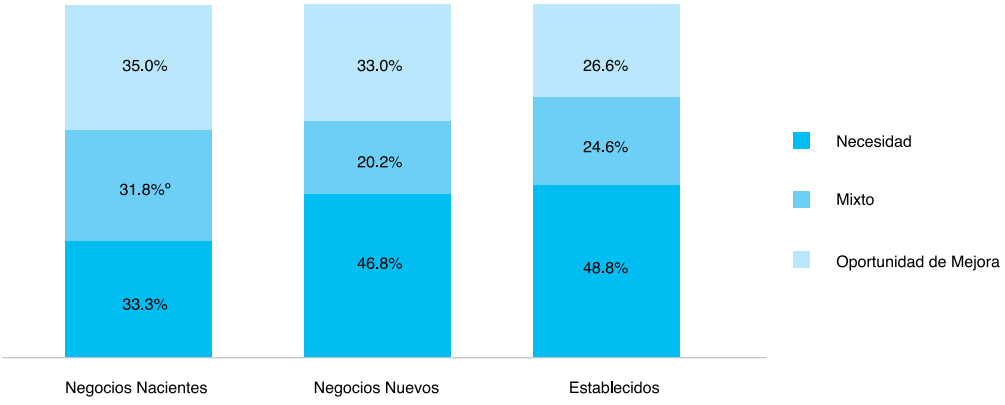
Otras empresas como Cuestionarix, que prepara estudiantes de colegios para rendir el exámen del ENES[22], y Dátil, que brinda soluciones de facturación electrónica, factoring y otros servicios en la nube, han logrado ventas dentro del Ecuador y ahora están buscando expandirse a otros países latinoamericanos.

Más allá de ser buenos ejemplos de empresas innovadoras que buscan ampliar sus mercados, su importancia radica en el efecto multiplicador que tienen en la cultura emprendedora como modelo de rol y en la atracción de inversionistas hacia emprendimientos no tradicionales con potencial de crecimiento.

4.3. EMPRENDEDORES Y EMPLEADOS

De los análisis hechos en reportes de años anteriores se conoce que tener una TEA alta es bueno porque refleja un entorno positivo y optimista hacia emprender, pero a la vez preocupante porque puede ser producto del empleo inadecuado[23], particularmente porque en Ecuador el emprendimiento por necesidad es alto y el emprendimiento por oportunidad de mejora es bajo, es decir, lo inverso de lo que ocurre en muchos de los países orientados a la innovación. Más aún, como se observa en la Figura 19, en Ecuador preocupa que el emprendimiento por necesidad sea mayor en empresas establecidas y menor en aquellas nacientes, proporción que se ha mantenido en los últimos años.

Figura 19 - Motivación de los negocios



20 http://shippify.co/

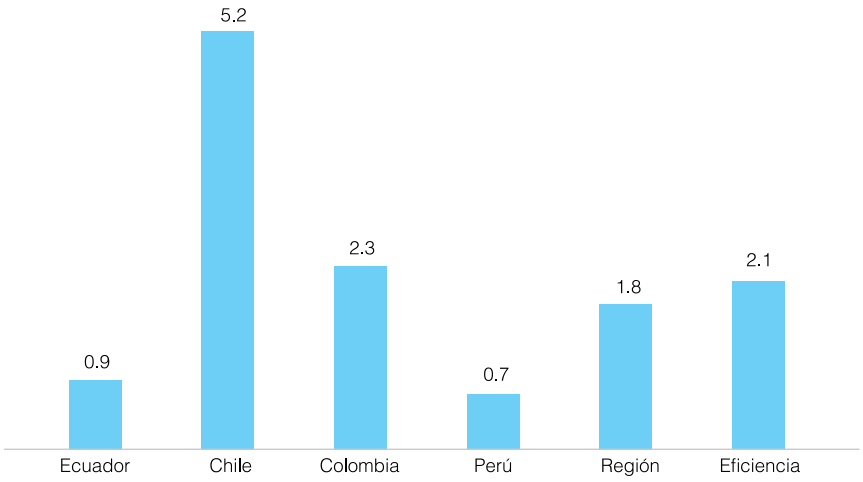
21 www.criptext.com

22 Examen Nacional para la Educación Superior, prueba de aptitud académica que posibilita obtener información sobre las habilidades y destrezas que poseen los estudiantes y que son necesarias para el éxito del postulante dentro del sistema educativo de pregrado. Es obligatoria para estudiantes que deseen realizar sus estudios superiores en instituciones de educación pública del país.

23 En octubre de 2014, el Instituto Nacional de Estadística y Censos del Ecuador (INEC) presentó un nuevo marco conceptual para la población ocupada según su condición de actividad. En este nuevo marco la categoría subempleo se sustituye por empleo inadecuado, siendo este último el conformado por la población con alguna deficiencia, ya sea de hora y/o de ingreso.

Aunque en los medios se destaca mucho el mérito de los fundadores de una empresa, la supervivencia y el crecimiento de ésta en muchos casos depende de poder contar con un equipo capaz de innovar y emprender desde el inicio (intra-emprendimiento). Concebir nuevos productos o servicios, lanzar nuevas líneas de negocio o nuevas formas de hacer las cosas, son actividades vitales de equipos emprendedores. El GEM también produce un indicador importante conocido como EEA o "Actividad Emprendedora de los Empleados", que permite conocer el porcentaje de empleados involucrados en ese tipo de actividades. Una alta EEA sería una importante señal de que hay algunos equipos innovadores en las empresas y por lo tanto un mayor potencial de crecer. En la Figura 20 se muestra la EEA para países seleccionados.

Figura 20 - Actividad emprendedora del empleado como porcentaje de la población entre 18 y 64 años, en el 2014 por economía



Al igual que el año pasado, Ecuador tiene una de las EEA más bajas. Esto reafirma la necesidad de trabajar en el sistema educativo formal y de entrenamiento profesional para forjar la motivación y competencias necesarias que permitan tener más empleados activamente involucrados en la creación de valor en las empresas. De igual manera es importante trabajar la cultura empresarial y corporativa y establecer incentivos para el desarrollo laboral no solo hacia la eficiencia y el profesionalismo, sino también hacia la colaboración y la innovación. No está de más insistir en aprovechar la experiencia de los emprendedores que han emprendido más de una vez ya que éstos parecen manejar mejor su temor al fracaso y por lo tanto podrían estar más dispuestos a fomentar el cambio (Figura 21).

Figura 21 - Percepciones de emprendedores con más de dos empresas

Como se muestra la Figura 22, Ecuador es un país con una TEA muy alta y una EEA muy baja con todas las connotaciones positivas y negativas que se han mencionado, aunque ambos indicadores son importantes, como lo demuestran los casos de Australia, Israel y EEUU. Valores muy bajos de TEA y muy altos de EEA también parecen evidenciar países con altos niveles de desarrollo como Reino Unido y Noruega.

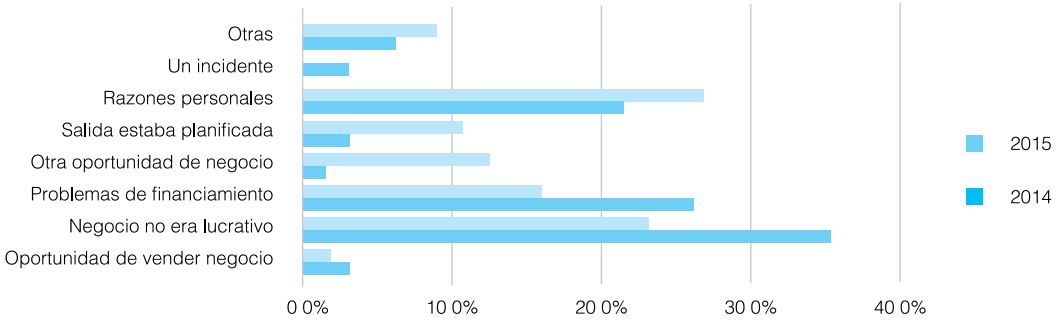
Figura 22 - Comparación entre TEA y EEA

	TEA baja	TEA Elevada
EEA Elevada	Noruega, Reino Unido	Australia, Canadá, Estonia, Israel, Estados Unidos
EEA Baja	Bulgaria, Malasia, Marruecos	Burkina Faso, Camerún, **Ecuador**, Perú

4.4. CIERRE DE NEGOCIOS

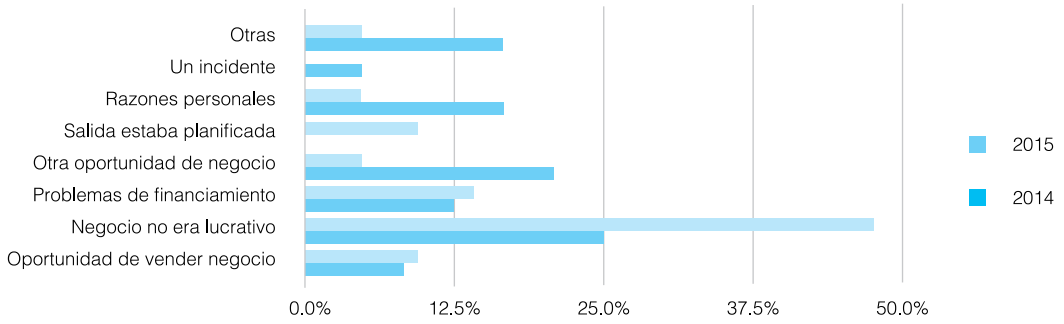
Como se ve en las Figuras 23 y 24, tanto para los emprendedores en la TEA como para los propietarios de negocios establecidos, el motivo principal de cierre de un negocio en el 2014 fue "el negocio no era lucrativo". Mientras que ésto se mantiene para los negocios establecidos en el 2015, para los emprendedores este motivo pasa al segundo lugar y toma su lugar los motivos personales. Esto podría tener relación con su madurez para emprender, o la madurez de la idea, o la existencia de otras oportunidades como opciones de vida.

Figura 23 - Motivos de cierre de negocio de emprendedores en la TEA, (2014 - 2015)



Para los propietario de negocios establecidos, el segundo motivo de cierre de negocio en el 2015 fue "problemas de financiamiento", lo que contrasta con el 2014, año en el que esta motivación ocupaba la quinta posición, mientras que "otra oportunidad de negocio" se encontraba en segundo lugar. Dado que los propietarios tienen posiblemente mayor experiencia y percepciones más reales del entorno, ésto podría indicar una alerta sobre el dinamismo de la economía afectando a los negocios establecidos más que a los emprendimientos tempranos.

Figura 24 - Motivos de cierre de negocios establecidos, (2014 - 2015)



4.5. FORMALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS

La formalización de los negocios en la TEA y los negocios establecidos ha sido históricamente baja, desde que se ha consultado su registro en la Superintendencia de Compañías, patentes municipales, y Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano, RISE, entre otras. Sin embargo, se observa un incremento en el registro en la Superintendencia de Compañías de negocios de emprendedores tempranos, pasando de un 4.5% en el 2014 a un 17.6% en el 2015; es el valor más alto observado desde el 2012.

En el RISE y las patentes municipales no existe un comportamiento estable y hay variabilidad año a año pero siempre en valores menores del 20%. En general se observa más formalidad en los negocios establecidos que en aquellos de los emprendedores en la TEA.

5. EMPRENDEDORES SENIOR

5.1. INTRODUCCIÓN

Estudios sobre la población de adultos mayores[24] indican que este grupo etario va en crecimiento en todo el mundo, siendo América Latina y el Caribe una de las regiones con la más alta incidencia de envejecimiento poblacional. Se estima que en la región el porcentaje de personas mayores de 60 años fue el 6% del total poblacional en 1950, será 14% en 2025 y 25% en 2050 (CEPAL, 2002; Paz, 2010); aumento que se da no sólo por la reducción de la mortalidad a edades tempranas sino también por la disminución de la natalidad.

En Ecuador la obligatoriedad de jubilación a los 70 años (voluntaria a partir de los 65 años), junto con la Ley Orgánica del Servicio Público (LOSEP), decretada en el año 2010 y que terminaba con algunos beneficios para servidores públicos que se jubilaran después del 2014, han dado lugar a un aumento considerable en el número de jubilados. La cantidad pasó de cerca de 154.000 jubilados en 2008 a 285.000 en 2010 y 433.000 en 2015 (El Comercio, 2015; El Diario, 2010; El Universo, 2008), lo que significa que la proporción de jubilados, prácticamente, se triplicó en la última década.

Un mayor número de adultos mayores trae consigo un incremento en la demanda por seguridad social y pensiones de jubilación (Curran and Blackburn, 2001), sumado a la crisis que impera a nivel mundial, de la que Ecuador no es la excepción, ejerce presión sobre los gobiernos. Sin embargo, la jubilación puede presentar oportunidades para este segmento de la población; al dejar su estado de trabajador dependiente y recibir un ingreso periódico como jubilados, podrían disponer de tiempo y recursos económicos que les facilitarían la iniciación de nuevos negocios y así mantenerse económicamente activos. En esta línea, algunos países -como, Irlanda, Francia, Bélgica y Reino Unido- han optado por promover el autoempleo y el emprendimiento en personas de la tercera edad (Curran and Blackburn, 2001). De ahí que estudiar el emprendimiento de adultos mayores es importante y reconocido en el ámbito académico (Botham and Graves, 2009) por el interés en entender qué aspectos los distingue de la población más joven, información que contribuye también al diseño de políticas públicas pertinentes.

En concordancia, éste es el tercer año en que el informe GEM Ecuador incluye un análisis de adultos mayores y de quienes emprenden dentro de este grupo, los emprendedores senior. A continuación, se resume los resultados obtenidos para este segmento en 2015, presentando datos generales de la muestra, percepciones de los emprendedores senior y las motivaciones que los impulsan a iniciar nuevos negocios.

5.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS ADULTOS MAYORES

En la muestra recogida para el presente estudio los adultos mayores tienen en promedio 72 años de edad y 7.9 años de escolaridad, en comparación con el resto de la población que exhibe una edad promedio de 36.6 años y 10.2 de escolaridad (Tabla 20).

El 65% de adultos mayores se encuentra asentado en el área urbana. En relación a los ingresos, el 60% percibe menos de $450 mensuales, mientras que para el resto de la población es el 52%. En el rango de ingresos entre $451 y $850 mensuales, la proporción de adultos mayores es menor.

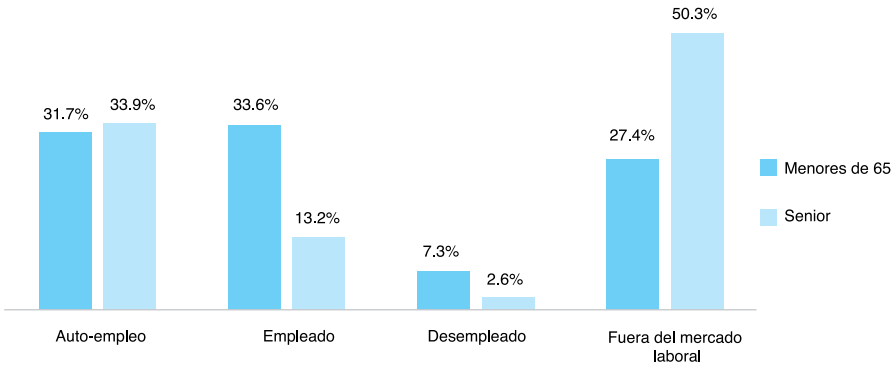
Tabla 20 - Estadísticas demográficas de adultos mayores y resto de la población

		Menores de 65	Senior
Área	Urbano	60.8%	65.1%
	Rural	39.2%	34.9%
Sexo	Hombres	49.6%	58.2%
	Mujeres	50.4%	41.8%
	Edad Promedio	36.6	72.0
	Escolaridad	10.2	7.9
Ingresos	Menos de $450	52.1%	60.1%
	Entre $451 y $850	31.2%	20.7%
	Mas de $850	16.7%	19.1%

24 En Ecuador se considera adulto mayor a toda persona de 65 y más años de edad (INEC, 2012)

En cuanto al estatus laboral, predomina la condición de auto-empleado (Figura 25), lo que no difiere considerablemente de los individuos menores de 65 años. Es importante destacar que la mitad de seniors se encuentran fuera del mercado laboral[25], es justamente este grupo para el cual las oportunidades de emprender resultarían más atractivas.

Figura 25 - Estatus laboral de adultos mayores con respecto al resto de la población



La proporción de adultos mayores dedicados al hogar ha decrecido en los tres últimos años, pasando de 33.8% en 2013 a 20.1% en 2015. Por el contrario, la proporción de adultos mayores empleados a tiempo completo prácticamente se duplicó en 2015 si la comparamos con lo ocurrido en el año anterior.

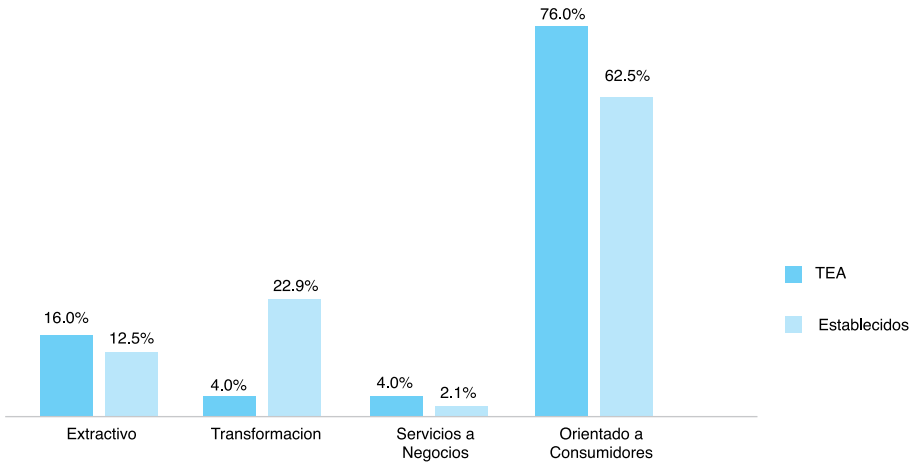
5.3. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

La TEA para los emprendedores senior en 2015 fue 16.4%, ligeramente más alta que la del año anterior (14.6%) y mucho menor que la TEA del resto de la población (33.6%). Esta TEA está compuesta por 9.5% de negocios nacientes y 3.7% de negocios nuevos. La tasa de negocios establecidos se redujo de 30.1% en 2014 a 25.4% en 2015.

Comparando la demografía de los 2 años anteriores, la proporción de emprendedores senior hombres ha ido incrementándose, pasando de 47% en 2013 a 75% en 2014 y 76% en 2015. Estos resultados indican que ha habido un aumento en los emprendimientos nacientes o nuevos por parte de emprendedores senior hombres; se observa lo contrario entre los propietarios de negocios establecidos, pues hubo una reducción de éstos para los mismos años de 72%, 53% y 50% respectivamente.

En lo concerniente al tipo de negocios de los emprendedores senior, la muestra evidencia que la mayoría se orienta al consumidor (76%), lo que se da también para aquellos con negocios establecidos (62.5%), ver Figura 26. Un 16% de emprendedores senior tiene negocios extractivos, mientras que 22.9% de quienes tienen negocios establecidos se dedican a actividades de transformación, menos del 4% presta servicios a otros negocios.

Figura 26 - Giro del negocio de los emprendedores senior



25 Este grupo lo conforman las personas dedicadas al hogar, discapacitados que no están empleados, retirados y estudiantes a tiempo completo.

5.4. PERCEPCIONES DE LOS EMPRENDEDORES SENIOR

La proporción de emprendedores senior que consideran que empezar un negocio es una buena opción de carrera, se incrementó en algo más de 30%, pasando de 46.4% en el año 2014 a 76% en el 2015; situación similar para quienes consideran que desarrollar un negocio exitoso da alto status.

En relación a la percepción de que existen buenas oportunidades para iniciar un negocio en los próximos 6 meses, los resultados indican que en el año 2015 se ha ampliado la diferencia porcentual, alrededor de 20%, entre emprendedores senior y los menores de 65 años (Tabla 21), dicha diferencia fue de solo 8.4% en 2014. Se observa también que el 80% de emprendedores senior manifiesta tener la capacidad para crear nuevos negocios, porcentaje que ha variado muy poco respecto al de los dos años anteriores. En tanto que sólo el 16% piensa que el temor al fracaso les impediría iniciar un negocio, porcentaje 8 puntos por debajo del de los emprendedores menores de 65 años. Por otra parte, el 40% de emprendedores senior indica tener la intención de emprender en los próximos tres años, lo cual es relativamente bajo cuando se lo contrasta con los emprendedores con menos de 65 años.

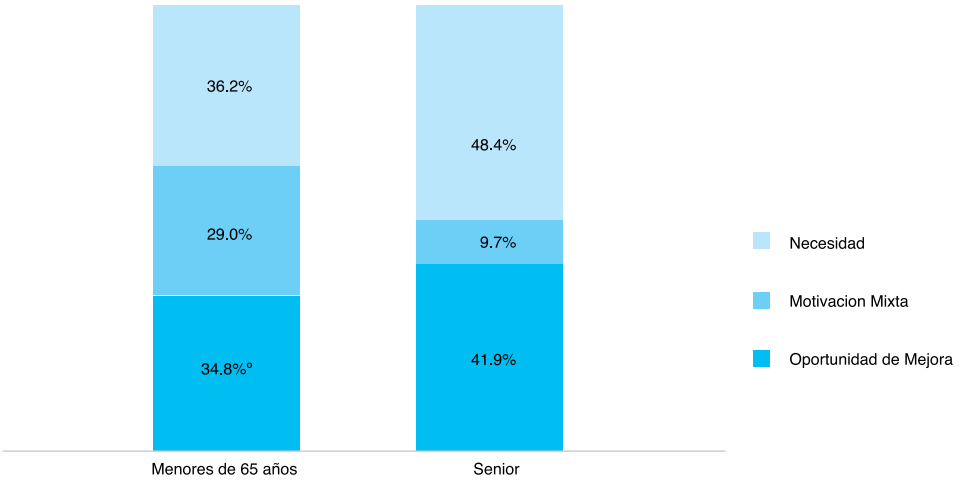
Tabla 21 - Percepciones de los emprendedores

		Oportunidades percibidas	Capacidades percibidas	Miedo al fracaso	Intención de emprender
Menores de 65 años	2014	72.7%	87.5%	32.1%	59.9%
	2015	64.3%	86.7%	24.2%	58.7%
Senior	2014	64.3%	78.6%	21.4%	64.3%
	2015	45.8%	80.0%	16.0%	40.0%

5.5. MOTIVACIONES DE LOS EMPRENDEDORES SENIOR

Los emprendedores senior, a diferencia de los menores de 65 años, tienen claramente definido su motivo para emprender, el 48.4% lo hace por necesidad mientras que el 41.9% lo hace para aprovechar una oportunidad. Estos porcentajes, como se observa en la Figura 27, son marcadamente superiores que para los no senior.

Figura 27 - Composición de la TEA por motivación



Es importante anotar que los resultados presentados en este capítulo deben considerarse únicamente como evidencia inicial, considerando que la muestra de este grupo etario es relativamente pequeña (189 personas), lo que representa sólo el 8.9% de la muestra total APS escogida para este estudio.

Aunque el análisis realizado es del tipo exploratorio, la data que se ha recogido en los tres años en los que se ha estudiado a este segmento de la población, puede aportar al desarrollo de programas y políticas en apoyo a este grupo de emprendedores.

6. POLÍTICAS PÚBLICAS

Ecuador presenta este año la segunda TEA más alta del mundo, sólo superado por Senegal[26]. ¿Implica esto que Ecuador es el segundo país más emprendedor del mundo? No, o al menos, no necesariamente. La calidad suele ser más importante que la cantidad, y por ello se requiere analizar no sólo qué tipo de emprendimientos se están dando en el país, sino también si el marco institucional y cultural es el adecuado para generar emprendimientos de mayor calidad.

Aunque no hay una definición única, se entiende como emprendimientos de calidad a aquellos con habilidad para el crecimiento acelerado, capacidad de generación de empleo, que incentiven la productividad y con potencial contribución al desarrollo económico. Esto no significa, sin embargo, que se desconozca el rol importante que tienen los emprendimientos pequeños o de subsistencia – como lo son la mayoría de los reportados por GEM Ecuador – en términos de alivio de pobreza, y mejora de ingresos.

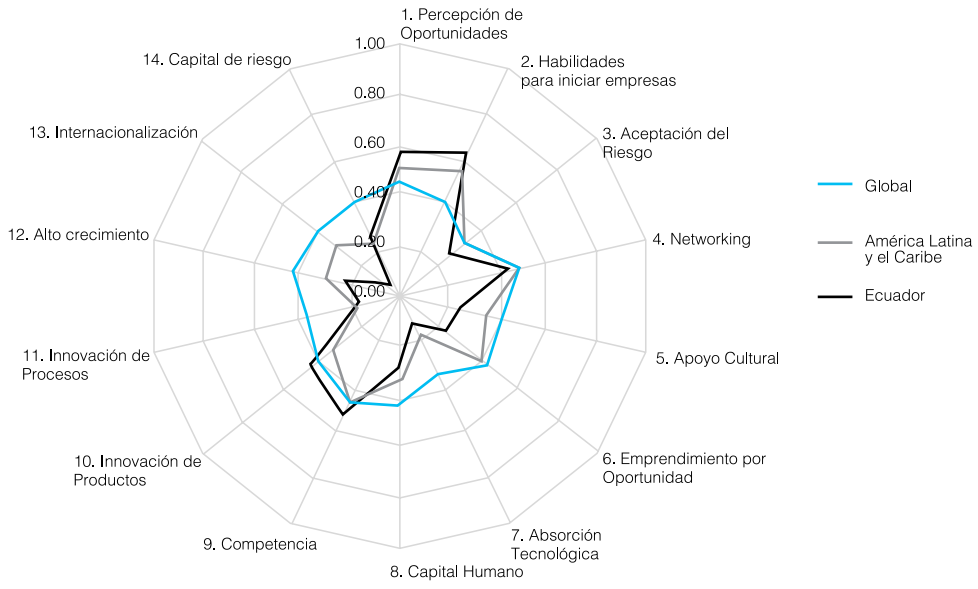
Este año, se presenta por cuarto año consecutivo, el Índice de Emprendimiento Global (GEI por sus siglas en inglés) que analiza los *drivers* del emprendimiento productivo, a través de una combinación de variables individuales (tomadas del GEM) con variables institucionales y del entorno. También se presenta por primera vez, los resultados del Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico (ICSEd-Prodem), que analiza las condiciones del entorno emprendedor con un especial énfasis en el contexto latinoamericano.

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

Hay un acuerdo generalizado que el emprendimiento puede ser fuente de bienestar global. Pero cuando se habla de emprendimiento, esto puede significar desde número de empresas creadas, "personas que realizan alguna actividad emprendedora (e.g. el GEM), sistemas más complejos que incluya variables como demanda, mercado, o incluso el sistema de ciencia y tecnología del país donde se realiza el emprendimiento. El Global Entrepereneurship Index, elaborado anualmente por el Global Entrepreneurship Development Institute (GEDI), analiza las interacciones entre las actitudes, habilidades y aspiraciones emprendedoras, así como las instituciones y variables del entorno. En particular, el GEI utiliza tres subíndices: actitudes, habilidades y aspiraciones emprendedoras. Estos tres subíndices utilizan 14 pilares, cada uno de ellos construido en base a una variable institucional y una variable individual.

La Figura 28 representa gráficamente los 14 pilares para Ecuador en comparación con la región (América Latina y el Caribe) y también con el promedio global. Ecuador se encuentra en el puesto 90 de 130 países representados. En términos de la región, se encuentra en el puesto 16 de 23 países.

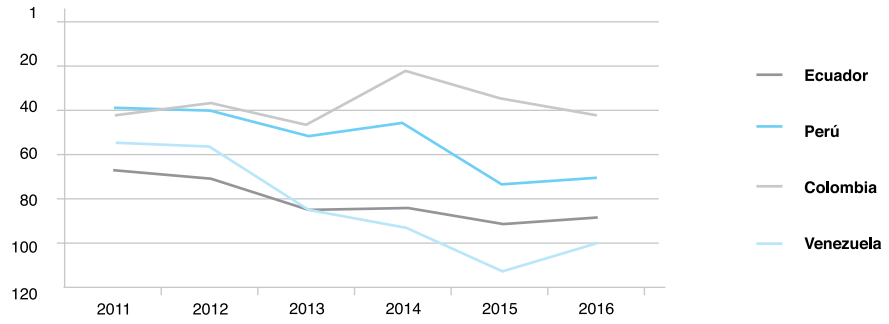
Figura 28 - Posición relativa de Ecuador para cada pilar del Global Entrepreneurship Index



26 GEM Global 2015 (2016)

La Figura 29 muestra la evolución de Ecuador y sus países vecinos en los últimos seis años. Colombia, después de alcanzar un pico en 2014, ha tenido dos caídas consecutivas, mientras que Perú y Ecuador se han mantenido estables.

Figura 29 - GEI Ecuador y vecinos, (2011 - 2016)



En esta edición se analizará la evolución, durante los últimos cuatro años, de Ecuador en cada uno de los pilares, y se derivará del análisis algunas recomendaciones de políticas para los tres subíndices: Actitudes Emprendedoras (pilares 1-5), Habilidad Emprendedora (pilares 6-9) y Aspiraciones Emprendedoras (pilares 10-14). La Tabla 22 describe los 14 pilares clasificados en los tres subíndices que compone el GEI. Cada pilar utiliza una variable individual (tomada del GEM) y una o más variables institucionales tomadas de fuentes secundarias.

Tabla 22 - Subíndices y pilares del Global Entrepreneurship Index (GEI)

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

Fuente: Reporte GEI 2016 (Acs, Autio & Szerb, 2015)

ACTITUDES EMPRENDEDORAS

El primer subíndice incluye los cinco primeros pilares que son: percepción de oportunidades, habilides para start-ups, aceptación de riesgo, *networking* y apoyo cultural. Es el subíndice en que Ecuador saca el mejor puntaje (35.7).

La Tabla 23 muestra la evolución en los últimos cuatro años de estos pilares. Como se puede notar, los pilares percepción de oportunidades y habilidades para start-up, son los dos factores donde Ecuador ha obtenido mejores resultados. En el primer caso, el buen resultado es una combinación de las oportunidades identificadas por los individuos (GEM), así como el tamaño de mercado. Respecto al pilar de Habilidades, las tasas de educación superior así como la percepción de poseer las habilidades (variable individual) inciden en que este pilar sea el mejor puntuado para este año.

La capacidad de conocer y contactar emprendedores y otros *stakeholders* es medida en el pilar de *Networking*. Este pilar ha mejorado considerablemente en los últimos años, probablemente fruto de las mejoras en comunicación, así como de mejores redes de contacto de los emprendedores.

Finalmente, dos de los 14 pilares se encuentran en la parte media del ranking: aceptación del riesgo y apoyo cultural. El pilar de aceptación del riesgo combina actitudes individuales respecto al riesgo, así como riesgo de negocios (legal, económico, tributario, etc.). El apoyo cultural refiere al estatus del emprendimiento, en términos de ser aceptado como una carrera, combinado con el nivel de corrupción, bajo la premisa de que esta última puede disminuir lo "atractivo" de una carrera de emprendimiento al hacer más complicado ese camino. En este caso, el alto nivel de estatus de carrera declarado por los individuos en el GEM es contrarrestado por un alto nivel de corrupción de acuerdo a los datos secundarios utilizados por el GEI (provenientes en este caso particular de Transparencia Internacional).

Las políticas orientadas a incidir en este subíndice, que como fue mencionado es el más fuerte para Ecuador, deben ir orientadas a mejorar los niveles de riesgo de mercado – más aún en la coyuntura económica actual del país. De igual manera, siguen siendo relevantes las políticas orientadas a incrementar la transparencia reduciendo la corrupción.

Tabla 23 - Pilares de actitudes emprendedoras

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

Mínimo 0, Máximo 1. El valor entre paréntesis representa la posición entre los 14 pilares (1 mejor, 14 peor)
Fuente: GEDI 2013, GEDI 2014, GEI 2015, GEDI 2016.

HABILIDADES EMPRENDEDORAS

Las habilidades emprendedoras se recogen en el segundo subíndice. Éste incluye cuatro pilares: Emprendimiento por Oportunidad, Absorción Tecnológica, Capital Humano y Competencia. En agregado, para Ecuador este subíndice tiene una valoración de 25.8 (de 100), inferior que el subíndice de aspiraciones explicado antes.

El pilar de Emprendimiento por Oportunidad combina la motivación por oportunidad (GEM), pero que enfrenta limitaciones por regulación (menor libertad para hacer negocios). Como muestra la Tabla 24, este pilar ha sufrido una significativa caída entre 2013 y 2016, disminuyendo las oportunidades reales de los emprendedores. De forma similar, la capacidad de absorción tecnológica (a nivel de empresa) reflejada en el pilar 7, es uno de los grandes desafíos para el ecosistema emprendedor ecuatoriano, por su relevancia para crear firmas innovadoras y con potencial de crecimiento.

El subíndice incluye también el pilar de Competencia, que ha experimentado una mejora en el periodo analizado, combina la competencia percibida por los emprendedores con medidas de dominancia de mercado. Actualmente, es el tercer mejor pilar de los catorce analizados. Otro pilar con buena evolución es capital humano, que analiza la educación declarada por el emprendedor con los gastos en formación y capacitación de las empresas.

Los pilares que corresponden a este subíndice pueden ser claves en términos de diferenciación y productividad. Particularmente, políticas que vayan orientadas hacia una mayor libertad económica y un uso más intensivo de la capacidad tecnológica de las empresas (por ejemplo, fomentando Inversión Extranjera Directa en industrias intensivas en tecnología).

Tabla 24 - Pilares de habilidad emprendedora

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

Mínimo 0, Máximo 1. El valor entre paréntesis representa la posición entre los 14 pilares (1 mejor, 14 peor)
Fuente: GEDI 2013, GEDI 2014, GEI 2015, GEDI 2016.

ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

Este subíndice incluye los últimos cinco pilares: Innovación de Productos, Innovación de procesos, Alto crecimiento, Internacionalización y Capital de Riesgo. Este subíndice se mantiene como el gran desafío para Ecuador: en 2016, el valor en este subíndice fue 20.7, significativamente inferior que los otros dos subíndices. Estos son pilares claves para lograr emprendimientos de calidad.

Si bien el pilar de Innovación de Productos, se mantiene entre los más altos, es notable la caída desde 2014, mostrando nuevamente el desafío del desarrollo tecnológico, que se compensa con la percepción de novedad que los emprendedores otorgan a sus productos.

Este desafío se nota aún más en el pilar de Innovación de Procesos, que se ubica consistentemente entre los 3 peores de los catorce pilares. En este caso, juega un rol importante la poca capacidad de transferencia tecnológica, así como la limitada inversión en I+D.

Dos factores cruciales para impulsar el rol del emprendimiento en el desarrollo productivo son Internacionalización y Alto Crecimiento. Ambos se encuentran entre los peores situados en los tres últimos años. Estos dos pilares tienen una clara orientación estratégica: ampliar mercado en tamaño y en diversificación geográfica. Aquí hay claramente mucho espacio para diseñar políticas integrales para que los emprendimientos pequeños y locales, puedan dejar de serlo en un mediano plazo.

Los esfuerzos que realizan empresarios, sector público y emprendedores en términos de obtener financiamiento han sido claves para la mejora del pilar de capital de riesgo. En 2013, era el peor situado, y en 2016 se ubica en la mitad de la tabla. Por supuesto, hay mucho que hacer aún en términos de desarrollo de mercado de capitales, y creación de instancias de financiamiento para todo el ciclo de vida del emprendimiento.

Tabla 25 - Pilares de aspiraciones emprendedoras

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

Mínimo 0, Máximo 1. El valor entre paréntesis representa la posición entre los 14 pilares (1 mejor, 14 peor)
Fuente: GEDI 2013, GEDI 2014, GEI 2015, GEDI 2016.

6.2. LAS CONDICIONES SISTÉMICAS PARA EL EMPRENDIMIENTO DINÁMICO: UN ENFOQUE LATINOAMERICANO

El Programa de Desarrollo Emprendedor Prodem, con apoyo del Fondo Multilateral de Inversiones Fomin (BID) lanzó en 2014 el ICSEd-Prodem, una herramienta que permite identificar las principales fortalezas y debilidades de los países y ayuda a definir una hoja de ruta para promover el emprendimiento. Su enfoque está muy orientado al entorno latinoamericano, identificando diez condiciones claves para luego marcar una estrategia a desarrollar el sistema. Estas dimensiones son:

- Condiciones Sociales
- Capital Humano Emprendedor
- Cultura
- Sistema Educativo
- Condiciones de la Demanda
- Plataforma de ciencia, tecnología e innovación
- Estructura Empresarial
- Capital Social
- Políticas y Regulaciones
- Financiamiento

A diferencia del GEI, la mayoría de fuentes son datos a empresas o expertos y no a individuos[28]. La Tabla 26 muestra el ranking de países de la región en el ICSEd 2015. Como se puede observar, Ecuador se ubica en el puesto 10 de un total de 15. Comparando con otros países, se puede apreciar un resultado similar al del GEI, donde los vecinos Perú y Colombia se encuentran por encima de Ecuador, y éste a su vez supera a Bolivia, Venezuela entre otros.

Tabla 26 - ICSEd 2015 en América Latina

Ranking en América Latina	País	ICSEd 2015	Posición en el ranking global	Cambio vs. ranking 2014
1	**Chile**	**39.43**	**29**	**0**
2	**Costa Rica**	**35.65**	**34**	**+2**
3	**Brasil**	**35.15**	**35**	**0**
4	Argentina	33.01	38	+1
5	Colombia	32.46	40	+2
6	México	31.92	42	-4
7	Uruguay	31.72	43	-1
8	Panamá	29.39	45	+1
9	Perú	27.37	46	-1
10	Ecuador	27.33	47	0
11	Bolivia	26.98	48	0
12	Venezuela	22.76	50	0
13	El Salvador	21.02	51	0
14	Guatemala	13.78	55	0
15	R. Dominicana	12.23	56	0

Fuente: Elaboración propia en base a ICSEd-Prodem

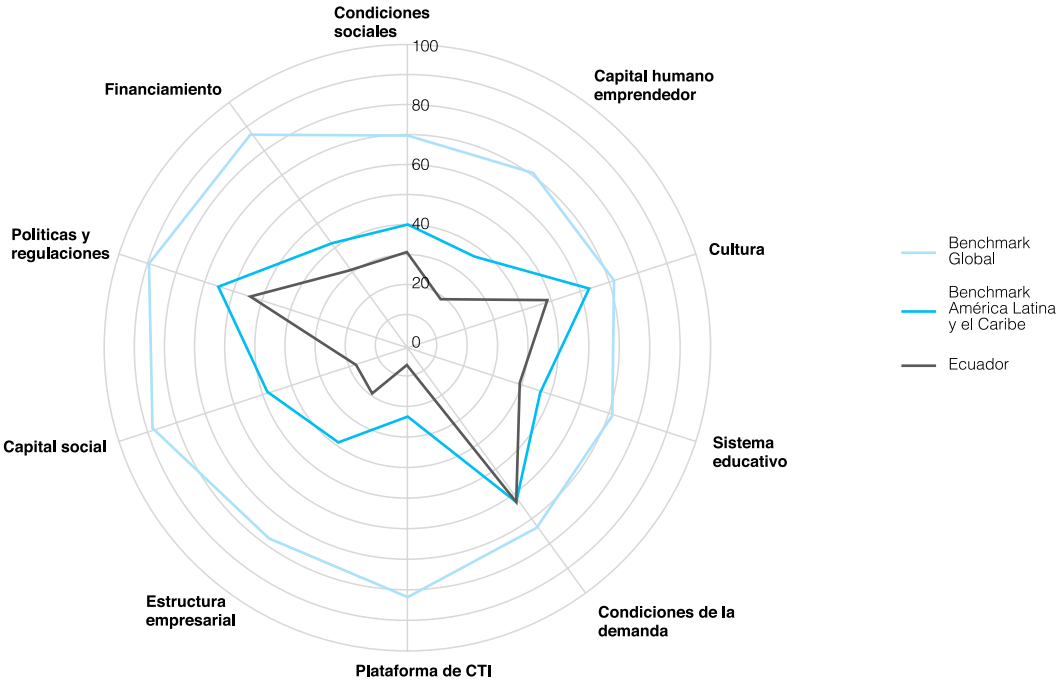
Para analizar más en profundidad el caso de Ecuador, la Figura 30 muestra los resultados del país con un *benchmark* internacional y un *benchmark* regional (América Latina).

Así, se puede observar que las tres dimensiones donde hay más oportunidad de mejora (en relación a la región) para establecer una estrategia incluye:

- Capital Social (medida por redes sociales de apoyo, confianza interpersonal)
- Capital Humano Emprendedor (orientacion al crecimiento, TEA por mejora de ingreso, Aversión al riesgo)
- Plataforma de Ciencia, Tecnología e Innovación (Gasto en I+D, Investigagores y Relación Universidad Empresa, entre otros)

28 Salvo para capital humano emprendedor que se utiliza la TEA del GEM y Cultura que utiliza el status social del emprendedor.

Figura 30 - ICSEd 2015 resultados de Ecuador y América Latina



El mismo índice considera que las Condiciones de demanda, Políticas y Regulaciones y Cultura son las dimensiones más favorables para Ecuador, si bien también hay muchas oportunidades de mejora.

Es de particular importancia, la **estructura empresarial.** Esta dimensión es medida a través del índice de sofisticación empresarial, Productividad, Exportaciones de alta tecnología e intensidad tecnológica de la industria. Esta dimensión está particularmente lejos del benchmark internacional (característica que se repite para la región). Si se busca que los emprendimientos (o al menos una buena parte de ellos) logren la calidad que se mencionaba al inicio del capítulo, se debe articular un conjunto de políticas que vayan orientadas hacia la sofisticación de la estructura empresarial.

Estas políticas deben ser lo suficientemente amplias para abarcar las condiciones de manera integral, y no resolver problemas individuales. De igual manera, es importante que al diseñar estas políticas se involucre a los interesados para lograr que éstas sean efectivas, y logren un cambio sustancial en el potencial de los nuevos negocios.

7. REFLEXIONES FINALES

La TEA, tasa de emprendimientos tempranos en Ecuador se mantiene alta y sin cambios sustanciales en su composición: predominan los negocios nacientes, por otra parte los negocios nuevos muestran tendencia decreciente; prevalecen los emprendimientos por oportunidad, pero el país aún posee una tasa alta de emprendimientos por necesidad, ubicándose por encima del promedio para economías de eficiencia; aunque hay paridad de género en emprendimiento, más mujeres emprenden por necesidad. Sin embargo se observan, aunque incipientes, algunas transformaciones o tendencias positivas, que facilitarían abordar los desafíos que el país aún tiene en esta materia.

7.1. EL ECOSISTEMA

El entorno también se ha mantenido relativamente favorable. Evaluado a través de las condiciones marco para el emprendimiento, haciendo un balance para cada factor, en 2015 se identificaron entre las fortalezas: programas de gobierno, normas sociales y culturales, educación y entrenamiento, capacidad para emprender. Surgieron entre las debilidades en cambio: políticas de gobierno, apoyo financiero, contexto político e institucional, y legislación laboral. Esta visión del ecosistema permitiría, sin descuidar los factores reconocidos como fortalezas, diseñar mejoras enfocadas puntualmente en las condiciones del entorno más débiles.

Para abordar los factores críticos, resulta interesante ver cambios y nuevos proyectos en el ámbito financiero, comunidades de emprendedores y ciencia y tecnología, que dinamizan el entorno y lo vuelven no sólo más atractivo para los emprendedores, sino portador de oportunidades de diversificación, crecimiento, internacionalización, entre otras. Estas transformaciones del ecosistema, como las llamamos en el capítulo 2, muestran acciones tendientes a superar las debilidades o áreas de menor desempeño.

7.2. PERCEPCIONES Y ACTITUDES

Es en el marco descrito que se debe interpretar los resultados del Global Entrepreneurship Monitor. Una característica distintiva del GEM es el enfoque en los individuos partiendo de sus percepciones, actitudes e intención de emprender. Del análisis en 2015 se ha determinado que tanto la percepción de oportunidades cercanas, como la de poseer los conocimientos y habilidades para emprender, están correlacionadas con la intención de iniciar un negocio hasta 2018. Por lo tanto es importante conocer el comportamiento de estas percepciones y actitudes.

Se encontró que la percepción de oportunidades se reduce a medida que aumenta la edad, y crece a medida que lo hace el nivel de ingresos. Por el contrario, la percepción de poseer las competencias para emprender aumenta con la edad, aunque comienza a declinar alrededor de los 60 años, y crece también a medida que aumenta el nivel e ingresos. El temor al fracaso es menor en los jóvenes, y se reduce a medida que incrementan los ingresos.

En este año, a diferencia de los anteriores, no se ha identificado un patrón claro en relación a nivel de educación y percepciones y actitudes, sin embargo en todos los casos la relación con el nivel de ingresos es clara. La data recolectada en 2015 evidencia que los individuos con mayores ingresos poseen mayor nivel de educación o años de escolaridad; es así, que indirectamente el nivel de educación podría actuar como determinante de las percepciones, sin embargo no es concluyente. Pese a la correlación positiva encontrada entre las percepciones y la intención de emprender y al rol potencial de los ingresos en percepciones más favorables, se encuentra que la intención de emprender en cambio decrece a medida que los niveles de ingreso aumentan. Podría intuirse que cuando estos niveles de ingreso provienen de empleo estable, abandonarlos por emprender podría constituir una barrera.

7.3 LOS EMPRENDEDORES Y LOS NEGOCIOS

Como se venía observando, la incidencia de jóvenes en la TEA se evidencia una vez más en 2015. El grupo de adultos con edades hasta 34 años muestra una mayor tasa de negocios nacientes y mayor proporción de motivación por oportunidad de mejora, donde la búsqueda de independencia se destaca; este grupo es también más educado.

El declive de los negocios nuevos y una mirada superficial a los emprendimientos (negocios nacientes y nuevos) no mostraría cambios prometedores, más aun cuando ha crecido el número de negocios en servicios a consumidores, comercio al detalle, y por la naturaleza de estos negocios la diferenciación de productos es baja. Sin embargo, junto con las incipientes transformaciones del entorno, se observa algunos cambios en lo que se suele denominar calidad de los emprendimientos, tales como: mejoras en la expectativa de generación de empleo, en la proporción de emprendimientos que tienen entre el 25% y 75% de sus clientes en el exterior, se ha duplicado la proporción que indica que su producto o servicio no tiene competidores, duplicándose también el número que utiliza tecnología de menos de un año de existencia. La formalización de los negocios, aunque baja aún, también ha incrementado.

Continúa el crecimiento sostenido de los emprendedores múltiples; éstos se diferencian de los demás emprendedores por su mayor intención de emprender, temor al fracaso inferior, y mejores redes. En particular en 2015 la proporción de hombres en esta categoría fue superior a la de mujeres, poseen mayor escolaridad, usualmente el primer negocio fue motivado por búsqueda de independencia y el segundo en busca de aumentar ingresos. Sin embargo los negocios de estos emprendedores también se dedican al comercio en su mayoría.

El 2015 parece ser un año atípico, una TEA alta pero algunos indicadores de emprendimientos y del entorno en proceso de mejora. El monitoreo continuo de la actividad emprendedora del Ecuador en los últimos siete años, lleva a insistir, como se ha hecho en los dos últimos informes, en la necesidad de políticas de desarrollo productivo, integrales y articuladas, que incorporen al emprendimiento y la innovación. Del mismo modo se insiste en el papel de los emprendedores en el desarrollo empresarial y de los negocios establecidos en el ecosistema emprendedor; la salud de éste no es solo responsabilidad de los gobiernos o la academia. Un ejemplo que podría emularse es el de las comunidades de emprendedores, que podría facilitar la conformación redes mixtas, e incluso potenciar la actividad emprendedora de los empleados.

Hay que reconocer que tanto Ecuador como la región poseen el “gen del comercio”, por lo tanto es importante, de la mano con lo expresado antes, revalorizarlo y diseñar estrategias para hacerlo próspero y sostenible.

REFERENCIAS

Acz, Z., L. Szerb y E. Autio (2015). Global Entrepreneurship Index 2016. The Global Entreprenurship and Developmet Institute, Washington DC USA.

Botham, R. and Graves, A. (2009). The grey economy: How third age entrepreneurs are contributing to growth. Ewing Marion Kauffman Foundation. Disponible en: http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/the_grey_economy.pdf. Última visita el 8 de marzo de 2015.

CEPAL (2002). Los adultos mayores en América Latina y el Caribe: Datos e indicadores. Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE). Boletín Informativo.

Curran, J. and Blackburn, R. (2001). Older People and the Enterprise Society: Age and Self-Employment Propensities. Work, Employment and Society, 15, 889-902.

El Comercio (2015). Al IESS le faltan USD 339,1 millones para pagar pensiones este año. Disponible en: http://www.elcomercio.com/actualidad/iess-pensiones-jubilados-2015-deuda.html. Última visita: 24 de marzo de 2016.

El Diario (2010). Los jubilados del IESS. Disponible en: http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/174149-los-jubilados-del-iess/. Última visita: 23 de marzo de 2016.

El Universo (2008). Los jubilados piden inversiones rentables. Disponible en: http://www.eluniverso.com/2008/06/08/0001/9/0ECE7DE8A7F14552B731F0D33ACC3763.html. Última visita: 24 de marzo de 2016.

INEC (2012). El adulto mayor y la jefatura del hogar. E-Análisis(5). Disponible en http://www.inec.gob.ec/inec/revistas/e-analisis4.pdf Última visita: 29 de abril de 2016.

Kantis, H., J. Federico, S. Ibarra-García (2015), Condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico : América Latina en el nuevo escenario global 1a ed. - Rafaela : Asociación Civil Red Pymes Mercosur

Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2016). Global Entrepreneurship Monitor: 2015/16 GLOBAL REPORT. Global Entrepreneurship Research Association (GERA) 2016.

Paz, J.A. (2010). Envejecimiento y empleo en América Latina y el Caribe. Organización Internacional del Trabajo, Documento de Trabajo N. 56, Sector del Empleo.

ANEXOS

ANEXO A
GLOSARIO DE TÉRMINOS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ANEXO B
CONTEXTO Y CONDICIONES PARA LOS EMPRENDEDORES

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ANEXO C
DESCRIPCIÓN DE LOS SECTORES DE NEGOCIOS

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

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

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

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

ANEXO D
EXPERTOS PAÍS

ÁREA	NOMBRE	CARGO	EMPRESA
APOYO FINANCIERO	Roberto Murillo Cavagnaro	Gerente General	Corporación Financiera Nacional - CFN
	Rodolfo Kronfle	Presidente	Bolsa de Valores de Guayaquil
	Angello Caputti	Presidente	Banco de Guayaquil
	Felipe Chediak	Cofundador	Buen Trip Hub
POLÍTICAS GENERALES DE GOBIERNO	Jimmy Andrade	Director Ejecutivo	CEMDES
	Andrés Briones	Presidente	Asociación de Jóvenes Empresarios - AJE
	Juan Manuel Dominguez Andrade	Director	Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias
	Monica Osorio	Coordinadora Zonal	Economía Popular y Solidaria
PROGRAMAS DE GOBIERNO	Nataly Cely	Ministra	Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad
	Renato Carló	Presidente	Cámara de la Pequeña Industria del Guayas
	Salma Corral	Subsecretaria	Ministerio de Industrias y Productividad
	Alfonso Abdo	Director Ejecutivo	Conquito
EDUCACIÓN & CAPACITACIÓN	Elena Arias	Gerente General	AMROP
	Sergio Flores	Rector	ESPOL
	Darío Rodriguez	Viceministro	Ministerio de Educación
	Juan Carlos Salas	Director	ACEDE
TRANSFERENCIA DE INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	Sixto García	Gerente General	Inventio ESPOL
	Alfredo Escobar	Presidente Ejecutivo	CONECEL
	Ricardo Huato Cárdenas	Director	Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual - IEPI
	Byron Rojas Rojas	Gerente General	EasyMetering
INFRAESTRUCTURA COMERCIAL	Victor Jurado	Director Ejecutivo	PRO ECUADOR
	Andrés Zurita	Director Ejecutivo	AEI
	Amada Godoy	Presidente	Industria Lojana de Especerias
	Pablo Arosemena	Presidente	Cámara de Comercio de Guayaquil
APERTURA DE MERCADO LOCAL	Gabriel León	Gerente Comercial	Conservas Isabel
	Tomislav Topic	Gerente General	Telconet
	Hector Nuñez	Gerente Comercial	NOVACERO
	Christian Ruiz	Intendente	Superintendencia de Control del Poder de Mercado
ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA	Luis Valero	Presidente Ejecutivo	Constructora Valero
	Armando Castellanos	Gerente General	Servientrega Ecuador
	Patricio Gutierrez	Gerente General	Logban
	Rafael Gallego	Presidente Ejecutivo	Mamut Andino
NORMAS SOCIALES Y CULTURALES	Santiago Peralta	Presidente	Pacari Chocolate
	Pedro Maldonado	Escritor Lider	El Comercio
	Mariuxi Villacrés	Emprendedora social y Consultora de Sostenibilidad	Coinnovar
	Albertina Navas	Propietaria	Albertina Navas Editora y Consultora

ANEXO E
EQUIPOS DE PROYECTO GEM

Equipo	Institución	Investigadores	Patrocinadores	Encuestadora	Contacto
Alemania	Institute of Economic and Cultural Geography, Leibniz Universität Hannover	Rolf Sternberg	German Federal Employment Agency (BA)	Umfragezentrum Bonn	sternberg@wigeo.uni-hannover.de
	Institute for Employment Research (IAB) of the German Federal Employment Agency (BA)	Udo Brixy Johannes von Bloh			
Argentina	IAE Business School	Silvia Torres Carbonell	Buenos Aires City Government - Economic Development Ministry	Cantu Maria Celina	SCarbonell@iae.edu.ar
		Aranzazu Echezarreta Juan Martin Rodriguez			
Australia	Queensland University	Paul Steffens	QUT Business School of Technology	Q&A Marke Research Pty Ltdt	p.steffens@qut.edu.au
		Per Davidsson			
Barbados	The Cave Hill School of Business, The University of the West Indies	Marjorie Wharton	First Citizens Bank Ltd	D&B Research Services	marjorie.wharton@cavehill. uwi.edu
		Jeannine Comma Jason Marshall Paul Pounder Egbert Irving	Sagicor Financial Corporation		
Bélgica	Vlerick Business School	Hans Crijns	STORE (Flemish Research Organisation for Entrepreneurship and Regional Economy)	TNS Dimarso	tine.holvoet@vlerick.com
		Niels Bosma Tine Holvoet Jeff Seaman	EWI (Department of Economy, Science and Innovation)		
Botsuana	University of Botswana	C R Sathyamoorthi	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Botswana Team	sathyamo@mopipi.ub.bw
		R S Morakanyane G N Ganamotse G Setibi I R Radikoko T Mphela T Tsheko T G Ditswheu			
Brasil	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	Simara Maria de Souza Silveira Greco	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)	Zoom Serviços Administrativos Ltda	simara@ibqp.org.br
		Morlan Guimaraes	Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP) Universidade Federal do Paraná (UFPR)		
Bulgaria	GEM Bulgaria	Iskren Krusteff	Telerik - a Progress company	Market Test JSC	office@gemorg.bg
		Monika Panayotova Mira Krusteff Veneta Andonova			
Burkina Faso	CEDRES / LaReGEO	Florent Song-Naba	International Development Research Centre (IDRC)	CEDRES / LaReGEO	florent_songnaba@yahoo.fr
		Serge B. Bayala Mamadou Toé Régis G. Gouem Djarius Bama			
Camerún	FSEGA - University of Douala	Maurice Fouda Ongodo	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Cameroon Team	fongodo@gmail.com
		Ibrahima Jean Hubert Etoundi Pierre Emmanuel Ndebi Sabine Patriciia Moungou Um Ngouem Thérese She Etoundi		National Institute of Statistics	

Equipo	Institución	Investigadores	Patrocinadores	Encuestadora	Contacto
Canadá	The Centre for Innovation Studies (THECIS)	Peter Josty	Listed alphabetically:	Nielsen Opinion Quest Inc.	p.josty@thecis.ca
		Chad Saunders Jacqueline Walsh Charles Davis Dave Valliere Howard Lin Neil Wolff Etienne St-Jean Nathan Greidanus Murat Sakir Erogul Cooper Langford Karen Hughes Harvey Johnstone Adam Holbrook Brian Wixted Blair Winsor Chris Street Horia El Hallam Yves Bourgeois Kevin McKague Allison Ramsay Marc Duhamel	Futurpreneur Government of Alberta Atlantic Canada Opportunities Agency Government of Ontario Government of Quebec International Development Research Centre (IDRC) Ryerson University Simon Fraser University/ CPROST		
Chile	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic	Telefónica Chile: Movistar	Questio, Estudios de Mercado y Opinion Limitada	vmandakovic@udd.cl
		Adriana Abarca Gianni Romani	SOFOFA (Federation of Chilean Industry) InnovaChile Corfo Ministerio de Economía		
China	Tsinghua University	Gao Jian	School of Economics and Management at Tsinghua University	SINOTRUST	gaoj@sem.tsinghua.edu.cn
		Jiang Yanfu Cheng Yuan Li Xibao Rui MU			
Colombia	Universidad Icesi	Rodrigo Varela Villegas	Universidad Icesi	Centro Nacional de Consultoría	rvarela@icesi.edu.co
	Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad del Norte Corporación Universitaria del Caribe - CECAR Universidad EAN Universidad Cooperativa de Colombia	Jhon Alexander Moreno Fabián Osorio Diana Marcela Escandón Lina Maria Medina Liyis Gómez Tatiana Hernandez Sasha Paredes Natalia Hernandez Eduardo Gómez-Araujo Sara Lopez-Gomez Piedad Martínez Francisco Matiz Angela Maria Henao	Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad del Norte Corporación Universitaria del Caribe - CECAR Universidad EAN Universidad Cooperativa de Colombia		fosorio@javerianacali.edu.co mgomez@uninorte.edu.co piedad.martinez@cecar. edu.co jmatiz@ean.edu.co angela.henao@ucc.edu.co
Corea del Sur	Korea Insitute of Start-up and Entrepreneurship Development	Siwoo Kang	Korea Institute of Start-up and Entrepreneurship Development	Polarixpartner Korea	start-up@kised.or.kr
	Korea Entrepreneurship Foundation	Chaewon Lee Byung Heon Lee Dohyeon Kim Choonwoo Lee SungHyun Cho Moonsun Kim Miae Kim	Korea Entrepreneurship Foundation		
Croacia	J J Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer	Privredna banka Zagreb	Ipsos d.o.o., Zagreb	singer@efos.hr
		Nataša Šarlija Sanja Pfeifer Suncica Oberman Peterka	Ministry of Entrepreneurship and Crafts J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics CEPOR SME & Entrepreneurship Policy Centre Croatian Bank for Reconstruction and Development		
Ecuador	ESPOL- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio	Banco del Pacífico	Survey Data	mlasio@espol.edu.ec
		Guido Caicedo Xavier Ordeñana Rafael Coello Ramon Villa Edgar Izquierdo	Mexichem Group		

Equipo	Institución	Investigadores	Patrocinadores	Encuestadora	Contacto
Egipto	The American University in Cairo - School of Business	Ayman Ismail	Information Technology Industry Development Agency (ITIDA)	Nielsen Egypt	aymanism@aucegypt.edu
		Ahmed Tolba Shima Barakat Seham Ghalwash	The American University in Cairo - School of Business		sghalwash@aucegypt.edu
Eslovaquia	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova	Slovak Business Agency (SBA)	AKO	anna.pilkova@fm.uniba.sk
		Zuzana Kovacicova Marian Holienka Jan Rehak Jozef Komornik	SLOVINTEGRA Energy s.r.o Comenius University in Bratislava, Faculty of Management		
Eslovenia	Faculty of Economics and Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik	SPIRIT Slovenia	RM PLUS	miroslav.rebernik@um.si
		Polona Tominc Katja Crnogaj Karin Širec Barbara Bradac Hojnik Matej Rus	Slovenian Research Agency Institute for Entrepreneurship at Faculty of Business and Economics, UM		
España	UCE IFFoundation-CISE	Ana Fernandez Laviada	Santander Bank	Instituto Opinòmetre S.L.	ana.fernandez@unican.es
	GEM Spain Network	Federico Gutiérrez Solana Iñaki Peña Maribel Guerrero Jose Luis González-Pernía Ines Rueda Sampedro Manuel Redondo	GEM Spain Network Fundación Rafael Del Pino		director@cise.es ipena@orkestra.deusto.es maribel.guerrero@orkestra.deusto.es ines@cise.es

Equipo	Institución	Director
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino
Cantabria	Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans	Carlos Guallarte
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza
C. Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras e Ignacio Mira Solves

Equipo	Institución	Director
Extremadura	Fundación Xavier de Salas–Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón y J. Carlos Diaz Casero
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)	Marta Amate López
Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE), Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón y Alicia Rubio
Navarra	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart
País Vasco	Deusto Business School	Maribel Guerrero

Equipo	Institución	Investigadores	Patrocinadores	Encuestadora	Contacto
Estados Unidos	Babson College	Donna Kelley	Babson College	Elemental	dkelley@babson.edu
		Abdul Ali Candida Brush Marcia Cole Andrew Corbett Philip Kim Mahdi Majbouri Monica Dean Edward Rogoff Thomas Lyons	Baruch College		
Estonia	Estonian Development Fund	Rivo Riistop	Estonian Development Fund	Saar Poll	rivo.riistop@arengufond.ee
		SaarPoll University of Tartu	Erki Saar Kadri Paes		
Filipinas	De La Salle University	Aida Licaros Velasco	International Development Research Centre (IDRC)	TNS Philippines	aida.velasco@dlsu.edu.ph
		Emilina Sarreal Brian Gozun Junette Perez Gerardo Largoza Mitzie Conchada Paulynne Castillo			
Finlandia	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen	Ministry of Employment and the Economy	Taloustutkimus Oy	anne.kovalainen@utu.fi
		Jarna Heinonen Tommi Pukkinen Pekka Stenholm Sanna Suomalainen	Turku School of Economics, University of Turku		
Grecia	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides	SIEMENS HELLAS S.A.	Datapower SA	ioannides@iobe.gr
		Katerina Xanthi Ioannis Giotopoulos Evangelia Valavanioti			
Guatemala	Universidad Francisco Marroquin	Mónica de Zelaya	Francisco Marroquín University -UFM-	Khanti Consulting	kec@ufm.edu
		Carolina Uribe David Casasola Daniel Fernández Eduardo Lemus	School of Economic Sciences -UFM Kirzner Entrepreneurship Center		
Hungría	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb	Global Entrepreneurship and Research Institute	Szocio-Gráf Piacés Közvélemény-kutató	szerb@ktk.pte.hu
		József Ulbert Attila Varga Gábor Márkus Attila Petheő Dietrich Péter Zoltán J. Ács Terjesen Siri Saul Estrin Éva Komlósi	University of Pécs, Faculty of Business and Economics		
India	Entrepreneurship Development Institute of India (EDI), Ahmedabad	Sunil Shukla	Centre for Research in Entrepreneurship Education and Development (EDI)	IMRB International	sunilshukla@ediindia.org
		Centre for Entrepreneurship Development Madhya Pradesh (CEDMAP), Bhopal Jammu and Kashmir Entrepreneurship Development Institute (JKEDI), Srinagar	Pankaj Bharti Amit Kumar Dwivedi V L Kantha Rao MI Parray	CEDMAP, Bhopal JKEDI, Srinagar	
Indonesia	Parahyangan Catholic University (UNPAR) Bandung	Catharina Badra Nawangpalupi	Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR) Indonesia	PT Idekami Indonesia	katrin@unpar.ac.id
		Gandhi Pawitan Agus Gunawan Maria Widyarini Triyana Iskandarsyah Budi Husodo Bisowarno Tutik Rachmawati	International Development Research Centre (IDRC) Higher Education Directorate General, Republic of Indonesia		

Equipo	Institución	Investigadores	Patrocinadores	Encuestadora	Contacto
Irán	University of Tehran	Abbas Bazargan	Labour Social Security Institute (LSSI)	Mohammad Reza Zali	mrzali@ut.ac.ir
		Nezameddin Faghih Ali Akbar Moosavi-Movahedi Leyla Sarafraz Asadolah Kordrnaeij Jahangir Yadollahi Farsi Mahmod Ahamadpour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Zali Mohammad Reza Sepehri Ali Rezaean			lsarreshtedari@ut.ac.ir
Irlanda	Fitzsimons Consulting / Dublin City University Business School	Paula Fitzsimons	Enterprise Ireland	IFF Research	paula@fitzsimons-consulting.com
		Colm O'Gorman	Department of Jobs, Enterprise and Innovation		
Israel	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Dialogue Corporation	ehudm@bgu.ac.il
		Yoash Avrahami Miri Lerner			
Italia	University of Padua	Moreno Muffatto	Università degli Studi di Padova	Doxa	moreno.muffatto@unipd.it
		Patrizia Garengo Michael Sheriff Sandra Dal Bianco			
Japón	Musashi University	Noriyuki Takahashi	Venture Enterprise Center	Social Survey Research Information Co Ltd (SSRI)	noriyuki@cc.musashi.ac.jp
		Takeo Isobe Yuji Honjo Takehiko Yasuda Masaaki Suzuki			
Kazajistán	Nazarbayev University Graduate School of Business	Patrick Duparcq	Nazarbayev University Graduate School of Business	JSC Economic Research Institute	patrick.duparcq@nu.edu.kz
	JSC Economic Research Institute	Venkat Subramanian Dmitry Khanin Robert Rosenfeld Assel Uvaliyeva Leila Yergozha Maksat Mukhanov Nurlan Kulbatyrov Shynggys Turez	JSC Economic Research Institute		subban.venkat@nu.edu.kz leila.yergozha@nu.edu.kz
Latvia	Stockholm School of Economic in Riga	Marija Krumina	TeliaSonera AB	SKDS	marija@biceps.org
		Anders Paalzow Alf Vanags			
Líbano	UK Lebanon Tech Hub	Elie Akhrass	Central Bank of Lebanon (Banque du Liban)	Information International sal	elie.akhrass@uklebhub.com
		Mario Ramadan Colm Reilly Patrick Baird Khater Abi Habib Alessio Bortone Marta Solorzano Nadim Zaazaa			marta.solorzano@uklebhub.com
Luxemburgo	STATEC - National Statistical Office	Peter Höck	Chambre de Commerce Luxembourg	TNS ILRES	peter.hock@statec.etat.lu
		Chiara Peroni Cesare Riillo Leila Ben-Aoun Francesco Sarracino	Ministère de l'Économie et du Commerce Extérieur STATEC - National Statistical Office		

Equipo	Institución	Investigadores	Patrocinadores	Encuestadora	Contacto
Macedonia	University Ss. Cyril and Methodius - Business Start-Up Centre	Radmil Polenakovic	Macedonian Enterprise Development Foundation	MProspekt	radmil.polenakovik@mf.edu.mk
		Tetjana Lazarevska Saso Klekovski Aleksandar Krzalovski Dimce Mitreski Lazar Nedanoski Dimitar Smiljanovski			
Malasia	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier	Universiti Tun Abdul Razak	Rehanstat	roland@unirazak.edu.my
		Mohar bin Yusof Leilanie binti Mohd Nor Samsinar Md. Sidin			
Maruecos	Université Hassan II - Casablanca	Khalid El Ouazzani	International Development Research Centre (IDRC)	Claire Vision Consulting	elouazzanik@gmail.com
		Hind Malainine Sara Yassine Salah Koubaa Ahmed Benmejdoub Fatima Boutaleb Abdellatif Komat Ismail Lahsini Meryem Kabbaj			
México	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Daniel Moska Arreola	Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera	Alduncin y Asociados	dmoska@itesm.mx
		Ernesto Amorós Elvira Naranjo Marcia Campos Natzin López Marcia Villasana José Manuel Aguirre Lucia Alejandra Rodriguez Rafaela Diegoli Carlos Torres Lizbeth González Rafael Tristán			jmaguirre@itesm.mx enaranjo@itesm.mx
Noruega	Nord University	Lars Kolvereid	Innovation Norwayta	Polarfak	lars.kolvereid@uin.no
		Bjørn Willy Åmo Espen Isaksen Erlend Bullvåg	Kunnskapsfondet Nordland AS Nord University		
Países Bajos	Panteia / EIM	Sophie Doove	The Ministry of Economic Affairs of the Netherlands	Panteia	s.doove@panteia.nl
		Jolanda Hessels Peter van der Zwan André van Stel Roy Thurik Niels Bosma Amber van der Graaf Tommy Span			
Panamá	City of Knowledge's Innovation Center	Manuel Lorenzo	City of Knowledge Foundation	IPSOS	mlorenzo@cdspanama.org
	IESA Management School (Panama Campus)	Andrés León Federico Fernández Dupouy			
Perú	Universidad ESAN	Jaime Serida	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship	Imasen	jserida@esan.edu.pe
		Oswaldo Morales Imasen Keiko Nakamatsu Armando Borda			
Polonia	University of Economics in Katowice	Przemyslaw Zbierowski	University of Economics in Katowice	IQS	przemyslaw.zbierowski@ue.katowice.pl
	Polish Agency for Enterprise Development	Anna Tarnawa Paulina Zadura-Lichota Dorota Weclawska Mariusz Bratnicki Katarzyna Bratnicka	Polish Agency for Enterprise Development		

Equipo	Institución	Investigadores	Patrocinadores	Encuestadora	Contacto
Portugal	Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Augusto Medina	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	GfKMetris	douglasthompson@spi.pt
		Douglas Thompson Rui Monteiro Nuno Gonçalves Luís Antero Reto António Caetano Nelson Ramalho			
Puerto Rico	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Marines Aponte	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Gaither International	marines.aponte@upr.edu
		Marta Alvarez Manuel Lobato			
Reino Unido	Aston University	Mark Hart	Department for Business, Innovation and Skills (BIS)	BMG Ltd	mark.hart@aston.ac.uk
		Jonathan Levie Tomasz Mickiewicz Michael Anyadike-Danes Karen Bonner Ute Stephan Isabella Moore	Welsh Government Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde Invest Northern Ireland Belfast City Council British Business Bank		
Rumania	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Annamária Dézsi-Benyovszki	OTP Bank Romania	Metro Media Transilvania	annamaria.benyovszki@econ.ubbcluj.ro
		Ágnes Nagy Tünde Petra Szabó Lehel-Zoltán Györfy Stefan Pete Dumitru Matis Eugenia Matis	Asociatia Pro Oeconomica Babes-Bolyai University of Cluj-Napoca		
Senegal	Université Cheikh Anta Diop de Dakar	Serge Simen	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Senegal Team	serge.simen@gmail.com
		Bassirou Tidjani Ibrahima Dally Diouf			
Sudáfrica	Development Unit for New Enterprise (DUNE), Faculty of Commerce, University of Cape Town	Mike Herrington	Development and Department of Economic Tourism of the Western Cape Government	Nielsen South Africa	mherrington@gemconsortium.org
		Jacqui Kew Penny Kew			
Suecia	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm	Svenskt Näringsliv / Confederation of Swedish Enterprise Vinnova	Ipsos	pontus.braunerhjelm@entreprenorskapsforum.se
		Per Thulin Carin Holmquist Ylva Skoogberg Johan P Larsson			
Suiza	School of Management (HEG-FR) Fribourg	Rico Baldegger	School of Management Fribourg (HEG-FR)	gfs Bern	rico.baldegger@hefr.ch
		Siegfried Alberton Andrea Huber Fredrik Hacklin ZHAW School of Management and Law Onur Saglam Pascal Wild Jacques Hefti Adrian W. Mueller Benjamin Graziano Benoît Morel Raphaël Gaudart Anka Pilauer Philippe Regnier	Swiss Federal Institute of Technology in Zurich (ETHZ) University of Applied Sciences and Arts of Southern Switzerland (SUPSI)		

Equipo	Institución	Investigadores	Patrocinadores	Encuestadora	Contacto
Tailandia	Bangkok University - School of Entrepreneurship and Management (BUSEM)	Pichit Akrathit	Bangkok University, OSMEP (Organization for Small and Medium Enterprise Development)	TNS Research International Thailand	gem_thailand@bu.ac.th
		Koson Sapprasert Ulrike Guelich Suchart Tripopsakul			
Taiwán	National Chengchi University	Chao-Tung Wen	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs of Taiwan	NCCU Survey Center	jtwen@nccu.edu.tw
		Chang-Yung Liu Su-Lee Tsai Yu-Ting Cheng Yi-Wen Chen Ru-Mei Hsieh Don Jyh-Fu Jeng Li-Hua Chen Shih-Feng Chou			
Túnez	The Arab Institute of Business Leaders IACE	Majdi Hassen	The Arab Institute of Business Leaders IACE	The Arab Institute of Business Leaders IACE	majdi.hassen@iace.org.tn
		Sofian Ghali Bilel Bellaj Kamel Ghazouani Yasser Arouaoui			
Turquía	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB)	Esra Karadeniz	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB)	Method Research Company	ekaradeniz@yeditepe.edu.tr
	Yeditepe University	Özlem Kunday Thomas Schøtt Maryam Cheraghi Pelin Yüce	Turkish Economy Bank (TEB)		
Uruguay	IEEM Business School, University of Montevideo	Leonardo Veiga	University of Montevideo	Equipos Mori	lveiga@um.edu.uy
		Isabelle Chaquiriand	Deloitte Uruguay		
Vietnam	Vietnam Chamber of Commerce and Industry	Luong Minh Huan	International Development Research Centre (IDRC)	Vietnam Chamber of Commerce and Industry	huanlm@vcci.com.vn
		Doan Thi Quyen Pham Thi Thu Hang Le Thanh Hai Doan Thuy Nga			

SOBRE LOS AUTORES

Virginia Lasio

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

Guido Caicedo

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

Xavier Ordeñana

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

Edgar Izquierdo

Obtuvo su título de doctor en Economía Aplicada en la Universidad de Gante, Bélgica, fue director del CEEMP de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), coordinador de capacitación en FUNDACYT y miembro del directorio de la Empresa Molemotor S.A. El Dr. Izquierdo es profesor en ESPAE Graduate School of Management y en la FIEC-ESPOL, impartiendo las cátedras de emprendimiento, planes de negocio y administración. Sus intereses de investigación incluyen el desarrollo de competencias, construcción de modelos de negocio innovadores, educación en innovación y emprendimiento.

Ramón Villa

Data Manager del Proyecto GEM Ecuador. Es Economista con mención en Gestión Empresarial, especialización Teoría y Política Económica de la ESPOL. Sus intereses de investigación son economía ambiental y entrepreneurship.

Rafael Coello Gilbert

Es Coordinador de Proyectos de la ESPAE Graduate School of Management de la ESPOL. Tiene un Magíster en Administración de Empresas de ESPAE-ESPOL; es Economista con mención en Gestión Empresarial y especialización en Finanzas. Sus intereses de investigación son en entrepreneurship, comportamiento del consumidor y comportamiento organizacional.

SOBRE LOS AUSPICIANTES[29]

Banco del Pacifico, es una entidad financiera líder en innovación tecnológica y de servicios financieros de alto valor, que contribuye al desarrollo del comercio, la agricultura y la industria del país. Desde que abrió sus puertas en 1972, ha sido fiel a sus valores corporativos de mejoramiento permanente y de excelencia en el servicio.
Banco del Pacífico, que cuenta con 2,180 puntos de atención en 180 cantones del país, ha contribuido a la modernización de la banca ecuatoriana con conceptos pioneros que nos permitieron marcar hitos en la historia de la banca del Ecuador.

www.bancodelpacifico.com

Hotel Sheraton Guayaquil, Está operado por GHL HOTELES, Cadena Hotelera Internacional multimarca con presencia en 8 países de América Latina, entre ellos Colombia, Perú y Ecuador. El hotel SHERATON GUAYAQUIL está ubicado frente al Mall del Sol, a 3 minutos del Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo y a tan sólo 10 minutos del centro de la ciudad.

Cuenta con más de 140 amplias habitaciones entre Estándar, Junior suite, Ejecutiva, entre otras. Posee 7 salones especiales para eventos sociales, familiares y empresariales, seminarios y convenciones, desayunos de trabajo, almuerzos o cenas y 2 salas de reuniones con tecnología de punta y asistencia personalizada. Los huéspedes del hotel pueden relajarse y disfrutar del confort que ofrecen sus modernas instalaciones.

www.sheraton.com

Mexichem Ecuador, forma parte del grupo Mexichem, empresa global y multinegocio presente en 14 países de Latinoamérica. En nuestro país, produce Plastigama, marca local con una trayectoria de más de 50 años y líder en la categoría de soluciones para la conducción de fluidos y arquitectura plástica. Plastigama, atiende tres segmentos claves dentro del desarrollo del país; predial, sistemas de conducción y almacenamiento para la construcción de viviendas; proyectos infraestructura, sistemas para redes de agua potable y saneamiento de ciudadelas y ciudades y proyectos agrícolas, atendiendo las diversas necesidades de conducción de agua según tipo de cultivo. El pilar fundamental de nuestro éxito sostenido radica en nuestra gente, colaboradores realmente talentosos, comprometidos y apasionados por mejorar la calidad de vida de miles de ciudadanos acercando el agua con productos de alta calidad, garantía y respaldo técnico.

www.mexichem.com

29 Las empresas auspiciantes aparecen listadas en orden alfabético.

PROMOTORES DEL GEM

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION (GERA)

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

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

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

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

BABSON COLLEGE

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

Para mayor información visite www.babson.edu

UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO, UDD.

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

Para mayor información visite www.udd.cl.

UNIVERSITI TUN ABDUL RAZAK, UNIRAZAK.

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

Para información visite www.unirazak.edu.my

TECNOLÓGICO DE MONTERREY

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

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

Para información visite www.itesm.mx

EJECUTORES DEL GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR EN ECUADOR

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

Hasta la fecha cuenta con aproximadamente 2500 graduados de todos sus postgrados. En el 2003 impulsó la creación del Centro de Desarrollo de Emprendedores (CEEMP), en el período 2003-2009 lideró el Programa de Desarrollo de Emprendedores de la ESPOL, y es referente nacional y regional en educación e investigación en Emprendimiento.

Para mayor información visitar las páginas:

www.espae.espol.edu.ec

www.ceemp.espol.edu.ec

CONTACTOS

Para obtener mayor información acerca de este reporte contactar a:

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

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

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

Rafael Coello Gilbert
ESPAE Graduate School of Management
racoell@espol.edu.ec

Ramón Villa
ESPAE Graduate School of Management
ramavill@espol.edu.ec

BANCO DEL PACÍFICO
Más Banco Banco para ti

Sheraton
GUAYAQUIL
HOTEL

PLASTIGAMA

ESPAE GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

www.espae.espol.edu.ec

Campus Las Peñas, Malecón 100 y Loja
Telfs: (593 - 4) 2081070 - (593 - 4)208. 1084
E-mail: espae@espol.edu.ec
www.espae.espol.edu.ec
Guayaquil - Ecuador

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
ESPOL