

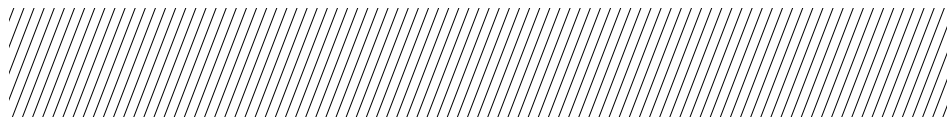
04

**Variables que influyen en el
emprendimiento en Ecuador**
Variables influencing
entrepreneurship in Ecuador

FECHA DE RECEPCIÓN: 11/08/2021

FECHA DE APROBACIÓN: 11/03/2022

Resumen



Paúl Esteban Crespo Martínez¹
María Verónica Rosales Moscoso²
Claudia Andrea Contreras Silva³
Camila Alejandra Bermeo Samaniego⁴

En Ecuador, la actual pandemia provocada por el COVID 19 ha despertado el interés y, de cierta forma, ha obligado a varias personas a emprender. Sin embargo, es interesante cuestionarse acerca de los aspectos positivos que invitan a emprender y conseguir el éxito, así como también los aspectos negativos que provocan deserción. El propósito de este estudio fue identificar los aspectos que motivan o desmotivan a este grupo de personas que abandonan su círculo de confianza para aventurarse a nuevos horizontes, conllevándolos al éxito o al fracaso, según las habilidades y proyecciones. Como resultado se identificó que los principales factores son el desconocimiento del proceso emprendedor, habilidades y experiencia, la dificultad para acceder a préstamos financieros, el miedo al fracaso y el desconocimiento del mercado, además de aspectos legales y regulaciones financieras.

Palabras clave: Emprendimiento, COVID 19, factores de éxito, motivación, deserción.

¹ Universidad del Azuay • ecrespo@uazuay.edu.ec • <https://orcid.org/0000-0002-3061-9045> • Cuenca, Ecuador

² Universidad del Azuay • vrosales@uazuay.edu.ec • <https://orcid.org/0000-0002-7915-8841> • Cuenca, Ecuador

³ Universidad del Azuay • claucontreras@es.uazuay.edu.ec • <https://orcid.org/0000-0002-5230-0262> • Cuenca, Ecuador

⁴ Universidad del Azuay • camilabermeosamaniego@es.uazuay.edu.ec • <https://orcid.org/0000-0002-3927-2367> • Cuenca, Ecuador

Abstract

In Ecuador, the current pandemic caused by COVID 19 has aroused interest, and in a certain way has forced several people to undertake. However, it is interesting to ask yourself about the positive aspects that invite you to undertake and achieve success, as well as the negative aspects that cause desertion. The purpose of this study is to identify the aspects that motivate or demotivate this group of people who leave their circle of trust to venture to new horizons, leading them to success or failure according to skills and projections. As a result, it was identified that the main factors are ignorance of the entrepreneurial process, skills and experience, difficulty in accessing financial loans, fear of failure and ignorance of the market, in addition to legal aspects and financial regulations.

Keywords: Entrepreneurship, COVID 19, success factors, motivation, desertion.

Introducción

La crisis provocada por el COVID 19 ha puesto en riesgo décadas de progreso de mitigación de pobreza extrema a nivel mundial, aspecto que, según la ONU, afecta a más de 700 millones de personas, es decir, el 10% de la población de la tierra y que, posterior al COVID, sumará unos 500 millones más de afectados, generando un aumento de pobreza en todo el mundo, desde 1990.

El empobrecimiento es notorio. Al circular por las calles de la ciudad de Cuenca- Ecuador durante el periodo de confinamiento, múltiples establecimientos cerraban sus puertas; grandes carteles emancipaban la oferta de locales para arriendo, a las que se sumaban varias personas que habían perdido su empleo. Según la página oficial del Ministerio de Trabajo del Ecuador (2021), más de 6 mil empresas se han acogido a la reducción, modificación o suspensión emergente de la jornada laboral. De este total, 684 optaron por la reducción de la jornada de trabajo de cerca de 26 mil colaboradores.

Así mismo, 4.855 empresas ecuatorianas se acogieron a la suspensión de la jornada con más de 89 mil trabajadores quienes, posterior a la crisis sanitaria, debían recuperar las horas suspendidas. La restricción de movilidad, la suspensión de la jornada laboral y actividades económicas no esenciales afectaron además a la economía nacional (Ministerio de Trabajo, 2021).

Esta realidad, también se refleja a nivel latinoamericano. Según el BID (Mooney & Zegarra, 2020), la crisis generada por el COVID 19 puede generar una pérdida de hasta 17 millones de empleos formales, aspecto que podría variar dependiendo de las acciones y medidas de mitigación adoptadas por los gobiernos. Agrega que la región está sufriendo un deterioro económico importante, mayor al observado en la crisis financiera global del 2009, cuando el PIB se contrajo alrededor del 2%.

El presente estudio nace de una problemática real en el Ecuador en el 2019, según, Lasio, et al. (2020), el mayor porcentaje continúa concentrado en emprendedores que muestran intención de emprender (53.0%) en los siguientes tres años. Y como otro dato interesante, Lasio et al. (2020) mencionan que Ecuador no solo tiene Actividad Emprendedora Temprana (TEA) alta, sino también, una tasa de salida de 9.3%, la mayor de la región, la cual, está compuesta por el 5.9% de la población adulta que cerró definitivamente el negocio, y un 3.4% que salió de un negocio, cuyas actividades no han concluido, siendo una de las causas la falta de conocimientos generales en el proceso emprendedor o de formación en áreas empresariales.

Las conductas emprendedoras identificadas por Cordero et al (2011) son: i) fijación de metas, ii) persistencia, iii) cumplimiento, iv) confianza, v) búsqueda de oportunidades e iniciativa; vi) fijación de metas y visión de futuro; vii) planificación sistemática y seguimiento; viii) autoconfianza y control interno; ix) correr riesgos calculados y x) búsqueda de información que, según los autores, inciden de manera positiva en el emprendimiento. Crespo-Martínez y Crespo (2018) sostienen, además, que los principales inconvenientes de los emprendedores se dan, especialmente, en: i) cálculo de costos y fijación de precios; ii) espacios de comercialización; iii) desconocimiento financiero; iv) desconocimiento administrativo; v) problemas de gestión, los cuales, se subclasifican en una inadecuada gestión de marketing, cadena de distribución deficiente, inadecuado manejo de inventario, acceso a medios financieros y el desconocimiento del modelo de negocio.

Los objetivos de la investigación que se resumen en este artículo son: i) conocer los aspectos que presentan los potenciales emprendedores e identificar las variables que generan una alta intención en emprender, así como también, las causas que producen un elevado porcentaje de salida; ii) comprender las necesidades de conocimiento de los emprendedores para emprender; y iii) conocer los factores que aventajan o impiden emprender en un negocio en el Ecuador. Estos tres objetivos se plantean para resolver la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las variables que influyen en el emprendimiento en Ecuador?

Estado del arte

Al hablar de emprendimiento es normal asociarlo con el espíritu empresarial que nace por impulsos de motivación y deseos de independencia (Cho, Moon, & Bounkhong, 2019), haciendo énfasis en que un emprendimiento viene dado por el espíritu de aprendizaje e innovación social (Katharine McGowan, 2018). A menudo, los emprendimientos crecen, llegando a establecerse como PYMES; sin embargo, enfrentan barreras, desde factores de riesgos económicos hasta requisitos de la industria en la que se desarrollan. Las barreras de crecimiento varían de un país a otro por sus normas legales, los comportamientos del mercado, crecimiento económico, procesos laborales, cambios tecnológicos, infraestructura, etc. (Krieger-Boden & Sorgner, 2018; Tripathi & Singh, 2018).

El proceso emprendedor, si bien, inicia con una idea de negocios, según Sparano (2014), debe considerarse que un potencial emprendedor identifica además oportunidades, asociado al conocimiento, habilidades y destrezas, aspectos que motivan e inclinan a ejecutar sus intenciones iniciales. Sostiene, también, que en el porcentaje de emprendedores nacientes, cuya edad oscila entre los 18 y los 64 años en Latinoamérica, Ecuador mantiene una tendencia de crecimiento del 6,3% desde el 2009, seguido por Chile, México y Brasil, pero, además, nota un decrecimiento en Perú y Colombia.

Analizar las barreras del emprendimiento permite explorar e identificar factores que pueden afectar la actividad del emprendedor e, indirectamente, el desarrollo económico del país en el que se inicie; los emprendedores que logran identificar barreras pueden formar sus intenciones y esfuerzos para desarrollar nuevos negocios (Tripathi & Singh, 2018). Es ahí que se da la importancia de tener orientación empresarial, considerada como un factor impulsor para el emprendimiento, que debe reflejar la innovación, mentalidad proactiva, capacidad para asumir riesgos y enfrentar estas barreras que, conforme avanza el emprendimiento, se irán presentando (Ismulyati & Ginting, 2018).

El tener miedo al fracaso, según Kihlstrom y Laffont (1979), aumentará los factores de riesgo y eso impedirá convertir un negocio potencial en uno real. Basado en lo mencionado, según varios autores, algunas

motivaciones, barreras y oportunidades que se presentan al momento de emprender, se identifica en la literatura detallada a continuación.

Krieger-Boden y Sorgner (2018) destacan que la digitalización puede ser favorable o desfavorable para emprender. Desde una perspectiva desfavorable, puede cambiar la composición de los trabajos y las habilidades que se requieren para estos; y, propicio, porque los nuevos servicios digitales pueden ayudar a acceder a nuevos mercados, a trabajar de manera más eficiente, interactuar con clientes, mejorar la autonomía financiera y acceder a financiamiento de entidades.

Ismulyati y Ginting (2018), en su artículo "*Modelado de emprendimiento en instituciones de educación: un estudio explicativo*", plantean que algunos obstáculos para el desarrollo de un espíritu empresarial y emprendedor desde instituciones de educación superior se resumen en los recursos y resultados de investigación insuficientes y las limitadas colaboraciones entre universidades. Acotan además que, para que una universidad se considere emprendedora, deberá centrarse en: i) construir relaciones con las comunidades empresariales, ii) fomentar el aprendizaje y iii) financiar al profesorado para realizar estudios.

Oliveira y Lima (2018), en su trabajo "*De la intención a acción empresarial: Evaluar el impacto de las barreras en la creación de nuevas organizaciones*", comentan, en su investigación, que algunas barreras identificadas se resumen en: i) la intención y la acción emprendedora, ii) los recursos financieros, iii) las normativas y regulaciones a las que se rige el emprendimiento, iv) políticas gubernamentales, y v) los motivos personales como barreras socioculturales.

En el aporte de Teague (2016), "*Índice de barreras de entrada: una clasificación de las dificultades para iniciar un negocio en los Estados Unidos*", se menciona que el índice de barreras de entrada describe con mayor precisión el proceso de iniciar un negocio, considerando la economía del país en el cual se desarrolle.

En el trabajo realizado por Tripathi y Singh (2018), indican que las principales barreras dentro del emprendimiento femenino en India son generados por i) la falta de motivación, ii) la falta de acceso a infraestructura y tecnología, iii) el equilibrio laboral y familiar, iv) las dificultades relacionadas con los empleados, v) la falta de experiencia en el mercado,

vi) el problema financiero, vii) la falta de regulaciones, leyes y directivas; viii) la falta de conciencia de la sociedad hacia el emprendimiento, ix) la falta de conocimiento, habilidad y experiencia; y x) el miedo al fracaso.

Mark Pruett and Harun Şeşen (2017) señalan que las motivaciones y barreras del emprendimiento son percibidas de distinta manera en los profesores y en los estudiantes, sin embargo, tanto los maestros como los estudiantes clasifican el deseo de independencia y creación como los dos principales motivos. En cuanto a las barreras, los docentes y los estudiantes están más de acuerdo sobre estas, siendo el clima económico y la falta de competencias empresariales el factor de barrera más alto, seguido de la falta de conocimiento y experiencia como la segunda más alta.

El artículo de Costa, et al. (2016), sobre un estudio dirigido a emprendedores en el área de turismo, revela que existen diferencias motivacionales debido al género, donde el 37,1% de los empresarios varones mencionan que las motivaciones principales se encuentran en el mejoramiento de la situación financiera y el ser dueño de su propio negocio; mientras que, únicamente el 18,9% de mujeres emprendedoras afirman estos aspectos. Además, menciona que las mujeres emprendedoras son en realidad "más" emprendedoras, debido a que citan el reconocimiento de oportunidades como una motivación principal. Como ejemplo, indican que el 3,9% de las mujeres empresarias, en comparación con solo el 0,5% de los hombres emprendedores, indicaron que la razón para emprender fue por causa de una oportunidad emergente.

Dentro de las barreras existe una mayor similitud entre los dos géneros e indican que las mayores dificultades de tipo contextual se encuentran en la complejidad de las leyes laborales y la dificultad para acceder a la financiación. Si se analiza desde el punto de vista socio demográfico, las más comunes son la creación de redes, dificultad para equilibrar la vida laboral y familiar, y la falta de formación. Finalmente, indican que las barreras cognitivas son las de mayor importancia y dentro de ellas se encuentran, principalmente, el miedo al fracaso y la confianza en uno mismo.

Barrera, G. (2018) menciona que existen diferencias en la percepción de barreras específicas, siendo de mayor importancia: falta de financiamiento, falta de insumos y falta de trabajadores para aquellos microempresarios con autoconcepto innovador; sin embargo, no hay diferencias percibidas en el costo de contratación de empleados, los costos de regulación legal y las altas tasas impositivas.

La contribución de Cho, Moon y Bounkhong (2019) señala que, en un estudio enfocado a mujeres latinoamericanas, la familia fue el motivador más mencionado, seguido de la autonomía enfocada a convertirse en su propio jefe. Dentro de las barreras, la principal barrera, es el miedo (a iniciar un negocio, fracaso); mientras que, la segunda barrera, es la falta de conocimientos de gestión financiera.

En Ecuador hay un alto nivel de emprendimiento con relación a otros países de Latinoamérica (Lasio, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020; Sparano, 2014). Según, Lasio, et al. (2020), en 2019, Ecuador presentó una TEA de 36.2%, superior a la de 2017 que fue de 29.62%. Esto significa que, en Ecuador, alrededor de 3.6 millones de habitantes estuvieron involucrados en la puesta en marcha de un negocio. La proporción tanto de emprendedores nacientes como nuevos ha incrementado en el 2019, habiendo más emprendedores nacientes que nuevos. En cambio, la proporción de negocios establecidos (aquellos que superan los 42 meses) disminuyó a 14.7%, desde 15.4% en 2017. En el 2019, el mayor porcentaje continúa concentrado en emprendedores que muestran intención de emprender (53.0%) en los siguientes tres años. El siguiente grupo son los emprendedores nacientes, emprendimientos que no han superado los tres meses de operación, Ecuador presenta una tasa alta de 26.9%, por encima del promedio (15.62%) de los países de América Latina.

Los ecuatorianos tienen varios motivos para emprender. En los reportes de años anteriores, la metodología de *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) solo distinguía dos motivos mutuamente excluyentes: por necesidad y por oportunidad. A partir de 2019, GEM amplía las opciones de motivación para reflejar de mejor manera los diferentes matices que hay detrás de los emprendedores, identificando como principales motivos para emprender los siguientes: i) Ganarse la vida porque el empleo es escaso (82.71%); ii) Marcar una diferencia (52.65%); iii) Acumular gran

riqueza o incrementar los ingresos personales (36.53%); y iv) Continuar una tradición familiar (35.72%).

Es importante destacar que las categorías no son excluyentes; debido a esto, una persona puede responder a varias motivaciones. Además de las anteriores, se determina que existen muchas otras razones por las que se desea tener un emprendimiento, como son independencia, satisfacción personal, hobbies que pueden convertirse en negocios exitosos, deseo de ayudar a los demás, etc.; sin embargo, existen también razones por las que los emprendimientos no se mantienen a lo largo del tiempo, siendo las principales razones de salida en 2019: problemas personales (32.7%), la falta de rentabilidad (25.2%) y la falta de financiamiento (16.6%) (Lasio, et al., 2020).

Los emprendedores pasan por varias fases durante el proceso (Lasio, et al., 2020), siendo las iniciales: i) el emprendedor potencial, quien percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses; ii) El emprendedor intencional, que espera iniciar un nuevo negocio dentro de los próximos 3 años; y iii) el naciente, quien realizó acciones durante el último año que contribuyen a la creación de un negocio o es, actualmente, propietario de uno, pero, ha operado durante menos de tres meses.

Metodología

Con el propósito de obtener una visión holística sobre las barreras y oportunidades en el emprendimiento, se realiza la búsqueda en la base de datos *Emerald* sobre artículos, en inglés y español, con las siguientes palabras clave en el resumen: *ab(entrepreneurship) AND ab(barriers) OR ab(oportunities) OR ab(risks) AND ab(latinamerica)*. Los criterios de selección fueron aquellos evaluados por expertos y únicamente los principales y secundarios en revistas científicas. Los filtros aplicados fueron artículos que se encuentran en un rango de fechas entre el 1-1-2015 al 1-1-2021, textos completos, publicados en *United States--US OR United Kingdom--UK OR Spain OR Canada OR Brazil OR California OR Chile OR Colombia OR Cuba OR Jamaica OR Latin America OR Rio de Janeiro Brazil*.

Para validar la realidad en Cuenca, Ecuador, se realizó un grupo focal y dos encuestas. La muestra incluyó a i) docentes del área de emprendimiento de todas las universidades de la ciudad de Cuenca; ii) expertos en áreas de emprendimiento que tienen cargos en empresas relacionadas, iii) emprendedores en etapa inicial; iv) y a estudiantes que están cursando y que han aprobado la materia de emprendimiento en las diferentes escuelas de la Universidad del Azuay. Este último grupo incluye 136 estudiantes de áreas de la Administración y Contabilidad, 24 de Marketing, 13 de Ingeniería de Sistemas y Computación, 18 de Derecho y Filosofía, y 7 estudiantes del área de la Comunicación Social.

Resultados

Revisión literaria

Con respecto a la revisión de literatura, se obtuvieron 34 artículos en *Emerald* con los criterios de búsqueda especificados. Los temas más comentados se resumen en: i) falta de conocimiento, habilidad y experiencia (Tripathi & Singh, 2018; Pruett & Şeşen, 2017; Costa, Breda, Bakas, Durão, & Pinho, 2016; Hagos, Izak, & Scott, 2019; Barrera, 2018); ii) dificultad para acceder a financiamiento (Tripathi & Singh, 2018; Costa, Breda, Bakas, Durão, & Pinho, 2016; Hagos, Izak, & Scott, 2019; Barrera, 2018); iii) miedo al fracaso (Tripathi & Singh, 2018; Costa, Breda, Bakas, Durão, & Pinho, 2016; Cho, Moon, & Bounkhong, 2019); iv) falta de credibilidad en sí mismo y autoconfianza (Pruett & Şeşen, 2017; Costa, Breda, Bakas, Durão, & Pinho, 2016; Barrera, 2018); v) aversión al riesgo, incluyendo aspectos de preocupación sobre carga laboral, ingresos variables y fracaso (Pruett & Şeşen, 2017; Hagos, Izak, & Scott, 2019; Barrera, 2018); vi) falta de experiencia en el mercado (Tripathi & Singh, 2018; Hagos, Izak, & Scott, 2019); vii) desequilibrio en la relación laboral y familiar (Tripathi & Singh, 2018; Costa, Breda, Bakas, Durão, & Pinho, 2016); viii) leyes y regulaciones confusas; ix) falta de estructura de apoyo y costos fiscales; y x) desconocimiento de la red de contactos (proveedores).

En la literatura, considerando el aporte de Sparano (2014), se identificó que el prestigio social se logra cuando una persona adulta alcanza a abrir un negocio, y que un 46% de los medios de comunicación lo ven de manera positiva. Ecuador es un país que mantiene una tendencia alcista, estando a la vanguardia con respecto a otros países, emprendiendo en mayor grado por necesidad que por oportunidad. Según este autor, los aspectos que han incidido en el aumento de la actitud emprendedora recaen en el aspecto educativo. Por otra parte, Lederman, Messina, Pienknagura y Rigolini (2014), sostienen que es posible que los factores que afectan al desempeño empresarial también afecten negativamente a la innovación. Además, mencionan que la restricción a créditos bancarios es la debilidad del entorno contractual, incluso más que del entorno informativo.

Grupo Focal

El grupo focal estuvo conformado por diez personas, entre docentes, expertos y nuevos emprendedores, quienes aportaron con opiniones, experiencias y recomendaciones en el campo del emprendimiento que ayudaron a comprender factores propios del objetivo de esta investigación. En la tabla 1 se presenta la perspectiva de los participantes. En primer lugar, los expertos argumentan que el factor más importante para emprender en el contexto ecuatoriano, apunta a una necesidad económica, la cual, va acompañada con la pasión, disciplina y motivación de las personas, siendo el factor detonante la situación económica, provocando, especialmente, que el grupo económico bajo busque obligatoriamente nuevas formas de generar ingresos, ya sea personales o familiares.

Asienten que los factores predominantes que generan una barrera en el emprendimiento están relacionados con el capital de inversión, siendo las políticas de entidades de gobierno como las de entidades financieras las que bloquean el acceso a créditos, usualmente, con altos porcentajes de interés.

Tabla 1: Opiniones, experiencias y recomendaciones

TEMA	CAUSA	EFEECTO	VARIABLES
Conocimiento sobre emprendimiento	Pasión, disciplina, motivación	Adquirir conocimiento para emprender	Motivación
Razones para dedicarse al área de emprendimiento	Factor económico y una meta	Llegar a la meta	Experiencia de usuario: Dificultad y Propósito

Experiencia inicial al emprender	Incertidumbre sobre conocimientos para emprender	Adquirir conocimiento para emprender	Motivación
Factores que impiden o aventajan el desarrollo de un emprendimiento en Ecuador	Falta de información y apoyo para adquirir capital y otras herramientas	Buscar guías	Aprendizaje
Herramientas de mayor apoyo al emprendedor	Mayor apoyo en distintas disciplinas necesarias para el desarrollo del emprendimiento	Adquirir apoyo en diferentes áreas como marketing, comunicación, economía, etc.	Diseño y misiones

Encuestas

Se encuestó a dos segmentos: el primero, estuvo conformado por 19 docentes universitarios; mientras que, el segundo, estuvo orientado a los alumnos, donde se obtuvieron 207 respuestas de estudiantes universitarios próximos a graduarse de diferentes carreras relacionadas al negocio; de este último grupo, 9 encuestas fueron depuradas debido a duplicaciones, dejando así un número de tamaño de muestra de 198 estudiantes universitarios.

Del total de docentes encuestados, como se muestra en la figura 1, el 47,37% corresponde a la Universidad del Azuay, el 21,05% de la Universidad Técnica Particular de Loja, el 15,79% de la Universidad de Cuenca, el 10,53% de la Universidad Católica y el 5,26% de la Universidad Politécnica Salesiana. Los docentes, mayoritariamente, mantienen un título profesional dentro de las áreas administrativas.

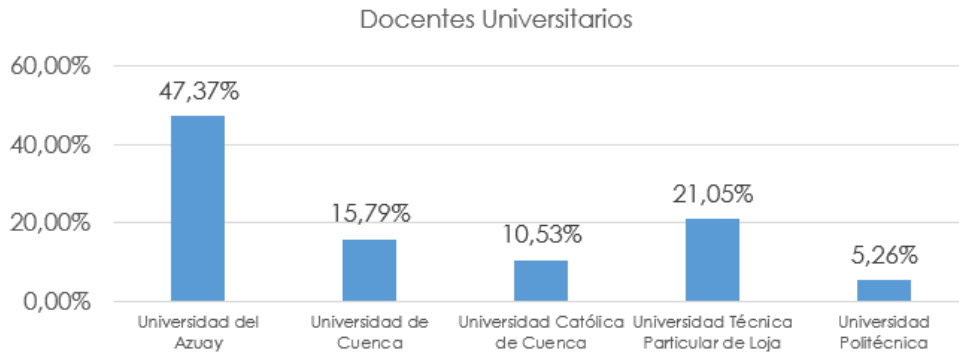


Figura 1. Cantidad de docentes universitarios por instituciones

Como primer aspecto importante se destaca que el 52,63% de docentes indican que el cincuenta por ciento de los estudiantes que cursan la asignatura de emprendimiento son quienes están en realidad motivados a emprender como se indica en la figura 2. Las tres razones principales para emprender desde la perspectiva de los docentes, como se muestra en la figura 3, son la motivación y desafío personal, las necesidades económicas con un 28,89% y el saber identificar y aprovechar las oportunidades del mercado con un 22,22%.

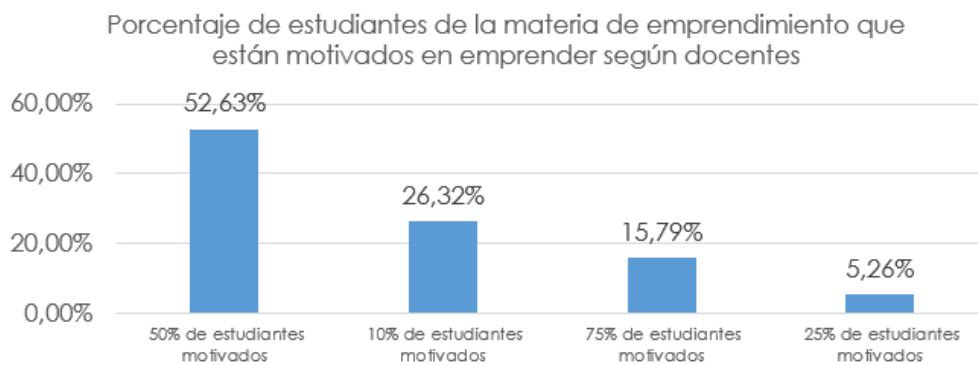


Figura 2. Cantidad de estudiantes motivados en la materia de emprendimiento

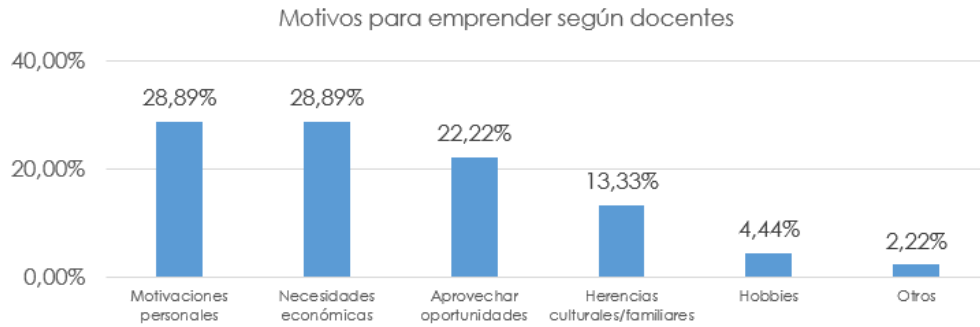


Figura 3. Motivaciones para emprender acorde a los docentes

Por otro lado, manifiestan que los factores que desmotivan a los estudiantes a emprender son: i) la falta de capital para la inversión, que representa el 24%; ii) el desconocimiento del proceso de emprender y el miedo al fracaso con un 18%, tal como se muestra en la figura 4. Así también, en la figura 5, se identifica que iii) las habilidades blandas que generan mayor problema al emprender y que, por lo tanto, es de suma importancia desarrollar en los estudiantes es la capacidad de trabajar en equipo (19,72%), organizar su tiempo (16,90%) y ser pacientes (14,08%).

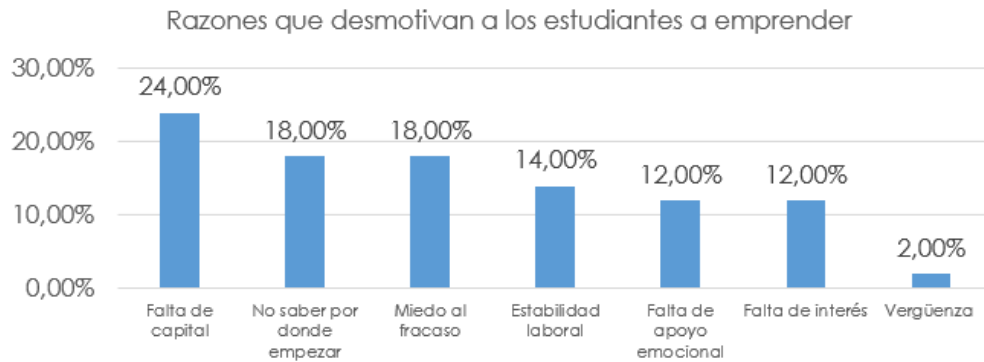


Figura 4. Desmotivadores para emprender

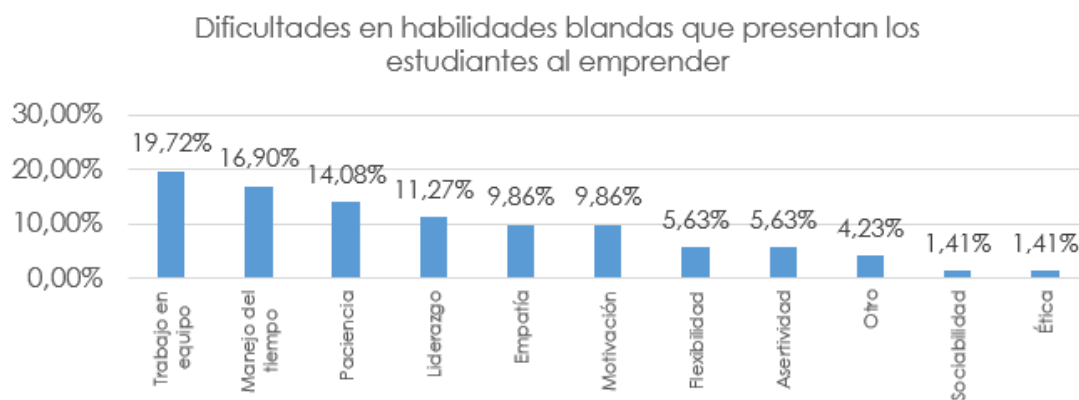


Figura 5. Habilidades blandas con mayor dificultad de aplicar al emprender

Finalmente, en la figura 6 se presenta que la mejor metodología de enseñanza, según los docentes, es el aprendizaje basado en proyectos, el cual representa el 63,16%.

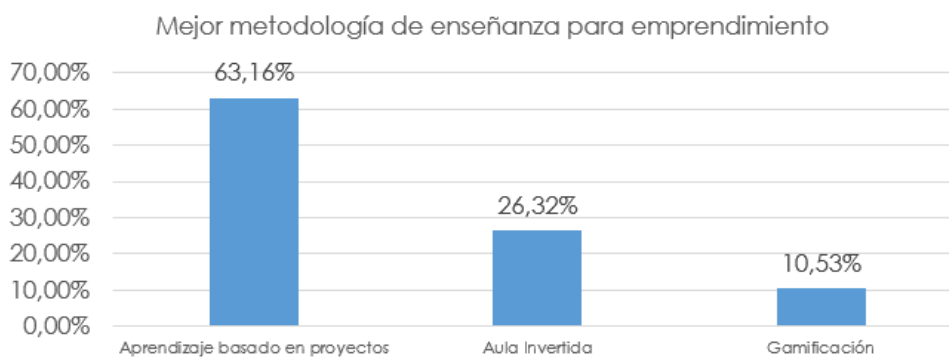


Figura 6. Metodología de enseñanza de emprendimiento

Con relación al segmento de estudiantes universitarios, el 59,09% de los encuestados fueron mujeres, como se muestra en la figura 7, de las cuales, el 47,01% son mayores a 24 años (figura 8), mientras en el segmento de hombres es el 40.91% (figura 7), de los cuales, el 62,96% son mayores a 24 años (figura 8).

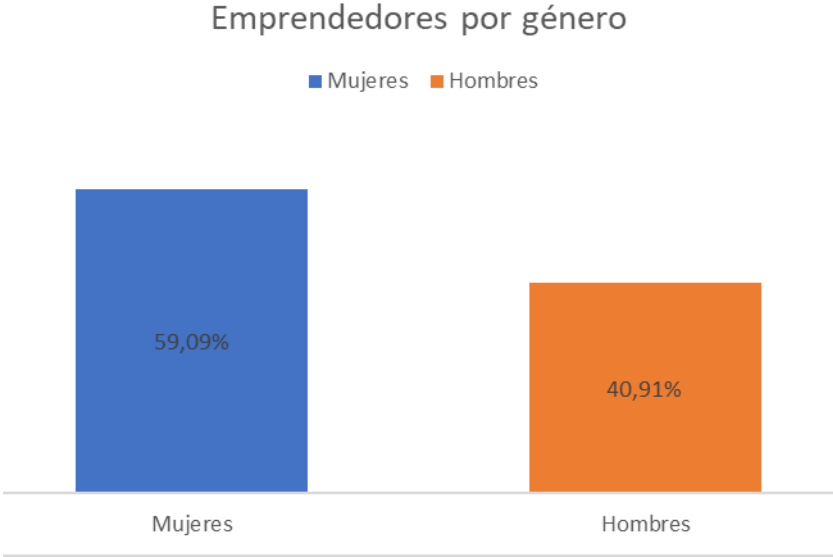


Figura 7. Género de universitarios encuestados

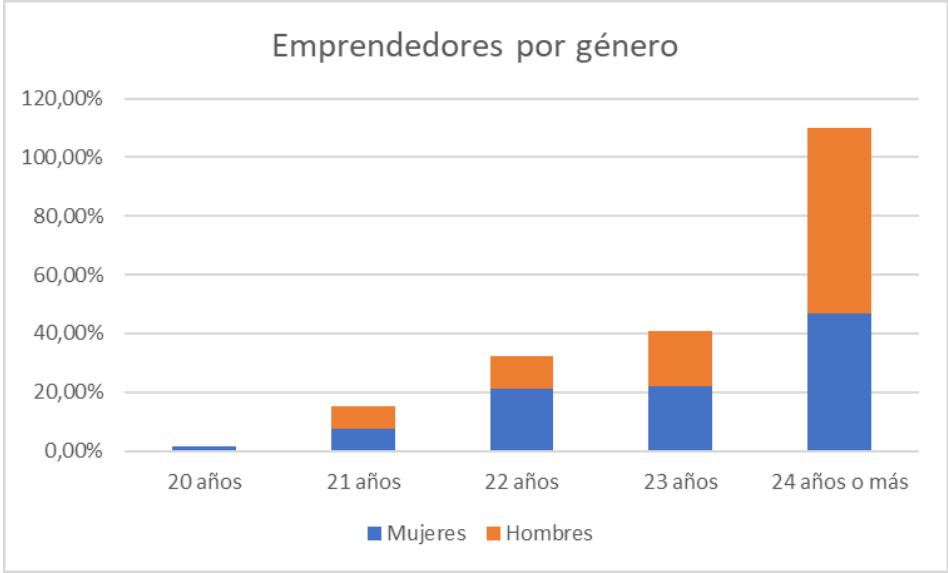


Figura 8. Porcentaje de universitarios encuestados que han emprendido

En su mayoría pertenecen a carreras de ciencias administrativas, a las que se suma, en un porcentaje inferior, a estudiantes de otras carreras. Del total encuestado, solo el 30,81% ha emprendido en los años anteriores (figura 9), en donde el 42,62% de los negocios instaurados han durado entre 1 a 3 años, y un 36,07% menos de un año (figura 10).

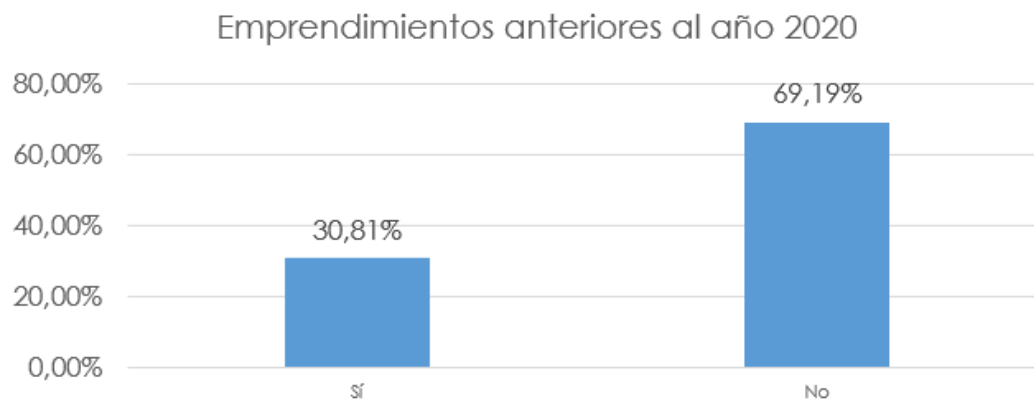


Figura 9. Emprendimientos previos al año 2020

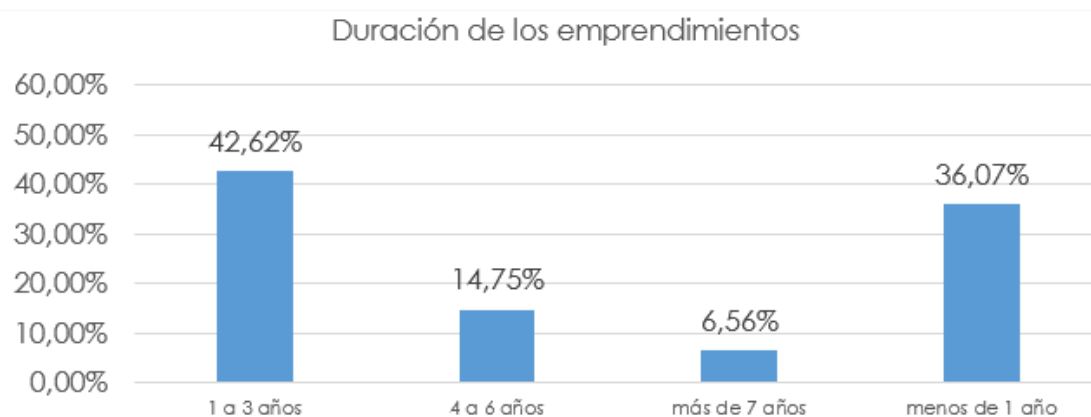


Figura 10. Duración de emprendimientos previos al año 2020

Las razones por las que estos emprendimientos no continuaron se resumen en: i) falta de tiempo, ii) desmotivación, iii) estudios, iv) dedicación; y v) falta de capital.

Cuando se abordó la pregunta sobre si cuentan con emprendimientos en la actualidad, un 30,81% de personas lo afirmó (figura 11).

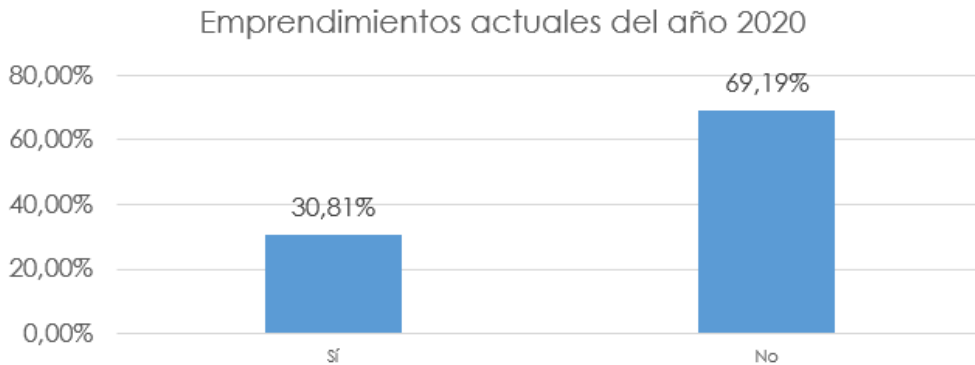


Figura 11. Emprendimientos a partir del año 2020

Por otro lado, en una escala de Likert, como se muestra en la figura 12, el 60% indicó que el motivo principal para emprender es por necesidad; el 40% posiciona al cumplimiento de metas como el segundo motivo, el 36,25% indica que la identificación de oportunidades es la tercera razón y, finalmente, el 63,75% indica que el último motivo para emprender es la imitación.

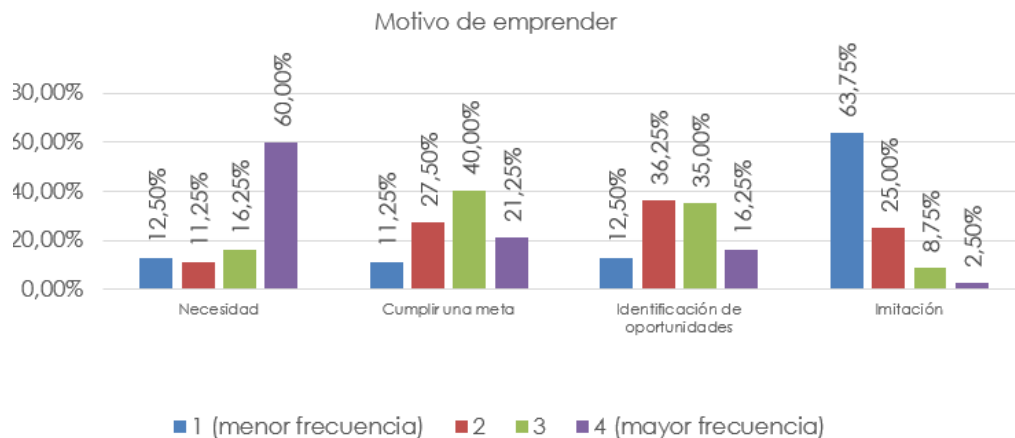


Figura 12. Motivos para emprender acorde a universitarios

En la figura 13 se muestra los miedos que presentan los universitarios al momento de emprender, siendo, con un 35%, la falta de capital de inicio el que se da con mayor frecuencia, seguido del miedo al fracaso 30%, miedo a la incertidumbre 22,50%, y la vergüenza 0%. A más de lo mencionado, en la figura 14 se observa que el 21,25% de los encuestados indicaron que el factor que más impide que las personas emprendan es desconocimiento del mercado objetivo, seguido por quienes argumentan en un 20% que se trata del desconocimiento del desarrollo técnico, un 17,50% por falta de apoyo en préstamos, y un 20% al desconocimiento en áreas financieras.

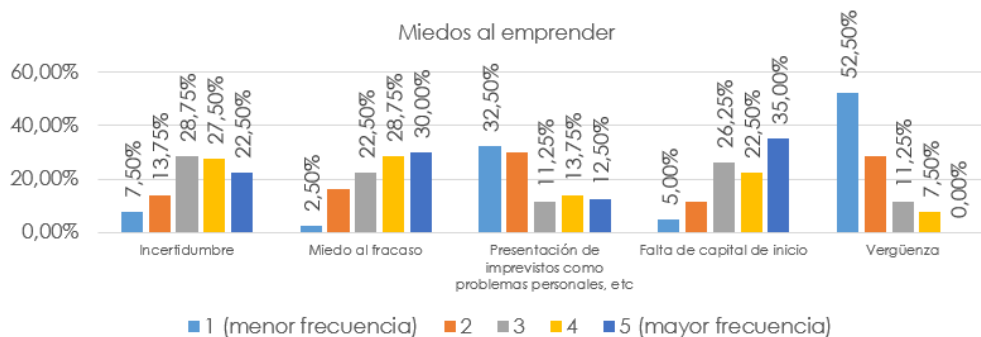


Figura 13. Miedo al emprender

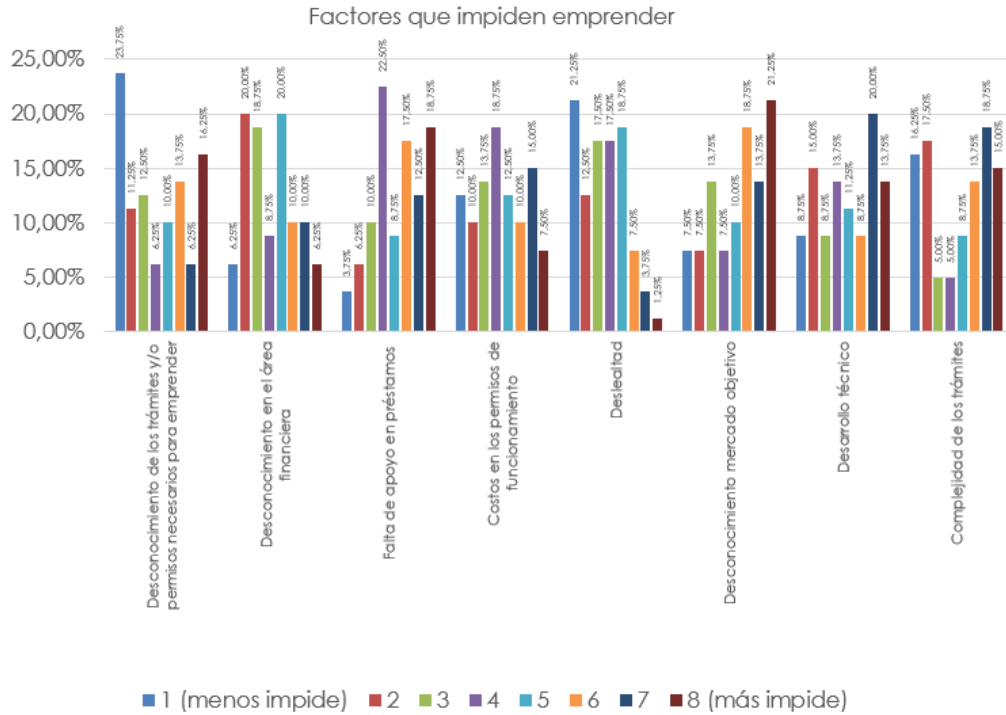


Figura 14. Factores que impiden emprender en Ecuador

En la figura 15 se observa que los encuestados consideran que cinco herramientas que más apoyo han generado a sus emprendimientos son las relacionadas con el marketing con un 17,96%, la investigación de mercados con 13,93%, herramientas tecnológicas con 13%, las de gestión administrativa con 12,69% y de negociación con 9,91%.

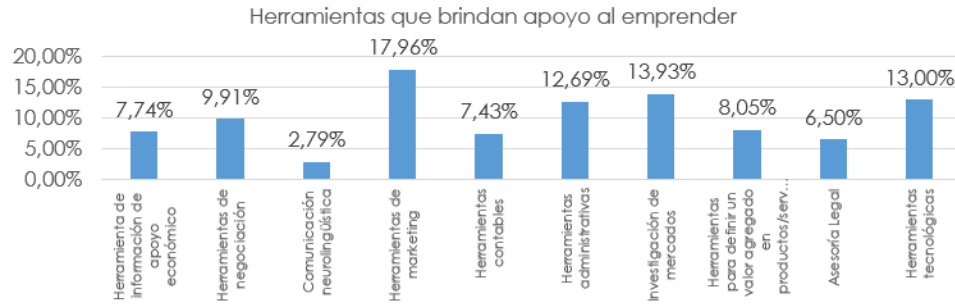


Figura 15. Herramientas de apoyo al emprender

Discusión

Durante el periodo de recesión causado por la pandemia provocada por el Covid-19, un importante grupo de personas quedaron sin empleo, viéndose forzadas obligatoriamente en emprender (Ministerio de Trabajo, 2021), invirtiendo como capital inicial el dinero de su liquidación laboral. En este estudio realizado en el primer semestre del 2020, se comprobó que, quienes emprendieron en un negocio y lo mantienen, lo hicieron por necesidad.

Según el Reporte de competitividad global (Schwab y Zahidi, 2020), la profunda recesión económica causada por el Covid-19 ha provocado una profunda consecuencia económica y social, impulsando a una pobreza extrema de entre 88 a 150 millones de personas, y la pérdida de 245 millones de trabajos a tiempo completo, lo cual, significa un 8.6% de la fuerza de trabajo mundial (World Bank, 2020).

El emprender por necesidad, según Sparano (2014), y considerando la filosofía de Constant y Zimmermann (2006) con respecto a que el emprendedor debe siempre mantener una visión a largo plazo basada en las relaciones personales, mantienen al Ecuador en primer lugar con respecto a otros de Latinoamérica con mayores posibilidades de convertirse en emprendedores a largo plazo. Sin embargo, es importante considerar que el aspecto de innovación es el elemento que desventaja al país con respecto a otros de la región (Lederman, Messina, Pienknagura, & Rigolini, 2014), aspecto que aún se mantiene en el 2020, según Schwab y Zahidi (2020)

Los facilitadores del espíritu empresarial son realmente emprendedores, pero, su "producto" son los negocios y otras iniciativas que no habrían sucedido sin su intervención (Thompson, 2010). Estos facilitadores son i) mediadores e inversionistas; ii) benefactores; iii) líderes; iv) desarrolladores; y v) influentes. La diferencia entre liderazgo y desarrollo es que estos últimos aportan algo valioso e inspiran a otros a hacer algo similar, pero su punto de partida es más vago y su contribución más emergente con el tiempo. Sousa et al. (2020) sugiere un facilitador adicional que son las creencias religiosas, las cuales, influyen positiva y significativamente en quienes creen en las tareas encomendadas por Dios.

Por otra parte, Cho, Moon y Bounkhong (2019) sugieren que los motivadores que impulsan el emprendimiento de mujeres latinas se resume en i) el contexto de negocio familiar; ii) la autonomía; iii) el ingreso extra flexible; iv) y la autorrealización. Por otro lado, indican que las barreras radican en v) el miedo, vi) la falta de conocimiento financiero, y vii) la selección de la ubicación del negocio.

Basado en el modelo de Ajzen (1991), Rai, Prasad y Murthy (2017) consideran que existe una relación directa entre la actitud, las normas subjetivas y percepción para generar un comportamiento en la intención emprendedora, aspectos que impactan en la satisfacción laboral y familiar (Padovez-Cualheta et al., 2019).

Cavazos-Arroyo et al. (2017) concuerdan con que los países en desarrollo deben impulsar la creación de alternativas de emprendimiento social en una economía formal para reducir la desigualdad para mejorar la calidad de vida de los pobres, empoderando a los emprendedores de bajo potencial socioeconómico mediante modelos impulsores de valor, generando así una actitud positiva hacia este tipo de emprendimiento, realidad latinoamericana que involucra al Ecuador.

Otra recomendación que agrega Sparano (2014) es que, además de la inversión, los emprendedores deben contar con conocimientos profundos en gestión de proyectos a través del *Project Management Institute* – PMI y su aplicación PMBOK. En la práctica, se puede recomendar aplicar la gestión mediante *Design Thinking* (Rowe, 1986) o *Lean Startup* (Ries, 2001), pues, lo interesante de estas dos metodologías es la propuesta de prototipos y su validación en el mercado, en una sinergia que permite lograr un producto de calidad con respecto a las necesidades y especificaciones del objetivo.

Los emprendedores toman riesgos para brindar nuevos productos y servicios a un mercado, aplicando innovaciones a industrias nuevas y existentes, buscando aspectos de calidad y eficiencia (Strow & Strow, 2018). Tanto mujeres como hombres, perciben la creación de redes como una barrera empresarial significativa, y tampoco consideran que el género sea un papel relevante en la experiencia empresarial (Costa, Breda, Bakas, Durão, & Pinho, 2016).

Los elementos que constituyen un entorno favorable para el emprendimiento y la innovación, según Lederman, Messina, Pienknagura y Rigolini (2014) se resumen en: i) la generación de capital humano, aspecto que debe ser considerado desde el aula en la formación y capacitación de los futuros profesionales; ii) la mejora de la logística e infraestructura, relacionada con el mejoramiento de accesos e infraestructuras de puertos, transporte y aduanas; iii) el aumento de la competencia, aspecto que provoca positivamente una identificación de la propuesta de valor y el esfuerzo por tratar de mantener ese factor diferenciador; iv) la mejora del entorno contractual, no solo considerando los derechos de propiedad intelectual, sino además las leyes y regulaciones que amparan al emprendedor.

Coincidiendo con Crespo-Martínez y Crespo (2018), en las etapas que un emprendedor formaliza su idea, se han detectado aspectos que dificultan avanzar al siguiente escalón, obligando a cuestionarse continuar en el mercado. Arriesgar a dar el primer paso y hallar una idea que satisfaga a un nicho de mercado genera un esfuerzo considerable, para lo cual, se requiere un proceso. Y, cuando la idea ha sido identificada y esbozada, el desconocimiento o el temor a fracasar, no permiten darle vida, es decir, pasar de la idea a lo real, convirtiéndose en la primera frustración del potencial emprendedor.

Es por esto la iniciativa de ayudar a los potenciales emprendedores con un modelo de educación diferente al tradicional, incluyendo dinámicas de videojuegos serios (Madsen y Rasmussen, 2021), en donde el futuro emprendedor, en su mayoría de la generación conocida como "nativo digital" (Calabor, Mora y Moya, 2018), puede simular escenarios en una etapa inicial y con entornos muy cercanos a la realidad local, considerando aspectos éticos (McKelvey, 2012). Para convertirlo en una experiencia más cercana a la realidad, Hepperle et al. (2021) sugieren que se adopte una representación visual conocida como "Avatar".

Conclusión

Claramente se evidencia que el emprendimiento es un proceso en el que las ideas son transformadas en iniciativas, y que, por lo tanto, requiere de talentos especiales, como la capacidad de liderar, innovar, explorar nuevos mercados, identificar oportunidades e introducir productos ajustados a las necesidades del contexto. Además, es claro que se requiere priorizar las tareas para aumentar la producción y así ser más eficientes. El emprendedor debe comprender que la lectura es un arma fundamental, y estar atento a los diferentes cambios del contexto harán que tenga la elasticidad suficiente para adaptarse o enfrentarlos. Si bien, en Ecuador, la inclinación está orientada al emprendimiento por necesidad, es importante buscar nuevas formas de motivar e impulsar la innovación, ya que muchos emprendedores también buscan cumplir metas personales y ofrecer productos y/o servicios identificados como oportunidades de negocios. Un aspecto que en la literatura revisada y contrastada en la vida real tienen una correcta relación, es pues, los miedos basados por la falta de capital, el miedo al fracaso y la incertidumbre, situaciones que bien pueden ser superadas al instruirse de manera formal en áreas como el marketing, administrativas, tecnológicas entre otros que ayudan a disminuir los riesgos.

Finalmente, respondiendo a la pregunta de investigación las variables que influyen en el emprendimiento en Ecuador son: i) el desconocimiento del mercado objetivo; ii) falta de apoyo y acceso a préstamos financieros; iii) desconocimiento en los trámites a realizar para emprender; iv) la complejidad de los trámites, v) el desarrollo técnico, vi) los costos en los permisos de funcionamiento; y finalmente vii) el desconocimiento de los procesos financieros.

Referencias bibliográficas

- Ajzen & Icek (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Barrera, G. (2018). Innovative Self-concept of Micro-entrepreneurs: Perception of Barriers and Intention to Invest. *Brazilian Administration Review*, 15(2), 1-25.
- Calabor, M. S., Mora, A., & Moya, S. (2018). Adquisición de competencias a través de juegos serios en el área contable: Un análisis empírico. *Revista de Contabilidad*, 21(1), 38-47. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.11.001>
- Cavazos-Arroyo, J., Puente-Díaz, R., & Agarwal, N. (2017). Análise de alguns antecedentes da intenção empreendedora social entre os residentes do México. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 19(64), 180-199. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v19i64.3129>
- Cho, E., Moon, Z., & Bounkhong, T. (2019). A qualitative study on motivators and barriers affecting entrepreneurship among Latinas. *Gender in Management: An International Journal*, 34(4), 326-343.
- Constant, A., & Zimmermann, K. F. (2006). The making of entrepreneurs in Germany: Are native men and immigrant alike? *Small Business Economics*, 26(3), 279-300.
- Cordero, J., Astudillo, S., Carpio, X., Delgado, J., & Amón, O. (2011). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Maskana*, 27-37.
- Costa, C., Breda, Z., Bakas, F., Durão, M., & Pinho, I. (2016). Through the gender looking-glass: Brazilian tourism entrepreneurs. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(3), 282-306.

- Crespo-Martinez, E., & Crespo, M. (2018). Al Merkadito: Integrando emprendedores en un sitio virtual. *XIV Foro internacional del Emprendedor* (pp. 2-19). Cuenca: Universidad del Azuay.
- Hagos, S., Izak, M., & Scott, J. (2019). Objective institutionalized barriers and subjective performance factors of new migrant entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 842-858.
- Hepperle, D., Purps, C. F., Deuchler, J., & Wölfel, M. (2021). Aspects of visual avatar appearance: Self-representation, display type, and uncanny valley. *The Visual Computer*. <https://doi.org/10.1007/s00371-021-02151-0>
- Ismulyati, S., & Ginting, G. (2018). Entrepreneurship Modeling in Higher Education Institutions: An Explanatory Study. *Review of Integrative Business and Economics Research*.
- Kihlstrom, R., & Laffont, J. (1979). A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion. *Journal of Political Economy*, 87(4), 719-748. doi:<http://dx.doi.org/10.1086/260790>
- Krieger-Boden, C., & Sorgner, A. (2018). Labor market opportunities for women in the digital age. *Economics: The Open-Access*, 1-8. doi:<http://dx.doi.org/10.5018/economics-ejournal.ja.2018-28>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor*. Guayaquil: ESPAE Escuela de negocios. Retrieved from www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GEM_Ecuador_2019.pdf
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina: Muchas empresas y poca innovación*. Washington DC: Banco Mundial.

- McGowan, K. (2018). *An Innovative Opportunity? Social Innovation, Entrepreneurship, and the Pedagogical Possibilities for Indigenous Learners*. 9(2), 5–22.
- McKelvey, N. (2012). Applying ethics to modern games development. *The Computer Games Journal*, 1(1), 39-50. <https://doi.org/10.1007/BF03392327>
- Ministerio de Trabajo (2021). *Boletín Estadístico Anual: El Mercado Laboral del Ecuador 2020*. https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/04/BoletinAnual_V7.pdf
- Madsen, K.; Rasmussen, M. (2021). *A Matrix for Gamifying Development Workshops*. Interactive and Game Creation. Lecture Notes of the Institute for Computer Sciences, Social Informatics and Telecommunications Engineering, 180-197. DOI: 10.1007/978-3-030-73426-8_10
- Mooney, H. & Zegarra, M.A. (2020). *Extreme Outlier: The Pandemic's Unprecedented Shock to Tourism in Latin America and the Caribbean*. BID. DOI: <http://dx.doi.org/10.18235/0002470>. Obtenido de: <https://publications.iadb.org/en/extreme-outlier-pandemics-unprecedented-shock-tourism-latin-america-and-caribbean>
- Oliveira, A., & Lima, O. (2018). From intention to entrepreneurial action. Assessing the impact of the barriers on the creation of new organizations. *RAUSP Management Journal*, 53(4), 507-534.
- Padovez-Cualheta, L., Borges, C., Camargo, A., & Tavares, L. (2019). An entrepreneurial career impacts on job and family satisfaction. *RAUSP Management Journal*, 54(2), 125-140. <https://doi.org/10.1108/rausp-09-2018-0081>
- Pruett, M., & Şeşen, H. (2017). Faculty-student perceptions about entrepreneurship in six countries. *Education + Training*, 59(1), 105-120.

- Rai, R. S., Prasad, A., & Murthy, B. K. (2017). A Review on Intention Models for Predicting Entrepreneurial Behavior. *Journal of Entrepreneurship Education*. <https://www.abacademies.org/abstract/a-review-on-intention-models-for-predicting-entrepreneurial-behavior-6795.html>
- Ries, E. (2001). *The Lean Startup*. EEUU: YCS Publishers.
- Rowe, P. (1986). *Design Thinking*. EEUU: The MIT Press.
- Schwab, K., & Zahidi, S. (2020). *How Countries are Performing on the Road to Recovery* (p. 95). World Economic Forum. https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2020.pdf
- Sousa, E. D. S., Paiva, L. E. B., Santos, A. R., Rebouças, S. M. D. P., & Fontenele, R. E. S. (2020). A influência das crenças religiosas na intenção empreendedora: Uma análise sob a perspectiva da Teoria do Comportamento Planejado. *Cadernos EBAPE.BR*, 18(1), 200-215. <https://doi.org/10.1590/1679-395175983>
- Sparano, H. (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Dimensión Empresarial*, 12(2), 95-106.
- Strow, B., & Strow, C. (2018). Institutional barriers to productive public-sector entrepreneurship. An exploratory analysis. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 306-319.
- Teague, M. (2016). Barriers to entry index: a ranking of starting a business difficulties for the United States. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 285-307.
- Thompson, J. (2010). 'Entrepreneurship enablers'—Their unsung and unquantified role in competitiveness and regeneration. *Local Economy*, 25(1), 58-73. <https://doi.org/10.1080/02690940903545406>

Tripathi, K., & Singh, S. (2018). Analysis of barriers to women entrepreneurship through ISM and MICMAC. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(3), 346-373.

World Bank, *Poverty and Shared Prosperity 2020: Reversals of Fortune*, 2020, <https://www.worldbank.org/en/publication/poverty-and-shared-prosperity>