



1859

UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas

**Diagnóstico y Caracterización del Ecosistema Emprendedor de
la ciudad de Loja**

**Trabajo de Titulación previo a la
obtención del título de Ingeniera en
Administración de Empresas**

AUTOR:

Erika Salomé Reyes Andrade

DIRECTOR:

Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza, Mg.

Loja - Ecuador

2023

Loja, 10 de marzo de 2023

Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza, Mg.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

C E R T I F I C O:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **Diagnóstico y caracterización del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Administración de Empresas**, de la autoría de la estudiante **Erika Salomé Reyes Andrade**, con **cédula de identidad Nro.1105593980**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza, Mg.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, **Erika Salomé Reyes Andrade**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1105593980

Fecha: 10 de marzo de 2023

Correo electrónico: erika.reyes@unl.edu.ec

Teléfono: 2326860

Carta de autorización por parte de la autora, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación.

Yo, **Erika Salomé Reyes Andrade**, declaro ser autora del Trabajo de Titulación denominado: **Diagnóstico y caracterización del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja**, como requisito para optar por el título de **Ingeniera en Administración de Empresas**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los diez días del mes de marzo de dos mil veintitrés.

Firma:

Autora: Erika Salomé Reyes Andrade

Cédula: 1105593980

Dirección: Loja – Ciudad Victoria

Correo electrónico: erika.reyes@unl.edu.ec

Teléfono: 2326860

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Titulación: Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza, Mg.

Dedicatoria

Le dedico este trabajo titulación a toda mi familia, especialmente a mis padres Fabián Oswaldo Reyes Villota y Mery Marlene Andrade Valarezo, por haberme brindado su apoyo y amor incondicional a lo largo de toda mi vida en los buenos y malos momentos, su ejemplo de esfuerzo y perseverancia me han impulsado a superar nuevos retos y han hecho posible que logre alcanzar mis metas y llegar a este momento.

A mis hermanos Diego y Jorge Luis, por estar a mi lado sin condición, por su comprensión, por compartir mi alegría en los momentos de celebración y animarme en las dificultades, me inspiran cada día siempre a ser mejor.

A toda mi familia quienes con sus consejos y oraciones me han alentado a culminar esta faceta de mi vida, a mi abuelita Vicenta Mariana Valarezo Cobos, quien con su carisma, valentía y bondad siempre estuvo a mi lado alentándome a cumplir mis sueños y orgullosa de cada paso que daba.

Erika Salomé Reyes Andrade

Agradecimiento

Quiero agradecer a mis padres Fabián Oswaldo Reyes Villota y Mery Marlene Andrade Valarezo por ser incondicionales en cada paso de esta travesía y siempre alentarme a cumplir mis metas.

A la Universidad Nacional de Loja por abrirme sus puertas y haberme permitido ser parte de esta prestigiosa casa de estudios, por haberme formado humana y académicamente de la mano grandes profesionales en el ámbito administrativo, cuyos conocimientos y experiencias compartidas han cimentado las bases para que pueda ejercer mi profesión de forma proba, ética y responsable.

A mi tutor de titulación Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza, Mg. por su paciencia y dedicación en cada instancia de desarrollo de la investigación, gracias a su acertada guía, observaciones y consejos este trabajo pudo llegar a buen término.

A la Ph.D Adriana Andrea Amaya Rivas, Ph.D Andrea Gabriela Samaniego Díaz MBA, Ing. Cristian Javier Urbina Velasco, docentes investigadores de la ESPOL y UNAE, quienes con su experiencia dentro de la investigación enfocada en ecosistemas de emprendimiento supieron asesorarme para llevar a cabo de mejor manera mi investigación.

A la Corporación de Ferias de Loja, Gobierno Provincial de Loja, Universidad Internacional del Ecuador (sede Loja), Instituto Tecnológico Superior Sudamericano, Instituto Loja, por su contribución a la investigación mediante el acceso a bases de datos y su disposición a compartir información en pro de mejorar el ecosistema emprendedor de la ciudad.

Erika Salomé Reyes Andrade

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos	vii
Índice de Tablas.....	x
Índice de Figuras.....	xi
Índice de Anexos.....	xiv
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	6
4.1. Marco Referencial.....	6
4.2. Marco Teórico.....	8
4.2.1. Emprender.....	8
4.2.1.1. El espíritu emprendedor.....	9
4.2.1.1.1. Características del emprendedor.....	9
4.2.1.1.2. Tipos de emprendimiento.....	10
4.2.1.1.3. Tipos de emprendedores.....	11
4.2.2. La Unidad Mínima del Ecosistema Emprendedor: Emprendedores vs Startups.....	12
4.2.2.1. Evolución del Concepto Emprendimiento.....	12
4.2.2.2. <i>Startups</i> : unidad mínima de emprendimiento schumpeteriano.....	12
4.2.2.2.1. Etapas en el desarrollo de una startup.....	13
4.2.3. Emprendimientos Dinámicos: Elementos Generales.....	14
4.2.3.1. Emprendimientos Dinámicos o de Alto Impacto.....	14
4.2.3.2. La Fauna del Emprendimiento Dinámico.....	15

4.2.3.3. Medición del impacto social de una organización.....	16
4.2.4. Ecosistema Emprendedor.....	17
4.2.4.1. Antecedentes.....	17
4.2.4.2. Evolución del Concepto.....	18
4.2.4.3. Características de un Ecosistema de Emprendimiento	19
4.2.4.4. Enfoques de Desarrollo del Ecosistema Emprendedor.....	22
4.2.4.5. Emprendimientos Dinámicos y Ecosistema Emprendedor.....	24
4.2.4.6. Funciones en el Ecosistema Emprendedor	25
4.2.5. Sistema de Desarrollo Emprendedor.....	26
4.2.5.1. Ecosistemas y Comunidades Emprendedoras.....	27
4.2.5.2. Oportunidades y desafíos para emprender.....	28
4.2.5.2.1. Desafíos de emprender en la era digital	28
4.2.6. Modelos de Evaluación de Ecosistemas Emprendedores.....	29
4.2.6.1. Modelo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico	29
4.2.6.2. Modelo de Babson College.....	30
4.2.6.3. Modelo del Banco Mundial	31
4.2.6.4. Modelo del Foro Económico Mundial.....	31
4.2.6.5. Modelo del Instituto Aspen.....	32
4.2.6.6. Modelo del Global Entrepreneurship Monitor.....	32
4.2.6.7. Modelo para el Análisis y Desarrollo de Ecosistemas de Emprendimiento en Ciudades Intermedias de América Latina.....	32
4.2.6.8. Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento (Icsed-Prodem) .	33
4.2.7. Mapeo de Actores Clave	34
4.2.7.1. Definición	34
4.2.7.2. ¿Qué es un Actor Social?.....	34
4.2.7.3. Modelos de Referencia para hacer el Mapeo de Actores Clave	34
4.2.7.3.1. Marco de Referencia del Instituto Tecnológico de Massachusetts(MIT)	34
4.3. Conceptos Claves	43
5. Metodología.....	47
5.1. Área de estudio	47
5.2. Enfoque metodológico.....	47

5.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	48
5.4. Tipo de diseño	48
5.5. Unidad de estudio	49
6. Resultados	52
6.1. Resultados Encuesta Diagnóstico del Ecosistema Emprendedor	52
6.2. Resultados mapeo y caracterización de los actores del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja	111
7. Discusión	212
8. Conclusiones	228
9. Recomendaciones	230
10. Bibliografía	231
11. Anexos	238

Índice de Tablas

Tabla 1. Año de fundación de la empresa	52
Tabla 2. Edad de los fundadores y gerentes.....	53
Tabla 3. Género de los fundadores y gerentes	54
Tabla 4. Sector económico del negocio	55
Tabla 5. Área de innovación del negocio o emprendimiento.....	56
Tabla 6. Personas que laboran en el negocio o emprendimiento	58
Tabla 7. Lugar de origen del personal.....	59
Tabla 8. Lugar de venta del bien o servicio	60
Tabla 9. Aumento o disminución de ventas	61
Tabla 10. Tipo de impacto en la comunidad	62
Tabla 11. Nivel de formación académica	63
Tabla 12. Posición actual en el emprendimiento o negocio	64
Tabla 13. Modelo de negocio	65
Tabla 14. Tipo de empresa	66
Tabla 15. Número de veces que han iniciado un negocio	67
Tabla 16. Motivación para emprender.....	68
Tabla 17. Familiares con negocio propio	69
Tabla 18. Conocimiento de emprendedores exitosos	70
Tabla 19. Participación en eventos para emprendedores	71
Tabla 20. Colaboración con emprendedores	72
Tabla 21. Conocimiento sobre incubadoras / aceleradoras de negocio	73
Tabla 22. Infraestructura de soporte de la ciudad.....	74
Tabla 23. Asistencia a programas de mejoramiento	75
Tabla 24. Culminación del programa.....	76
Tabla 25. Resultados del programa	77
Tabla 26. Conocimiento pasos registro de propiedad intelectual	78
Tabla 27. Porcentaje de marcas registradas	79
Tabla 28. Conocimiento impuestos para emprendedores.....	80
Tabla 29. Impuestos más conocidos.....	80
Tabla 30. Impuestos considerados excesivos.....	82

Tabla 31. Instituciones públicas facilitadoras.....	83
Tabla 32. Actividades con más tramitología	84
Tabla 33. Tramitología más costosa	85
Tabla 34. Conocimiento requisitos para un préstamo bancario	86
Tabla 35. Conocimiento de financiamiento alternativo	87
Tabla 36. Métodos de financiamiento usados	88
Tabla 37. Percepción sobre los trámites administrativos	89
Tabla 38. Percepción sobre los trámites de Registro de Propiedad Intelectual.	91
Tabla 39. Percepción sobre los requerimientos fiscales y apoyo gubernamental.....	92
Tabla 40. Elementos obstaculizadores operacionales	94
Tabla 41. Percepciones sobre la infraestructura de soporte de la ciudad.....	96
Tabla 42. Percepción sobre las incubadoras / aceleradoras de negocios en la ciudad	98
Tabla 43. Percepción sobre networking y colaboración	100
Tabla 44. Percepción sobre el acceso a programas de financiamiento	101
Tabla 45. Percepciones sobre el capital humano en la ciudad	103
Tabla 46. Percepción sobre las Instituciones de Educación Superior	104
Tabla 47. Percepción sobre la cultura emprendedora	106
Tabla 48. Principal motivación emprendedora en la ciudad	108
Tabla 49. Resumen de la caracterización de actores del ambiente regulatorio.....	126
Tabla 50. Resumen de la caracterización de actores de infraestructura de soporte.....	144
Tabla 51. Resumen de la caracterización de actores de acceso a capital	173
Tabla 52. Resumen de la caracterización de actores del recurso humano.....	201
Tabla 53. Fortaleza y debilidades del ecosistema emprendedor de la ciudad	221
Tabla 54. Posibles estrategias para mejorar el ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja	224

Índice de Figuras

Figura 1. La fauna del emprendimiento dinámico.....	16
Figura 2. Pilares del Ecosistema Emprendedor	20
Figura 3. Dominios de un ecosistema de emprendimiento	22
Figura 4. Stakeholders de un ecosistema de innovación.....	36

Figura 5. Esquematización de variables del proyecto.....	42
Figura 6. Parroquias urbanas de la ciudad de Loja.....	47
Figura 7. Año de fundación de la empresa.....	52
Figura 8. Edad de los fundadores y gerentes	53
Figura 9. Género de los fundadores y gerentes	54
Figura 10. Sector económico del negocio.....	55
Figura 11. Área de innovación del negocio o emprendimiento	57
Figura 12. Personas que laboran en el negocio o emprendimiento.....	58
Figura 13. Lugar de origen del personal	59
Figura 14. Lugar de venta del bien o servicio.....	60
Figura 15. Aumento o disminución de ventas.....	61
Figura 16. Tipo de impacto en la comunidad	62
Figura 17. Nivel de formación académica	63
Figura 18. Posición actual en el emprendimiento o negocio.....	64
Figura 19. Modelo de negocio.....	65
Figura 20. Tipo de empresa	66
Figura 21. Número de veces que han iniciado un negocio	67
Figura 22. Motivación para emprender	68
Figura 23. Familiares con negocio propio	69
Figura 24. Conocimiento de emprendedores exitosos.....	70
Figura 25. Participación en eventos para emprendedores	71
Figura 26. Colaboración con emprendedores.....	72
Figura 27. Conocimiento sobre incubadoras / aceleradoras de negocio	73
Figura 28. Infraestructura de soporte de la ciudad	74
Figura 29. Asistencia a programas de mejoramiento	75
Figura 30. Culminación del programa	76
Figura 31. Resultados del programa	77
Figura 32. Conocimiento pasos registro de propiedad intelectual.....	78
Figura 33. Porcentaje de marcas registradas	79
Figura 34. Conocimiento impuestos para emprendedores	80
Figura 35. Impuestos más conocidos	81

Figura 36. Impuestos considerados excesivos	82
Figura 37. Instituciones públicas facilitadoras	83
Figura 38. Actividades con más tramitología	84
Figura 39. Tramitología más costosa.....	85
Figura 40. Conocimiento requisitos para un préstamo bancario	86
Figura 41. Conocimiento de financiamiento alternativo	87
Figura 42. Métodos de financiamiento usados.....	88
Figura 43. Percepción sobre los trámites administrativos.....	90
Figura 44. Percepción Registro de propiedad intelectual.....	91
Figura 45. Percepción sobre los requerimientos fiscales y apoyo gubernamental	93
Figura 46. Elementos obstaculizadores operacionales.....	95
Figura 47. Percepción infraestructura de soporte.....	97
Figura 48. Percepción incubadoras / aceleradoras de negocio.....	99
Figura 49. Percepción networking y colaboración	100
Figura 50. Percepción acceso a financiamiento	102
Figura 51. Percepción calidad de capital humano	103
Figura 52. Percepción sobre las Instituciones de Educación Superior	104
Figura 53. Percepción cultura de emprendimiento	107
Figura 54. Principal motivación emprendedora en la ciudad	108
Figura 55. Nivel de involucramiento actores ambiente regulatorio	130
Figura 56. Nivel de involucramiento actores infraestructura de soporte	147
Figura 57. Nivel de involucramiento actores acceso a capital.....	180
Figura 58. Nivel de involucramiento actores recurso humano	206
Figura 59. Mapeo de actores clave del ecosistema de emprendimiento de la ciudad de Loja de acuerdo al modelo de Martínez y Goma	214
Figura 60. Mapeo de actores clave del ecosistema de emprendimiento de la ciudad de Loja - Modelo del MIT	215

Índice de Anexos

Anexo 1. Encuesta aplicada a los emprendimientos de la localidad	238
Anexo 2. Encuesta a profundidad en universidades / tecnológicos.....	240
Anexo 3. Oficios solicitando colaboración institucional	244
Anexo 4. Proyecto de investigación.....	246
Anexo 5. Certificado de traducción de inglés	257

1. Título

Diagnóstico y caracterización del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja.

2. Resumen

Esta investigación analiza el estado de las condiciones sistémicas dentro del ecosistema de emprendimiento de la ciudad de Loja que son claves para el desarrollo de nuevos negocios, especialmente los dinámicos, así como los actores clave que brindan apoyo a los emprendedores a lo largo de las etapas de este proceso. El objetivo general del estudio es realizar un diagnóstico y caracterización del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja. La metodología se basa en el análisis de cinco dimensiones clave propuestas por Martínez y Goma para ciudades intermedias, estas son: ambiente regulatorio, infraestructura de soporte, acceso al capital, recurso humano y cultura. La muestra correspondió a 380 negocios de diversos sectores económicos, 3 instituciones de educación superior y 5 institutos tecnológicos superiores a quienes se les aplicó cuestionarios adaptados de preguntas abiertas, cerradas y de escala de Likert para conocer el estado del ecosistema y la calidad de los programas de emprendimiento de las instituciones de educación. También se realizó un mapeo de los stakeholders principales y analizó el grado de involucramiento y apoyo al emprendimiento. Los resultados muestran algunas debilidades del ecosistema como el ambiente regulatorio, acceso a financiamiento y recurso humano, así como algunas fortalezas en la infraestructura de soporte y cultura, además de la necesidad de mayor enfoque en el emprendimiento de algunos actores clave para dinamizar el ecosistema. Se concluye que el ecosistema se caracteriza por estar compuesto de emprendimientos por necesidad y un escaso número de alto impacto, su estado es regular ya que existen pocos actores dentro de las dimensiones clave que llevan a cabo iniciativas de apoyo sin generar un mayor impacto dada la falta de articulación con el resto de actores del sistema. Basadas en la identificación de fortalezas y debilidades del diagnóstico se plantearon una serie de estrategias dentro de cada dimensión que podrían mejorar el ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja, tales como: Restablecer la iniciativa de la Bolsa Global de Emprendimiento, plantear una ruta de acompañamiento emprendedor con el apoyo de los actores de la mesa provincial de emprendimiento, etc., aumentar las campañas de concientización del consumo local.

Palabras clave: dimensiones del ecosistema emprendedor, mapeo de actores, condiciones sistémicas, emprendimiento dinámico, Loja.

2.1. Abstract

This research analyzes the state of the systemic conditions within the entrepreneurship environment in Loja city which are the key to the development of new businesses, especially dynamic ones, as well as the key actors that provide support to entrepreneurs throughout the stages of this process entrepreneurs. The general objective of the study is to carry out a diagnosis and characterization of the entrepreneurial ecosystem in Loja. The methodology is based on the analysis of five key dimensions proposed by Martinez and Goma these are: regulatory environment, support infrastructure, access to capital, human resources and culture. The sample consisted of 380 businesses from various economic economic sectors, 3 institutions of higher education and 5 superior technological institutes, to whom questionnaires were administered with open, closed questions and Likert-scale to determine the state of the ecosystem and the quality of the entrepreneurship programs of the educational institutions of entrepreneurship programs in the educational institutions. A mapping of the main stakeholders was also analyzed and the degree of involvement and support for entrepreneurship. The results show some weaknesses of the ecosystem such as the regulatory environment, access to funding and human resources, as well as some strengths in the support infrastructure and culture, in addition the need to support infrastructure and culture, as well as the need for greater focus on key actors in order to dynamize the ecosystem. It is concluded that the ecosystem is characterized by being composed of necessity-based ventures and a small number of high-impact ventures, its state is regular, as there are few actors within the key dimensions that carry out initiatives without generating a greater impact given the lack of articulation with the rest of the actors in the system. Based on the identification of strengths and weaknesses diagnosis, a series of strategies were proposed within each dimension that could improve the entrepreneurial ecosystem in Loja, such as: the initiative of the Global Entrepreneurship Exchange, propose a route of entrepreneurial accompaniment with the support of the actors of the provincial entrepreneurship roundtable, etc., increasing awareness campaigns on local consumption.

Key words: entrepreneurial ecosystem, mapping of actors, systemic conditions, dynamic entrepreneurship, Loja.

3. Introducción

De acuerdo a (Pincay et al., 2018), “El ecosistema emprendedor está conformado por el conjunto de instituciones públicas y privadas que brindan apoyo a los emprendedores. Dichos apoyos se pueden clasificar dentro de las etapas del proceso emprendedor o en función de los factores que influyen en la adquisición de las competencias necesarias para emprender.”

Además, mencionan que “para mejorar la supervivencia de los emprendimientos es necesario la existencia de un ecosistema emprendedor bien diseñado y evaluado en forma permanente.”

A nivel país, Ecuador lidera dos de los indicadores más importantes de emprendimiento, con una Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 36.2% pero, también presenta una alta tasa de salida de emprendimiento 9.3%, la mayor de la región, siendo las principales causales: problemas personales con 32,7%, falta de rentabilidad con 25,2%, y falta de financiamiento con 16,6% (GEM, 2020).

Además, respecto a las fases del emprendimiento, el 53% de emprendedores se mantiene en la etapa intencional de poner en marcha un negocio en los próximos 3 años, el 26,9% son emprendedores nacientes que no han superado los tres meses de operación, la tasa de emprendedores nuevos corresponde a 10,8%, y los negocios establecidos disminuyeron con respecto a 2017, mostrando una tasa de 14,7%. lo que a nivel global nos ubica en el puesto 61 del ranking de las condiciones sistémicas para emprender (GEM, 2020).

Un elemento clave para el crecimiento económico y social de un país es el emprendimiento, y en Ecuador, de acuerdo al INEC, las MIPYMES conforman más del 90% de las empresas constituidas, sin embargo, más del 50% de las mismas realizan actividades de comercio al por mayor o menor, de forma tradicional, sin competir con base en diferenciación e innovación, como es el caso de los emprendimientos dinámicos, que dadas sus características tienen mayor capacidad para crear empleos de calidad y ayudar a diversificar la estructura productiva de la región.

Loja es una provincia que en cuanto a actividades productivas y de valor agregado presenta escasos niveles de desarrollo, y pasar de un modelo tradicional de emprendimiento a uno dinámico no es tarea fácil, pues el entorno en el que se desarrollan los nuevos negocios juega un papel primordial en el éxito y escalabilidad de los mismos, por lo que un ecosistema emprendedor de

calidad es consecuencia de una serie de factores articulados que generan espacios propicios para crear valor e iniciativas de alto potencial. Sin embargo, para poder iniciar acciones de cambio en la ciudad de Loja se debe comprender primeramente cómo está articulado su ecosistema, y eso amerita que se investigue sobre las condiciones para el emprendimiento que existen en el medio a través de un enfoque sistémico.

Ahora, si bien es cierto que se han desarrollado estudios sobre el ecosistema emprendedor a nivel país, los factores y condiciones sistémicas que influyen en la articulación de un ecosistema de emprendimiento adecuado varía de una ciudad a otra, y actualmente no existen investigaciones que identifiquen y caractericen las dimensiones del ecosistema de la ciudad de Loja, sin embargo, existe un artículo desarrollado por (Sempértegui et al., 2018), a nivel provincial en el que afirman que “el ecosistema emprendedor, en el caso de Loja, aún no está consolidado, si bien existen los actores, estos desarrollan actividades de fomento al emprendimiento de manera individual por lo que sus niveles de incidencia e impacto son mínimos”.

Es por esto que los resultados del estudio permitirán orientar la toma de decisiones de emprendedores, instituciones públicas y privadas, universidades, inversores, aceleradoras, etc., para consolidar y fortalecer el ecosistema de la ciudad de Loja y se convierta en un referente de emprendimiento a nivel nacional.

En esta investigación se realizó el análisis de las cinco dimensiones de un ecosistema emprendedor en la ciudad de Loja, propuestas por Martínez y Goma para una ciudad intermedia, a partir de ello se identificó las fortalezas y debilidades del mismo y se llegó a plantear algunas posibles estrategias para mejorar el estado actual del ecosistema, dando cumplimiento así al objetivo general del estudio: Realizar un diagnóstico y caracterización del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja.

Hay que mencionar que durante el desarrollo de la investigación algunas limitantes fueron la poca predisposición de algunas instituciones a brindar información y el tiempo para aplicar los instrumentos de recolección de información.

4. Marco Teórico

4.1.Marco Referencial

A continuación, se presenta algunos estudios que se han desarrollado en torno al tema de investigación:

La investigación llevada a cabo por Sempértegui et al., (2018) y titulada “*Dimensión y características de la actividad emprendedora en la provincia de Loja*”, se realizó porque a la fecha no se habían realizado investigaciones de ese tipo y querían determinar la Actividad Emprendedora Temprana (TEA, por su sigla en inglés) local, que de acuerdo a los autores, es fundamental para los procesos de planificación orientados al desarrollo.

La investigación fue realizada en el año 2015 en los dieciséis cantones de la provincia de Loja para determinar la TEA en cada uno de ellos, el proceso de investigación implicó la aplicación de encuestas a una muestra de la Población Económicamente Activa de 18 a 64 años en cada uno de los cantones, se consultó si han realizado algún tipo de actividad emprendedora, motivación para emprender e instrucción como datos principales. (Sempértegui et al., 2018)

Entre algunos de los resultados obtenidos se destacan que “la TEA en la provincia de Loja es del 39%, la principal motivación para emprender es la necesidad y el nivel de formación de bachillerato y tercer nivel” (Sempértegui et al., 2018). Y entre las conclusiones obtenidas destacan que:

Existe cultura emprendedora en la población de la provincia y que la actividad emprendedora se constituye en una de las principales fuentes de desarrollo económico local. El ecosistema emprendedor en la provincia de Loja aún no está consolidado, si bien existen los actores, estos desarrollan actividades de fomento al emprendimiento de manera individual por lo que sus niveles de incidencia e impacto son mínimos. (Sempértegui et al., 2018, p. 365)

Y que, “la importancia de la actividad emprendedora para el desarrollo económico de provincias como Loja que presentan escasos niveles de desarrollo en actividades productivas y

agregadoras de valor amerita que se continúe investigado esta problemática en beneficio de la economía local” (Sempértegui et al., 2018, p. 381).

A continuación, se muestra una segunda investigación titulada *“Factores claves del ecosistema emprendedor en el estado de Sinaloa aplicando el modelo “GEM”* desarrollada por Haro en el año (2020) cuyo fin se basa en “conocer las condiciones en que se encuentran los emprendedores de la entidad, alineado al modelo Monitor Global de la Actividad Emprendedora (GEM)” (p. 133).

La metodología de recolección de información se hizo con base en la encuesta (APS) y entrevista (NES) estos instrumentos fueron aplicados a una población compuesta por emprendedores adultos de Sinaloa, muestra probabilística de 382 emprendedores y 20 expertos.

Los resultados indicaron la necesidad de obtener mayores ingresos e independencia como las razones claves al decidir emprender, los adultos (34 - 44 años) son los que mayormente toman esa decisión, un 62.8% no temen al fracaso. El 57.4% de las empresas se consideran establecidas con actitudes de continuar incrementando los ingresos. (p. 141)

Y finalmente concluye que:

El ecosistema de emprendimiento es estable, aunque con bases poco firmes para lograr un crecimiento a largo plazo en los negocios, al no contar con ventajas competitivas sólidas. Y que el modelo GEM sirve para describir el ecosistema de emprendimiento en el estado de Sinaloa, para diagnosticar y analizar la situación actual, mejorar las políticas económicas y desarrollar proyectos. (p. 144)

Por último, se muestra una investigación titulada *“Articulación de los actores del ecosistema emprendedor como herramienta efectiva para la transición de un proyecto emprendedor a un proyecto comercialmente viable”* desarrollada por Zalamea & Piedra en (2015) para la Universidad de Cuenca.

Las autoras vinculan a los actores del ecosistema emprendedor con base en el modelo de Hélice Cuádruple constituyendo una herramienta efectiva y favorable que le permite a un proyecto emprendedor volverse comercialmente viable; para llegar a esta articulación hacen una revisión de

la literatura desarrollada por importantes organismos internacionales y revisan las etapas emprendedoras por las que se atraviesa hasta que una idea se consolide exitosamente.

Coinciden en que a la hora de evaluar los ecosistemas solo se suele atender uno o dos pilares del entorno y no analizarlos a todos de manera holística, lo que genera iniciativas que a largo plazo no tienen un mayor nivel de impacto. Consideran que una propuesta de ecosistema de emprendimiento completa es la que ofrece el Babson Entrepreneurship Ecosystem Project, y el Global Entrepreneurship Monitor, con estas referencias consideran que hay seis conjuntos de variables que deben estar presentes en un ecosistema para favorecer la creación de nuevas empresas, y son: contexto político, económico, sociocultural, demográfico, y tecnológico, condiciones generales que inciden en el ambiente empresarial, condiciones específicas que inciden en la creación de nuevas empresas, dinámica empresarial, capacidad para crear una nueva empresa y crecimiento económico.

Y entre sus conclusiones destacan que:

Los emprendedores son un pilar de la competitividad y que para que se transformen en el motor de la economía, el país debe diseñar un ecosistema emprendedor a nivel regional, que brinde seguridad, sea auto sostenible, apoye al emprendedor, y que mejore cada vez mediante algunos ajustes que hagan los actores para optimizar su funcionamiento, sin embargo, primero se requiere determinar las fortalezas de la localidad, las características que presenta la región, quiénes son los actores claves y analizar objetivamente las debilidades del entorno y la posibilidad real de transformarlas a favor. (Zalamea & Peña, 2015, p. 68)

4.2. Marco Teórico

La exposición de las siguientes bases teóricas es indispensable para fundamentar la metodología de la presente investigación, que permitirá una adecuada interpretación de datos y, por tanto, dar cumplimiento a los objetivos planteados en el proyecto de titulación.

4.2.1. Emprender

El emprendimiento es un eje fundamental para el crecimiento y desarrollo social y económico del país, sin embargo, para poder fortalecerlo inicialmente hay que conceptualizarlo, conocer las tipologías que existen, comprender su relevancia en la región, y las condiciones

determinantes para el éxito o fracaso de los mismos. De esta forma, se procede a conceptualizar el término emprender.

Varios autores coinciden en que este término “se deriva de la palabra *entrepreneur*, que a su vez se origina del verbo francés *entreprendre*, que significa “encargarse de”, tal como lo señala Jennings (1994) en su libro *Multiple perspectives of entrepreneurship*” (Alcaráz, 2011, p. 21).

Alcaráz (2011), respecto a emprender dice que “es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en que se le emplee será la connotación que se le adjudique” (p. 21).

Es así que el emprendedor, en el ámbito empresarial puede ser alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios, mientras que en el académico suele denotar a la serie de características que hace que una persona muestre competencias para visualizar, actuar y alcanzar objetivos (Alcaráz, 2011).

Para Shefsky (1997) y Baumol (1993) citados por Alcaráz (2011), el término “describe a cualquier miembro de la economía cuyas actividades son novedosas de alguna forma, así como a personas que, en definitiva, huyen de rutinas y prácticas aceptadas por la mayoría” (p. 21).

Además, lo que caracteriza a los emprendedores es “su capacidad para *crear e innovar*; es decir, salen de la costumbre y hacen cosas diferentes para mejorar lo existente” (Alcaráz, 2011, p. 21).

Es por esto que para fines de esta investigación se entenderá como emprendedor a la persona que “inicia, administra y asume los riesgos y recompensas de un nuevo negocio” (Alcaráz, 2011, p. 23), pero también quienes “desarrollan nuevas ideas o nuevas formas de enfocar el mercado” y que, además, “agregan valor a cualquier proceso o actividad en la que intervienen” (Alcaráz, 2011, p. 21).

4.2.1.1.El espíritu emprendedor

4.2.1.1.1. Características del emprendedor

Los emprendedores poseen rasgos que los diferencian del resto de personas, y varios estudiosos consideran que se requiere de características específicas para serlo, como Kao (1989), quien considera que deben poseer:

- Perseverancia, determinación y compromiso total.

- Competencia para alcanzar objetivos.
- Orientación a metas y oportunidades.
- Responsabilidad e iniciativa.

Sin embargo, Almagro (2003), profundiza un poco más y categoriza las características que vuelven a un emprendedor exitoso en:

- Factores motivacionales: Necesidad de logro, desarrollo personal, reconocimiento, percepción de beneficio económico, afiliación, independencia y baja necesidad de estatus o poder.
- Características personales: Tales como aceptación de riesgos, iniciativa personal, capacidad de toma de decisiones, inteligencia emocional, orientación a metas y oportunidades, tolerancia a la incertidumbre, etc.
- Características intelectuales: Creatividad, innovación, imaginación, versatilidad, planificación y control de resultados, búsqueda de la verdad, etc.
- Características físicas: Trabajo con diligencia y energía.
- Competencias generales: Tales como orientación al cliente, competencia para adquirir recursos, administrador, liderazgo, etc.

4.2.1.1.2. Tipos de emprendimiento

Según (Prieto Sierra, 2014), el emprendimiento se manifiesta de diferentes formas, de las cuales algunas generan valor, los tipos identificados son:

- Empresarial (o negocios con fines de lucro): Su meta es generar valor económico, a pesar que últimamente se remarca la necesidad de que las actividades de las empresas también sean responsables con la comunidad.
- Social: Aquellos proyectos que generan valor social y, además, crean valor económico a los dueños e inversionistas.
- Cultural: Las ideas de negocio relacionadas al ámbito artístico o difusión de artes y cultura.
- Intraemprendimiento: Cuando en una entidad ya existente se lleva a cabo un nuevo proceso, estrategia, proyecto o actividad con el objetivo de mejorar su ventaja competitiva.

4.2.1.1.3. *Tipos de emprendedores*

Según Schollhammer (1980) existen cinco tipos de personalidades en las que se clasifica a los emprendedores:

- *Emprendedor administrativo*: Quien, para desarrollar nuevas y mejores formas de hacer actividades, se basa en la investigación y desarrollo.
- *Emprendedor oportunista*: Quien siempre está atento a las posibles oportunidades que se presenten.
- *Emprendedor adquisitivo*: Su estado constante de innovación le permite crecer y mejorar de forma continua lo que hace.
- *Emprendedor incubador*: Su búsqueda continua de autonomía, crecimiento y oportunidades lo impulsan a desarrollar nuevas unidades de negocio incluso a partir de las ya existentes.
- *Emprendedor imitador*: Sus procesos de innovación se generan con base en la mejora de elementos existentes.

Sin embargo, la anterior no es la única forma de clasificarlos, pues de acuerdo a (Alcaráz, 2011), también se clasifican de acuerdo a la motivación emprendedora:

- *Por aprovechar una oportunidad*: Desarrollan ideas para solucionar necesidades insatisfechas o mal atendidas, o por el simple hecho de materializar una idea que consideran buena.
- *Por necesidad*: Ocurre cuando la persona está en una situación desfavorable, si fue despedido, o se independizó y debe generar ingresos.

Y según el tipo de empresa que desarrolla:

- *Emprendedor social*: Buscan producir un cambio social y beneficiar a la comunidad.
- *Para destacar en un área específica*, como en artes, política o deporte.
- *Emprendedor interno*, cuando lo hace dentro de una empresa que no es del individuo, y, *emprendedor externo*, cuando lo hace con fines de lucro en su negocio propio.

4.2.2. La Unidad Mínima del Ecosistema Emprendedor: Emprendedores vs Startups

4.2.2.1. Evolución del Concepto Emprendimiento

Dadas las diversas dimensiones y aplicaciones del concepto emprendimiento, las ideas alrededor del mismo han ido evolucionando a lo largo de la historia. Arenal, et al. (2018), hacen un repaso de la evolución del término según varios autores, y nos dicen que:

Etimológicamente, el término «emprendedor» fue utilizado por primera vez en el siglo XIII en Francia (Sobel 2008) pero desde el punto de vista académico no fue utilizado hasta varios siglos después por parte del economista francés Richard Cantillon. En ese momento, la acepción del término estaba relacionada con la idea de especulación en la compra-venta de productos y el riesgo asociado (Richard Cantillon 1755). (p. 2)

A partir de ahí el concepto se ha ido nutriendo gracias a la aportación de ilustres académicos como: Jean-Batiste Say, quien asocia el emprendimiento con la asunción de riesgos a comienzos del siglo XIX; en la obra Principios de Economía Política de 1848, John Stuart Mill, plantea que el grado en el que se involucran en la gestión diaria de un negocio es lo que diferencia a los emprendedores de los dueños; por otro lado, en 1921 Frank Knight manifestó que los emprendedores tienen la capacidad de lidiar con el riesgo no asegurable; y especialmente Joseph Schumpeter, que en 1934, inicia a considerar el papel innovador de los emprendedores y como influyen el desarrollo económico, y posteriormente en 1942 enfatiza en la idea de “destrucción creativa” como elemento clave del capitalismo (Arenal et al., 2018).

Contrario al pensamiento de Schumpeter, en 1949, Von Mises, economista de la escuela Austriaca, sostenía que el emprender era especulador, no obstante, es la idea schumpeteriana respecto a la innovación la que ha prevalecido en el tiempo y que es clave para el crecimiento económico y bienestar social sostenible (Arenal et al., 2018).

Y es precisamente el componente de innovación lo que permite distinguir entre emprendimientos por necesidad y oportunidad, siendo los últimos los de mayor tendencia a innovar, generar valor agregado y un mayor impacto en la comunidad.

4.2.2.2. Startups: unidad mínima de emprendimiento schumpeteriano

Con base en la visión schumpeteriana de emprendimiento, que en suma es la “creación, desarrollo y crecimiento de organizaciones capaces de canalizar y generar un elevado impacto

socioeconómico” (Arenal et al., 2018), son las startups las máximas representantes de este fenómeno.

Al igual que el concepto de emprendimiento existen diversas definiciones de lo que es una startup, siendo las más aceptadas las conceptualizaciones de: Steve Blank, quien la considera “una organización temporal que tiene el objetivo de buscar un modelo de negocio repetible y escalable” (Blank, 2010).; y Eric Ries, que la define como la “organización de personas que exploran el desarrollo de un nuevo producto o un servicio en un entorno de máxima incertidumbre” (Ries, 2011).

En este sentido se puede decir que la startup, ya sea una empresa nueva, o una nueva unidad de negocio a partir de una ya existente, debe contar con los factores clave de escalabilidad, es decir, la búsqueda de crecimiento acelerado, y la incertidumbre en la que se desarrolla la misma (Arenal et al., 2018).

4.2.2.2.1. Etapas en el desarrollo de una startup

Independientemente del tipo de emprendimiento que se desarrolle, todos atraviesan una serie de etapas hasta lograr consolidarse, sin embargo, en el caso de las startups, las etapas que transitan en la búsqueda de un modelo de negocio escalable dificulta la medición del emprendimiento innovador, por esto se han propuesto algunas clasificaciones, siendo el “Ciclo de vida del Emprendimiento” del Foro Económico Mundial la más aceptada.

De acuerdo al Foro Económico Mundial (2014) se distinguen tres fases:

- a. Stand-up:* Este momento se da cuando potenciales emprendedores que tienen otras opciones ya sea de trabajo dependiente o de formación académica, consideran el emprendimiento como opción de ocupación.
- b. Start-up:* Cuando el emprendedor decide crear su propio negocio, un primer paso para lanzar al mercado su producto o servicio lo constituye la obtención de recursos y la formalización del negocio.
- c. Scale-up:* Ocurre cuando la startup tras haber encontrado un modelo de negocio viable, empieza a crecer y entrar en una fase que lleva a la internacionalización.

Otra propuesta ampliamente aceptada, es la de “Etapas de la Actividad Emprendedora” del Global Entrepreneurship Monitor (2020), y que está compuesta por cinco fases por las cuales atraviesa una persona de acuerdo al nivel de madurez del negocio:

- *Potencial*: Percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses.
- *Intencional*: Espera iniciar un nuevo negocio en los próximos 3 años.
- *Naciente*: Realizó acciones en el último año encaminadas a la creación de un negocio, o actualmente es propietario de uno, pero ha operado menos de 3 meses.
- *Nuevo*: Actualmente es dueño de un negocio que ha funcionado por más de 3 y menos de 42 meses.
- *Establecido*: Actualmente es dueño de un negocio que ha funcionado por más de 42 meses.
- *Salida de negocios*: Cuando por cualquier razón, durante el último año dejó la gestión de su negocio.

Los modelos descritos permiten percibir la complejidad del emprendimiento y las necesidades de los emprendedores en cada una de las etapas, lo que ayuda a concebirlo como un proceso dinámico en el que las relaciones con otros agentes del entorno evolucionan de acuerdo a la etapa de ciclo de vida en la que se encuentran y para asegurar su permanencia en el tiempo es necesario desarrollar iniciativas que favorezcan a un ecosistema de emprendimiento dinámico.

4.2.3. Emprendimientos Dinámicos: Elementos Generales

Anteriormente se mencionó que se pueden distinguir dos tipos de emprendimiento con base en la motivación para su puesta en marcha, aquellos por necesidad y oportunidad; dentro de esta última tipología suelen encontrarse los emprendimientos denominados “*dinámicos o de alto impacto*”, y respecto a estos Hidalgo, et al. (2014), dice que “poseen características distintivas que lo separan del resto de las iniciativas empresariales” (p. 13).

4.2.3.1. Emprendimientos Dinámicos o de Alto Impacto

Los denominados “*emprendimientos dinámicos*” son las empresas puestas en marcha por emprendedores que se basan en oportunidades detectadas en el entorno y que tienen posibilidades de escalar y crecer rápidamente, no solo a nivel local sino internacional. Este tipo de

emprendimientos son los que más aportan al avance económico de un país, pues generan nuevos y mejores plazas laborales (Hidalgo et al., 2014).

En Latinoamérica estas iniciativas se distinguen por las siguientes características:

- En el primer año alcanzan ventas por lo menos de USD\$100.000.
- Su tasa de crecimiento anual es por lo menos del 35%
- Tienen clara intención de acumulación.
- Destacan por su alto nivel de innovación y diferenciación.
- Pueden convertirse en al menos una mediana empresa.

Cuando los emprendimientos cumplen con algunos de estos requerimientos se les suele denominar “*gacelas*”, dada la velocidad con la que crecen, en poco tiempo incrementan ventas y cambian de tamaño de micro o pequeña a mediana empresa en relación con las empresas nacientes (Hidalgo et al., 2014).

Las características antes mencionadas ayudan a distinguir el emprendimiento dinámico de aquellos de base tecnológica o innovadora, pues el primero es impulsado por personal especializado y que detectan una oportunidad en medios tecnológicos, y la segunda intenta desarrollar innovaciones en los pilares de su modelo de negocio, y estos no siempre son de rápido crecimiento. Por otro lado, el dinámico presenta un ritmo de crecimiento sostenido, pero no siempre son de base tecnológica o innovador.

4.2.3.2. La Fauna del Emprendimiento Dinámico

Las empresas dinámicas enfrentan distintas realidades dependiendo del ambiente en el que se desarrolle, por lo que, en 1979, Birch crea un paralelismo ecosistémico animal y empresarial, introduciendo términos como “*gacelas*”, “*elefantes*” y “*ratones*” para referirse a la velocidad con la que las empresas crecían, no obstante, Kantis et al. (2021) considera que esta metáfora pionera “debe ser completada e integrar entre los animales dinámicos, por ejemplo, a los canguros, a los delfines y, sin duda alguna, al ser humano” (p. 8).

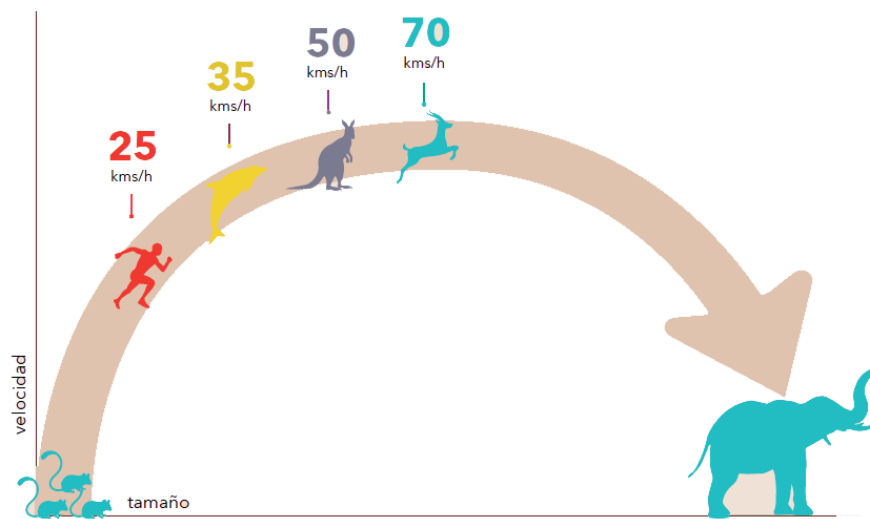
Además, Kantis et al., (2021), nos dice que,

Todos ellos distan de ser estáticos. Y no todas las diferencias con respecto a las *gacelas* se refieren a la velocidad. Los canguros avanzan a ritmos ligeramente inferiores a las *gacelas*, aunque lo hacen de a saltos. Además, están los delfines, que combinan momentos de nado

con otros en los que emergen a la superficie y se desplazan. Por otra parte, nadie dejaría de incluir a los seres humanos, de cuya capacidad de avanzar no existen dudas. Nótese, asimismo que, si bien estos animales son menos veloces que las gacelas, algunos de ellos son menos frágiles y/o más inteligentes que ellas. (p. 9)

También dice que “otro aspecto a tener en cuenta es que buena parte de las nuevas empresas que acaban siendo dinámicas en la región no alcanzan las escalas anteriores tan fácilmente o en tan corto tiempo” (Kantis et al., 2021).

Figura 1
La fauna del emprendimiento dinámico



Fuente: (Kantis et al., 2021)

Con este primer acercamiento a la fauna de un ecosistema dinámico se puede decir que es crucial emprender acciones para articular uno en el que este tipo de emprendimientos surjan con mayor frecuencia, pues son las que generan mayor y mejor empleo, e impulsan el desarrollo económico de una localidad.

4.2.3.3. Medición del impacto social de una organización

En los últimos años se ha hecho énfasis en la necesidad de integrar la responsabilidad social como elemento clave del crecimiento no solo empresarial sino también del progreso social, y al igual que se miden los resultados económicos de una entidad también se debe procurar medir el impacto de las actividades sociales y medioambientales que llevan a cabo.

La medición se puede llevar a cabo aplicando indicadores estándar como, por ejemplo: el porcentaje de mujeres que ocupan puestos directivos, de empleados dentro de un sindicato o que

forman parte de una minoría, la tasa anual de accidentes laborales, donaciones comunitarias o los programas que promuevan el bienestar de los empleados (García, 2015).

Existen tres razones para evaluar el impacto social de una empresa: convergencia, implica que, al mejorar las actividades sociales, a largo plazo habrá más beneficios de toda clase para la misma; aseguramiento de sus obligaciones sociales y ambientales, las empresas deben poder probar el grado de cumplimiento de las mismas; e informes, tienen la obligación de informar a los grupos de interés su desempeño en estos ámbitos. (García, 2015)

Según (Narrillos Roux, 2010), *“el SROI (Social Return On Investment, o Retorno Social Sobre la Inversión) es un método para la medición del Impacto Social, y puede ser aplicado con éxito en la mayoría de organizaciones, pues permite medir tanto aspectos cuantitativos como cualitativos”*.

Por tanto, el SROI para la planificación estratégica se vuelve una herramienta que logra atraer inversión, comunicar la creación de valor social y ayudar a la toma de decisiones (Narrillos Roux, 2010).

“El SROI mide el valor de los beneficios con relación a los costes incurridos para obtener dichos beneficios o impactos. La ratio compara el valor que se genera por una intervención y la inversión requerida para conseguir dicho impacto” (Narrillos Roux, 2010), se la obtiene aplicando la siguiente fórmula:

$$SROI = \frac{\text{Valor Actual Neto de los Impactos}}{\text{Valor Actual Neto de la Inversión}}$$

4.2.4. Ecosistema Emprendedor

4.2.4.1. Antecedentes

De acuerdo a Håkansson & Shenota (1995, citado por Arenal et al., 2018),

El estudio de la importancia de la localización y la influencia de las condiciones del entorno en el que las empresas nacen y se desarrollan, así como de las relaciones que establecen para su actividad, tiene antecedentes diversos, entre los que destacan los modelos de red, según los cuales el éxito o fracaso de una compañía no sólo depende de sus propias características, sino de las relaciones que tiene con el resto de compañías de su entorno. (p. 88)

James Moore fue un pionero en usar el término «ecosistema» asociado al estudio de la administración de empresas, y señaló que deberían ser vistas como parte de un entorno cooperativo con industrias de otros sectores para satisfacer las necesidades de los clientes (Moore, 1993).

A partir de otra investigación de Moore de 1996, el estudio de la influencia de las condiciones del entorno ha crecido exponencialmente, desarrollando en la misma línea el desarrollo de marcos conceptuales para evaluar la situación de una compañía con respecto al resto de compañías de su entorno (Iansiti & Levien 2004) e incluso yendo más allá al incluir la relevancia de las relaciones con otros agentes económicos, aparte de las empresas (Gordijn *et al.* 2000), o considerando aproximaciones en las que el ecosistema está formado por agentes que incluyen empresas e instituciones que intercambian conocimiento, recursos y establecen unas reglas de juego que evolucionan con el tiempo (Fransman 2014). (Arenal *et al.*, 2018, p. 88)

Es decir, que los aportes hechos por los académicos han servido de base para transformar la manera en la que se evalúa la influencia no solo de otras empresas del mismo sector en el negocio, sino del entorno en general y la manera en la que otros agentes aportan y se interrelacionan.

4.2.4.2.Evolución del Concepto

“La palabra ecosistema fue introducida en 1935 por Tansley, quien lo definió como un conjunto de organismos adyacente a factores físicos de su medio ambiente; en un espacio determinado, y propuesto además como una de los elementos básicos de la naturaleza” (Armenteras *et al.*, 2016).

Dubini (1989) fue un pionero en utilizar la palabra ecosistema relacionándola con los negocios, inicialmente se refirió a él como entorno para definir que se caracteriza por estar conformado por empresas familiares, modelos a seguir, economía diversa, acceso a capital para invertir y cultura e infraestructura empresarial y el desarrollo de políticas públicas que fomentan la creación de nuevas empresas. (Sarabia & Delhumeau, 2019).

Moore, definió al ecosistema empresarial como “una agrupación de empresas que suman sus capacidades en torno a una nueva innovación; trabajando y colaborando entre sí para el desarrollo de nuevos productos y la satisfacción de los clientes” (Sarabia & Delhumeau, 2019).

“Para Moore, el ecosistema empresarial, al igual que un ecosistema biológico, se transforma gradualmente en una comunidad más estructurada; y se fortalecen gracias al capital, el interés del cliente y el talento generado por nuevas innovaciones” (Sarabia & Delhumeau, 2019).

Luego, en 1996, Spilling considera que el ecosistema emprendedor es “la complejidad de actores, roles y factores ambientales que interactúan para determinar el desempeño empresarial de una región o localidad” (Sarabia & Delhumeau, 2019).

Para Isenberg (2011) el ecosistema emprendedor es la interrelación entre diferentes factores de política, cultura, capital humano, financiamiento, soporte y mercado, que generan las condiciones propicias para surgimiento de nuevas empresas, además lo considera una estrategia efectiva que estimula el desarrollo económico de una región (Sarabia & Delhumeau, 2019).

En 2017, De los Santos define al ecosistema como “un sistema en el cual interactúan de manera coordinada y sistémica un conjunto de actores y agentes públicos y privados” (Sarabia & Delhumeau, 2019).

Hwang & Horowitz, consideran que para entender mejor los ecosistemas de emprendimiento se los puede comparar con un ecosistema biológico, como una selva en donde factores como creatividad, capital de riesgo, descubrimientos científicos, negocios y otros elementos convergen para ayudar y generar nuevas ideas de negocio con posibilidades de crecer de forma exponencial y exitosa. (Martínez & Goma, 2019)

Tomando en consideración las distintas concepciones de lo que es el ecosistema de emprendimiento, en esta investigación se tomará la definición propuesta por Isenberg (2011) dado que guarda mucha relación con las determinantes propuestas en el modelo de análisis de ecosistemas de Martínez & Gómez, 2019, y es en el que se basará principalmente esta investigación.

4.2.4.3. Características de un Ecosistema de Emprendimiento

Varios autores como Spigel, asocian los ecosistemas emprendedores con sistemas de innovación, redes y clúster, también identifican en ellos características en diversos ámbitos como historias de éxito, cultura de apoyo, el talento de emprendedores, mentores, capital de riesgo, políticas, servicios e infraestructura de apoyo, universidades y mercados abiertos, por otro lado, en 1994 Gnyyawali & Fogel mencionaron que para generar empresas, en el entorno deben existir

cinco características: Apoyo financiero y no financiero, habilidades emprendedoras, políticas públicas, y condiciones socioeconómicas, considerando así, que si existían estas condiciones el ecosistema tendría la capacidad de generar riqueza y un tejido productivo más competitivo en una región (Sarabia & Delhumeau, 2019).

Así mismo, Hwang & Horowitz (2012), manifiestan que para fortalecer un ecosistema se debe minimizar brechas sociales, existir diversidad de talento, motivación y colaboración emprendedora, y para nutrirlo se requiere de capital, ideas y talento (Sarabia & Delhumeau, 2019).

En la figura 2 se presenta el diagrama que Isenberg (2011) desarrolló, en donde presenta los seis dominios o pilares que componen el ecosistema de emprendimiento: política, finanzas, cultura, soporte, capital humano y mercados (Sarabia & Delhumeau, 2019).

Figura 2

Pilares del Ecosistema Emprendedor



Fuente: (Morant Martínez Oscar et al., 2017)

1. **Políticas:** Se refiere a los organismos públicos en todos los niveles que regulan y crear iniciativas para fomentar el emprendimiento.
2. **Financiación:** Hace referencia al acceso a financiamiento de forma rápida y fácil.
3. **Cultura:** Énfasis en visibilizar y difundir historias de éxito, dando a conocer a los emprendedores.

4. **Soporte:** Se refiere a todas las herramientas, recursos, servicios e iniciativas que sirvan de apoyo a los emprendedores.
5. **Capital Humano:** A la presencia de centros educativos, universidades e institutos de formación para capacitar emprendedores.
6. **Mercados:** Existencia de redes de networking emprendedor, población dispuesta a ser primeros clientes y que puedan dar retroalimentación al emprendedor.

Las condiciones y características de cada región, y la forma en la que se articulen estos dominios determinan el tipo de ecosistema que se formará. Por lo que es primordial centrarse en desarrollar y fortalecer un ecosistema adaptado a cada entorno y no intentar replicar modelos de otras ciudades prominentes como el de Silicon Valley, algunas recomendaciones para lograrlo son:

1. No intentar replicar a Silicon Valley, pues actualmente ha pasado de ser un lugar donde se crea emprendimiento de cero, a un destino para montar instalaciones de emprendedores con trayectoria.
2. Crear el ecosistema local considerando condiciones y circunstancias del entorno.
3. Incentivar el involucramiento y apoyo del sector privado.
4. Destinar mayor capital de riesgo y financiación a empresas de alto potencial, sin dejar de lado las startups nacientes.
5. Difundir los casos de éxito emprendedor de la localidad para motivar a la población.
6. Incentivar una transformación cultural difundiendo una buena imagen de los emprendedores.
7. Apoyar el crecimiento orgánico de los clústeres y agrupaciones, pues impulsan el espíritu emprendedor.
8. Legislar, reformar y reducir la burocracia para facilitar la creación y crecimiento de empresas.

Figura 3

Dominios de un ecosistema de emprendimiento



Fuente: (Isenberg, 2011)

4.2.4.4. Enfoques de Desarrollo del Ecosistema Emprendedor

La Teoría de Redes dentro del enfoque sociocultural para el estudio del desarrollo emprendedor, considera que el fenómeno del emprendedurismo es resultado de la interrelación de diversas instituciones, actores y factores clave, complementariamente, relacionada a este mismo enfoque, la Teoría Económica Institucional de North (1993) plantea que las instituciones, organismo y entidades formales e informales se han creado para dar estructura a la interacción humana y a largo plazo mejoran el desempeño económico (Pincay et al., 2018).

Por otro lado, como se ha mencionado, Isenberg (2010) plantea que una estrategia efectiva de ecosistema emprendedor debe estar compuesta por los siguientes elementos: cultura, liderazgo, capital humano, financiamiento, casos de éxito, liderazgo, educación, gobierno, instituciones emprendedoras, clusters, networking, infraestructura, clientes y servicios de apoyo (Pincay et al., 2018).

En los últimos años en Latinoamérica el término ha tomado relevancia debido al FOMIN (Fondo Multilateral de Inversiones), que considera al ecosistema como una comunidad de negocios compuesta por instituciones y personas que generan y comparten ideas de negocios, recursos, habilidades y, que, apoyadas en el ámbito público por legislaciones favorables, se crean empresas dinámicas (Pincay et al., 2018).

Otra forma de clasificar los diferentes componentes del ecosistema emprendedor es realizada por Cardona, Dinora y Tabares (2012), que diferencian entre factores internos y externos, agrupados estos, en tres niveles económicos: macro factores como las regulaciones, impuestos, oportunidades y tratados de libre comercio, meso factores referidos al tejido empresarial y la tendencia a la asociatividad y micro factores que hacen referencia a la organización de la empresa. (Pincay et al., 2018)

Zalamea y Peña (2015), afirman que el ecosistema debe estar articulado para que las instituciones conozcan las necesidades, problemas y desafíos que enfrentan los emprendedores, y se coordinen los apoyos para que no se dupliquen ofertas. Estos autores también plantean que las acciones de quienes se desempeñan en el ecosistema emprendedor deben permitir avanzar en la transición de un proyecto emprendedor a un proyecto comercialmente viable; y esa debe ser la clave de la acción efectiva de estos actores. (Pincay et al., 2018)

Para lograr ese buen funcionamiento de un ecosistema emprendedor es importante diseñarlo bien y evaluarlo frecuentemente. Una forma de lograrlo es siguiendo la metodología propuesta por Garzozzi, R. et al. (2014) compuesta por cuatro etapas:

- Identificar y comprender a los actores del ecosistema para evaluarlo y fortalecerlo.
- Determinar el modelo e instrumentos que se van a utilizar. Se tienen que definir todos los perfiles y roles que desempeñan las instituciones, buscando la forma de articularlas evitando que se dupliquen funciones.
- Platear políticas enfocadas en generar condiciones adecuadas para crear empresas y mejorar la supervivencia de las mismas con mayor éxito.
- Constantemente analizar y rediseñar el ecosistema de emprendimiento.

Para dar cumplimiento a la primera etapa se recomienda considerar metodologías existentes como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y el Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento (ICSED)

Para desarrollar la primera etapa de la Metodología es importante considerar estudios existentes de evaluación de ecosistemas. Dentro de esos estudios se recomienda incluir el *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* y el *Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento (ICSEd-Prodem)*. (p. 42)

El GEM permite comprender el fenómeno emprendedor mediante el análisis de variables que luego pueden ser comparadas en distintos niveles, regional, nacional e internacional, sus objetivos son: medir los niveles de actividad emprendedora en los países, identificar los factores que ocasionan esos niveles e identifican políticas que podrían mejorarlos (Pincay et al., 2018).

Mientras el modelo ICSEd-Prodem, creado Kantis, Federico e Ibarra (2014), plantea una herramienta para identificar fortalezas y debilidades en los ecosistemas para con base en eso diseñar iniciativas para impulsar el emprendimiento (Pincay et al., 2018).

El modelo de Kantis abarca 10 dimensiones que influyen en la calidad y cantidad de empresas creadas, y son: cultura; sistema educativo; estructura empresarial; capital humano emprendedor; plataforma de ciencia y tecnología para la innovación; capital social, políticas y regulaciones; financiamiento; condiciones sociales de las familias y condiciones de la demanda (Pincay et al., 2018).

Una vez que se determine el estado en el que se encuentra el ecosistema emprendedor, los actores, instituciones, programas y actividades, e identificados los apoyos que se necesitan y los que no, se debe definir un modelo que articule a todos los perfiles y coordine los roles que han de desempeñar, para posteriormente se elaboren políticas enfocadas en mejorar las condiciones del ecosistema de emprendimiento (Pincay et al., 2018).

4.2.4.5. Emprendimientos Dinámicos y Ecosistema Emprendedor

Hidalgo, et al. (2014), dice que:

El ecosistema emprendedor es la correcta articulación y coordinación de actores y procesos en una región con el fin de que surjan emprendimientos de alto impacto.

Las diferentes realidades que enfrentan los emprendimientos de las pequeñas o micro empresa no siempre son tomadas en cuenta a la hora de elaborar diagnósticos y estudios empresariales, por ejemplo, los indicadores del GEM permiten entender qué porcentaje de la población económicamente activa inicia un negocio, sin considerar la calidad de estas iniciativas como el grado de innovación o potencial de crecimiento, resultando en una interpretación limitada de los datos que deriva en el desarrollo de políticas enfocadas solo aumentar el número de negocios que se crean y su supervivencia.

En los últimos años la definición de emprendimiento dinámico ha ido ganando más aceptación y se utiliza para enfocar los esfuerzos de creación de negocios de mayor crecimiento, además, en países con mejores condiciones de emprendimiento hay mayor diferenciación en las estrategias de apoyo según la etapa del negocio, por lo que se pueden encontrar instituciones que brindan apoyo especializado a diferentes tipos de emprendimiento, como dinámico, de base tecnológica o con mayor enfoque en innovación.

4.2.4.6. Funciones en el Ecosistema Emprendedor

Hidalgo, et al. (2014), nos dice que si bien los componentes de la definición de Isenberg del ecosistema emprendedor son levemente diferentes en sus publicaciones, los componentes básicos se mantienen, algunos de los cuales son clave, como por ejemplo el desempeño del gobierno, que está estrechamente relacionado con los niveles de desarrollo económico de un país, y en el caso de que alguno presente deficiencias, ciertos actores pueden actuar con sustituto de sus funciones.

Quienes también juegan un papel integral en el ecosistema son los clientes (o mercados). Amar Bhidé utilizó el término “consumidores comerciales o adoptadores tempranos” para referirse a la voluntad del mercado a probar y experimentar una nueva propuesta de valor innovadora porque sus necesidades son más complejas y avanzadas que las del mercado tradicional y requieren diferentes soluciones.

Otro elemento crítico del ecosistema es atraer y retener talento, porque para contar con diferentes tipos de emprendedores y el capital humano necesario para fomentar emprendimientos con diferentes complejidades y requerimiento de habilidades, es necesaria una política de inmigración que posibilite movilizarlo de forma rápida, manteniendo una buena calidad de vida que motive el asiento definitivo del talento extranjero en el país e impidiendo la fuga de cerebros especializados por la falta de oportunidades de trabajo.

Por otro lado, el desarrollo de parques tecnológicos, científicos y centros equivalentes no ha sido una estrategia exitosa debido a la falta de capital intelectual con la capacidad para aprovechar estos medios de innovación, así mismo, la educación en habilidades y capacidades emprendedoras es extremadamente importante para compensar una cultura desfavorable para el emprendimiento, sin embargo, se genera un mayor impacto cuando se enseña estas habilidades emprendedoras en todos los niveles escolares del sistema (pp. 17, 18).

4.2.5. Sistema de Desarrollo Emprendedor

Dado el ambiente dinámico en el que se desarrolla un emprendimiento, la facilidad con la que se puedan crear empresas dependerá de una serie de factores interrelacionados.

Kantis, en el libro de Juna (2017) dice que:

“Considera que el sistema emprendedor es el conjunto de factores, tanto cuantitativos como cualitativos, que favorecen u obstaculizan el proceso emprendedor y el desarrollo del empresario” (p. 17). Estos factores son:

Condiciones económicas y sociales. Contemplan las condiciones macroeconómicas del país, considerando el perfil sociodemográfico de la población que se encuentra predispuesta a emprender.

Cultura y sistema educativo. Se refiere al grado de valoración social del emprendedor, actitudes frente al riesgo a fracasar y la presencia de modelos de empresarios. Si son considerados por la sociedad como positivos, motivará a la sociedad a emprender.

Estructura dinámica productiva. El perfil sectorial, regional y tamaño de empresas que contribuyen con desarrollo de competencias emprendedores en la población trabajadora y en la formación de sus redes de relaciones.

Aspectos personales. Perfil sociodemográfico del emprendedor y las competencias de este en sí mismas.

Redes del emprendedor. La existencia de redes sociales (amigos, familia) e institucionales (asociaciones empresariales, instituciones de conocimiento superior, agencias de desarrollo, etcétera).

Mercado de factores. Acceso a los recursos financieros, oferta de trabajadores, profesionales y proveedores.

Regulaciones y políticas. Inciden en la creación de empresas: impuestos, trámites necesarios para formalizar una nueva firma, iniciativas y programas de fomento a la empresarialidad (p. 17).

Los factores mencionados ayudarán a que el emprendimiento atraviese las siguientes etapas del proceso emprendedor y su cadena de valor:

1. *Gestación*: Cuando nace una idea de negocio y la motivación del individuo para iniciar un emprendimiento.
2. *Puesta en marcha*: Etapa de prototipado de la idea de negocio antes de salir al mercado, es el tiempo que transcurre desde que se decidió emprender y el lanzamiento del negocio.
3. *Desarrollo inicial*: La empresa fue lanzada al mercado y se encuentra en los primeros años de vida y fortalecimiento del negocio (Juna, 2017, p. 18).

4.2.5.1. Ecosistemas y Comunidades Emprendedoras

Hidalgo, et al. (2014) dice que no basta solo con tener acceso a capital financiero, humano y bajo costo para la creación de empresas para que surja un ecosistema dinámico, sino que para que lo haga, lo que caracteriza a un ecosistema de este tipo es la colaboración exitosa entre los actores del mismo, compartiendo recursos y habilidades (p. 66).

En el ecosistema existen personas e instituciones que a veces juegan el rol de “conectores”, facilitando la colaboración y propagando la cultura y valores de un ecosistema emprendedor, sirviendo de nexo entre personas con ideas, talento, conocimiento, poder de financiamiento y oportunidades.

En un ecosistema dinámico los actores deben buscar interacciones de beneficio mutuo (win-win), debe existir un clima de apertura a la diversidad, voluntad para colaborar e incluir a los recién llegados, apertura a la experimentación (y el posible fallo) y libertad para soñar y concebir ideas grandiosas y disruptivas. (Hidalgo et al., 2014, p. 66)

Según Brad Feld, inversionista, emprendedor y fundador del programa TechStars Boulder, quienes deben liderar el ecosistema son los propios emprendedores, ya que el ecosistema florece solo cuando existe un compromiso a largo plazo de ellos con su comunidad, si el poder recae sobre otros actores se puede perder propósito fundamental de brindar apoyo e información, motivación, acceso a recursos y talentos (Hidalgo et al., 2014, p. 67).

4.2.5.2.Oportunidades y desafíos para emprender

Aunque se suele asociar emprender e innovación con el desarrollo científico y tecnológico esta no es la única forma de hacerlo, es necesario analizar el entorno interno y externo en busca de oportunidades para crear empresa y transformar la estructura de un negocio (Prieto Sierra, 2014):

- *Examinar detenidamente el contexto externo del negocio y sus cambios:* Los cambios económicos, culturales o sociales podrían representar una oportunidad de negocio, como los cambios de tamaño, edad, estatus, etc., en una población, pueden representar nuevos mercados o una oportunidad para diversificarlo.
- *La detección de incongruencias entre condiciones presentes y escenarios deseables:* los cambios se originan de las crisis, por lo que hay que poner atención a la aplicación de las diversas teorías comerciales, económicas, operativas y administrativas en busca de incongruencias y por ende oportunidades.
- *Análisis de procesos internos:* algunos procesos en las empresas pueden ser reemplazados o rediseñados, lo que motivará la redefinición de objetivos y resultados a alcanzar.
- *Reflexión en torno a los cambios en la estructura de la industria:* estar atentos a las inconsistencias entre los modelos de negocio de la industria y las necesidades de los nuevos mercados, la llegada de nueva tecnología o si la competencia opera de forma distinta pueden revelar grandes oportunidades.

4.2.5.2.1. Desafíos de emprender en la era digital

Actualmente, para lograr satisfacer las necesidades de los consumidores a la hora de generar innovación y emprender, las personas deben mantenerse informados sobre las tendencias y aprender nuevas habilidades tecnológicas para que logren mantenerse vigentes a largo plazo en esta era digital.

“El desarrollo de las empresas en la actualidad, independientemente de su tamaño, sector o ubicación geográfica, no es ajeno a los desafíos de la era digital” (Romero & Valencia, 2021), el autor enfatiza en que sin importar el tamaño del negocio actualmente no solo compiten localmente sino también a nivel global, lo que las fuerza a renovarse constantemente.

A pesar de la existencia de programas de apoyo económico, acompañamiento profesional y capacitaciones impulsados por entidades públicas y privadas especializadas, que ayudan a los emprendedores a impulsar el crecimiento de sus negocios, identificar oportunidades y generar valor, en ocasiones no es suficiente y algunas buenas ideas no llegan a ejecutarse.

De acuerdo a Henríquez (2020), debido a la pandemia del covid-19 y sus efectos, “*las empresas tienen que recurrir al uso intensivo de herramientas digitales para implementar el teletrabajo, realizar compras y ventas online, así como gestionar procesos de producción de forma remota para poder sobrevivir*”.

Por lo que actualmente debe ser menester para las empresas contar con personal especializado en el manejo de las TIC, con herramientas que agilicen las labores del personal, una estrategia de marketing digital diferenciado que les garantice un mejor posicionamiento que el de sus competidores, superar retos de mercado y sobrepasar las expectativas de innovación en del emprendimiento en la era digital (Romero & Valencia, 2021).

4.2.6. Modelos de Evaluación de Ecosistemas Emprendedores

Según Arenal et al., (2018), la gran acogida del término ha conseguido que se desarrollen diversos modelos de referencia para caracterizar y evaluar ecosistemas emprendedores, sin embargo, como denominador común todos lo caracterizan como un conjunto de dominios en los que diversos actores y elementos se agrupan. En 2013 la ANDE (*Aspen Network of Development Entrepreneurs*) desarrolló una guía metodológica para que sirva de apoyo a diversos agentes dedicados a esta materia en países en vías de desarrollo, esta guía recopila nueve modelos de referencia elaborados por diversos organismos de educación, investigación como el Babson College, e incluso internacionales como la OECD o por firmas de consultoría privadas. Se han ido desarrollando nuevas iniciativas, siendo uno de los más relevantes por su enfoque cuantitativo el modelo del *Global Entrepreneurship and Development Institute* (GEDI).

A continuación, se describirá brevemente en qué consisten los 6 modelos de ecosistemas emprendedores más relevantes por su enfoque holístico de acuerdo a la ASPEN

4.2.6.1. Modelo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

De acuerdo a la recopilación de información de Martínez & Goma, (2019), la OCDE plantea un marco que complementa conceptualizaciones de emprendimiento con indicadores clave, nos

presentan un modelo holístico que abarca diversos indicadores que permiten comprender el emprendimiento y el ecosistema en el que opera. Se basa en tres elementos: los determinantes, su impacto y el desempeño emprendedor, en el que inciden las políticas públicas, propiciando la creación de empleos y desarrollo económico, el marco supone que la modificación cualquiera de los determinantes ya sea de marco regulatorio, mercados, cultura, financiamiento, capacidades emprendedoras o difusión del conocimiento, incide directamente en la actividad emprendedora y crecimiento de la región.

El marco brinda una serie de indicadores en cada determinante que pueden ser analizados y que fueron seleccionado con base a la disponibilidad de resultados y posibilidad de medición y comparación de estas condiciones que apoyan y determinan el proceso emprendedor de un lugar (OECD, 2006). (p. 16)

4.2.6.2. Modelo de Babson College

De acuerdo a la recopilación de información de Martínez & Goma, (2019), la universidad del Babson en Massachusetts, planteó un modelo holístico que considera elementos complejos que interactúan entre ellos, sin embargo, es un marco mucho más conceptual que se centra en determinar los 6 pilares y actores clave dentro de una localidad en lugar de generar indicadores por cada uno, para poder impulsar el emprendimiento de forma exitosa. Los seis componentes son:

1. Política: Se refiere a los organismos y agentes del gobierno que impulsan y crear estrategias para apoyar a los emprendedores.
2. Financiamiento: Se refiere a todos los medios de financiamiento a los que pueden acceder los emprendedores.
3. Soporte: Abarca centros privados y especializados de apoyo emprendedor, infraestructura como incubadoras, aceleradoras, inversionistas y consultorías.
4. Capital Humano: Contar con mano de obra educada y capacitada en habilidades de liderazgo, innovación y financieras.
5. Cultura: Referente a las normas y características sociales, al igual que aspectos individuales de la población.

6. Mercados: Región con clientes potenciales denominados adoptadores tempranos con disposición a probar nuevos productos con potencial de expansión nacional e incluso internacional (p. 17).

4.2.6.3. Modelo del Banco Mundial

De acuerdo, a la recopilación de información de Martínez & Goma, (2019), este organismo emite cada año su reporte “Doing Business” que mide el grado de dificultad para hacer negocios a nivel mundial, aunque también puede ser replicado a nivel local y pone especial atención en medir aspectos del ambiente regulatorio.

Este reporte ayuda a hacer comparaciones mediante datos cuantitativos sobre las regulaciones que norman la creación de nuevas empresas en los países integrantes del banco mundial. Los ámbitos de medición del reporte son: permisos de construcción, abrir un negocio, obtención de financiamiento, registro de propiedad, acceso a luz, agua y drenaje, garantías a inversionista, pago de impuestos y contratos cumplidos. Su metodología se basa en entrevistar y consultar muchas empresas, instituciones privadas y públicas en todos los países, y así conseguir data relevante de actores locales y expertos, par (pp. 17, 18)

4.2.6.4. Modelo del Foro Económico Mundial

De acuerdo, a la recopilación de información de Martínez & Goma, (2019), este organismo en 2013 elaboró un proyecto con el objetivo de entrevistar a más de mil emprendedores en todo el mundo para rastrear los procesos y habilidades que les ayudaron a los emprendedores dinámicos a escalar sus empresas exitosamente (World Economic Forum, 2013).

Este modelo propone ocho pilares que deben tener los ecosistemas de emprendimiento a partir de la información recopilada de las entrevistas realizadas a emprendedores e inversionistas, la que consistía en dos preguntas:

1. ¿Cuáles son las diferencias percibidas por los emprendedores en las diferentes regiones alrededor del mundo en términos de estos ocho pilares?
2. De los ocho pilares del ecosistema emprendedor diseñados por el Foro Económico Mundial, ¿Cuál de estos es el más importante para el éxito de los emprendedores?

El reporte concluye en que para que los emprendimientos dinámicos tengan éxito la perspectiva global es el factor identificado por los emprendedores en el mundo más importante. (p. 18)

4.2.6.5. Modelo del Instituto Aspen

De acuerdo, a la recopilación de información de Martínez & Goma, (2019), este instituto, a través de una extensa recopilación de información identifica 9 marcos conceptuales con sus respectivos indicadores, mismos que también son utilizados por la OCDE y crea una serie de herramientas que sirven como guía para desarrollar nuevos modelos para evaluar y medir los ecosistemas de emprendimiento local mediante las categorías: determinantes, impacto y desempeño emprendedor (p. 19).

4.2.6.6. Modelo del Global Entrepreneurship Monitor

De acuerdo, a la recopilación de información de Martínez & Goma, (2019), este reporte realizado por diferentes universidades en varios países del mundo, se vale de entrevistas a expertos en el tema para encontrar nociones claves sobre las condiciones para el emprendimiento en el país, y su fin es aportar al análisis de los ecosistemas emprendedores. El GEM identifica nueve condiciones clave que inciden al momento de crear un negocio, estas son: apoyo financiero, educación y entrenamiento, programas de apoyo, políticas públicas, infraestructura comercial y profesional, infraestructura física, apertura de mercados y normas culturales y sociales, y transferencia de conocimiento.

Además, su objetivo es apoyar a organizaciones, gobiernos y académicos a crear estrategias, programas y políticas públicas que faciliten a los emprendedores la creación de sus negocios, así mismo, pretende identificar y comparar las condiciones culturales o causales con otros países donde también se desarrolla el GEM (p. 19)

4.2.6.7. Modelo para el Análisis y Desarrollo de Ecosistemas de Emprendimiento en Ciudades Intermedias de América Latina

Martínez & Goma (2019) mencionan que, de acuerdo a la teoría de institucional de North, el ambiente externo influencia el desarrollo de emprendimientos en una ciudad. Y es por esto que han desarrollado un modelo que ayude a investigadores a replicarlo y adaptarlo en diferentes entornos, especialmente de forma local, pues no se puede generalizar las organizaciones, cultura, apoyo, actores y regulaciones en todo un país.

Los autores generaron una serie de indicadores para la evaluación del ecosistema local, adaptando y sintetizando los modelos antes mencionados, para que además de analizar los ecosistemas, la escala permita hacer comparaciones e intercambiar mejores prácticas entre diferentes regiones de un país o de Latinoamérica (Martínez & Goma, 2019).

Este modelo propone cinco determinantes o pilares claves que deben considerar todos los ecosistemas de emprendimientos dinámicos: ambiente regulatorio, infraestructura de soporte, acceso a capital, recurso humano y Cultura de cada región.

4.2.6.8. Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento (Icsed-Prodem)

Kantis, et al. (2014), en el informe del PRODEM, afirma que la creación de nuevos negocios es resultado que en sus distintas etapas es influenciado por diversos factores económicos, sociales y culturales, por lo que el modelo es sistemático y diverso basado en 10 dimensiones que influyen en la calidad y cantidad de empresas nuevas que se crean, además, identifica factores estructurales específicos que son importantes en los países latinoamericanos, la primera es el *capital humano emprendedor*, es decir, individuos que puedan crear una propuesta de valor fuerte.

La *cultura*, que abarca valores y creencias, *condiciones sociales* donde las personas se forman y el *sistema educativo* son factores que influyen el proceso de nacimiento de emprendedores, posteriormente las empresas en las que trabajen terminan su camino de formación. Este modelo también toma en cuenta los factores que inciden sobre las oportunidades de negocio que surgen en el entorno como las *condiciones de la demanda* respecto al dinamismo y tamaño de mercado, la *estructura empresarial* y la *Plataforma de ciencia y tecnología para la innovación*.

Para que las ideas de negocio se materialicen en proyectos reales, los emprendedores además de tener habilidades y capacidades, necesitan tener acceso a *financiamiento* apropiado en todas las etapas de emprendimiento, un entorno que facilite el networking y colaboración entre los actores que componen el *capital social* de la localidad para acceder a recursos que fomenten el emprendimiento, y, por último, las *políticas y regulaciones* en el ámbito de permisos e impuestos que incentiven a las personas a crear sus propios negocios y hacerlos crecer (pp. 24–27).

4.2.7. Mapeo de Actores Clave

4.2.7.1. Definición

De acuerdo a Tapella (2007) el mapeo de actores claves (MAC) o sociogramas supone la utilización de esquemas que reflejen realidades sociales, para comprenderla lo mejor posible y plantear estrategias de cambio para transformar la realidad, consiste en comprender las acciones, objetivos y perspectivas a futuro de los actores potenciales de la región, por lo que es importante determinar las funciones y poderes más importantes de cada actor.

El MAC es una herramienta ampliamente conocida y relacionada a la teoría de redes sociales, basada en la noción de que la realidad se puede analizar a partir de las estructuras sociales que se forman entre los agentes e instituciones sociales de diversos tipos (p. 2).

“El mapeo de actores permite conocer las alianzas, los conflictos, los portavoces autorizados, y, por ende, permite seleccionar mejor los actores a los que se deba dirigir en tal o cual momento”. (pp. 3, 4)

4.2.7.2. ¿Qué es un Actor Social?

Continuando con la línea de pensamiento de Tapella (2007), para entender el MAC hay que comprender que los actores sociales pueden hacer referencia a personas, organizaciones o grupos que poseen recursos, experiencia e información, que están interesados en un proyecto específico y que ejercen una influencia positiva o negativa que incide en el resultado final de una situación o que son afectados por el desarrollo de ciertas actividades.

4.2.7.3. Modelos de Referencia para hacer el Mapeo de Actores Clave

4.2.7.3.1. Marco de Referencia del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT)

El fenómeno de la innovación se puede observar y medir en todo el mundo a través de indicadores como el gasto en I+D, número de publicaciones, patentes registradas, etc, y generalmente suele estar localizada en puntos conocidos como centros de innovación, entre los que destacan Silicon Valley, Seúl, Suiza y Greater Boston (Budden & Murray, 2019).

Además, el “espíritu empresarial” es otro fenómeno observable, que puede ser medido con el número de nuevas empresas comerciales puestas en marcha, los puestos de trabajo creados por empresas jóvenes, financiamiento de capital de riesgo, etc. Y aunque este fenómeno es más

generalizado, sigue concentrándose en los mismos puntos críticos, en donde se encuentra un “ecosistema de innovación” (Budden & Murray, 2019).

Schrank & Whitford (2011) describen dicho ecosistema como *“caracterizado por una red de actores conectados e interdependientes que tienen una variedad de vínculos, de formales a informales y de débiles a fuertes, dentro de un área geográficamente próxima”*.

De vez en cuando estos ecosistemas presentan una estructura jerárquica que visibiliza diversas dinámicas de poder y de cantidad de recursos disponibles, sin embargo, estas deben modificarse para que se formen relaciones que permitan tener una red de apoyo más fuerte, conectada y mayor cantidad de recursos para compartir, pero aún más importante para un ecosistema de innovación exitoso, es la acción colectiva que fomenta la cohesión social (Budden & Murray, 2019).

Con lo anterior expuesto, es importante entender cuál es rol que cumple cada parte interesada para tener una visión más puntual sobre sus contribuciones, y así construir ecosistemas de innovación más rápido adoptando un enfoque más sistemático que brinden mayor probabilidad de éxito (Budden & Murray, 2019).

¿Qué Stakeholders se requieren para la construcción de Ecosistemas de Innovación? Según la investigación del MIT, “existen cinco partes interesadas clave fundamentales para el éxito de la mayoría de los esfuerzos en la creación de ecosistemas de innovación y para el posterior crecimiento y aceleración del espíritu empresarial impulsado por la innovación en el ecosistema” (Budden & Murray, 2019, p. 6).

Más allá del modelo de “triple hélice” y sin dejar de lado actores como sindicatos, medios de comunicación, o público en general, los actores de estas cinco dimensiones son los que se mostraban globalmente con el fin de promover ecosistemas de innovación (Budden & Murray, 2019).

De acuerdo al artículo del MIT de Budden & Murray, (2019), las cinco partes interesadas en los ecosistemas emprendedores impulsados por innovación son las siguientes: Emprendedor, Universidad, Capital de riesgo, Gobierno Corporativo.

Figura 4
Stakeholders de un ecosistema de innovación



Fuente: (Budden & Murray, 2019)

Emprendedores: los emprendedores y el espíritu empresarial son fenómenos generalizados, pero, en los tipos de ecosistemas de innovación que caracterizan al Gran Boston, Silicon Valley, Israel, Londres, Shenzhen y más allá, enfatizamos los tipos particulares que aprovechan la innovación y, por lo tanto, encuentran y hacen crecer un tipo particular de empresa de nueva creación: la empresa impulsada por la innovación (IDE). A diferencia de la mayor parte de PYMES, estas empresas emergentes de IDE se forman con la intención explícita de crear una ventaja competitiva basada en nuevas innovaciones (que pueden tener su origen en conocimientos científicos, cambios técnicos, nuevos modelos de negocio, cadenas de suministro, etc.), para crecer rápidamente y escalar mucho más allá de los mercados locales, y aspirar a un crecimiento significativo (p. 8).

Capital de riesgo: los proveedores de capital de riesgo son partes interesadas necesarias, pero no suficientes, en el ecosistema de innovación. Por lo tanto, es esencial que participen en las actividades de creación de estos ecosistemas, aunque es fundamental enfatizar que su compromiso debe ser más que su presencia en el ecosistema como financiadores (p. 9).

Universidades: algunas universidades tienen un papel emblemático en el surgimiento y desarrollo de algunos de los ecosistemas de innovación más poderosos. El Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) y Harvard, por ejemplo, han desempeñado un rol fundamental y complementario en el surgimiento del ecosistema del Gran Boston, pues su enfoque de recursos,

infraestructura, enseñanza, redes, centros de emprendimiento, actores y contexto de emprendimiento han permitido que actualmente sea reconocido como uno de los centros de innovación global más activos, el MIT, por ejemplo, potencia las inversiones a través de la investigación de alto impacto práctico y la búsqueda meritocrática de los mejores estudiantes que desarrollen sus propias empresas a partir de ahí, además, su infraestructura busca la interdisciplinariedad y el contacto la sociedad mediante el programa de incubación al aire libre y sus centros de emprendimiento mientras que Harvard ofrece una experiencia de aprendizaje de primer nivel pues al contar con uno de los fondos universitarios más grandes del mundo sus centros de investigación y laboratorios reciben millones de fondos destinados al desarrollo de la innovación (Boruck et al., 2021).

Ampliando el punto anterior sobre el rol fundamental que han jugado las universidades en el desarrollo de ecosistemas, tenemos el caso de Silicon Valley, donde de acuerdo a Gold (2018) las universidades Berkeley y Stanford fueron fuentes clave para la evolución del mismo, ya que atraían el talento, capital y tecnología a un ecosistema efervescente donde continuamente se desarrollan nuevas ideas que muy rápidamente toman la forma de una nueva empresa. Este ecosistema empieza a formarse a mediados del siglo XIX, cuando Berkeley tomó la iniciativa en la creación de proyectos conjuntos con el gobierno, mientras Stanford tomó la iniciativa con la industria. Esto logró que las universidades se comprometieran de forma activa con los sectores público y privado, y, posteriormente formalizaran la colaboración entre el gobierno y la industria. El desarrollo y/o comercialización de telefonía, tecnología electrónica, nuclear e informática jugaron un papel clave en esta etapa (Angel, 1991).

El ecosistema siguió evolucionando hasta que se formó un conjunto crítico de académicos y empresarios con ideas afines, logrando el establecimiento acelerado de empresas nuevas; públicas, privadas y académicas, incluyendo empresas emergentes, laboratorios nacionales y centros de investigación interdisciplinarios, es en este contexto que nacen formatos novedosos como el capital de riesgo y los parques de investigación universitarios. Con el tiempo, las empresas que se sintieron atraídas a establecerse ahí fueron las enfocadas en investigación o las grandes empresas que deseaban acceder a recursos académicos y que a la larga abrieron sus centros de I+D ahí.

Actualmente, Silicon Valley alberga algunas de las corporaciones más grandes del mundo y miles de empresas emergentes en nuevas industrias, enfrenta nuevas demandas y los distintos agentes del ecosistema deben reconstruir sus roles y adaptarse a los nuevos retos rápidamente. (Pique et al., 2018)

Incluso en lugares donde inicialmente las universidades eran jugadores un poco menos prominentes, como en Israel, Londres, Nueva York o Singapur, la universidad sigue siendo una parte interesada crítica, por ejemplo, en Israel, el enfoque en inversión en I+D y educación en áreas de conocimiento claves en investigación científica y desarrollo de tecnología, ha logrado que en los últimos la Universidad Hebrea de Jerusalén, el Instituto Tecnológico Technion de Israel y la Universidad de Tel Aviv, formen parte de la lista de las 100 universidades del mundo que más patentes han registrado, además, su sistema educativo forma talento humano creativo, calificado, emprendedor y multicultural que desarrolla innovación y productos de investigación adoptados en todo el mundo y todos los sectores. (Taylor 2016).

Si bien están representadas como una sola parte interesada, las universidades se diferencian ampliamente y brindan una variedad de conocimientos y actividades diferentes para el ecosistema de innovación y deben desempeñar, como ha argumentado Florida, un papel multifacético (2014) proporcionando: ideas novedosas con bases científicas y técnicas, educación empresarial, instalaciones especializadas, etc. Al igual que otras grandes organizaciones, las universidades se relacionan de muchas formas con otros actores del ecosistema de innovación. (p. 10)

Más allá de interactuar con una variedad de actores dentro de una sola universidad, también puede ser fundamental interactuar con una variedad de universidades en un ecosistema, especialmente cuando estas son muy distintivas en su ventaja comparativa en investigación, en su enfoque en educación versus investigación, o en su interacción con las corporaciones para diferentes propósitos. (p. 10)

Grandes corporaciones: las grandes empresas corporativas se ven cada vez más como 'globales' o 'multinacionales' y menos conectadas con regiones específicas, incluidos los ecosistemas de innovación locales. Tradicionalmente, solo aquellas Empresas que se han considerado a sí mismas como un ancla nacional han jugado un papel en su región, pero, incluso en ese papel, el surgimiento del ecosistema de innovación no ha estado necesariamente en el centro de su actividad. Sin embargo, las corporaciones globales, así como aquellas que son campeonas

nacionales, se han interesado cada vez más en su papel para aprovechar los ecosistemas de innovación (p. 11).

Las grandes corporaciones pueden llegar a desempeñar un importante rol en el ecosistema, pueden contribuir otorgando capital de riesgo corporativo, desarrollar el talento en el trabajo, prestar sus instalaciones como laboratorios y bancos de pruebas que promuevan la innovación abierta en la región, además de contar con poder de convocatoria y de motivación (p. 11) .

Gobierno: a pesar de que los gobiernos a menudo son controvertidos en su papel en la construcción de ecosistemas, su participación en el desarrollo deliberado de ecosistemas es fundamental. Para decirlo de otra manera, los gobiernos deben participar en la construcción de ecosistemas, aunque no necesariamente sean los líderes de tales actividades. Y si bien los gobiernos no han sido ampliamente considerados como nodos clave en las redes sociales de los ecosistemas de innovación, su presencia e interacción continua con diferentes organizaciones e individuos puede ser fundamental para dar forma a reglas y normas apropiadas dentro de las redes de ecosistemas. (p. 12)

Otros jugadores clave: Habiendo identificado las cinco partes interesadas principales en un ecosistema de innovación, es útil identificar otros actores que jueguen un papel dentro del complejo ecosistema, al igual que en el mundo natural, y que podrían estar involucrados en la construcción del ecosistema. (p. 13)

Estos no justifican estar entre las cinco partes interesadas esenciales del Marco, pero pueden incluirse dentro de él, dependiendo de las circunstancias particulares de la región: estos podrían incluir:

- "Proveedores de servicios" especializados como contadores, consultores y abogados que apoyan a las empresas emergentes a agregar valor a un ecosistema existente: como tales, los ubicaríamos, junto con otras organizaciones incorporadas, cerca de la parte interesada corporativa, justo dentro del círculo (en el espacio representado abajo, por el triángulo del lado derecho). (p. 13)

- También se puede considerar que las organizaciones no gubernamentales (ONG) y las 'organizaciones cuasigubernamentales' ('quangos') desempeñan un papel de apoyo, aunque a veces secundario: en el espacio representado por otro de los triángulos

anteriores, pueden incluir una variedad de actores que pretenden participar en el Gobierno, es decir, en los partidos políticos. (p. 13)

- Ciertas instituciones financieras y bancos suelen adquirir un rol híbrido, en el que son tanto una gran empresa como un proveedor de capital de riesgo: pueden ser poderosos contribuyentes (u obstáculos) para un ecosistema de innovación, y podrían participar y en algunas formas representan a ambos grupos de partes interesadas. (p. 13)

- Entre otros actores clave del ecosistema, encontramos aceleradoras, lugares de trabajo conjunto o 'sandboxes' – pueden ubicarse dentro del círculo, pero a menudo están patrocinados por uno (o más) de los cinco interesados clave, por lo que deben ubicarse cerca de ellos. Por ejemplo, un acelerador financiado por el estado podría colocarse cerca de la parte interesada del gobierno, pero justo dentro del círculo, para respetar su semiautonomía y el hecho de que pretende involucrar a una variedad de otras partes interesadas dentro del círculo del ecosistema. (p. 13)

Prácticas y estrategias para implementar procesos de innovación abierta.

Existen diversas prácticas que se pueden ejecutar para implementar procesos de innovación abierta, en el caso de las ciudades lo más conveniente parece ser la colaboración entre los agentes de innovación y emprendimiento de la localidad y los ciudadanos que serán los usuarios de los servicios creados.

Respecto a las estrategias, pueden ser de diferentes tipos como lanzar retos que atraigan a emprendedores innovadores o crear plataformas para la compartición de datos públicos, pero de acuerdo a Isenberg (2011) y Escobar & Cadena (2012), para fomentar el espíritu empresarial y crear un ecosistema ideal y propio del entorno hay algunas posibles estrategias que se pueden seguir, tales como:

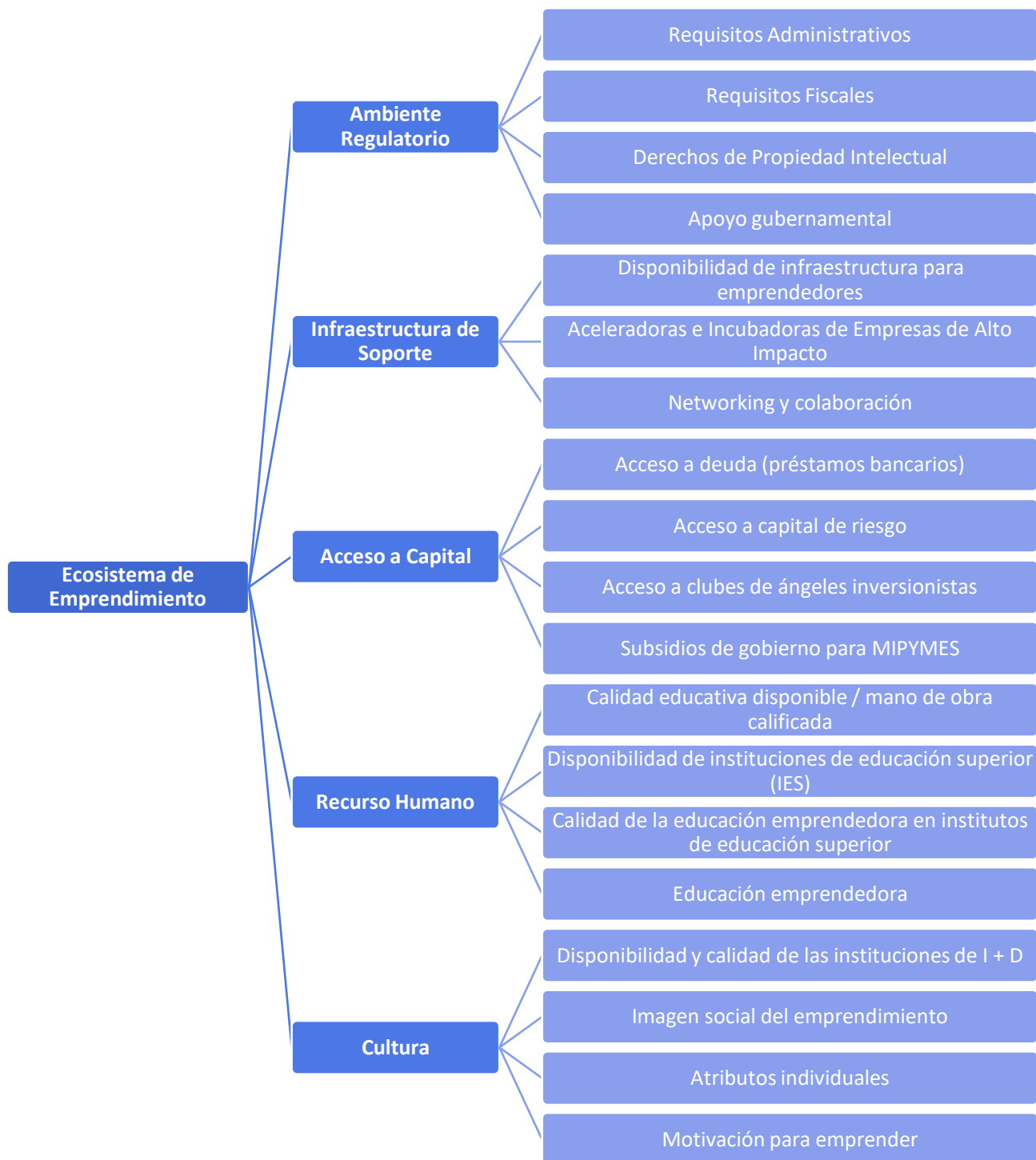
- Asignar una mayor prioridad pública al desarrollo del espíritu empresarial.
- Mejorar el enfoque de las políticas públicas de emprendimiento.
- Crear el ecosistema local a partir de las condiciones existentes.
- Mayor nivel de involucramiento del sector privado.
- Desarrollo de una cultura emprendedora mediante la difusión de casos de éxito locales y promoviendo una buena imagen de los emprendedores.

- Articular a las instituciones de soporte para lograr un acompañamiento efectivo.
- Generar espacios de acercamiento a los mercados.
- Desarrollar oportunidades de financiamiento en todas las etapas emprendedoras.

Esquematización de variables

En este estudio las variables a medir serán el ambiente regulatorio, la infraestructura de soporte, acceso a capital, recurso humano y cultura.

Figura 5
Esquematización de variables del proyecto



4.3. Conceptos Claves

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

Ángeles inversionistas: personas sin relación directa con el emprendedor que actúan en su representación para invertir capital en una idea de negocio con potencial de crecimiento e innovación.

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

Capital de riesgo: aportación temporal de recursos de terceros al patrimonio de la empresa.

Consolidación: fase de madurez en que la empresa adquiere clientes frecuentes que promueven la imagen de la organización.

Crecimiento: momento que se caracteriza por el aumento de ganancias y número de clientes.

Derechos de autor: derecho legal que posee el creador sobre su trabajo original.

Diseño: fase inicial en que se concibe la idea y plan de negocios.

Ecosistema: conjunto de especies de un área determinada que interactúan entre ellas y con su ambiente. Empresarialmente es la frase que expresa el medio que rodea a la empresa y las interacciones.

Ecosistema emprendedor: Entorno económico empresarial de la Red que enmarca el carácter innovador y emprendedor de la región, los agentes económicos, empresariales y públicos.

Emprendedor: persona que identifica una oportunidad de negocio, necesidad de un producto o servicio o simplemente quiere empezar un proyecto por su propio entusiasmo.

Emprendimiento: capacidad de diseñar una idea y, con base en ella, implementar un proyecto a través de la identificación de oportunidades.

Emprendimiento dinámico: Aquél nuevo o reciente proyecto empresarial que tiene un potencial realizable de crecimiento gracias a una ventaja competitiva - tecnológica o no - como para al menos convertirse en una mediana empresa, es decir, que opera bajo una lógica de

acumulación generando ingresos muy por encima de los niveles de subsistencia del propietario que son reinvertidos en el desarrollo del emprendimiento y que crece muy por encima de la media de su sector.

También conocidas como “gacelas”. Es una empresa que después de facturar alrededor de US\$100.000 el primer año de operación, logra alcanzar tasas de crecimiento sostenidas de 35% (como mínimo) en la facturación anual durante los primeros 5-6 años.

Empresario: individuo que establece los objetivos y propósitos estratégicos para cumplir metas específicas dentro de alguna organización; éstas progresivamente incrementarán la ventaja competitiva y permitirán el crecimiento de la misma.

Entorno social: condiciones laborales, económicas y académicas que determinan la calidad de vida de los individuos en una comunidad determinada.

Expansión: momento en que la organización busca incorporarse a nuevos mercados y canales de distribución, así como introducir productos o servicios nuevos o diferentes a los que ofrece.

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

Financiamiento para emprendedores: La disponibilidad de recursos financieros (capital y deuda) para pequeñas y medianas empresas (PYMES) (incluidas subvenciones y subsidios).

Habilidades gerenciales: destrezas que ayudan a organizar, dirigir o administrar un proyecto.

Incubadora de negocios: Organización que apoya el proceso emprendedor ayudando a incrementar las tasas de supervivencia de compañías de reciente creación a través de un menú especializado de servicios tales como espacios de oficina, consultoría en planes de negocio, servicios administrativos, servicios de propiedad intelectual, coaching de negocios, entre otros.

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

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

Innovación: creación de nuevos procesos, descubrimiento de recursos, explotación de nuevos mercados y transformación de la forma en que las empresas se organizan y hacen negocios.

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

Inversionista: individuo u organización que aporta capital a socios o emprendedores para desarrollar un proyecto.

Lanzamiento o start-up: constitución legal de la organización. Compañía de reciente creación, de entre 1 y 12 meses de existencia.

Madurez: etapa en que la empresa, orillada por factores financieros, elige entre la continuación de estrategias de expansión o el cierre.

Marca registrada: palabra, nombre o símbolo que sea usada comercialmente para identificar los productos de una empresa.

Modelo de negocio: forma en que opera una empresa (estrategia e implementación) que le permite generar ingresos, brindar valor al cliente y desarrollarse de una manera socialmente responsable.

Networking: Es la práctica de acceder a terceras personas (no pertenecientes a los círculos familiares o de amistades más cercanas) con el fin de iniciar algún tipo de relación de negocios o de intercambio de conocimiento.

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

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.

Políticas gubernamentales: La medida en que las políticas públicas apoyan el emprendimiento. Este EFC tiene dos componentes: a) El espíritu empresarial como un tema

económico relevante y b) Los impuestos o las regulaciones fomentan la creación y crecimiento de empresas nuevas.

Potenciadora de negocios: También llamada aceleradora de negocios. Organización cuyo foco es incrementar significativamente (potenciar) el valor de una compañía o start up para convertirla en una empresa de alto crecimiento (empresa dinámica) y donde por lo tanto hay promesas explícitas respecto a resultados empresariales concretos (tales como incrementos en venta o contar con recursos de inversión) a obtenerse mediante una combinación de esfuerzos de los emprendedores y del propio staff de la potenciadora.

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

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

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

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

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

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

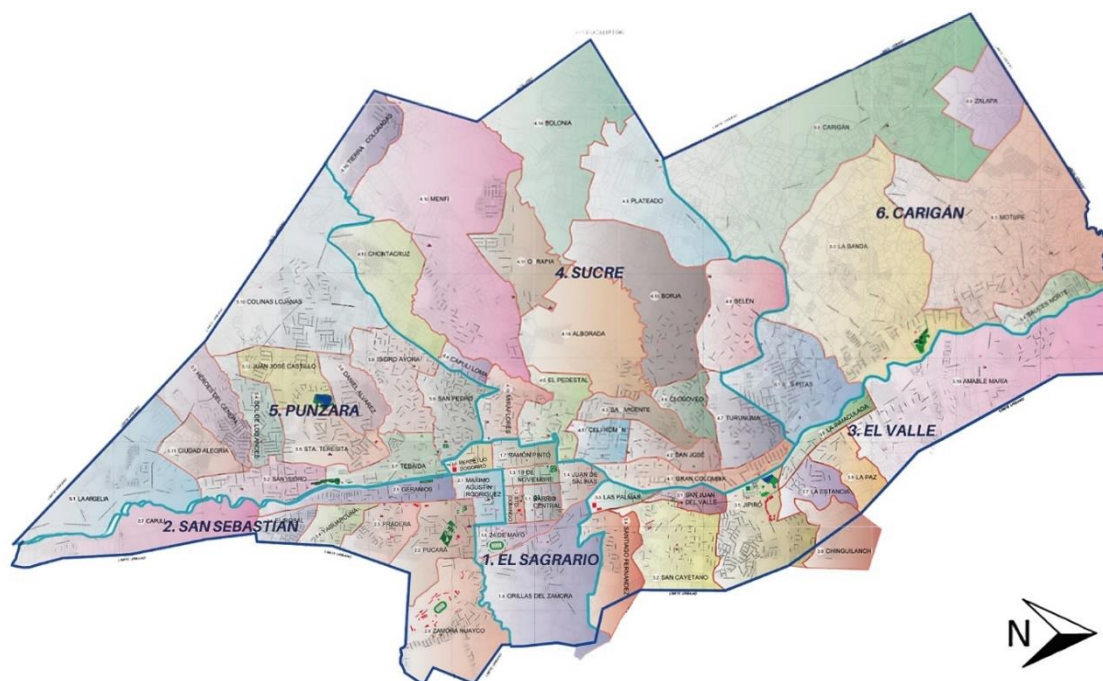
5. Metodología

5.1. Área de estudio

La presente investigación se llevó a cabo en la República del Ecuador, provincia de Loja, enfocándose en la ciudad de Loja, a los emprendimientos y negocios de los diferentes barrios dentro de sus 6 parroquias urbanas: El Sagrario, Sucre, El Valle, San Sebastián, Punzara y Carigán, se encuentra geográficamente ubicado en 9501249 y 9594638 de latitud Sur, y 661421 y 711075 de longitud Oeste.

Figura 6

Parroquias urbanas de la ciudad de Loja



Fuente: Municipio de Loja

Procedimiento

5.2. Enfoque metodológico

El enfoque de investigación que se aplicó en el presente estudio fue el mixto, pues es el que mejor se adaptó a las necesidades de la investigación, el cuantitativo, que mide los conceptos estudiados a través de las escalas de medición, fue utilizado para analizar de forma estadística en escalas nominales los datos recopilados a través de la encuesta aplicada a los negocios de la ciudad, tales como el rango de edad, año de fundación, número de emprendimientos por sector económico, el número de empleados, etc., y así generar información valiosa, y el cualitativo, que permite

analizar y explicar una situación lo mejor posible, fue útil al momento de describir y caracterizar los emprendimientos, y a las dimensiones del ecosistema emprendedor de la ciudad, especialmente durante la elaboración del mapeo de actores clave.

5.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación se utilizó tres técnicas de recolección de información, para elaborar el diagnóstico y la caracterización del ecosistema emprendedor se recurrió a la *observación directa no participante* para identificar a algunos actores clave del mismo, también se utilizó la *recopilación documental* para poder describir a cada uno de los actores, asimismo, se aplicó la *encuesta* como técnica de recolección de datos a la muestra de 380 emprendimientos, a las 3 Instituciones de Educación Superior y 5 Institutos Tecnológicos Superiores de la ciudad, esta permitió obtener información primaria de los dueños de los negocios sobre sus percepciones de las diferentes condiciones del ecosistema emprendedor, a la vez que se recolectaron opiniones sobre las principales falencias del entorno y se evaluó el programa de emprendimiento de las instituciones de la dimensión de recurso humano, que sirvieron para plantear las posibles estrategias de mejora.

Instrumento

Para obtener la información primaria y elaborar el diagnóstico y caracterización del ecosistema se aplicaron cuestionarios con preguntas abiertas, cerradas y de escala de Likert a los diversos emprendimientos y negocios de la ciudad de forma física en trabajo de campo y de forma virtual mediante un formulario de Google Docs, también se aplicó un cuestionario a profundidad a las universidades e institutos tecnológicos para conocer la infraestructura y nivel de apoyo al emprendimiento, de las instituciones que no estuvieron dispuestas a contestarlo se lo completó a través de revisión documental de la información disponible en internet; además, se recurrió a la recopilación bibliográfica para obtener la información secundaria de las páginas web oficiales de los actores identificados o de notas periodísticas sobre su influencia y las actividades que han realizado los mismos con el fin de fortalecer el ecosistema emprendedor de la ciudad, así fue posible describirlos lo mejor posible.

5.4. Tipo de diseño

Se recurrió a un diseño metodológico no experimental, de tipo descriptivo, dado que se determinó el estado actual de las condiciones que caracterizan al ecosistema emprendedor de la ciudad, también fue de tipo retrospectivo y transversal porque en algunas variables se analizaron los datos sobre hechos ocurridos en el pasado, y en otras sobre el curso actual de los mismos.

5.5.Unidad de estudio

Las poblaciones de estudio de la investigación estuvieron conformadas por las 95 instituciones financieras con sede en la ciudad de Loja, por 3 Instituciones de Educación Superior (IES), 5 Institutos Tecnológicos Superiores (ITS), 17.155 empresas legalmente constituidas según datos del INEC, instituciones gubernamentales como SRI, Municipio, Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, e instituciones de apoyo al emprendedor como Alianza para el emprendimiento e innovación (AEI) y 3 Coworkings de la ciudad.

5.6.Muestra y tamaño de la muestra

En este estudio se utilizaron dos tipos de muestreo para las diferentes poblaciones. En el caso de las instituciones financieras, IES, ITS, instituciones gubernamentales y dirigentes de instituciones de apoyo al emprendedor se aplicó el muestreo no probabilístico por criterio, ya que fueron poblaciones pequeñas y en los casos que fueron necesarios se les solicitó a los dirigentes de las organizaciones que formen parte del estudio.

En el caso de las empresas legalmente constituidas se aplicó un muestreo probabilístico cuyo tamaño se obtuvo tras aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

N = tamaño de la población = 17.155 empresas

Z = valor de Z crítico, distribución normalizada = 1,96

E = margen de error = 5%

p = proporción de aceptación deseada = 50%

q = proporción de rechazo = 50%

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)(17155)}{0,05^2(17155 - 1) + 1,96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 376$$

Una vez obtenido el tamaño de la muestra con un valor de 376 empresas (aunque al final se aplicaron 380), se procedió a distribuir la muestra por estratos, bajo el planteamiento de seleccionar aleatoriamente, en cada estrato, un número específico de elementos correspondiente a la proporción del mismo en relación con la población completa, ya que, de acuerdo a Levin, et al. (2004) “el muestreo estratificado garantiza que cada elemento de la población tenga posibilidad de ser seleccionado”, de la siguiente forma:

Tamaño de empresa	No de empresas	%	Distribución de la muestra
Pequeña empresa	769	0,05	17
Microempresa	16.186	0,9	355
Mediana Empresa B	56	0,0033	1
Mediana Empresa A	108	0,06	2
Grande Empresa	36	0,0021	1
Total	17.155	1	376

Dado que las microempresas representan cerca del 90% de la muestra poblacional se volvió a distribuir por estratos de sector económico el número de encuestas a aplicar, de acuerdo a los porcentajes de participación de cada sector respecto al total de microempresas.

Tamaño de empresa	Sector económico	No de empresas	%	Distribución de la muestra
Microempresa	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	571	0,0353	13
	Comercio	5.937	0,3668	130
	Construcción	467	0,0289	10
	Explotación de Minas y Canteras	30	0,0019	1
	Industrias Manufactureras	1.554	0,0960	34
	Servicios	7.627	0,4712	167
		16.186	1	355

5.7. Tipos de muestreo

Se distribuyó la muestra por estratos en dos ocasiones, una por tamaño de empresa y luego al sector microempresarial otra vez por sector económico, esto fue necesario para que la información recolectada no estuviera sesgada por la opinión de emprendedores que pertenecieran a un solo sector económico, esta muestra se distribuyó por conveniencia a lo largo de las 6 parroquias urbanas de la ciudad para asegurar que todos pudieran ser elegidos.

5.8. Criterios de inclusión y exclusión

Los criterios de inclusión que se consideraron en la investigación, fueron:

- El número de negocios que se obtuvo como muestra tras aplicar la fórmula.
- El número de negocios por cada parroquia de la ciudad que se obtuvo en la distribución muestral.
- Los negocios más representativos de cada sector económico que se identificaron dentro de cada parroquia.

Mientras, los criterios de exclusión que se consideraron, fueron:

- Todos los negocios que no formaron parte de la muestra obtenida.
- Negocios que se observó eran demasiado pequeños.
- Emprendedores informales y vendedores ambulantes

5.9. Procesamiento y análisis de datos

Para llevar a cabo el diagnóstico del estado actual del ecosistema emprendedor en la ciudad de Loja se llevó a cabo una exhaustiva revisión bibliográfica de todas las dimensiones que articulan un ecosistema emprendedor de acuerdo a las propuestas de diversos autores, así como una observación directa del entorno de la ciudad para identificar quienes son los principales actores del ecosistema, por último, se aplicaron cuestionarios adaptados del “Modelo para el análisis y desarrollo de ecosistemas de emprendimiento en ciudades intermedias de Latinoamérica” de (Martínez & Goma, 2019), basados en preguntas abiertas, cerradas y de escala de Likert para poder medir las percepciones de los diversos agentes que conforman el sistema de emprendimiento local, para el procesamiento de datos se utilizó el programa Excel del paquete Office en el que se realizaron tablas de contingencia, gráficos y figuras, se aplicó el análisis descriptivo y asociativo, para correlacionar variables y caracterizar al conjunto de datos.

6. Resultados

6.1. Resultados Encuesta Diagnóstico del Ecosistema Emprendedor

1. Año fundación empresa

Tabla 1

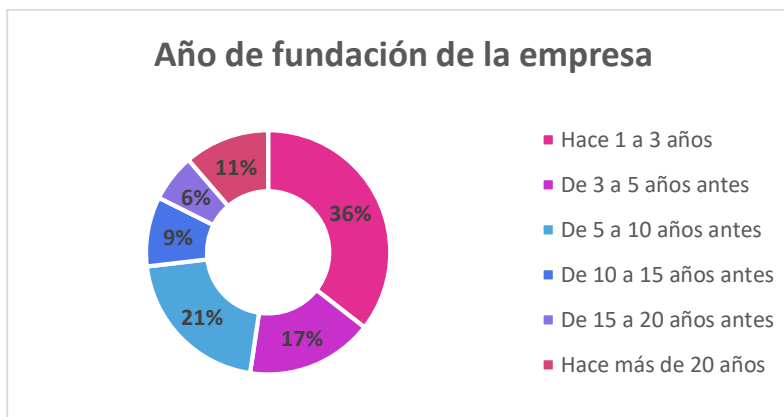
Año de fundación de la empresa

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Hace 1 a 3 años	135	35,53%
De 3 a 5 años antes	64	16,84%
De 5 a 10 años antes	79	20,79%
De 10 a 15 años antes	35	9,21%
De 15 a 20 años antes	24	6,32%
Hace más de 20 años	43	11,32%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 7

Año de fundación de la empresa



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 36% de la población inició su negocio de 1 a 3 años antes, es decir, de 2019 a 2022; y que el 64,47% inició de 3 hasta más de 20 años antes.

Se observa que la mayoría de negocios o emprendimientos de la ciudad se encuentran en la quinta etapa emprendedora denominada "Establecidos" que tienen sostenibilidad en el mercado, de acuerdo a las fases presentadas por el Global Entrepreneurship Monitor "GEM", y que son pocos

los que se encuentran en la cuarta etapa de “Nuevos”, periodo crítico en el que los negocios o bien logran consolidarse o perecen y cierran sus puertas.

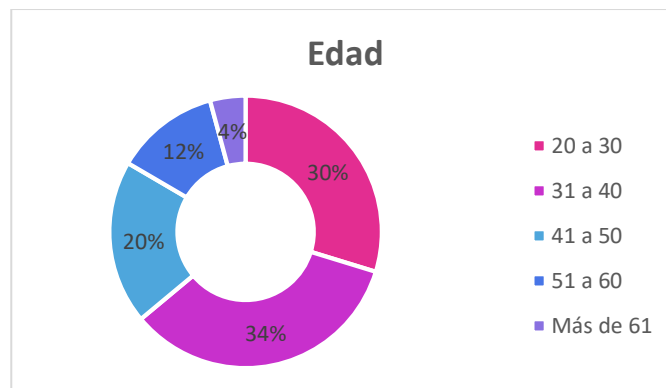
2. Edad

Tabla 2
Edad de los fundadores y gerentes

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
20 a 30	113	29,74%
31 a 40	130	34,21%
41 a 50	74	19,47%
51 a 60	47	12,37%
Más de 61	16	4,21%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 8
Edad de los fundadores y gerentes



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 63,95% de los dirigentes de las organizaciones población de estudio tienen de 20 a 40 años, y que el último 36,05% tiene desde 41 años en adelante.

De forma más específica, al hacer el análisis cruzado con la etapa de emprendimiento, se nota que el 45,95% de los negocios nuevos están dirigidos en su mayoría por personas jóvenes, mientras el 35,10% de los establecidos lo están por personas adultas.

Se observa que la mayoría de emprendimientos de la ciudad están dirigidos de forma predominante por personas dentro de los grupos etarios joven y adulto en edades de 20 a 40 años,

lo que coincide con los estudios a nivel nacional del GEM donde mencionan que más de la mitad de los emprendedores en Ecuador tiene menos de 35 años, y casi un tercio del total tiene entre 25 y 34 años, además el grupo de menor representación en la ciudad son las personas de 51 en adelante.

3. Género

Tabla 3

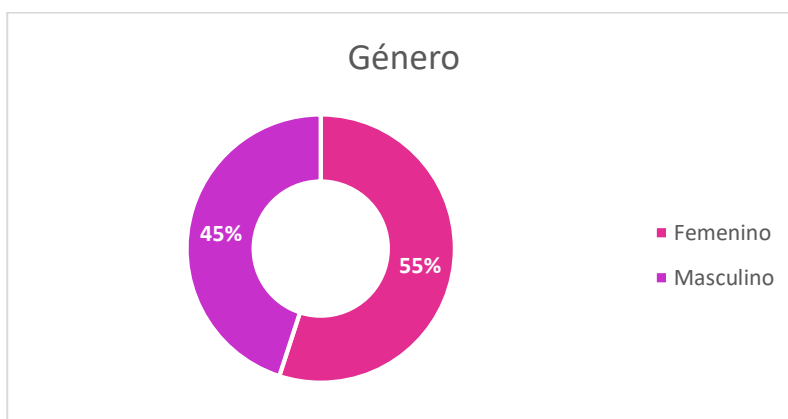
Género de los fundadores y gerentes

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	209	55,00%
Masculino	171	45,00%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 9

Género de los fundadores y gerentes



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que en la ciudad de Loja el 55% de los dirigentes de las organizaciones población de estudio son mujeres, y el 45% son hombres teniendo porcentajes casi parejos. En cuanto a la participación por género en las distintas etapas del emprendimiento, tanto los negocios establecidos como los nuevos están liderados por mujeres.

Se observa que respecto a la distribución por género en la ciudad se sigue así la tendencia a nivel nacional de ligera disparidad proporcional pues en 2019 el total de emprendedores estuvo compuesto por un porcentaje ligeramente mayor de hombres que de mujeres.

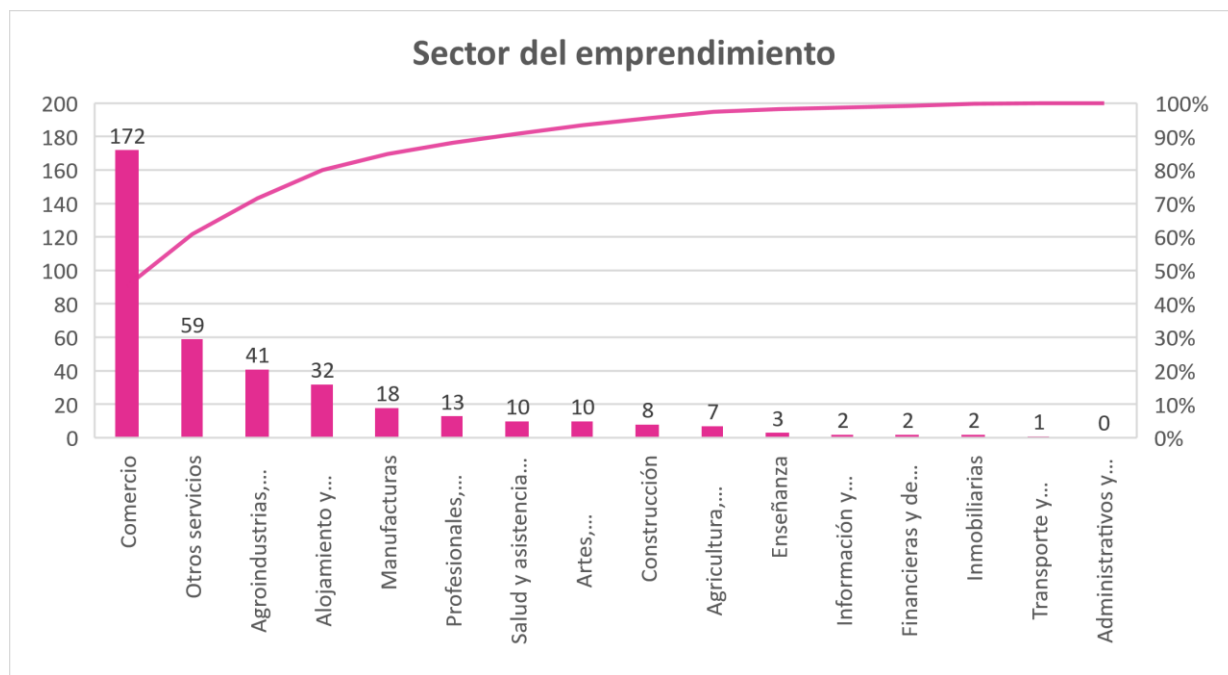
4. Sector al que pertenece su emprendimiento o negocio

Tabla 4
Sector económico del negocio

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura, ganadería, avícola y pesca	7	1,84%
Manufacturas	18	4,74%
Agroindustrias, elaboración de alimentos y bebidas	41	10,79%
Construcción	8	2,11%
Comercio	172	45,26%
Transporte y almacenamiento	1	0,26%
Alojamiento y servicio de comidas	32	8,42%
Información y Comunicación	2	0,53%
Financieras y de seguros	2	0,53%
Inmobiliarias	2	0,53%
Profesionales, científicas y técnicas	13	3,42%
Administrativos y de apoyo	0	0,00%
Enseñanza	3	0,79%
Salud y asistencia social	10	2,63%
Artes, entretenimiento y recreación	10	2,63%
Otros servicios	59	15,53%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 10
Sector económico del negocio



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 45,26% de la población se encuentra dentro del sector comercial; que 37,37% realizan actividades dentro del sector de servicios; y el 17,37% en el sector industrial.

Se observa que la ciudad de Loja es netamente comercial y de servicios con mínimo desarrollo industrial por lo que las personas se inclinan más a la distribución y comercialización de productos que a la transformación de materias prima con valor agregado, la razón de esta falta de fomento industrial es principalmente su ubicación geográfica y su lejanía a los polos nacionales de desarrollo como Quito y Guayaquil que representan amplios mercados para la colocación de productos, haciendo que la escasa oferta de la ciudad se centre en la producción de embutidos, especias, lácteos y azúcar, aunque Diego Lara, presidente de la Cámara de Industrias de Loja señala que también se necesita inversión financiera y una reforma en el área tributaria para que se genere más industria y que las existentes puedan crecer y consolidarse.

5. ¿En qué área está innovando su emprendimiento?

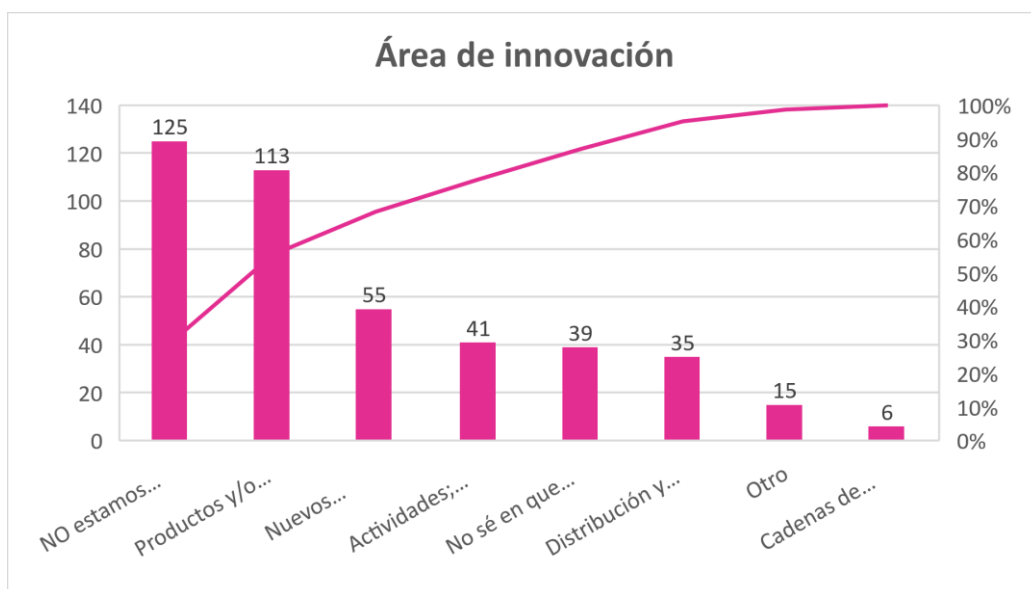
Tabla 5

Área de innovación del negocio o emprendimiento

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Productos y/o servicios innovadores / de valor agregado	113	29,74%
Actividades; procesos claves; Tecnología	41	10,79%
Distribución y comunicación	35	9,21%
Cadenas de suministro	6	1,58%
Nuevos segmentos de clientes	55	14,47%
No sé en qué área	39	10,26%
NO estamos innovando	125	32,89%
Otro	15	3,95%

Fuente: Investigación de campo

Figura 11
Área de innovación del negocio o emprendimiento



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados de esta pregunta de opción múltiple muestran que el 69,74% de la población considera que está innovando en al menos un área de su negocio; y el 43,16% no está innovando en ningún área o no lo saben.

Se observa que la mayoría de los emprendimientos considera que están innovando principalmente al ofrecer productos y/o servicios innovadores o de valor agregado, sin embargo, un alto porcentaje no está innovando en ningún área lo que los hace menos competitivos a largo plazo y no asegura su permanencia en el mercado, esto se debe a que los negocios en la ciudad surgen mayormente por necesidad y se siguen enfocando en sectores tradicionales, su prioridad no es generar soluciones para un mercado nicho, sino seguir las tendencias de mayor generación económica en el corto plazo, lo que hace que la innovación no sea una prioridad del emprendedor al momento de iniciar su negocio, este es un problema no solo a nivel local sino nacional de acuerdo a Ricardo González, gerente de Latinnova.

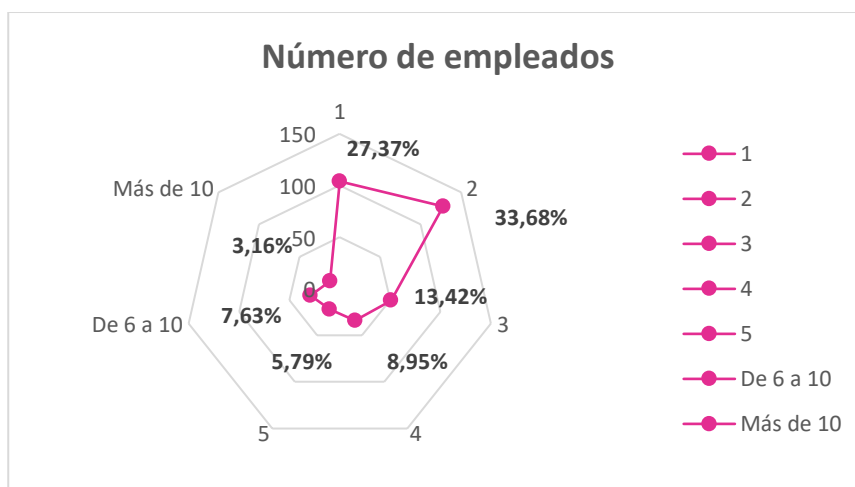
6. Número de personas que laboran o han laborado en su empresa, durante los últimos tres años. (INCLUIR fundador / dueño, NO INCLUIR familiares no remunerados).

Tabla 6
Personas que laboran en el negocio o emprendimiento

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	104	27,37%
2	128	33,68%
3	51	13,42%
4	34	8,95%
5	22	5,79%
De 6 a 10	29	7,63%
Más de 10	12	3,16%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 12
Personas que laboran en el negocio o emprendimiento



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que actualmente en el 27,37% de la población labora una sola persona; que en el 69,47% han laborado de 2 hasta 10 personas en los últimos 3 años; y tan solo el 3,16% ha tenido más de 10 empleados.

Se observa que la mayor parte de los negocios en la ciudad son microempresas de acuerdo a la clasificación por número de empleados, mientras una pequeña parte son negocios unipersonales y un mínimo porcentaje pertenece a la pequeña empresa, que son quienes tienen mayor probabilidad de generar oportunidades de empleo digno en la ciudad, pues de acuerdo al economista Pinzón las pequeñas empresas son las que más crecen y las que más empleo generan ya que están en una etapa de transición a mediana empresa.

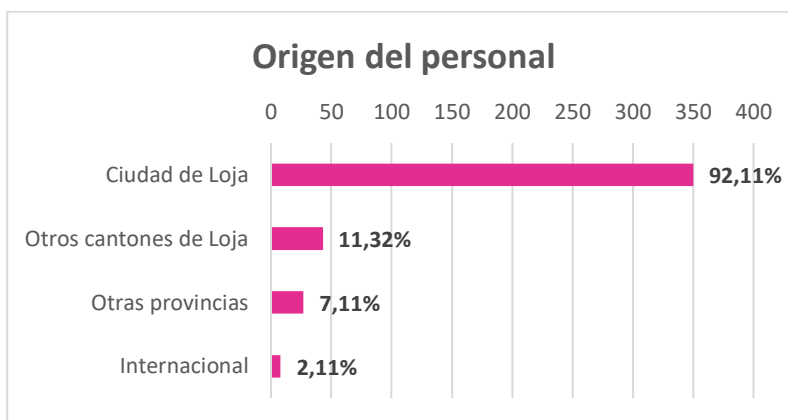
7. Lugares de origen del personal

Tabla 7
Lugar de origen del personal

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Ciudad de Loja	350	92,11%
Otros cantones de Loja	43	11,32%
Otras provincias	27	7,11%
Internacional	8	2,11%

Fuente: Investigación de campo

Figura 13
Lugar de origen del personal



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados de esta pregunta de opción múltiple muestran que el 92,11% del personal de la población es de la ciudad de Loja; el 11,32% es de otros cantones de la provincia; el 7,11% son de otra provincia; y el 2,11% es internacional.

Se observa entonces que son muy pocos negocios los que cuentan con una cultura de diversidad, y que en la mayoría de emprendimientos el personal está conformado por ciudadanos locales, el que una empresa cuente con diferentes tipos de perfiles en su personal, con diversidad de formación y experiencias amplía el espectro de soluciones que se pueden idear a una necesidad y por tanto generar más ideas creativas e innovadoras que una empresa puede desarrollar para volverse más competitivas, y de acuerdo a los resultados una mínima parte de los negocios cuenta con personal de otras provincias y países.

8. Lugar donde vende sus productos o servicios

Tabla 8

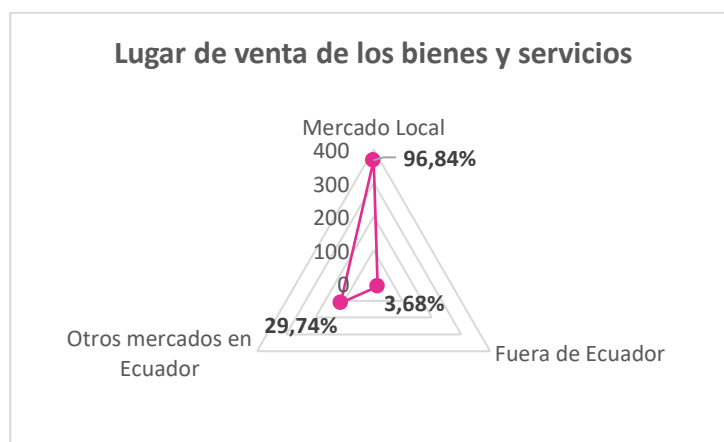
Lugar de venta del bien o servicio

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mercado Local	368	96,84%
Otros mercados en Ecuador	113	29,74%
Fuera de Ecuador	14	3,68%

Fuente: Investigación de campo

Figura 14

Lugar de venta del bien o servicio



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados de esta pregunta de opción múltiple muestran el 96,84% de la población ofrece sus bienes y servicios en el mercado local; el 29,74% también lo hacen en otros mercados en el país; y el 3,68% lo hace internacionalmente, la tabla cruzada con las actividades económicas y sectores productivos muestra que quienes han logrado internacionalizarse son los emprendimientos culturales, que generan contenido artístico y elaboran productos artesanales que preservan las tradiciones de la ciudad.

Se observa que la mayoría de los emprendimientos ofertan sus bienes y servicios solo en la ciudad y muy pocos han logrado expandirse lo suficiente para atender otros mercados a nivel nacional e internacional, por tanto, la gran mayoría de los emprendimientos de la ciudad no son de alto impacto dado este lento crecimiento e impacto.

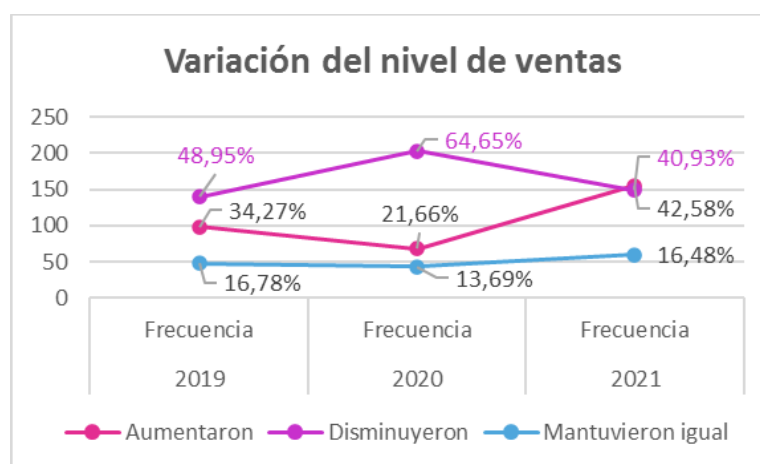
9. ¿Considera que en los últimos 3 años sus ventas han aumentado, disminuido o se mantuvieron igual?

Tabla 9
Aumento o disminución de ventas

Detalle	2019		2020		2021	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Aumentaron	98	34,27%	68	21,66%	155	42,58%
Disminuyeron	140	48,95%	203	64,65%	149	40,93%
Mantuvieron igual	48	16,78%	43	13,69%	60	16,48%
TOTAL	286	100%	314	100%	364	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 15
Aumento o disminución de ventas



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran una tendencia de disminución de ventas de la población, durante los últimos tres años, incluso antes de la emergencia sanitaria del Covid-19, el 48,95% ya había disminuido su volumen de ventas de 2018 a 2019, del año 2019 a 2020 el porcentaje incrementó al 64,65% de disminución, y para el 2021 esta cifra disminuyó al 40,93%. En cuanto al aumento de ventas el 34,27% considera que lo hicieron de 2018 a 2019, para el 2020 aumentaron solo las del 21,66% y al 2021 aumentó un poco a 42,58%.

Estas cifras muestran que la mayoría de negocios no lograron adaptarse inmediatamente al entorno para mantener o incrementar su nivel de ventas, por otro lado, muy pocos negocios lograron innovar e incrementarlas, los negocios se enfrentaron a nuevos retos post pandemia para los que no estuvieron preparados, obligándolos a cambiar su modelo de negocio tradicional a uno que le haga frente a los cambios sistémicos del entorno, principalmente incorporando las nuevas tecnologías en su estrategia comercial, este panorama se repite a nivel nacional, pues según Lasio

(2021), dada la dificultad que han tenido los negocios para adaptar sus operaciones al ámbito remoto o automatizado, el “53 % de quienes generaban ventas han detenido sus actividades. Además, el 84 % de los empresarios ha visto disminuir su flujo de fondos y un 75 % ha disminuido su actividad productiva”.

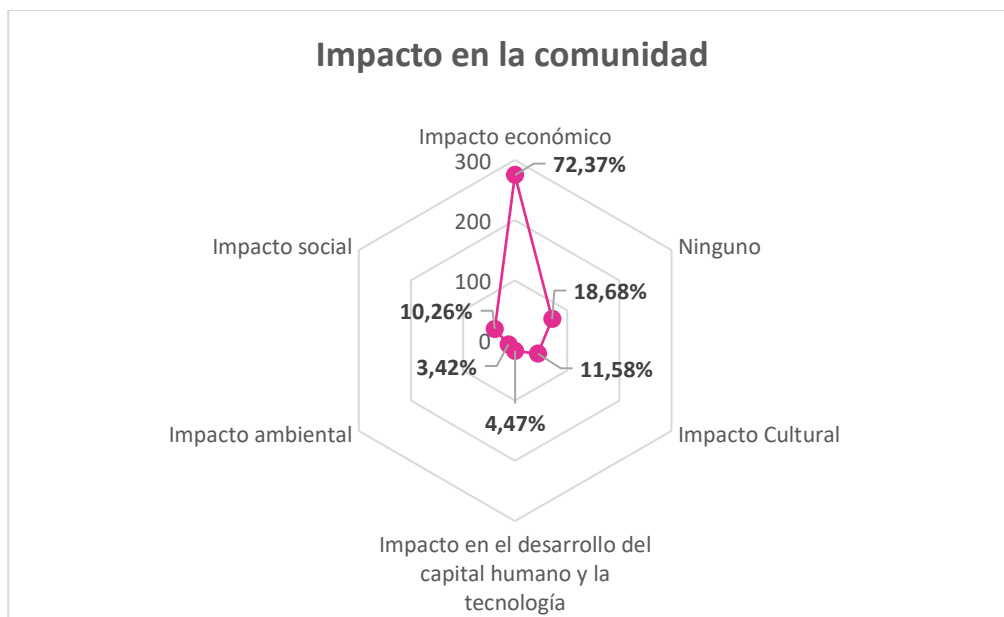
10. ¿Qué tipo de impacto genera su emprendimiento en la comunidad

Tabla 10
Tipo de impacto en la comunidad

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Impacto económico	275	72,37%
Impacto social	39	10,26%
Impacto ambiental	13	3,42%
Impacto en el desarrollo del capital humano y la tecnología	17	4,47%
Impacto Cultural	44	11,58%
Ninguno	71	18,68%

Fuente: Investigación de campo

Figura 16
Tipo de impacto en la comunidad



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados de esta pregunta de opción múltiple muestran que el 72,37% de la población genera un impacto económico en la comunidad, dando empleo y generando ingresos fiscales; y que el 29,74% genera otro tipo impacto ya sea cultural, social,

ambiental, o en el desarrollo de capital humano y de infraestructura tecnológica y, el 18,68% no tiene ningún impacto.

Se observa que la mayor parte de emprendimientos no tiene integrado en su modelo de negocio la sostenibilidad, no van más allá del impacto económico básico o no generan ninguno, y su principal objetivo es simplemente generar ganancias, se desenvuelven en un mercado de océano rojo y por tanto son menos propensos a volverse dinámicos dentro del ecosistema, son pocos los negocios en la ciudad que tienen un componente social integrado en su cultura empresarial.

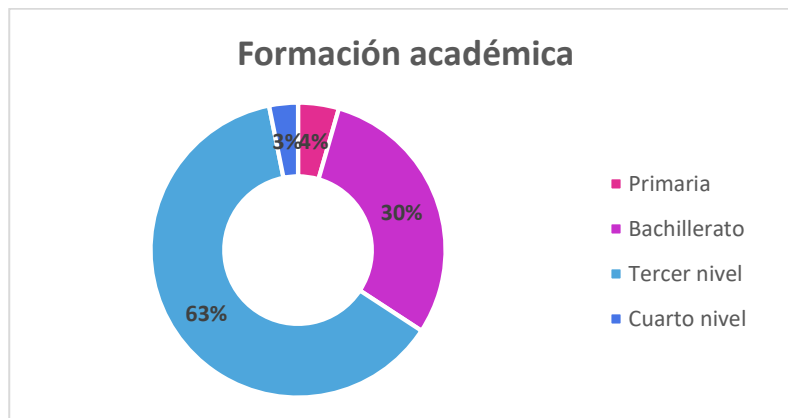
11. Nivel de formación académica

Tabla 11
Nivel de formación académica

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	17	4,47%
Bachillerato	113	29,74%
Tercer nivel	238	62,63%
Cuarto nivel	12	3,16%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 17
Nivel de formación académica



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: El 65,79% de los gerentes, propietarios o fundadores de los negocios poseen educación superior de tercer y cuarto nivel, el 29,74% posee un nivel de educación hasta el bachillerato; y el 4,47% restante alcanzó el nivel primario de educación. Además, la tabla

cruzada con la edad de los dirigentes del negocio evidencia que el rango etario con mayor frecuencia de formación de tercer y cuarto nivel son las personas de 20 a 40 años.

Esta es una fortaleza para el ecosistema emprendedor de la ciudad, pues, aunque no es una relación causal, sí existe una correlación entre el nivel de educación y la actividad emprendedora, mostrando así, que la mayoría de la población de la ciudad está más preparada para dirigir un negocio y predispuesta a educarse continuamente, lo que incrementa la probabilidad de éxito del emprendimiento, mientras son pocas las personas con menor nivel educativo, que podrían tener algunas complicaciones al momento de manejar el negocio.

12. Posición actual en el emprendimiento o negocio

Tabla 12

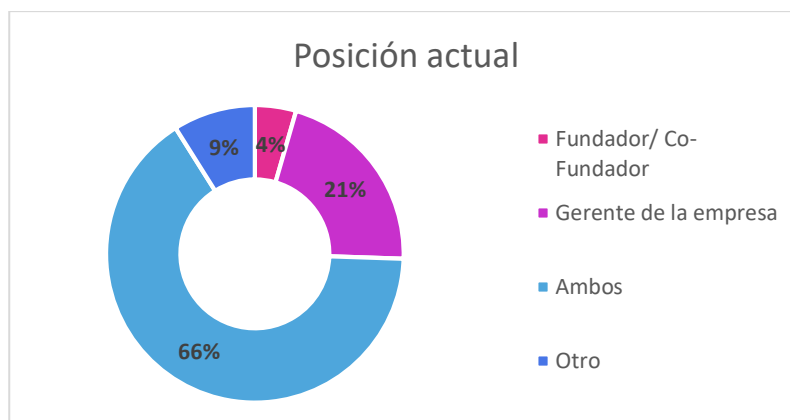
Posición actual en el emprendimiento o negocio

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Fundador/ Co-Fundador	17	4,47%
Gerente de la empresa	80	21,05%
Ambos	249	65,53%
Otro	34	8,95%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 18

Posición actual en el emprendimiento o negocio



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 66% de la población son tanto fundadores como gerentes del negocio, el 21% solo es gerente de la empresa, el 4% solo es fundador o cofundador, y el 9% ocupa otras posiciones en el negocio, como contadoras, presidentes de compañía, etc.

Se observa que la mayoría de negocios son unipersonales o familiares porque quien inició el negocio también ejerce como gerente y realiza las actividades de casi todas las áreas administrativas de una empresa, son pocas las empresas que han contratado personal profesional adicional para ejecutar las tareas administrativas y operativas.

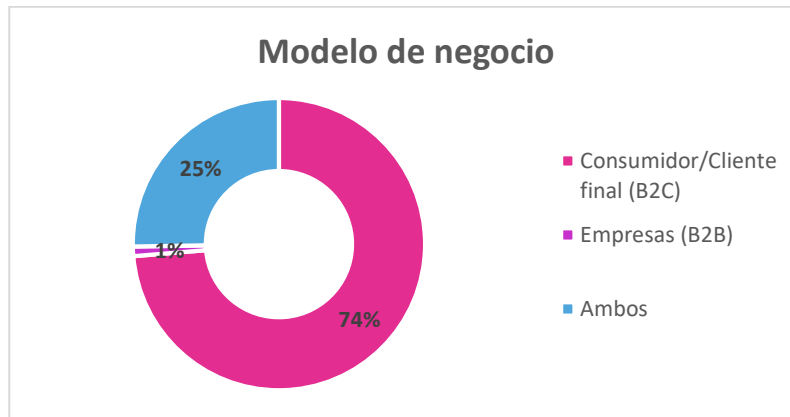
13. ¿A quién vende su producto o servicio?

Tabla 13
Modelo de negocio

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Consumidor/Cliente final (B2C)	280	73,68%
Empresas (B2B)	4	1,05%
Ambos	96	25,26%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 19
Modelo de negocio



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 74% de la población vende directamente a consumidor final, el 25% vende tanto a empresas como a cliente final; y el 1% distribuye u ofrece sus servicios exclusivamente a otros negocios para su venta al cliente final.

Se observa que la mayoría de emprendimientos aún son pequeños y tienen un modelo de negocio B2C, cuyo volumen de producción, comercialización o capacidad aún es bajo como para dar el siguiente paso y convertirse en distribuidor o para ofrecer sus servicios a otras empresas, que es cuando se genera mayor desarrollo, por lo que son pocas las empresas que tienen un modelo de negocio doble B2C y B2B.

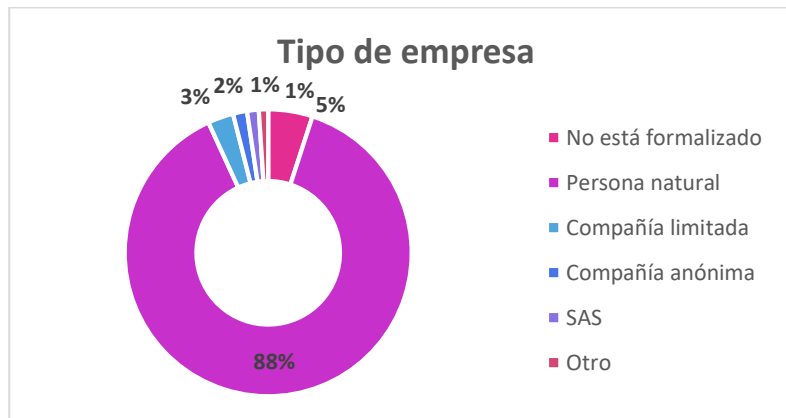
14. Su emprendimiento o negocio está constituido como:

Tabla 14
Tipo de empresa

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
No está formalizado	19	5,00%
Persona natural	335	88,16%
Compañía limitada	11	2,89%
Compañía anónima	6	1,58%
SAS	5	1,32%
Otro	4	1,05%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 20
Tipo de empresa



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 88,16% de la población tiene un negocio constituido como persona natural; y que el 6,8% está constituida como persona jurídica bajo denominación de compañía limitada, anónima, SAS u otros; y el 5% aún no está formalizado.

Se observa que la mayoría de los emprendedores inicia sus actividades económicas como persona natural, y que muy pocas personas deciden formalizar su negocio bajo personería jurídica, aun cuando la nueva legislación sobre emprendimiento ofrece una nueva alternativa para formalizar el negocio bajo personería jurídica de forma sencilla y con mayores beneficios.

AMBIENTE REGULATORIO, INFRAESTRUCTURA, CULTURA

15. ¿Cuántas veces ha iniciado un nuevo negocio?

Tabla 15

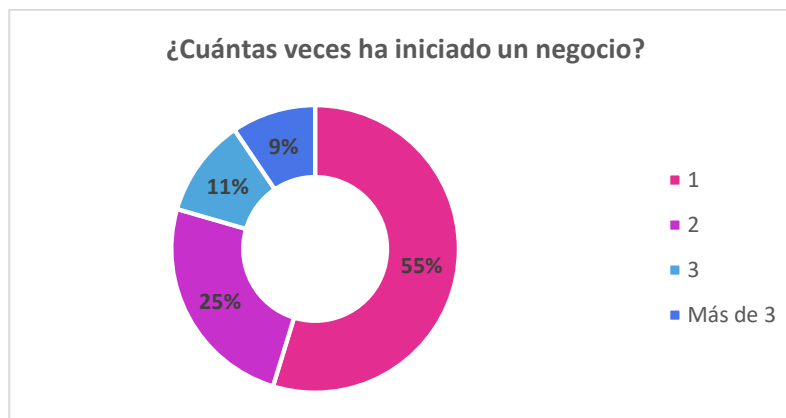
Número de veces que han iniciado un negocio

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	208	54,74%
2	94	24,74%
3	42	11,05%
Más de 3	36	9,47%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 21

Número de veces que han iniciado un negocio



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 55% de la población ha iniciado un negocio una sola vez; el 45,26% tiene al menos 2 experiencias iniciando nuevos negocios. Al realizar una tabla cruzada con los rangos de edad, se observa que el 36,11% de quienes han iniciado un negocio más de 3 veces son las personas de 31 a 40 años.

Se observa una distribución pareja entre quienes han iniciado un negocio por primera vez y quienes lo ha hecho dos o más veces, por lo que la primera mitad no cuenta con la experiencia necesaria para administrarlo mientras la segunda al haber aprendido de experiencias anteriores puede mejorar cada vez y hacer que sus nuevos negocios sean sostenibles.

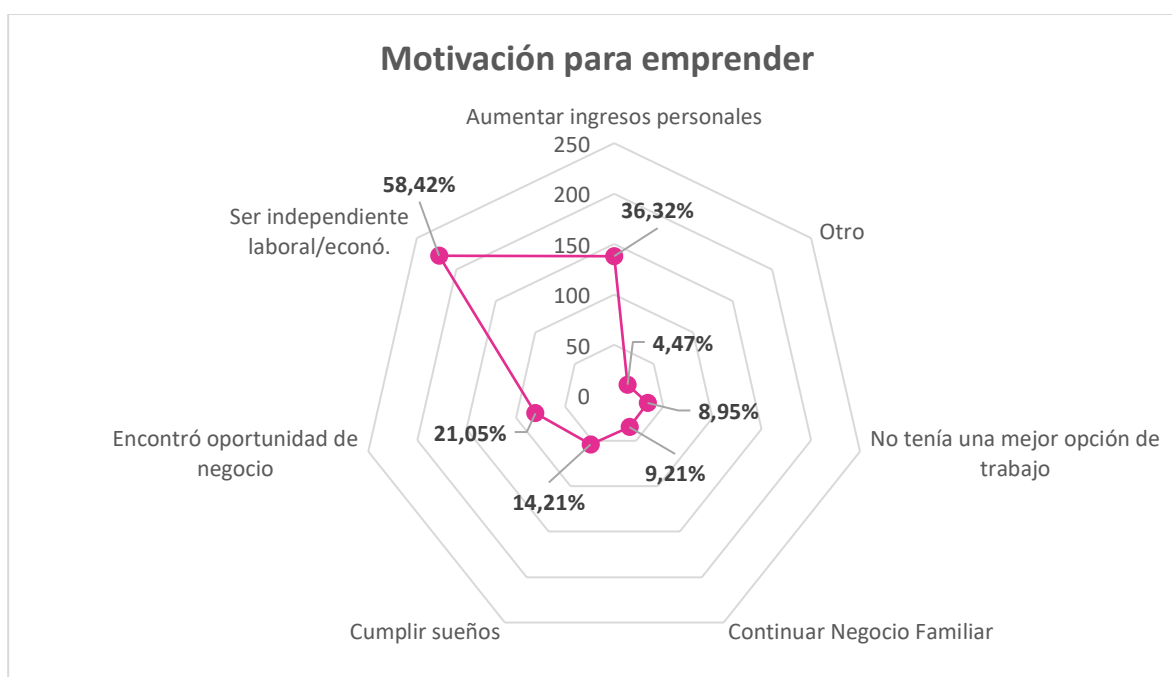
16. Qué lo motivó a ser emprendedor

Tabla 16
Motivación para emprender

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Aumentar ingresos personales	138	36,32%
Ser independiente laboral/econó.	222	58,42%
Encontró oportunidad de negocio	80	21,05%
Cumplir sueños	54	14,21%
Continuar Negocio Familiar	35	9,21%
No tenía una mejor opción de trabajo	34	8,95%
Otro	17	4,47%

Fuente: Investigación de campo

Figura 22
Motivación para emprender



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Dado que la pregunta era de opción múltiple, la muestra seleccionó varias de sus motivaciones para emprender, por lo que los resultados muestran de forma agregada que el 108,16% de la población decidió emprender porque quería ser independiente laboral y económicamente; por aumentar sus ingresos personales; porque no tenía una mejor opción de trabajo; o tuvo razones distintas para emprender, mientras el 44,47% decidió emprender porque encontraron una oportunidad de negocio, porque quería cumplir sueños, o quería continuar con el

negocio familiar Al hacer la tabla cruzada con el tipo de impacto que generan, se observa que solo el 35% de quienes emprendieron van más allá del impacto económico.

Lo anterior demuestra que la mayoría de la población emprendió por necesidad de generar ingresos económicos propios y mejorar su calidad de vida dadas las pocas oportunidades de empleo que existen, por lo iniciaron negocios dentro del sector económico que conocían y, una mínima parte emprendió porque identificaron una buena oportunidad de negocio en el mercado para cumplir sus sueños, además, de crear impacto social.

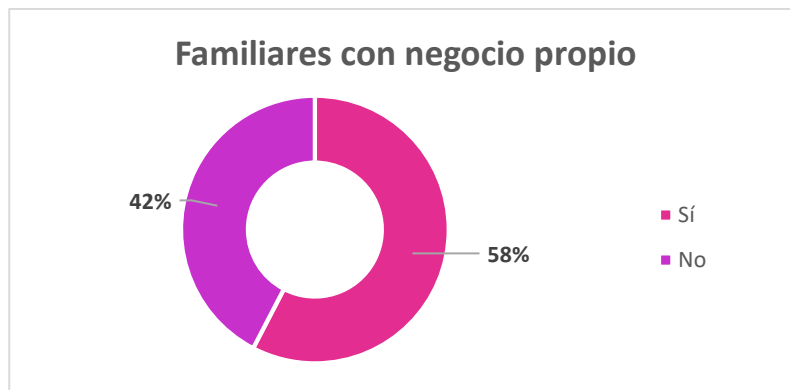
17. ¿Alguien más en su familia tiene un negocio propio?

Tabla 17
Familiares con negocio propio

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	219	57,63%
No	161	42,37%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 23
Familiares con negocio propio



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 58% de la población tiene familiares con negocio propio, y el 42% restante no los tiene.

Este resultado es medianamente positivo porque se evidencia que la mitad de la población ha crecido o está rodeada del ejemplo de “emprendedores modelo” y cuya presencia e influencia son un aliciente para continuar con sus negocios y hacerlos sostenibles, mientras la otra mitad no tiene ningún referente cercano en el ámbito empresarial al cual acudir.

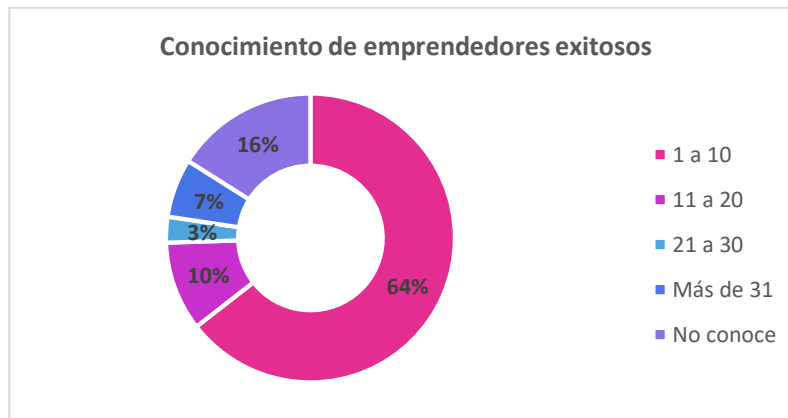
18. ¿Cuántos emprendedores exitosos conoce en su provincia o ciudad?

Tabla 18
Conocimiento de emprendedores exitosos

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1 a 10	245	64,47%
11 a 20	38	10,00%
21 a 30	11	2,89%
Más de 31	25	6,58%
No conoce	61	16,05%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 24
Conocimiento de emprendedores exitosos



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 64% de la población conoce de 1 a 10 emprendedores exitosos de la ciudad; el 19,47% conoce un rango de 11 y más de 31 emprendedores exitosos; y el 16% no conoce a ninguno.

Se evidencia que los emprendedores no están conectados con el ecosistema emprendedor por lo que la mayoría de la población considera que en la ciudad no existen muchos referentes para las nuevas generaciones de líderes que han consolidado negocios prósperos y sostenibles, y solo un pequeño porcentaje considera que si hay un buen número de ellos, esta falta de difusión y desconocimiento de casos de éxito no fomenta la cultura emprendedora de la ciudad ni la motivación para emprender por cuenta propia basándose en el ejemplo de sus precursores y generar ideas disruptivas.

19. ¿Participa en eventos para emprendedores en su ciudad o provincia?

Tabla 19

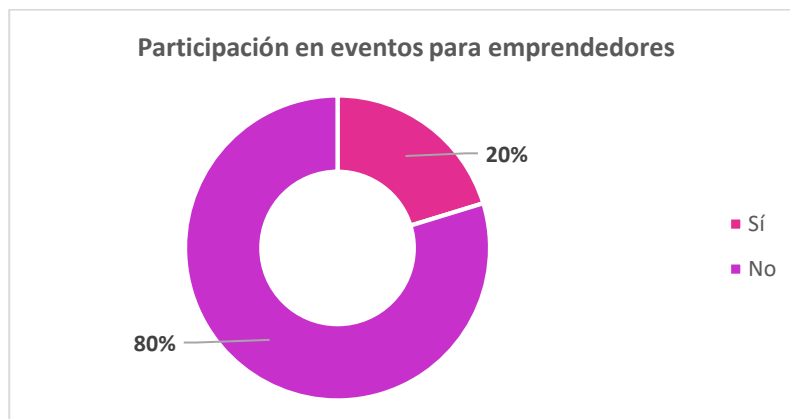
Participación en eventos para emprendedores

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	77	20,26%
No	303	79,74%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 25

Participación en eventos para emprendedores



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: El 80% de la población no ha participado en ningún evento para emprendedores, mientras el 20% si lo ha hecho.

Estas cifras son preocupantes porque la mayoría de los emprendedores, no muestra interés en estas actividades lo que dificulta el crecimiento de los negocios, y solo un mínimo porcentaje participa en estos eventos, cuyo fin es formar y brindar nuevas herramientas e ideas para manejar aspectos de un negocio, fomentar la innovación y dar a conocer a la ciudadanía sus productos y servicios.

20. Si la respuesta a la pregunta anterior fue es Sí, especificar en cuáles

Entre las respuestas dadas por los emprendedores, los tipos de eventos a los que asiste la mayoría son charlas virtuales, seminarios, talleres ocasionales brindados por el Municipio, Prefectura de Loja, Cámara de Comercio y MIES, ferias de emprendimiento, y en menor medida a

mesas de emprendimiento, ruedas de negocio, vitrinas de negocio, casas abiertas, fundaciones, Misión Ecuador.

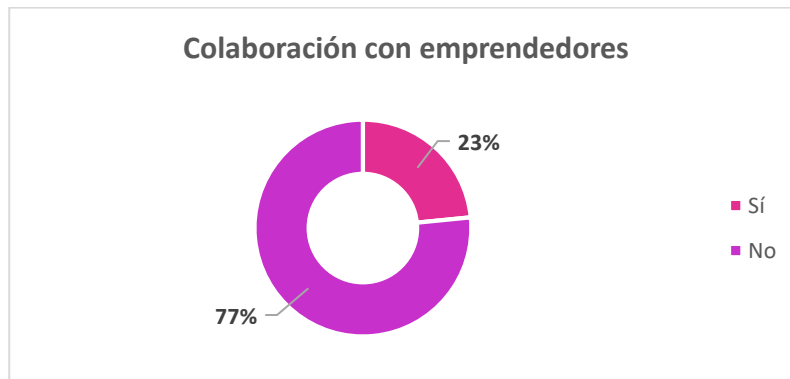
21. ¿Ha colaborado en proyectos con otros emprendedores en su comunidad?

Tabla 20
Colaboración con emprendedores

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	89	23,42%
No	291	76,58%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 26
Colaboración con emprendedores



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 77% de la población no ha colaborado con otros emprendedores en ningún proyecto, mientras el 23% si lo ha hecho en al menos una ocasión.

Esta es una situación inconveniente ya que en la mayoría de los emprendedores no se evidencia espíritu de colaboración y, tan solo una pequeña parte encuentra valor en compartir experiencias con otros emprendedores como fuente de inspiración que ayuda a generar nuevas ideas y mejorar las que se están ejecutando, asimismo, se genera valioso networking que puede ayudar a crecer el emprendimiento.

22. Si la respuesta es Sí, especificar de qué manera

Entre las respuestas dadas por la población se observa que la forma en la que han colaborado con otros emprendedores es apoyando con auspicios, asesorando sobre como iniciar un negocio en el mismo sector, vendiendo los productos de otros emprendedores en sus establecimientos, alianzas con proveedores y haciendo sorteos por redes sociales.

23. Conoce qué es o qué hace una incubadora/aceleradora de negocios

Tabla 21

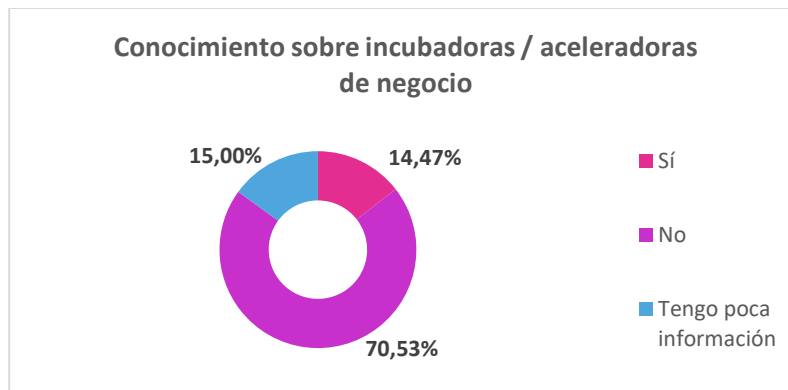
Conocimiento sobre incubadoras / aceleradoras de negocio

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	55	14,47%
No	268	70,53%
Tengo poca información	57	15,00%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 27

Conocimiento sobre incubadoras / aceleradoras de negocio



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 70,53% de la población no conoce qué es lo que hacen las incubadoras y aceleradoras de negocio, mientras 14,47% si conoce, y 15% restante tiene poca información sobre qué es lo que hacen.

Se observa que la mayoría de emprendedores desconocen lo que es una incubadora de negocios y no están al tanto de los tipos de programas que desarrollan y que existen para apoyar a los emprendedores en las diferentes etapas de crecimiento de su negocio, solo un mínimo porcentaje sabe lo que hacen, por lo que sería importante difundir la existencia de estos lugares para que los emprendedores puedan ser asesorados adecuadamente, logren crecer y fortalezcan el desarrollo económico de la ciudad.

24. Seleccione las opciones que conoce que existen en la ciudad:

Tabla 22

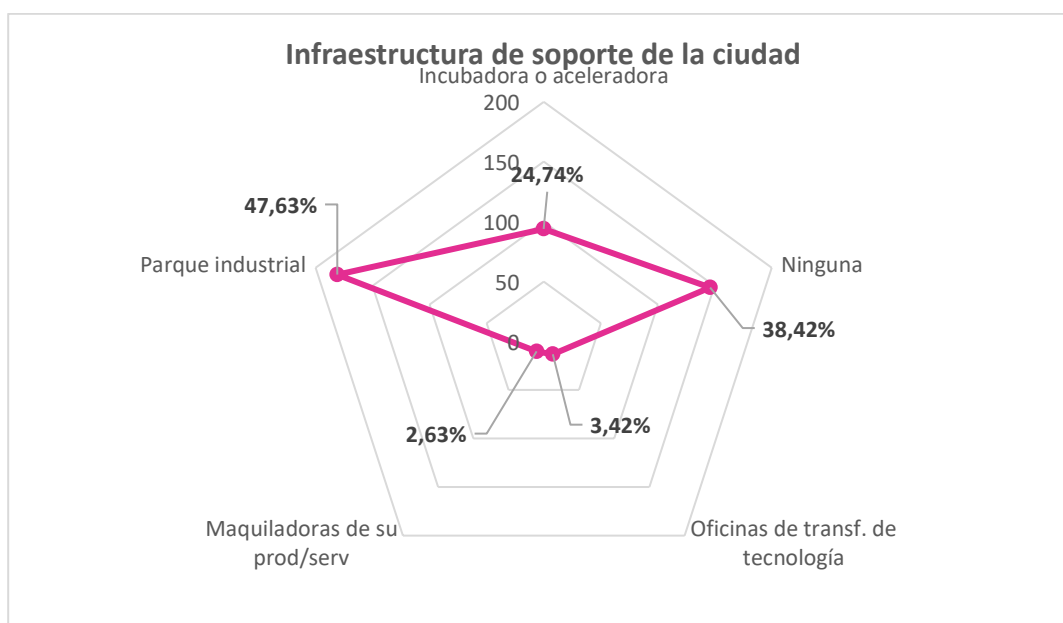
Infraestructura de soporte de la ciudad

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Incubadora o aceleradora	94	24,74%
Parque industrial	181	47,63%
Maquiladoras de su prod/serv	10	2,63%
Oficinas de transf. de tecnología	13	3,42%
Ninguna	146	38,42%

Fuente: Investigación de campo

Figura 28

Infraestructura de soporte de la ciudad



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Dado que esta pregunta era de opción múltiple, los resultados muestran que el 47,63% de la población conoce la existencia del parque industrial de la ciudad, el 30,79% conoce las otras infraestructuras de soporte, y el 38,42% no conoce ninguna de las opciones presentadas.

Estas cifras muestran que un buen porcentaje de emprendedores no está involucrado en el ecosistema de la ciudad y por tanto no conocen toda la infraestructura de soporte a la que puede acudir para mejorar su negocio, del lugar que más ha escuchado hablar la mayoría es sobre al menos

un parque industrial pero no en profundidad, tampoco saben si hay maquiladoras u oficinas de transferencia tecnológica.

25. Si marcó alguna de las opciones anteriores mencione el nombre de las que conoce

En cuanto al Parque Industrial y tecnológico mencionaron el que está ubicado en el barrio Amable María y el de la UTPL, respecto a las incubadoras, aceleradoras y oficinas de transferencia tecnológica mencionaron Prendho y Emprendec.

26. ¿A cuál de los siguientes programas de mejoramiento de competencias ha asistido?

Tabla 23

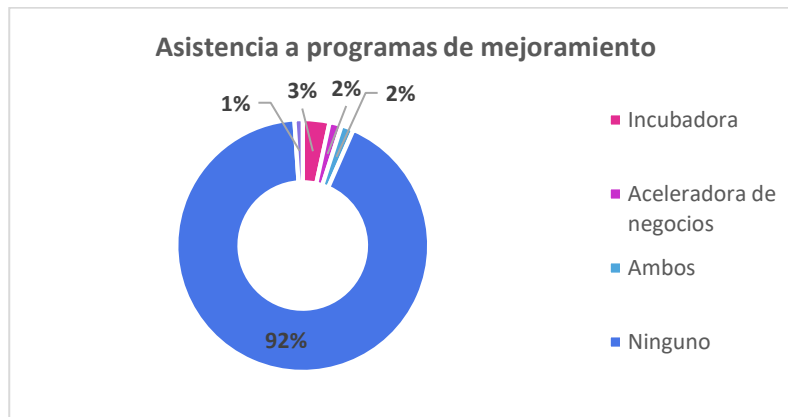
Asistencia a programas de mejoramiento

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Incubadora	13	3,42%
Aceleradora de negocios	6	1,58%
Ambos	6	1,58%
Ninguno	351	92,37%
Otros	4	1,05%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 29

Asistencia a programas de mejoramiento



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: El 92% de la población no ha asistido a ningún programa de mejoramiento de competencias de incubación ni de aceleración, y el 7,63% ha asistido a por lo menos un programa de mejoramiento. El 40% de quienes si han asistido a algún programa de mejoramiento tienen de 20 a 30 años.

Los resultados muestran que la gran mayoría de emprendedores no han asistido a los programas de mejoramiento, esto se debe al poco conocimiento que tienen sobre las organizaciones que los imparten y lo que se hace en estos programas, no saben con qué requisitos deben cumplir para poder ingresar, sin embargo, siempre intentan mejorar su negocio por cuenta propia, mientras el porcentaje de emprendedores que han asistido es mínimo.

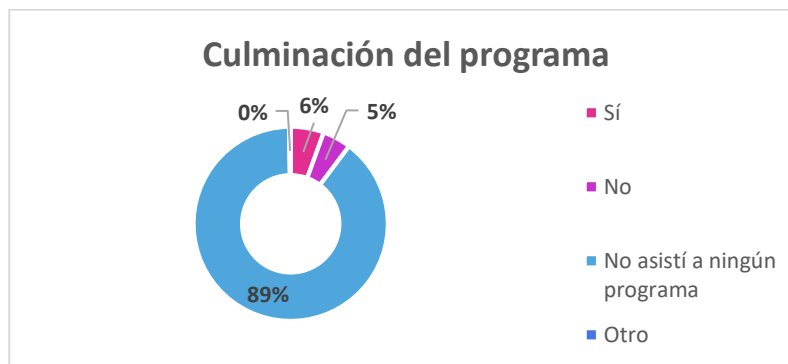
27. ¿Concluyó al 100% el programa de mejoramiento de competencias?

Tabla 24
Culminación del programa

	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí		21	5,53%
No		18	4,74%
No asistí a ningún programa		340	89,47%
Otro		1	0,26%
	TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 30
Culminación del programa



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: De la población que ha cursado algún programa de incubación y aceleración, el 6% concluyó el programa por completo, mientras el 5% no lo hizo.

Se evidencia que de las pocas personas que han asistido a algún programa de mejoramiento la mitad de los emprendedores se comprometió y logró culminarlo, sin embargo, quienes no terminaron, se retiraron debido a problemas personales, falta de interés, o consideraron que hubo mal asesoramiento por parte de estos programas, por lo que estas organizaciones deben revisar su modelo de incubadora y procurar que se adapte lo mejor posible a las necesidades de los

emprendedores de la ciudad y así se incremente el número de emprendedores dispuestos a formar parte de estos procesos de incubación y aceleración, pues de acuerdo a Peña-Vinces, et al, una buena relación, incubadora-incubado, así como un proceso adecuado y serio, permiten que se creen nuevos negocios con un alto nivel de éxito empresarial.

28. ¿Cómo le ayudaron los programas de mejoramiento de competencias para el arranque de su negocio?

Tabla 25

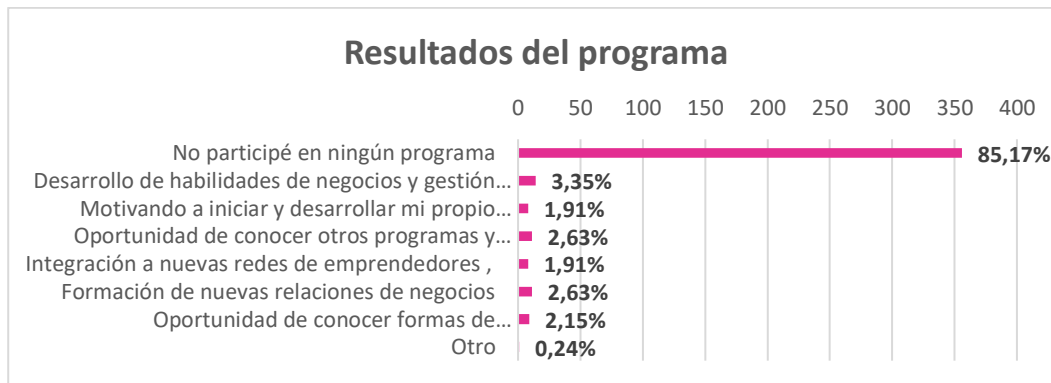
Resultados del programa

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
No participé en ningún programa	356	85,17%
Desarrollo de habilidades de negocios y gestión de negocios	14	3,35%
Motivando a iniciar y desarrollar mi propio negocio a través plan de negocios	8	1,91%
Oportunidad de conocer otros programas y servicios de apoyo al emprendedor	11	2,63%
Integración a nuevas redes de emprendedores,	8	1,91%
Formación de nuevas relaciones de negocios	11	2,63%
Oportunidad de conocer formas de financiamiento o capital	9	2,15%
Otro	1	0,24%

Fuente: Investigación de campo

Figura 31

Resultados del programa



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Dado que esta pregunta era de opción múltiple, de quienes participaron en algún programa de mejoramiento, el 3,35% de la población el mayor resultado que obtuvieron fue desarrollar habilidades de gestión de negocios y formar nuevas relaciones de negocios, y lo que menos lograron, con el 1,91% fue integrarse a nuevas redes emprendedoras y motivarse a desarrollar un plan de negocios.

Se observa que los programas de mejoramiento tienen un enfoque en brindar herramientas útiles para el manejo de un negocio y en fomentar el networking que simplemente motivar a los emprendedores, lo que es positivo pues estarán mejor preparados para enfrentar los retos que se presenten en sus emprendimientos, pero debe mejorarse la integración a nuevas comunidades.

29. Si conoce las incubadoras / aceleradoras de la ciudad y no ha participado en ningún programa, coméntenos ¿Por qué?

Quienes no han decidido participar en su mayoría alegan no tener tiempo para asistir, no tener un conocimiento profundo de qué es lo que hacen estos programas, y no han estado interesados realmente.

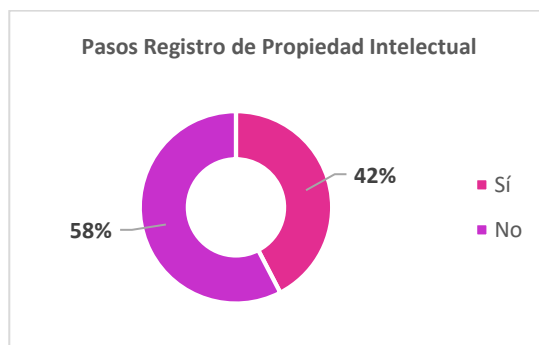
30. ¿Conoce los pasos para el registro de propiedad intelectual y patentes en Loja?

Tabla 26
Conocimiento pasos registro de propiedad intelectual

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	161	42,37%
No	219	57,63%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 32
Conocimiento pasos registro de propiedad intelectual



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que, en relación al registro de propiedad intelectual, marcas y patentes, el 58% de la población no conoce los pasos para llevarlo a cabo, y el 42% si está informado sobre los requisitos y tramitología para hacerlo.

Se observa que solo la mitad de los emprendedores están al tanto del proceso para proteger la marca y símbolos de su negocio, y la otra mitad de emprendedores no lo consideran necesario,

a pesar de que este es uno de los tramites más importantes que se debe realizar antes de empezar un negocio.

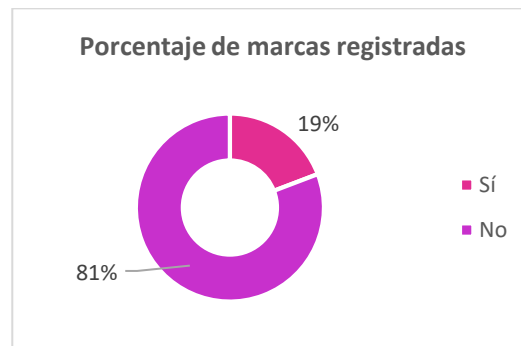
31. ¿Su marca y logotipo está registrado en el IEPI / SENADI?

Tabla 27
Porcentaje de marcas registradas

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	73	19,21%
No	307	80,79%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 33
Porcentaje de marcas registradas



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 81% de los emprendedores no tienen su marca registrada en el SENADI, mientras tan solo el 19% si las tiene registradas.

Se observa que los emprendedores no tienen una cultura de protección intelectual, pues a pesar de que la mitad de los emprendedores conocen el proceso de registro de marca, son muy pocos los emprendedores que de hecho han realizado este trámite, mientras la gran mayoría no ha protegido sus activos intangibles, esto es peligroso, ya que, si la marca se llega a posicionar y no está registrada, alguien más podría aprovecharse de la reputación construida y apropiarse de ella, pues de acuerdo a Sánchez (2011), “la protección de una marca registrada garantiza a los dueños de ésta que otras personas no utilizarán aquella para especulación comercial”.

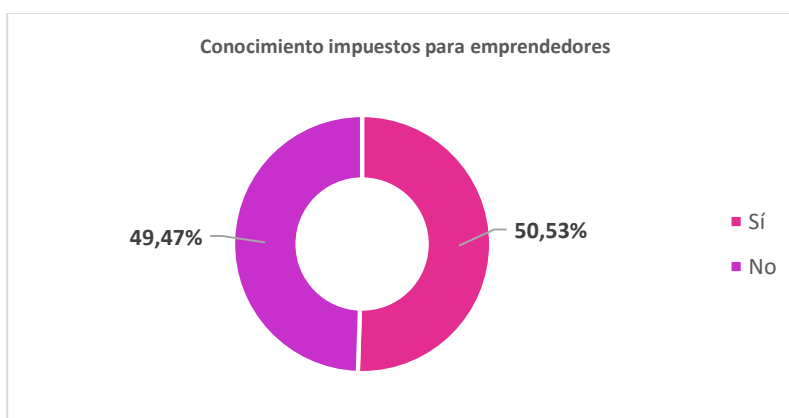
32. ¿Conoce los impuestos fiscales a nivel nacional y municipal que se manejan para los emprendedores?

Tabla 28
Conocimiento impuestos para emprendedores

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	192	50,53%
No	188	49,47%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 34
Conocimiento impuestos para emprendedores



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: En este caso los resultados muestran que el 50,53% de la población conoce los impuestos que se manejan para emprendedores a nivel nacional y municipal, mientras el 49,47% no los conoce.

El cumplir con las obligaciones tributarias debe ser prioridad para los emprendedores, sin embargo, se evidencia que la mitad de emprendedores no conocen los impuestos que deben cancelar, lo que puede llevarlos a tener problemas con el SRI y sobre todo a perjudicar el crecimiento económico de la ciudad, mientras la otra mitad si está al tanto de las contribuciones que debe realizar.

33. Seleccione los Impuestos que conoce

Tabla 29
Impuestos más conocidos

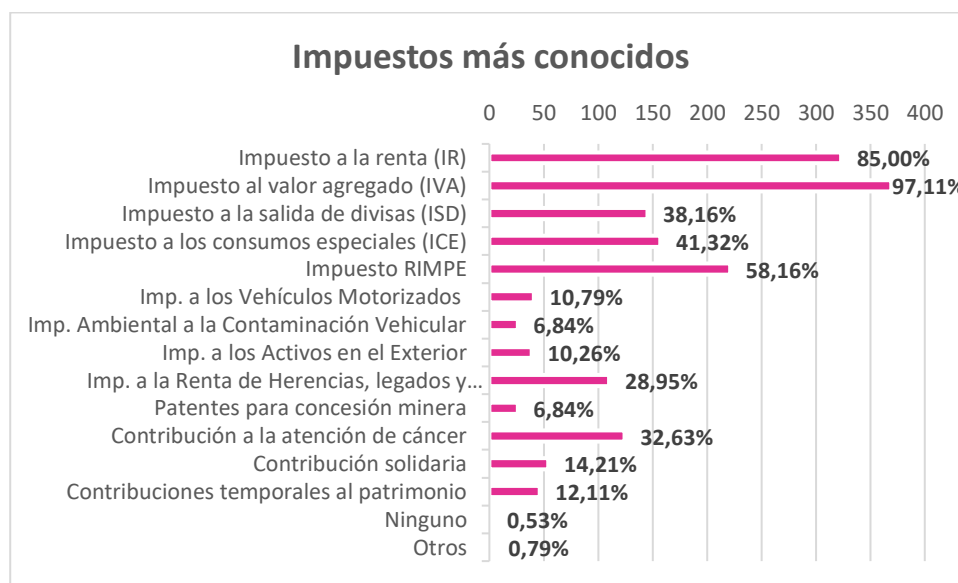
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Impuesto a la renta (IR)	323	85,00%
Impuesto al valor agregado (IVA)	369	97,11%

Impuesto a la salida de divisas (ISD)	145	38,16%
Impuesto a los consumos especiales (ICE)	157	41,32%
Impuesto RIMPE	221	58,16%
Imp. a los Vehículos Motorizados	41	10,79%
Imp. Ambiental a la Contaminación Vehicular	26	6,84%
Imp. a los Activos en el Exterior	39	10,26%
Imp. a la Renta de Herencias, legados y donación	110	28,95%
Patentes para concesión minera	26	6,84%
Contribución a la atención de cáncer	124	32,63%
Contribución solidaria	54	14,21%
Contribuciones temporales al patrimonio	46	12,11%
Ninguno	2	0,53%
Otros	3	0,79%

Fuente: Investigación de campo

Figura 35

Impuestos más conocidos



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados de esta pregunta de opción múltiple muestran que los impuestos más conocidos por la población de estudio son el IVA con el 97,11%, el Impuesto la Renta con el 85%, el RIMPE con el 58,16%, el ICE con el 41,32% y el ISD con el 38,16%, mientras los menos conocidos con el 6,84% son el impuesto a contaminación vehicular y patentes de concesión minera.

Se evidencia que los impuestos que más conocen los emprendedores son los básicos del IVA e IR, y que solo la mitad está al tanto del RIMPE, que es el nuevo régimen de contribución

que está aplicando el SRI y al que posiblemente pertenecen, además, el desconocimiento de los otros impuestos se debe a que la mayoría al ser negocios unipersonales y microempresas no deben pagarlos, sin embargo, la gente no se actualiza continuamente en estos temas de tributación, lo que puede llevarlos a cometer errores.

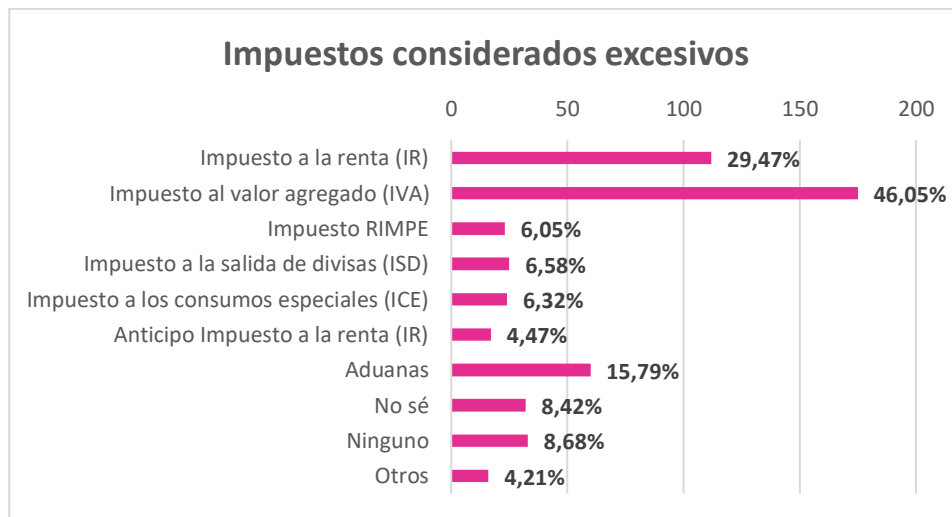
34. Cuál es el Impuesto que considera excesivo de pagar (ya sea por el monto, porcentaje, tiempo de pago)

Tabla 30
Impuestos considerados excesivos

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Impuesto a la renta (IR)	112	29,47%
Impuesto al valor agregado (IVA)	175	46,05%
Impuesto RIMPE	23	6,05%
Impuesto a la salida de divisas (ISD)	25	6,58%
Impuesto a los consumos especiales (ICE)	24	6,32%
Anticipo Impuesto a la renta (IR)	17	4,47%
Aduanas	60	15,79%
No sé	32	8,42%
Ninguno	33	8,68%
Otros	16	4,21%

Fuente: Investigación de campo

Figura 36
Impuestos considerados excesivos



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados de esta pregunta de opción múltiple muestran que el 46,05% considera al IVA como el impuesto excesivo de pagar, seguido del Impuesto a la

Renta con el 29,47%, y luego está el impuesto de aduanas con el 15,79%, es importante recalcar que solo el 8,68% considera que Ningún impuesto sea excesivo de pagar.

La mayoría de los emprendedores considera que los impuestos básicos IVA e IR son montos cuyo valor se les dificulta pagar, mientras el resto de impuestos son considerados bajos dado que no todos deben pagarlos, sin embargo, el contar con porcentajes altos de impuestos que pagar es una barrera que inhibe a las personas de emprender, por lo que prefieren conseguir un trabajo más estable, lo que hace que no se generen empleos y por tanto que no crezca la economía local.

35. ¿Conoce alguna(s) institución(es) pública(s) que apoyen a los emprendedores con los trámites administrativos necesarios para el arranque de un nuevo negocio?

Tabla 31
Instituciones públicas facilitadoras

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	38	10,00%
No	342	90,00%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 37
Instituciones públicas facilitadoras



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 90% de la población no conoce instituciones públicas que apoyen con los trámites administrativos al iniciar un negocio, mientras el 10% manifiesta que si conocen alguna.

Se observa que la mayoría de los emprendedores no considera que las instituciones públicas brindan el apoyo adecuado al momento de iniciar un negocio sobre todo en los trámites que hay que realizar, esto es un factor que no fomenta el emprendimiento especialmente para quienes van

a iniciar un negocio por primera vez, mientras, un mínimo porcentaje si ha recibido apoyo de alguna entidad pública.

36. Si la repuesta a la pregunta anterior fue sí, especifique cuáles

Quienes sí conocen estas instituciones mencionan entre ellas principalmente a BanEcuador, Municipio de Loja, Consejo Provincial, SECAP, SRI, MIPRO y Faces.

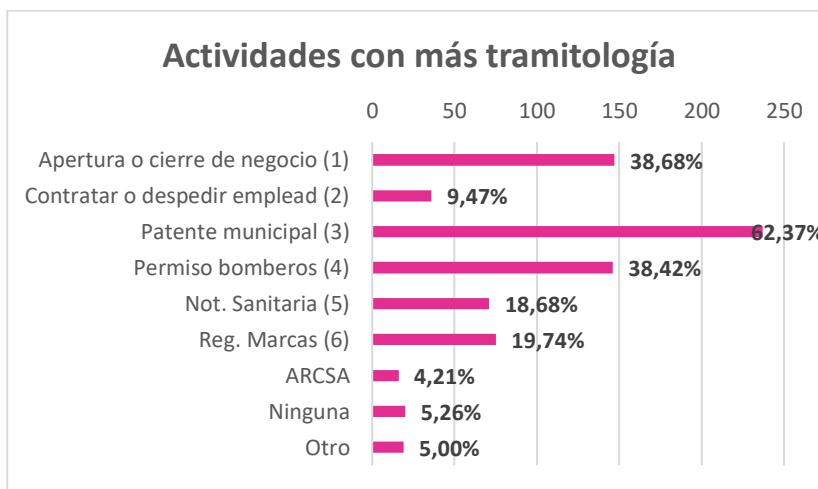
37. ¿Para qué actividad debe realizar más trámites administrativos actualmente?

Tabla 32
Actividades con más tramitología

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Apertura o cierre de negocio (1)	147	38,68%
Contratar o despedir emplead (2)	36	9,47%
Patente municipal (3)	237	62,37%
Permiso bomberos (4)	146	38,42%
Not. Sanitaria (5)	71	18,68%
Reg. Marcas (6)	75	19,74%
ARCSA	16	4,21%
Ninguna	20	5,26%
Otro	19	5,00%

Fuente: Investigación de campo

Figura 38
Actividades con más tramitología



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados de esta pregunta de opción múltiple muestran que el 62,3% considera que los trámites para sacar la patente municipal son demasiado largos; seguido de los trámites de apertura y cierre del negocio con 38,68% y del permiso de los bomberos

con el 38,42%, mientras los de más ágiles son los de contratar y despedir empleados con el 9,47%, y menor al 5% los tramites en la ARCSA y otras instituciones.

Se observa que la mayoría considera que, para abrir y cerrar un negocio, y para sacar los permisos de funcionamiento en la localidad hay excesiva tramitología, esto tiene un impacto negativo en la creación de nuevos emprendimientos y dado que estos trámites son los que más causan inconvenientes es necesario plantear estrategias para agilizarlos, por otro lado, los trámites respecto a contratación laboral son más ágiles.

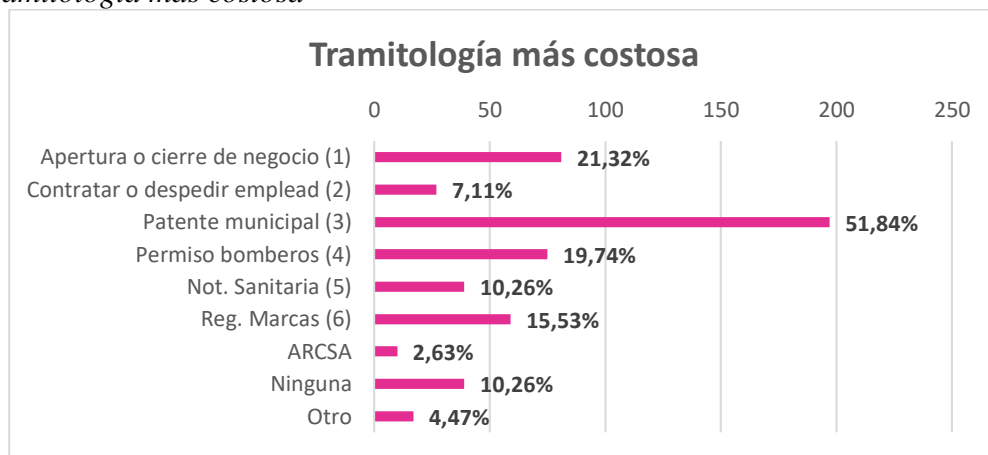
38. ¿Para qué actividad considera que los trámites administrativos son más costosos?

Tabla 33
Tramitología más costosa

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Apertura o cierre de negocio (1)	81	21,32%
Contratar o despedir emplead (2)	27	7,11%
Patente municipal (3)	197	51,84%
Permiso bomberos (4)	75	19,74%
Not. Sanitaria (5)	39	10,26%
Reg. Marcas (6)	59	15,53%
ARCSA	10	2,63%
Ninguna	39	10,26%
Otro	17	4,47%

Fuente: Investigación de campo

Figura 39
Tramitología más costosa



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados de esta pregunta de opción múltiple muestran que el 51,84% considera que el pago que hacen para obtener la patente municipal es excesivo,

seguido de los trámites de apertura y cierre del negocio con el 21,32%, y los menos costosos son con el ARCSA con el 2,63%.

Se observa que los trámites para obtener la patente municipal en la ciudad son considerados los más costosos ya que esto varía según el número de actividades que se registran en el RUC, esto también afecta negativamente a la creación de nuevos negocios, por lo que se debería regular los costos para obtener este documento habilitante.

ACCESO A FINANZAS

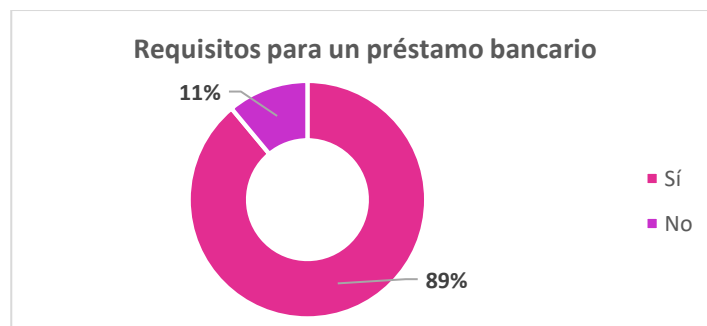
39. ¿Conoce los requisitos para solicitar un préstamo bancario?

Tabla 34
Conocimiento requisitos para un préstamo bancario

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	338	88,95%
No	42	11,05%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 40
Conocimiento requisitos para un préstamo bancario



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 89% conoce los requisitos para solicitar un préstamo bancario, y el 11% no conoce dado que nunca han hecho uso de esta forma de financiamiento.

Se observa que casi todos los emprendedores han hecho uso del financiamiento bancario tradicional para poner en marcha su negocio, para hacerlo crecer, o simplemente se acercaron a estas instituciones para conocer los requisitos para acceder al mismo, y una mínima parte financia sus actividades con otro tipo de ingresos.

40. ¿Sabe cómo funciona un capital de riesgo, fondos de ángeles inversionistas y crowdfunding?

Tabla 35

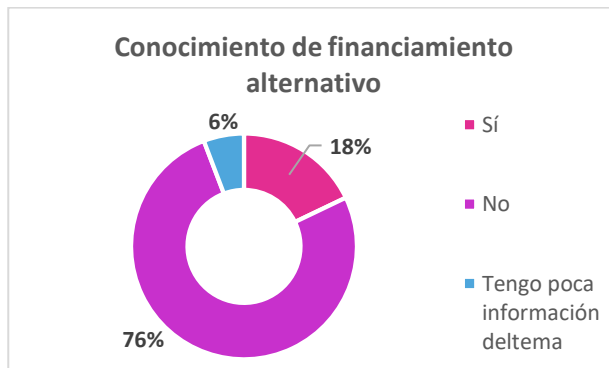
Conocimiento de financiamiento alternativo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	68	17,89%
No	290	76,32%
Tengo poca información del tema	22	5,79%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 41

Conocimiento de financiamiento alternativo



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 76,32% no conoce cómo funcionan las organizaciones de capital de riesgo ángeles inversionistas y crowdfunding, mientras el 17,89% sí conoce y el 5,79% tiene poca información sobre estas formas de financiamiento alternativo. La tabla cruzada muestra que el 40% de la población que sí conoce o tiene poca información del tema tienen de 20 a 30 años, y el 37,93% de quienes no conocen tienen de 31 a 40 años.

Se observa que la gran mayoría de emprendedores no saben cómo funcionan otras formas de financiamiento fuera del préstamo bancario, y que son las personas jóvenes quienes están más al tanto de las mismas, son muy pocas personas las que conocen otras formas de financiar sus actividades, por lo que se debe dar a conocer a todos los grupos etarios estas nuevas alternativas ya que no todos están en la capacidad de sacar un préstamo, por lo que no invierten en su negocio en innovación y se estancan,.

41. Seleccione los métodos de financiamiento de los que ha hecho uso para su emprendimiento o negocio

Tabla 36

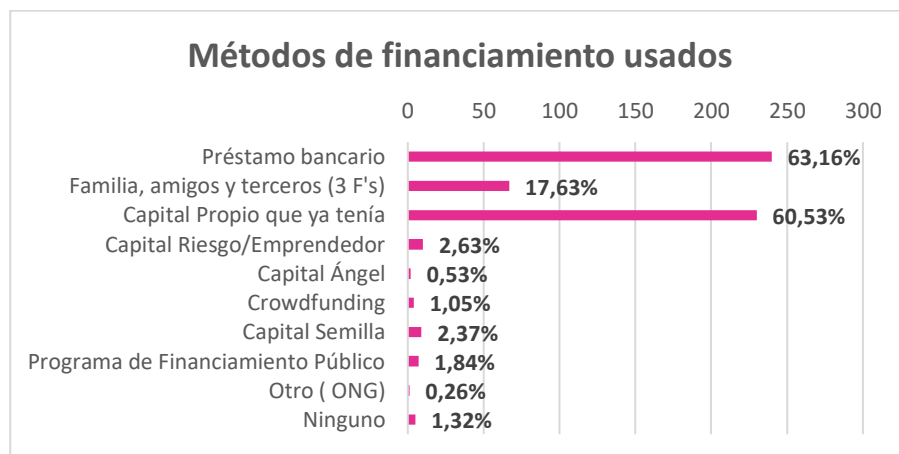
Métodos de financiamiento usados

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Préstamo bancario	240	63,16%
Familia, amigos y terceros (3 F's)	67	17,63%
Capital Propio que ya tenía	230	60,53%
Capital Riesgo/Emprendedor	10	2,63%
Capital Ángel	2	0,53%
Crowdfunding	4	1,05%
Capital Semilla	9	2,37%
Programa de Financiamiento Público	7	1,84%
Otro (ONG)	1	0,26%
Ninguno	5	1,32%

Fuente: Investigación de campo

Figura 42

Métodos de financiamiento usados



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados de esta pregunta de opción múltiple muestran que los métodos de financiamiento más utilizados son el préstamo bancario con el 63,16%, capital propio que ya tenían con el 60,53% y Préstamos de 3F's con el 17,63%, solo el 8,68% ha hecho uso de las otras opciones.

Se observa así que los emprendedores siguen inclinándose por lo métodos tradicionales de financiación, aunque no siempre son las más convenientes dado las altas tasas de interés que se manejan, también se evidencia el poco uso de las otras formas de financiamiento debido al

desconocimiento de su funcionamiento y el miedo a ser estafados, lo que frena el crecimiento de los negocios.

42. ¿Por qué no ha hecho uso de las otras formas de financiamiento mencionadas?

Entre las razones mencionadas para no hacer uso de las formas de financiamiento anteriores están la falta de información y desconocimiento de las organizaciones, se les hace más accesible obtener un préstamo porque se piden demasiados requisitos para obtener estos fondos y porque no han sentido la necesidad de financiarse por estos métodos.

43. Mencione las empresas o asociaciones de Capital Semilla; Capital Riesgo/Emprendedor; Capital Ángel; Crowdfunding o Programa de Financiamiento Público que conoce

Haz vaca, Pasa la Gorra, Crowdfunding de inversiones Crowdfunding Ecuador, Banco de Loja, GoFundMe, Prefectura, FEDES, CONQUITO, CFL, Acolítame, Start up ventures, Fondo Emprede, Fondo Ítalo americano.

PERCEPCIONES DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR

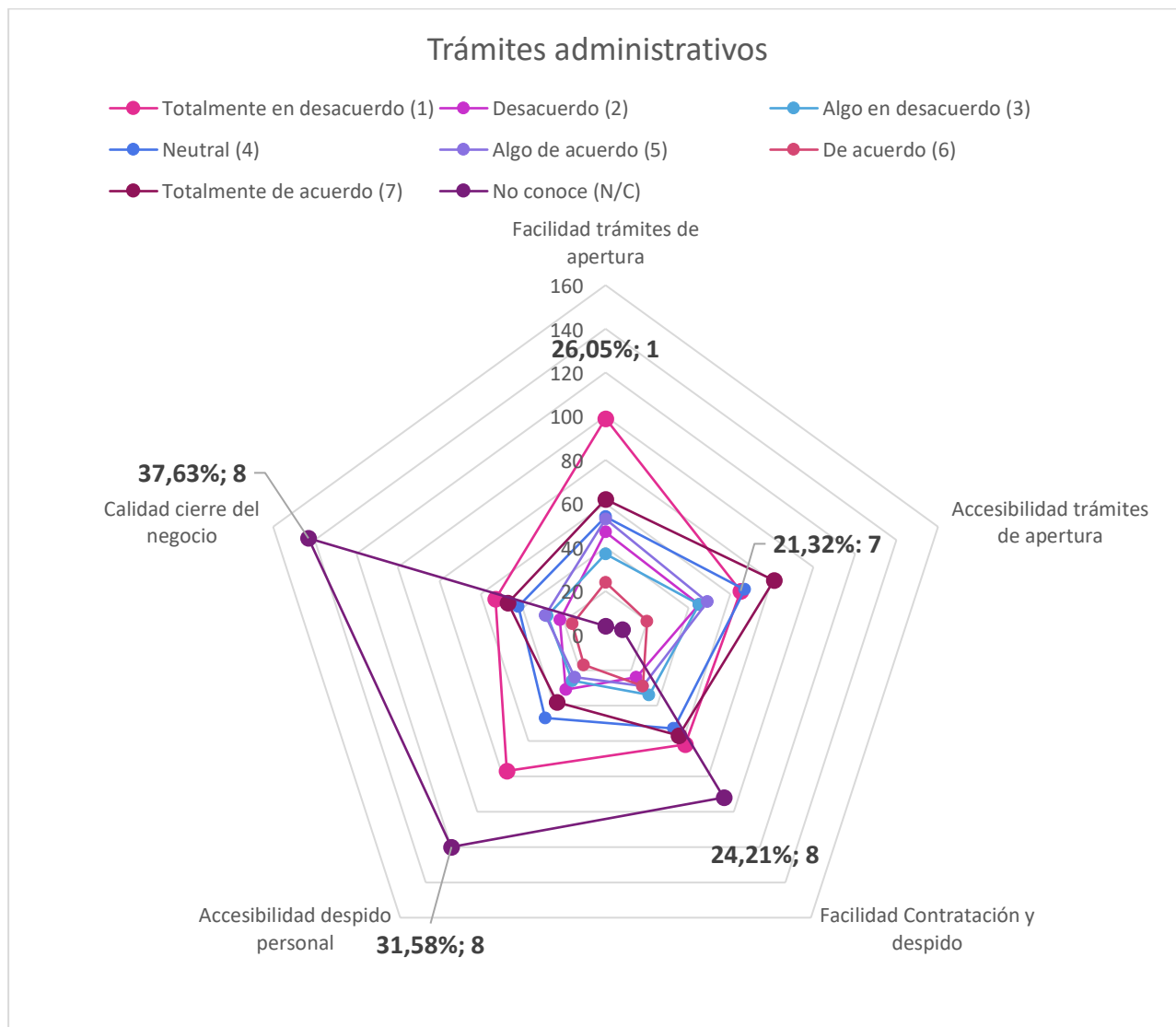
44. Percepciones sobre los trámites administrativos necesarios en un negocio.

Tabla 37
Percepción sobre los trámites administrativos

Detalle	Facilidad trámites de apertura	%	Accesibilidad trámites de apertura	%	Facilidad Contratación y despido	%	Accesibilidad despido personal	%	Calidad cierre del negocio	%
Totalmente en desacuerdo (1)	99	26,05%	65	17,11%	62	16,32%	77	20,26%	53	13,95%
Desacuerdo (2)	47	12,37%	45	11,84%	24	6,32%	31	8,16%	22	5,79%
Algo en desacuerdo (3)	37	9,74%	45	11,84%	34	8,95%	26	6,84%	28	7,37%
Neutral (4)	54	14,21%	67	17,63%	53	13,95%	47	12,37%	42	11,05%
Algo de acuerdo (5)	53	13,95%	49	12,89%	29	7,63%	24	6,32%	29	7,63%
De acuerdo (6)	24	6,32%	20	5,26%	29	7,63%	17	4,47%	16	4,21%
Totalmente de acuerdo (7)	62	16,32%	81	21,32%	57	15,00%	38	10,00%	47	12,37%
No conoce (N/C)	4	1,05%	8	2,11%	92	24,21%	120	31,58%	143	37,63%
TOTAL	380	100%	380	100%	380	100%	380	100%	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 43
Percepción sobre los trámites administrativos



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: El gráfico condensado de las percepciones sobre los trámites administrativos muestran que el 48,16% de la población está en algún nivel de desacuerdo con la afirmación: los trámites para la apertura de un negocio, son sencillos y rápidos; que el 40,79% en algún nivel de desacuerdo con la afirmación los trámites para la apertura de un negocio, tienen un costo económico y accesible; y que exceptuando del 24% al 37% de quienes no conocen sobre los últimos trámites, del 27% al 35% está en algún nivel de desacuerdo con que para la contratación y despido de personal y, para cerrar un negocio, los trámites sean sencillos, rápidos, económicos y accesibles.

Existen un impacto negativo en la creación de nuevas empresas cuando los trámites para su constitución son complicados y excesivos, los resultados muestran que los emprendedores consideran que los tramites no son rápidos, lo que crea una barrera para el desarrollo de nuevos emprendimientos, por lo es necesario realizar un análisis a profundidad basado en el usuario del número y tipo de trámites que deben presentar para iniciar un negocio, de igual forma, se debe evaluar su pertinencia y costo con el fin de eliminar la presentación de documentos innecesarios y agilizar el proceso, ya que mejorar estos indicadores favorece a la creación de nuevas empresas.

45. Percepciones sobre los trámites administrativos necesarios para el registro de propiedad intelectual.

Tabla 38

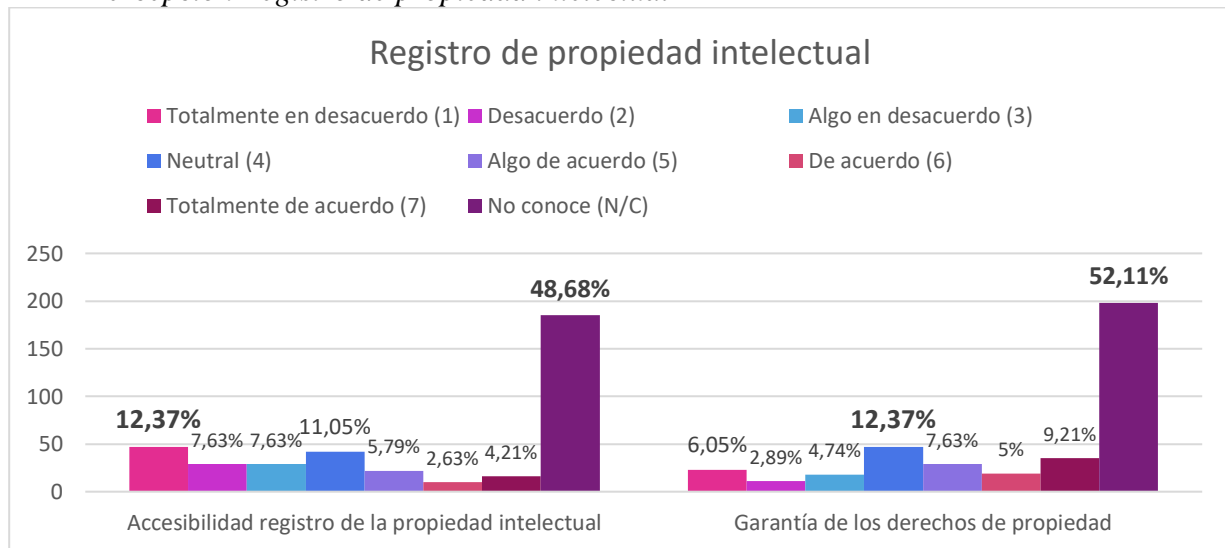
Percepción sobre los trámites de Registro de Propiedad Intelectual.

Detalle	Accesibilidad registro de la propiedad intelectual	Porcenta je	Garantía derechos de propiedad intelectual	Porcenta je
Totalmente en desacuerdo (1)	47	12,37%	23	6,05%
Desacuerdo (2)	29	7,63%	11	2,89%
Algo en desacuerdo (3)	29	7,63%	18	4,74%
Neutral (4)	42	11,05%	47	12,37%
Algo de acuerdo (5)	22	5,79%	29	7,63%
De acuerdo (6)	10	2,63%	19	5,00%
Totalmente de acuerdo (7)	16	4,21%	35	9,21%
No conoce (N/C)	185	48,68%	198	52,11%
TOTAL	380	100%	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 44

Percepción Registro de propiedad intelectual



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: El gráfico condensado de las percepciones sobre el registro de propiedad intelectual nos muestran que del 48,68% al 52,11% de la población no conoce si los trámites necesarios para el registro de propiedad intelectual tienen un costo económico y accesible, o si hay garantía de que los derechos de propiedad intelectual están bien protegidos en la ciudad/provincia/país. Por otro lado, la mayoría de quienes tienen registrada su marca o conocen sobre el tema, que corresponde al 27,63% de la población, está en algún nivel de desacuerdo en que los trámites para el registro son económicos, y el 21,84% están en algún nivel de acuerdo en que garantizan que sus derechos de propiedad están bien protegidos.

Los resultados muestran que la mitad de la población no conoce sobre el proceso de registro de propiedad intelectual y que la mayoría considera que los costos son elevados, esto es un punto negativo porque disminuye el interés de los emprendedores en construir un negocio bajo la seguridad de una marca sólida y registrada, lo que es uno de los requerimientos más importantes para los emprendimientos de alto impacto, pues les permite explotar productos y servicios dentro de un sector sin que estos sean copiados, sin embargo, existe cierto nivel de confianza en el estado para que las personas acudan a registrar sus activos intelectuales, aunque se debe mejorar ya que una buena parte se mantuvo neutral, de otra forma afectaría al ecosistema, pues cuando no existe un nivel de certidumbre elevado se suele dejar de innovar.

46. Percepción sobre los requerimientos fiscales y apoyo gubernamental en la ciudad.

Tabla 39

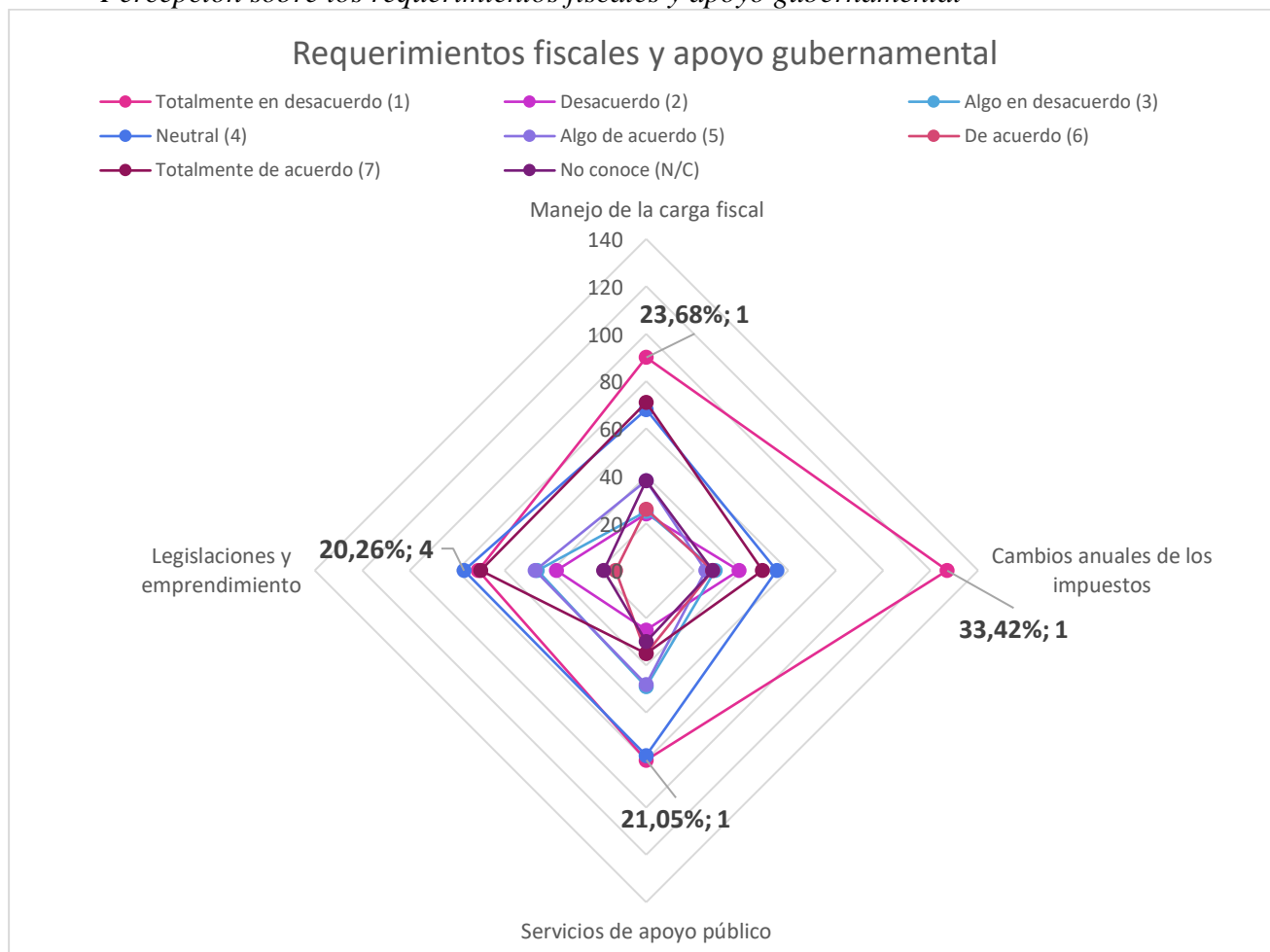
Percepción sobre los requerimientos fiscales y apoyo gubernamental

Detalle	Manejo de la carga fiscal	Porcent aje	Cambios anuales de los impuestos	Porcent taje	Servicios de apoyo público	Porcent taje	Legislaciones y emprendimiento	Porcent aje
Totalmente en desacuerdo (1)	90	23,68%	127	33,42%	80	21,05%	71	18,68%
Desacuerdo (2)	24	6,32%	39	10,26%	25	6,58%	38	10,00%
Algo en desacuerdo (3)	25	6,58%	29	7,63%	49	12,89%	46	12,11%
Neutral (4)	68	17,89%	55	14,47%	78	20,53%	77	20,26%
Algo de acuerdo (5)	38	10,00%	25	6,58%	48	12,63%	47	12,37%
De acuerdo (6)	26	6,84%	28	7,37%	35	9,21%	13	3,42%
Totalmente de acuerdo (7)	71	18,68%	49	12,89%	35	9,21%	70	18,42%
No conoce (N/C)	38	10,00%	28	7,37%	30	7,89%	18	4,74%
TOTAL	380	100%	380	100%	380	100%	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 45

Percepción sobre los requerimientos fiscales y apoyo gubernamental



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: El gráfico condensado muestra que el 36,58% de la población está en algún nivel en desacuerdo y el 35,53% está en algún nivel de acuerdo con la afirmación la carga fiscal que se debe pagar anualmente es difícil de manejar; que el 51,32% está en algún nivel en desacuerdo con la afirmación los cambios anuales de los impuestos, son considerablemente estables; que el 40,53% está en algún nivel en desacuerdo con la afirmación los servicios de apoyo que ofrecen instituciones públicas, para facilitar los trámites administrativos son favorables y, que el 40,79% está en algún nivel en desacuerdo ante la afirmación las legislaciones vigentes favorecen la puesta en marcha de mi idea de negocio.

En el primer caso se tienen visiones polarizadas sobre el nivel de dificultad para cubrir la carga fiscal anual, esto puede deberse a que a pesar que la mayor parte de la población de estudio está constituida como persona natural, el monto de impuestos que deben pagar depende en gran

medida del nivel de ingresos que perciben y el sector al que pertenecen, en este caso las visiones polarizadas se dan dentro del sector comercio, también hay que considerar que los efectos de la pandemia influyen en el nivel de dificultad para cubrirlos, también se observa falta de apoyo público, cambios constantes de los impuestos y falta de legislaciones favorecedoras que no les da seguridad a los emprendedores. Nuevamente esta situación afecta al ecosistema y tiende a inhibir la creación de nuevas empresas y limita el crecimiento de las recién establecidas.

Percepción sobre la infraestructura de apoyo en la ciudad

47. En qué medida la calidad de los siguientes elementos son un obstáculo para las operaciones de su empresa

Tabla 40

Elementos obstaculizadores operacionales

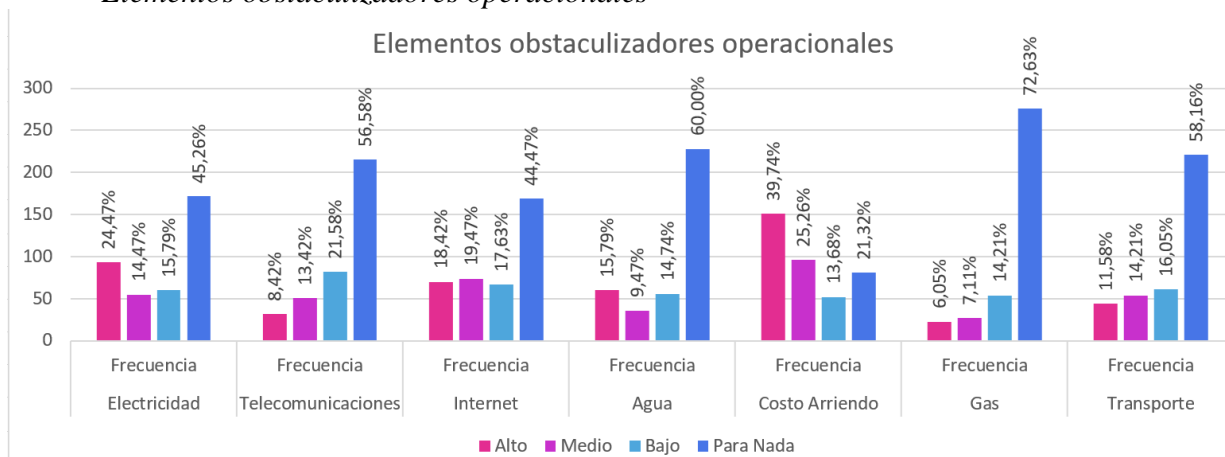
Detalle	Electricidad		Telecomunicaciones		Internet	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Alto	93	24,73%	32	8,56%	70	18,62%
Medio	55	14,63%	51	13,64%	74	19,68%
Bajo	60	15,96%	82	21,93%	67	17,82%
Para Nada	172	45,26%	215	56,58%	169	44,47%
TOTAL	380	100%	380	100%	380	100%

Detalle	Agua		Costo Arriendo		Gas	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Alto	60	16,04%	151	39,95%	23	6,17%
Medio	36	9,63%	96	25,40%	27	7,24%
Bajo	56	14,97%	52	13,76%	54	14,48%
Para Nada	228	60,00%	81	21,32%	276	72,63%
TOTAL	374	100%	378	100%	373	100%

Transporte		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Alto	44	11,76%
Medio	54	14,44%
Bajo	61	16,31%
Para Nada	221	58,16%
TOTAL	374	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 46
Elementos obstaculizadores operacionales



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que sobre el 44% de la población considera que la calidad de los servicios de electricidad, telecomunicaciones, internet, agua, gas y transporte no representan un obstáculo para nada en el desarrollo de las operaciones de su empresa, mientras el 39,95% manifiesta que el costo del arriendo de sus locales si es un inconveniente.

Se observa que todos los servicios básicos de la ciudad disponibles para el sector empresarial son en su mayoría considerados de calidad y habilitadores para el desarrollo de actividades económicas, sin embargo, el costo del arriendo representa un obstáculo para el desarrollo y crecimiento de los diferentes negocios.

48. Percepciones sobre la infraestructura de soporte de la ciudad

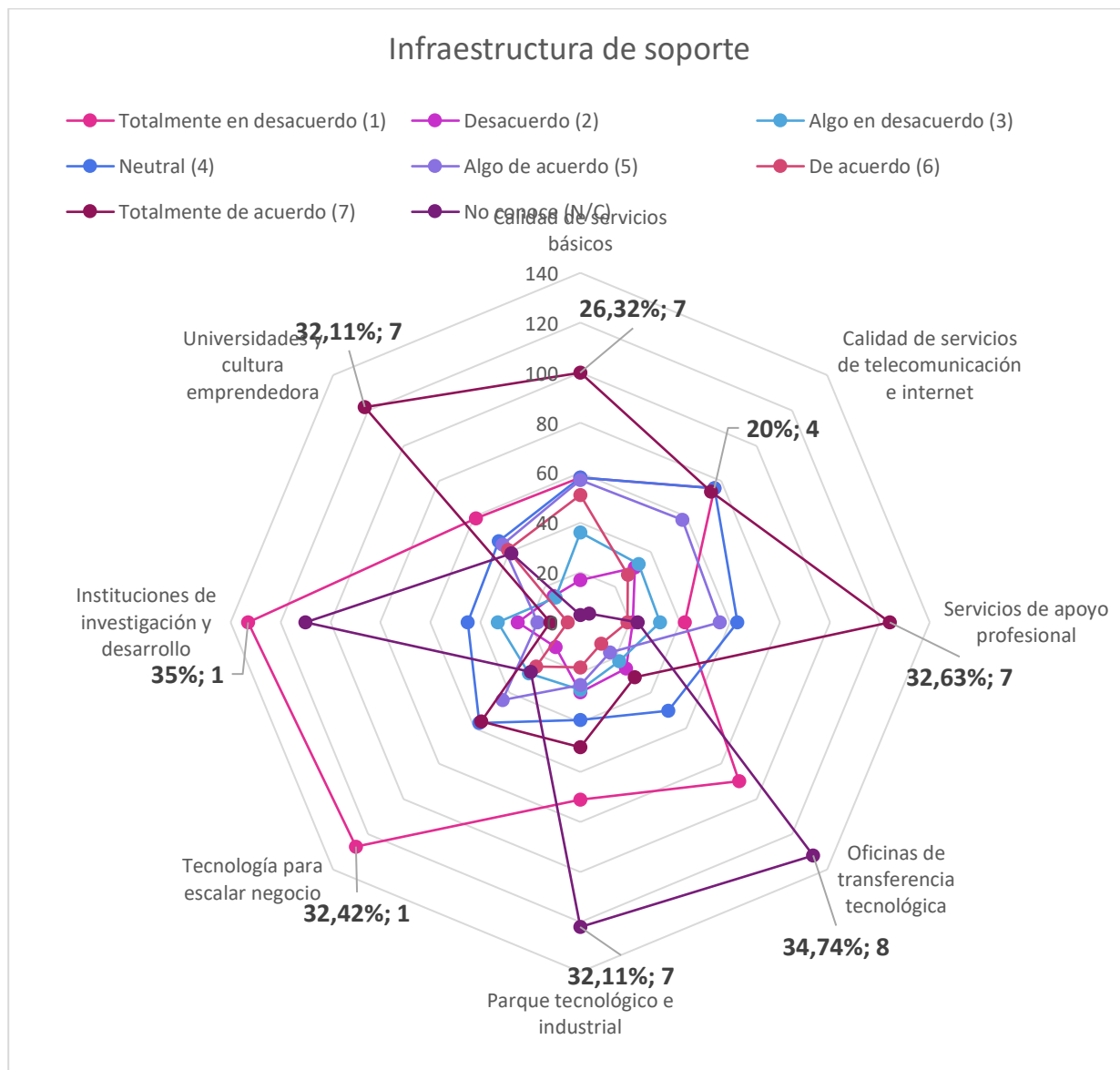
Tabla 41*Percepciones sobre la infraestructura de soporte de la ciudad*

Detalle	Calidad de servicios básicos	%	Calidad de servicios de telecomunicación e internet	%	Servicios de apoyo profesional	%	Oficinas de transferencia tecnológica	%
Totalmente en desacuerdo (1)	58	15,26%	76	20,00%	42	11,05%	90	23,68%
Desacuerdo (2)	17	4,47%	31	8,16%	21	5,53%	26	6,84%
Algo en desacuerdo (3)	36	9,47%	33	8,68%	32	8,42%	22	5,79%
Neutral (4)	58	15,26%	76	20,00%	63	16,58%	50	13,16%
Algo de acuerdo (5)	57	15,00%	58	15,26%	56	14,74%	17	4,47%
De acuerdo (6)	51	13,42%	27	7,11%	19	5,00%	12	3,16%
Totalmente de acuerdo (7)	100	26,32%	74	19,47%	124	32,63%	31	8,16%
No conoce (N/C)	3	0,79%	5	1,32%	23	6,05%	132	34,74%
TOTAL	380	100%	380	100%	380	100%	380	100%

Detalle	Parque tecnológico e industrial	%	Tecnología para escalar negocio	%	Instituciones de investigación y desarrollo	%	Universidades y cultura emprendedora	%
Totalmente en desacuerdo (1)	71	18,68%	127	33,42%	133	35,00%	59	15,53%
Desacuerdo (2)	28	7,37%	14	3,68%	25	6,58%	15	3,95%
Algo en desacuerdo (3)	27	7,11%	29	7,63%	33	8,68%	14	3,68%
Neutral (4)	39	10,26%	57	15,00%	45	11,84%	46	12,11%
Algo de acuerdo (5)	25	6,58%	44	11,58%	17	4,47%	44	11,58%
De acuerdo (6)	18	4,74%	25	6,58%	5	1,32%	41	10,79%
Totalmente de acuerdo (7)	50	13,16%	56	14,74%	12	3,16%	122	32,11%
No conoce (N/C)	122	32,11%	28	7,37%	110	28,95%	39	10,26%
TOTAL	380	100%	380	100%	380	100%	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 47
Percepción infraestructura de soporte



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: El gráfico condensado muestra que el 54,74% de la población está en algún nivel de acuerdo con que los servicios básicos (electricidad, agua, etc.) disponibles, son de alta calidad; que el 41,84% está en algún nivel de acuerdo con la afirmación los servicios de telecomunicación/banda ancha (internet) disponibles, son de alta calidad, aunque mencionan que todo depende del tipo de plan que se adquiera; que el 52,37% está en algún nivel de acuerdo con que Loja cuenta con suficientes servicios de apoyo profesional (legal, contable, técnicos especializados, etc.) de alta calidad; que el 36,32% está en algún nivel en desacuerdo y el 34,74%

no conoce si Loja cuenta con suficientes Oficinas de Transferencia Tecnológica que ofrezcan servicios de alta calidad a los emprendedores.

Además, el 33,16% está en algún nivel en desacuerdo y el 32,11% no conoce si los parques tecnológicos e industriales disponibles en la ciudad, favorecen un ambiente emprendedor y empresarial; que el 44,74% está en algún nivel en desacuerdo con que en la ciudad se cuenta con la tecnología necesaria para desarrollar/escalar su idea de negocio; que el 50,26% está en algún nivel en desacuerdo con que Loja cuenta con suficientes instituciones de Investigación & Desarrollo, de alta calidad y productividad; y, que el 54,47% % está en algún nivel de acuerdo con que las universidades promueven el desarrollo de una cultura emprendedora.

En cuanto a los servicios básicos, la mayoría de emprendedores consideran que son de calidad, en relación a la calidad de servicios profesionales disponibles consideran que existen personas muy preparadas para ofrecerlos, lo que es bueno para el ecosistema, pues se cuenta con capital humano capaz, además, la mayoría percibe que las universidades sí desempeñan un buen papel a la hora de desarrollar una cultura emprendedora en la ciudad, sin embargo, el ecosistema de local carece de suficiente infraestructura de soporte más especializada como instituciones de investigación y desarrollo, oficinas de transferencia tecnológica y un parque industrial funcional, por lo que se debe buscar fortalecer esta red de soporte para que los emprendimientos prosperen y generen desarrollo económico en la ciudad.

49. Percepción sobre las incubadoras / aceleradoras de negocios en la ciudad

Tabla 42

Percepción sobre las incubadoras / aceleradoras de negocios en la ciudad

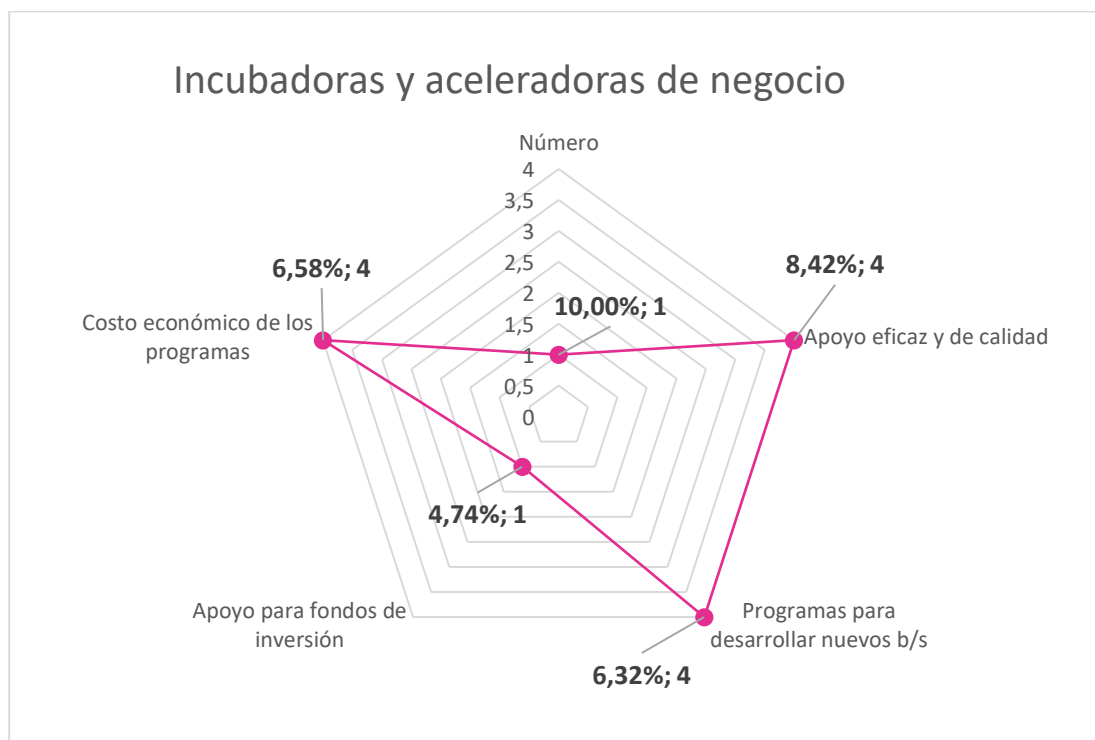
Detalle	Número	%	Apoyo eficaz y de calidad	%	Programas para desarrollar nuevos b/s	%	Apoyo para fondos de inversión	%	Costo económico de los programas	%
Totalmente desacuerdo (1)	38	10,00%	18	4,74%	17	4,47%	18	4,74%	15	3,95%
Desacuerdo (2)	12	3,16%	15	3,95%	9	2,37%	16	4,21%	12	3,16%
Algo en desacuerdo (3)	23	6,05%	9	2,37%	13	3,42%	11	2,89%	12	3,16%
Neutral (4)	18	4,74%	32	8,42%	24	6,32%	18	4,74%	25	6,58%
Algo de acuerdo (5)	12	3,16%	15	3,95%	18	4,74%	14	3,68%	11	2,89%
De acuerdo (6)	8	2,11%	6	1,58%	10	2,63%	15	3,95%	5	1,32%

Totalmente de acuerdo (7)	9	2,37%	17	4,47%	22	5,79%	13	3,42%	14	3,68%
No conoce (N/C)	260	68,42%	268	70,53%	267	70,26%	275	72,37%	286	75,26%
TOTAL	380	100%	380	100%	380	100%	380	100%	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 48

Percepción incubadoras / aceleradoras de negocio



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: El gráfico condensado muestra que de la población que sí conoce de la existencia de las incubadoras / aceleradoras de negocios en la ciudad, el 19,21% está en algún nivel de desacuerdo con que son suficientes para atender la demanda emprendedora local; que el 8,42% se mantiene neutral o más o menos de acuerdo en cuanto al apoyo eficaz y de calidad que ofrecen a los emprendedores; que el 13,16% está en algún nivel de acuerdo en que las incubadoras/aceleradoras ofrecen programas que ayudan a la creación y desarrollo nuevos productos y servicios; que el 11,84% está en algún nivel en desacuerdo en que ofrecen apoyo para la adquisición de fondos de inversión; que el 10,26% está en algún nivel en desacuerdo en que tienen un costo accesible.

Se observa que la población no conoce sobre la existencia de las incubadoras de negocios de la ciudad y por ende no están al tanto de los programas que ofrecen, pero, las personas que si han asistido no consideran que el número de incubadoras sea suficiente y a pesar de que ofrecen programas enfocados en innovación y brindan un apoyo medianamente eficaz, deben mejorar en el apoyo para adquirir financiamiento alternativo y ser un más accesibles económicamente, de manera que más emprendedores quieran asistir a los programas de mejoramiento.

50. Percepción sobre networking y colaboración

Tabla 43

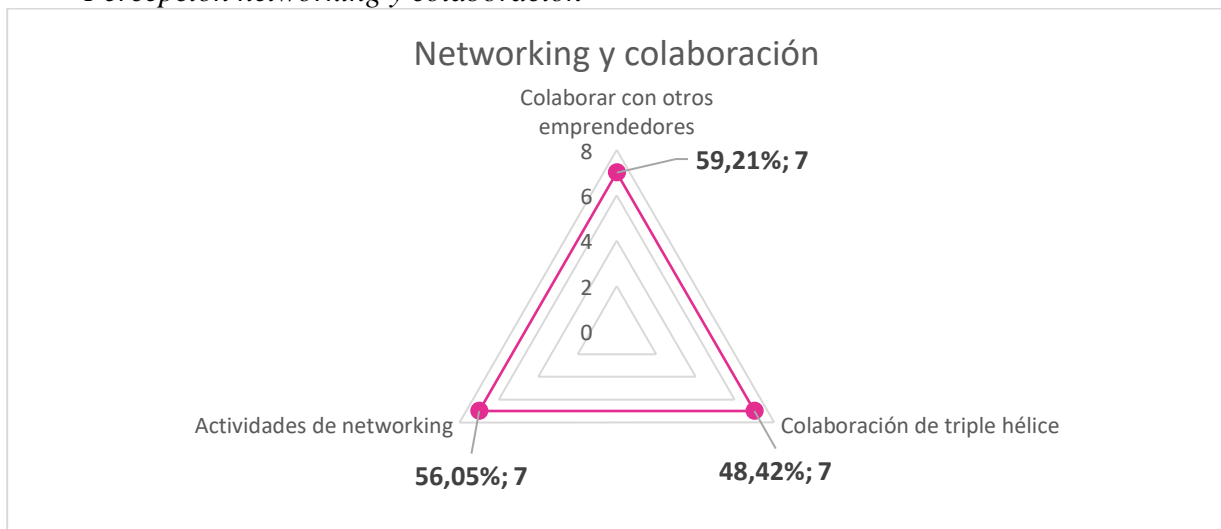
Percepción sobre networking y colaboración

Detalle	Colaborar con otros emprendedores	Porcentaje	Colaboración de triple hélice	Porcentaje	Actividades de networking	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo (1)	14	3,68%	34	8,95%	18	4,74%
Desacuerdo (2)	5	1,32%	6	1,58%	7	1,84%
Algo en desacuerdo (3)	10	2,63%	8	2,11%	5	1,32%
Neutral (4)	25	6,58%	35	9,21%	31	8,16%
Algo de acuerdo (5)	29	7,63%	35	9,21%	24	6,32%
De acuerdo (6)	28	7,37%	34	8,95%	28	7,37%
Totalmente de acuerdo (7)	225	59,21%	184	48,42%	213	56,05%
No conoce (N/C)	44	11,58%	44	11,58%	54	14,21%
TOTAL	380	100%	380	100%	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 49

Percepción networking y colaboración



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: El gráfico condensado muestra que el 74,21% está en algún nivel de acuerdo con que es importante participar en proyectos colaborativos con otros emprendedores; que el 66,58% está en algún nivel de acuerdo en que es importante participar en proyectos colaborativos entre emprendedores, universidades, organizaciones públicas; que el 69,74% está en algún nivel de acuerdo en que es importante participar en las actividades y eventos que facilitan el networking emprendedor.

Se observa que los emprendedores tienen un buen concepto sobre la importancia de la colaboración con otros actores del ecosistema y generar networking, mientras una mínima parte no lo ve como necesario o útil, esto es bueno porque la mayoría reconoce que al crearse redes de apoyo, motivación y asesoramiento se pueden generar nuevas ideas y mejorarlas, provocando un ambiente dinámico para el crecimiento de los emprendimientos con mayor valor agregado, diferenciación y que puedan competir en otros mercados.

51. Respecto al acceso a programas de financiamiento en la ciudad.

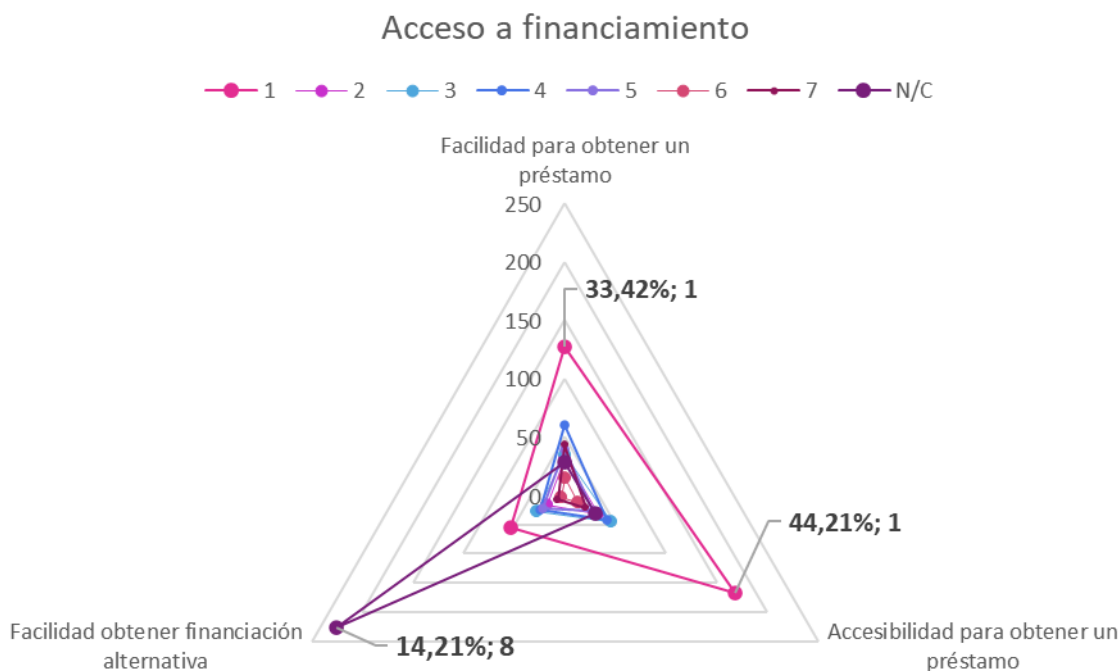
Tabla 44

Percepción sobre el acceso a programas de financiamiento

Detalle	Facilidad para obtener un préstamo	Porcentaje	Accesibilidad para obtener un préstamo	Porcentaje	Facilidad obtener financiación alternativa	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo (1)	127	33,42%	168	44,21%	54	14,21%
Desacuerdo (2)	32	8,42%	33	8,68%	17	4,47%
Algo en desacuerdo (3)	35	9,21%	46	12,11%	27	7,11%
Neutral (4)	60	15,79%	42	11,05%	24	6,32%
Algo de acuerdo (5)	39	10,26%	27	7,11%	22	5,79%
De acuerdo (6)	15	3,95%	13	3,42%	3	0,79%
Totalmente de acuerdo (7)	43	11,32%	21	5,53%	7	1,84%
No conoce (N/C)	29	7,63%	30	7,89%	226	59,47%
TOTAL	380	100%	380	100%	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 50
Percepción acceso a financiamiento



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: El gráfico condensado de las percepciones sobre acceso a programas de financiamiento en la ciudad muestra que el 51,1% está en algún nivel en desacuerdo con que es fácil (en relación a los trámites y garantías) obtener un préstamo bancario; que el 65% está en algún nivel en desacuerdo en que es accesible (en relación a tasas de interés) obtener un préstamo bancario; que el 59,47% no conoce si es fácil de obtener capital de riesgo, fondos de ángeles inversionistas, fondos públicos y crowdfunding y de quienes si han escuchado sobre estas formas de financiamiento alternativas, el 25,79% está en algún nivel en desacuerdo con que son fáciles de obtener.

El financiamiento es uno de los ejes más importantes al inicio de un negocio y se observa que la mayoría de emprendedores tiene problemas para acceder a capital para iniciar o mejorar su empresa, ya sea por los requisitos, altas tasas de interés, y desconocimiento de otras alternativas, esto limita el crecimiento de las mismas y representa una barrera para la creación de emprendimientos de alto impacto, son pocas las personas que están en la capacidad de acceder fácilmente a financiación adecuada.

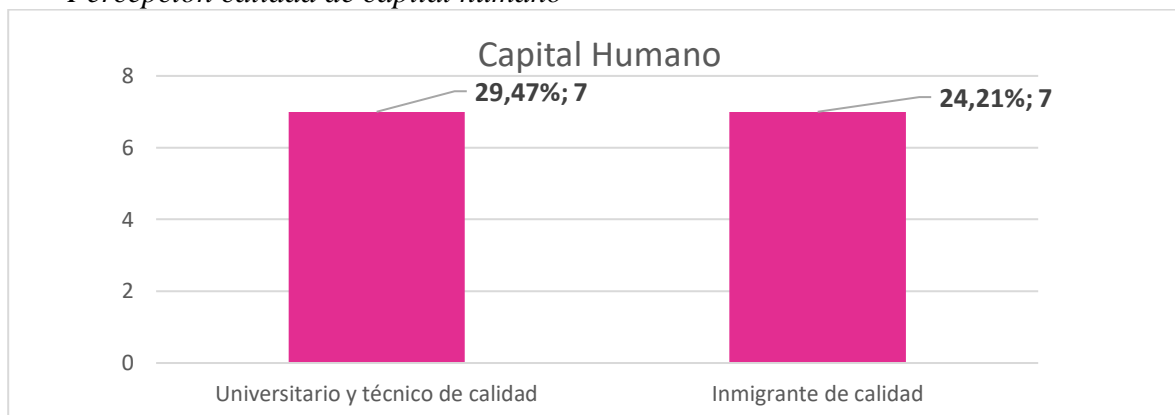
52. Percepción sobre el Capital Humano

Tabla 45
Percepciones sobre el capital humano en la ciudad

Detalle	Universitario y técnico de calidad	Porcentaje	Inmigrante de calidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo (1)	67	17,63%	67	17,63%
Desacuerdo (2)	10	2,63%	16	4,21%
Algo en desacuerdo (3)	27	7,11%	29	7,63%
Neutral (4)	63	16,58%	76	20,00%
Algo de acuerdo (5)	53	13,95%	48	12,63%
De acuerdo (6)	23	6,05%	13	3,42%
Totalmente de acuerdo (7)	112	29,47%	92	24,21%
No conoce (N/C)	25	6,58%	39	10,26%
TOTAL	380	100%	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 51
Percepción calidad de capital humano



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: El gráfico condensado muestra que el 49,47% está en algún nivel de acuerdo con que los egresados de nivel universitario y técnico cuentan con una preparación académica y habilidades adecuadas para los puestos a los que aplican en las empresas; y que el 40,26% está totalmente de acuerdo con que los inmigrantes también cuentan la preparación y habilidades adecuadas.

A pesar de que el mayor porcentaje opina que el capital humano de nivel universitario, técnico e inmigrante están preparados para los diferentes puestos de trabajos, se observa que un buen número considera que están medianamente preparados, y dado que la calidad de conocimientos y habilidades del personal influyen en gran medida en el éxito del negocio, es necesario que las personas se auto eduquen de forma continua en temas relevantes en su área de trabajo, porque esto acelera los procesos de innovación en una empresa.

53. Percepción de las IES

Tabla 46

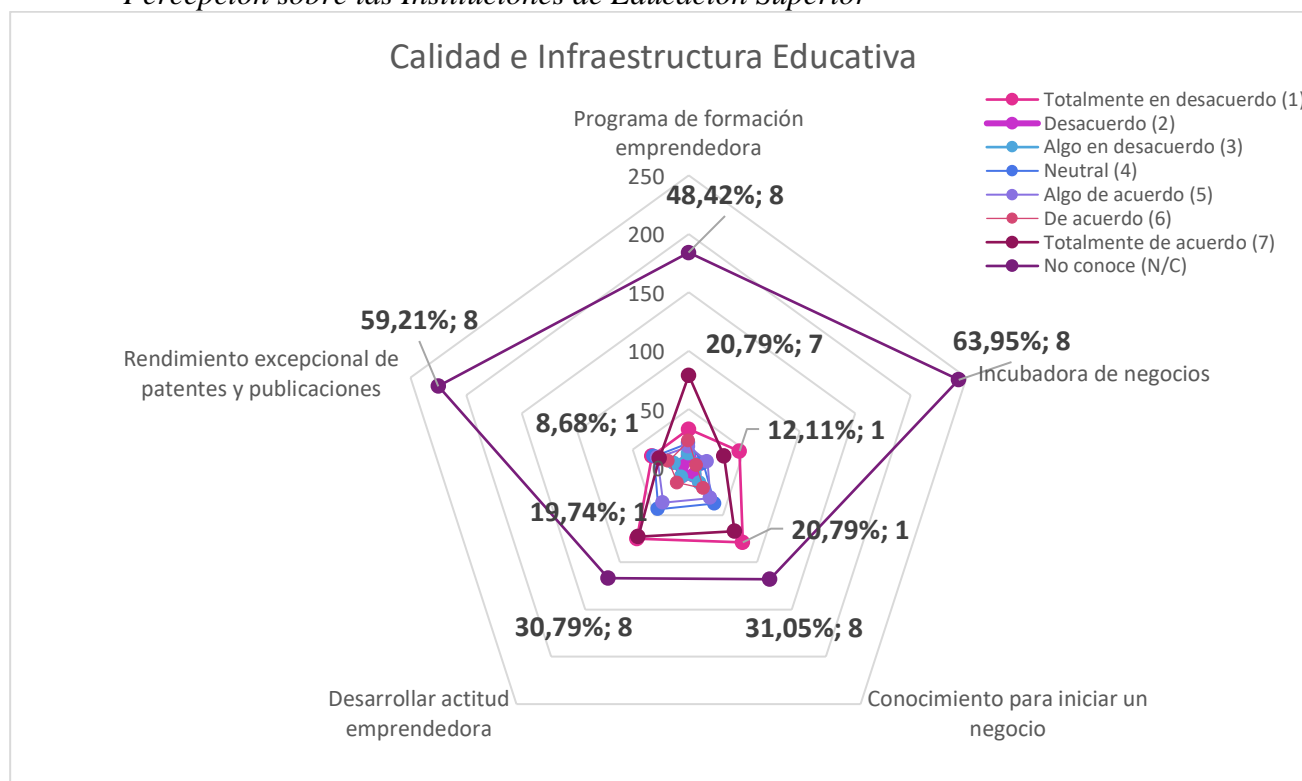
Percepción sobre las Instituciones de Educación Superior

Detalle	Programa de formación emprendedora	%	Incubadora de negocios	%	Conocimiento para iniciar un negocio	%	Desarrollar actitud emprendedora	%	Rendimiento excepcional de patentes y publicaciones	%
Totalmente en desacuerdo (1)	33	8,68%	46	12,11%	79	20,79%	75	19,74%	33	8,68%
Desacuerdo(2)	10	2,63%	11	2,89%	8	2,11%	8	2,11%	6	1,58%
Algo en desacuerdo (3)	12	3,16%	11	2,89%	16	4,21%	10	2,63%	13	3,42%
Neutral (4)	21	5,53%	13	3,42%	38	10,00%	44	11,58%	31	8,16%
Algo de acuerdo (5)	18	4,74%	17	4,47%	32	8,42%	37	9,74%	28	7,37%
De acuerdo (6)	23	6,05%	7	1,84%	22	5,79%	16	4,21%	18	4,74%
Totalmente de acuerdo (7)	79	20,79%	32	8,42%	67	17,63%	73	19,21%	26	6,84%
No conoce	184	48,42%	243	63,95%	118	31,05%	117	30,79%	225	59,21%
TOTAL	380	100%	380	100%	380	100%	380	100%	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 52

Percepción sobre las Instituciones de Educación Superior



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: El gráfico condensado de las percepciones sobre la universidad en dónde la población realizó sus estudios de nivel superior muestra que el 48,42% de la población no conoce si actualmente cuenta con un programa formal de formación emprendedora y el 31,58% considera que si lo tienen; que el 63,95% no conoce si cuentan con infraestructura (incubadora) que apoya la formación emprendedora y el 17,89% dice que no tienen; que el 31,84% está en algún nivel en desacuerdo con la afirmación de que les dio los conocimientos necesarios para iniciar un negocio; que el 33,16% está en algún nivel de acuerdo con que le ayudó a desarrollar una actitud emprendedora mientras el 24,47% está en des acuerdo; y que el 59,21% no conoce si su centro de estudios tiene un rendimiento excepcional en relación al número de patentes, publicaciones, proyectos, o empresas creadas por los estudiantes.

Se puede observar que no pocos emprendedores con educación superior consideran que su universidad o instituto les dio los conocimientos para iniciar un negocio o les ayudó a desarrollar una actitud emprendedora, lo que es desfavorable para el ecosistema porque si no desarrollan estas habilidades desde las aulas los emprendedores son menos propensos a crear empresas de rápido crecimiento y con mayor eficiencia al afrontar los retos durante la puesta en marcha, también se observa que no conocen sobre la infraestructura para la incubación de emprendimientos en las universidades.

54. Sobre la cultura emprendedora.

Tabla 47

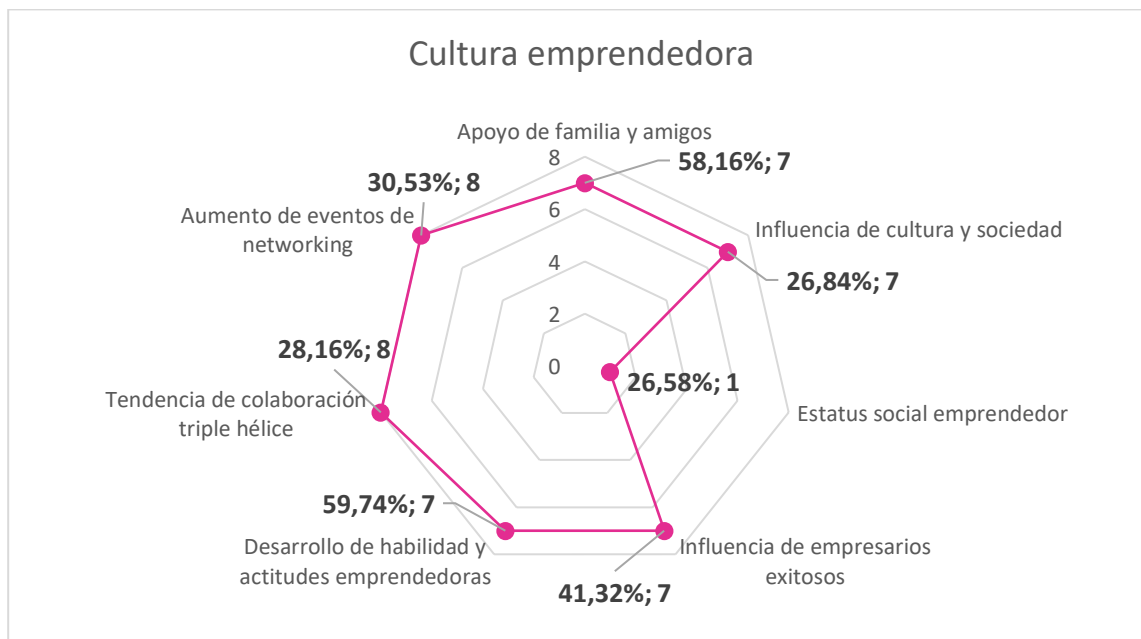
Percepción sobre la cultura emprendedora

Detalle	Apoyo de familia y amigos	Porcentaje	Influencia de cultura y sociedad	Porcentaje	Estatus social emprendedor	Porcentaje	Influencia de empresarios exitosos	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo (1)	40	10,53%	86	22,63%	101	26,58%	65	17,11%
Desacuerdo (2)	9	2,37%	22	5,79%	25	6,58%	15	3,95%
Algo en desacuerdo (3)	15	3,95%	26	6,84%	23	6,05%	20	5,26%
Neutral (4)	20	5,26%	62	16,32%	86	22,63%	40	10,53%
Algo de acuerdo (5)	23	6,05%	46	12,11%	46	12,11%	45	11,84%
De acuerdo (6)	41	10,79%	24	6,32%	27	7,11%	29	7,63%
Totalmente de acuerdo (7)	221	58,16%	102	26,84%	57	15,00%	157	41,32%
No conoce (N/C)	11	2,89%	12	3,16%	15	3,95%	9	2,37%
TOTAL	380	100%	380	100%	380	100%	380	100%

Detalle	Desarrollo de habilidad y actitudes emprendedoras	Porcentaje	Tendencia de colaboración triple hélice	Porcentaje	Aumento de eventos de networking	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo (1)	16	4,21%	53	13,95%	49	12,89%
Desacuerdo (2)	4	1,05%	25	6,58%	18	4,74%
Algo en desacuerdo (3)	12	3,16%	30	7,89%	31	8,16%
Neutral (4)	28	7,37%	37	9,74%	43	11,32%
Algo de acuerdo (5)	35	9,21%	46	12,11%	31	8,16%
De acuerdo (6)	38	10,00%	25	6,58%	19	5,00%
Totalmente de acuerdo (7)	227	59,74%	57	15,00%	73	19,21%
No conoce (N/C)	20	5,26%	107	28,16%	116	30,53%
TOTAL	380	100%	380	100%	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 53
Percepción cultura de emprendimiento



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: El gráfico condensado muestra que el 75% de la población está totalmente en algún nivel de acuerdo con la afirmación mi familia y mis amigos me han apoyado para ser un emprendedor; que el 45,26% está en algún nivel de acuerdo con la afirmación la cultura y normas de la sociedad tiene una influencia positiva para decidir ser un emprendedor; que el 39,21% está en algún nivel de acuerdo y el 22,63% se mantiene neutral con la afirmación los emprendedores tienen un estatus social alto y de respeto en Loja; que el 60,79% está en algún nivel de acuerdo con que la presencia de emprendedores de éxito en la ciudad me ha motivado para convertirme emprendedor; que el 78,95% está totalmente de acuerdo con la afirmación mis experiencias en la apertura de nuevos negocios (éxitos o fracasos) han sido un gran estímulo para el desarrollo de mis habilidades y actitud emprendedora; que el 33,68% está de acuerdo y 28,16% no conoce si en Loja hay una tendencia de las empresas para colaborar en proyectos con universidades e instituciones públicas; que el 32,37% está de acuerdo y 30,53% no conoce si en Loja hay un aumento en el número de organizaciones y eventos que promueven el networking emprendedor local y nacional.

Se observa que en la ciudad existe una buena cultura emprendedora en los aspectos de apoyo del círculo familiar, la influencia de empresarios exitosos, y el desarrollo de habilidades y

actitudes emprendedoras a partir de experiencias previas, pero aún hay que mejorar, especialmente en la percepción que tiene la sociedad de los emprendedores en la ciudad y en la influencia de la misma para que la gente decida emprender, ya que uno de los temores de los emprendedores al momento de poner en marcha un negocio innovador es que en la ciudad las personas los replican inmediatamente y limitan la oportunidad de crecer, además, de que no se suele apoyar los productos locales de calidad, también se aprecia un desconocimiento sobre los eventos de networking y colaboración que se realizan en la ciudad.

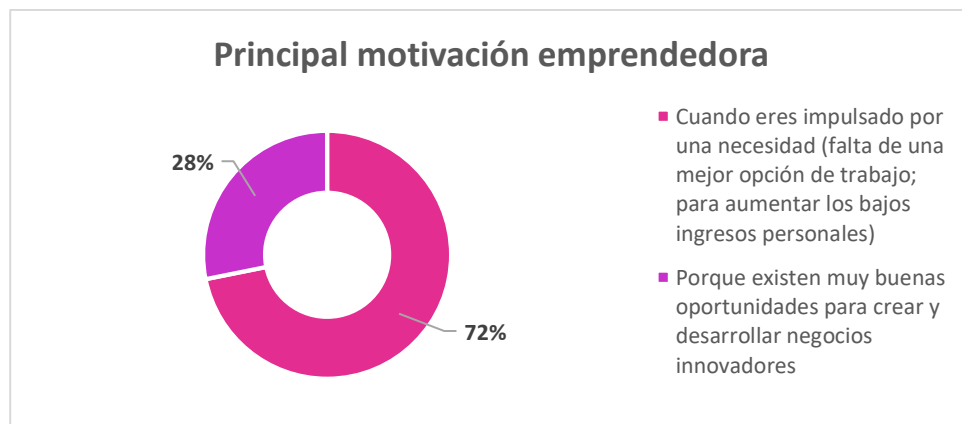
55. Seleccione la afirmación que considere adecuada: En Loja, es común convertirse en emprendedor...

Tabla 48
Principal motivación emprendedora en la ciudad

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Cuando eres impulsado por una necesidad (falta de una mejor opción de trabajo; para aumentar los bajos ingresos personales)	273	71,84%
Porque existen muy buenas oportunidades para crear y desarrollar negocios innovadores	107	28,16%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 54
Principal motivación emprendedora en la ciudad



Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que el 72% de la población considera que en la ciudad de Loja es común convertirse en emprendedor cuando eres impulsado por una necesidad, mientras el 28% considera que es común hacerlo porque existen muy buenas oportunidades para crear y desarrollar negocios innovadores.

Se observa que la mayoría de la población emprende porque lo impulsó una necesidad, por la falta de un mejor empleo y son muy pocos quienes lo hicieron porque evaluaron el mercado y se encontraron una buena oportunidad de negocio que pueda ser escalable, al emprender de esta forma empírica y sin tener un conocimiento adecuado de cómo administrar un negocio se corre el riesgo de cometer más errores y de que este quiebre en poco tiempo.

56. Considerando todos los aspectos discutidos, ¿Cómo percibe el entorno emprendedor en la ciudad? ¿Ofrece buenas oportunidades para aumentar significativamente su negocio en los próximos meses / años?

Tras analizar las respuestas dadas por la población se puede notar una polaridad en cuanto las oportunidades que perciben en el entorno para que crezca su negocio, la mitad opina que si existen oportunidades que quedan por explotar para seguir creciendo, pero resaltan que es trabajo de uno mismo seguir buscando espacios en los que se pueda innovar, también denotan la necesidad de apoyo sobre todo económico e impulso para ciertos sectores, de que la ciudadanía tome conciencia del verdadero valor del trabajo que se realiza en la ciudad y que elijan primero lo local, también hay mucha expectativa dadas las festividades que se celebran desde agosto a diciembre porque atraen al turismo y se dinamiza la economía.

Por otro lado, quienes no creen que hay oportunidades consideran que esto se debe a la mala cultura de emprendimiento que hay en la ciudad, pues dado que se emprende principalmente por necesidad, las personas no se dan el tiempo de pensar en ofrecer algo que los diferencie de la competencia y prefieren replicar lo mismo que hacen otros negocios, esto crea un ambiente hostil de emprendimiento y disminuye la probabilidad de colaboración entre los mismos dado el miedo de que sus ideas sean robadas, además, se destruye el mercado porque los nuevos venden a precios mucho menores que no compensan los niveles de gastos del negocio original y a la larga estos se ven obligados a bajar mucho más sus precios para obtener algo de ganancia y no perder clientela, por lo que es inevitable bajar la calidad inicial en algunos casos, sumado a esto, la ciudadanía prefiere consumir el mismo producto de marcas extranjeras que lo que elaborado en la ciudad. También señalan que el excesivo monto de impuestos que deben pagar por cosas innecesarias a veces ahoga a los negocios y terminan cerrando, que no hay muchas facilidades para acceder a financiamiento, que hay muchas trabas al momento de iniciar un negocio y la ciudad es pequeña y muy conservadora aún.

57. Coméntenos que es lo que hace falta o se puede mejorar en la ciudad para que surjan negocios innovadores y crezcan los que ya existen

Cada negocio o emprendimiento tiene necesidades diferentes, pero coinciden mayormente en las siguientes: Capacitaciones sobre cómo manejar todas las áreas de un negocio especialmente la financiera y de forma específica cosas más técnicas sobre su giro de negocio; Mayor apertura de colaboración con ciertas instituciones y con negocio de diversos sectores productivos, y de esta manera poder realizar trabajos de vinculación que pueden ayudar a mejorar ciertas ideas; Apoyo económico con tasas de interés más bajas; Incentivos financieros para emprendedores; Diversificación de carreras técnicas cortas. Becas y pasantías a nivel nacional e internacional para perfeccionar los conocimientos y crear industria propia en la ciudad; Trabajar en una ordenanza para disminuir el costo de los arriendos porque son excesivos; Minimizar los trámites y burocracia para abrir un negocio; Facilitar el tema de importación para poder crecer; Control de vendedores informales; Eliminar ferias innecesarias en las que se da preferencia al producto de otros lugares como Ambato y Perú; Que el emprendedor no pague patente al inicio del negocio; Retomar Toldas y Gente en el Parque de Santo Domingo; ejecutar acciones para que el parque industrial de la ciudad funciones de manera adecuada y se puedan crear industrias que generen empleo; Prácticas profesionales de asesorías por departamentos administrativos gratuitos al público; Capacitaciones del Municipio de cómo empezar un negocio; Que las políticas de estado mejoren para los emprendedores, menos impuestos los 3 primeros años de inicio del negocio; Generar un cambio cultural y de mentalidad sobre el emprendimiento en la ciudad porque no se valora la calidad y siempre quieren precios bajos. Vincular más Universidades con empresas e inversionistas. Bajar el pago de impuestos al municipio, son muy caros; Abrir más centros de apoyo al emprendedor en el que también se brinden charlas y talleres de cómo iniciar un negocio innovador; Las incubadoras no solo deben ser de universidad sino gubernamentales y más accesibles. Impulso de incubadoras para sacar adelante adecuadamente las marcas que acuden a ellas y no la de la institución en sí; Difundir las capacitaciones a través de programas y el área de investigación gratuita que ofrece la Senescyt; Apoyo del gobierno local para poder comercializar los productos en otros mercados en el país.

6.2.Resultados mapeo y caracterización de los actores del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja

A continuación, se caracterizan los actores clave que conforman las diferentes dimensiones del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja que fueron identificados mediante observación directa y de información documental encontrada en artículos de prensa digital. Desde luego, no es posible mapear absolutamente todos los actores de un ecosistema, dado que al haber sido identificados por observación directa tal vez no se consideró alguno con cierto grado de influencia, sin embargo, se ha tomado en cuenta a los más relevantes con base en ciertas características y nivel de involucramiento en el desarrollo del emprendimiento en la ciudad.

Ambiente Regulatorio

- **Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).**



La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), es el organismo técnico encargado de la regulación, control técnico y vigilancia sanitaria de los siguientes productos: alimentos procesados, aditivos alimentarios, agua procesada, productos del tabaco, medicamentos en general, productos nutracéuticos, productos biológicos, naturales procesados de uso medicinal, medicamentos homeopáticos y productos dentales; dispositivos médicos, reactivos bioquímicos y de diagnóstico, productos higiénicos, plaguicidas para uso doméstico e industrial, fabricados en el territorio nacional o en el exterior, para su importación, exportación, comercialización, dispensación y expendio, incluidos los que se reciban en donación y productos de higiene doméstica y absorbentes de higiene personal, relacionados con el uso y consumo humano; así como de los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario establecidos en la Ley Orgánica de Salud y demás normativa aplicable, exceptuando aquellos de servicios de salud públicos y privados. (D.E. 1290, Art. 9).

- **Declaración de principios**
- *Misión*

Contribuir a la protección de la salud de la población, a través de la gestión de riesgo de los productos de uso y consumo humano, así como de los establecimientos sujetos a la vigilancia y control sanitario facilitando a la vez el desarrollo del sector productivo nacional, entregando una atención ágil y expedita a los usuarios individuales e institucionales.

- *Visión*

Hasta 2021, su visión era consolidarse como una agencia de regulación reconocida a nivel nacional e internacional por sus buenas prácticas de operación, servicios eficientes y ágiles, solidez técnica y transparencia.

- **Espacios relacionados con el emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

Dado que esta institución es la encargada de emitir varios permisos para la producción y expendio de diversos productos, como lo son las notificaciones y registros sanitarios, su rol es fundamental durante las etapas tempranas del emprendimiento en donde se prioriza la formalización del mismo, por lo que hacer que estos trámites sean accesibles a la mayor cantidad posible de emprendedores brindan capacitaciones a emprendedores principalmente sobre permisos de funcionamiento y registros sanitarios, y complementariamente sobre etiquetado, buenas prácticas de manufactura, manipulación de alimentos y sobre la Ventanilla Única Ecuatoriana. También ofrecen de forma gratuita asesoramiento técnico a los emprendedores.

- **Municipio de Loja.**



Municipio de Loja

- **Declaración de principios**
- *Misión y Visión*

Los presentes fundamentos institucionales para la ciudad de Loja se plantearon de acuerdo a la Ley Orgánica de Régimen Municipal, en la que se manifiesta que:

"El Municipio es la sociedad política autónoma subordinada al orden jurídico constitucional del Estado, cuya finalidad es el bien común local y, dentro de éste y en forma primordial, la atención de las necesidades de la ciudad, del área metropolitana y de las parroquias rurales de la respectiva jurisdicción.

El territorio de cada cantón comprende parroquias urbanas cuyo conjunto constituye una ciudad, y parroquias rurales.

Cada Municipio constituye una persona jurídica de derecho público, con patrimonio propio y con capacidad para realizar los actos jurídicos que fueren necesarios para el cumplimiento de sus fines, en la forma y condiciones que determinan la Constitución y la ley" (Municipio de Loja, n.d.)

- **Unidades encargadas del emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

En el año 2015 el municipio inauguró la Bolsa Global de Emprendimiento y Trabajo, a cargo del Ing. Andrés Sigcho Ordóñez, cuyo objetivo fundamental era mejorar la calidad de vida de la ciudadanía apoyando a los emprendimientos sostenibles y generando oportunidades de autoempleo y nuevas plazas de trabajo, sin embargo, la entidad cerró sus puertas en 2019 (Bolsa Global de Emprendimiento y Trabajo, 2016).

Actualmente la Unidad de Generación de Empleo del Municipio de Loja es la que se encarga de coordinar los espacios que faciliten el desarrollo de las actividades productivas de los emprendedores.

- **Espacios relacionados con el emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

El municipio impulsa el desarrollo socioeconómico de la ciudad impulsando el emprendimiento mediante la organización de varios eventos, principalmente ferias de emprendimiento con el apoyo de otras instituciones como Prefectura de Loja, Corporación de ferias, MINTEL, y MIPRO, una de las más destacadas fue la del proyecto "Toldas y Gente", desarrollado por la Bolsa Global de la ciudad, que ofrecía un espacio para la interacción de los emprendimientos innovadores con sus potenciales clientes, validación de ideas de negocio y

promoción y comercialización de la producción local, desarrollada el primer viernes de cada mes en la Plaza de Santo Domingo (Bolsa Global de Emprendimiento y Trabajo, 2016).

Otra actividad realizada por la Bolsa Global fue diseñar el portafolio de marca completo de 9 emprendimientos de estudiantes de la carrera de Agroindustrias del Instituto Tecnológico Superior “Beatriz Cueva de Ayora” con el afán de promover el crecimiento y posicionamiento de estas iniciativas no solo en el mercado local sino también nacional, además, la institución brindó apoyo con los procesos para obtener la notificación sanitaria, registrar las marcas en el anterior IEPI y posteriormente organizando una rueda de negocios.

La Unidad de Generación de Empleo es encargada de aprobar ordenanzas y ejecutar proyectos para la reactivación económica del cantón Loja, especialmente post-pandemia, como la instalación de quioscos en puntos estratégicos para facilitar el comercio de diversos productos.

- **Programa de capacitaciones**

La Bolsa Global comprometida con el desarrollo socioeconómico y generación de empleo mantenía un plan de capacitaciones continuas y talleres enfocados en enseñar nuevas habilidades y destrezas a la ciudadanía que le permitan auto emplearse. Algunas de las temáticas recurrentes de los talleres eran atención al cliente, cajeros bancarios, computación básica para el adulto mayor, excel básico y compras públicas, mismas que eran impartidas por profesionales con experiencia en cada rama (Díaz, 2018).

La Unidad de Generación de Empleo también está encargada de planificar cursos y talleres formativos de actualización de conocimientos y desarrollo de nuevas habilidades, entre los que se mencionan: los cursos de lácteos, bioseguridad, primeros auxilios, asesor de crédito, manejo de áreas protegidas, entre otras temáticas que se dictarán a través de plataformas virtuales.

- **Servicio de Rentas Internas (SRI).**



El Servicio de Rentas Internas nació el 2 de diciembre de 1997 basándose en los principios de justicia y equidad, como respuesta a la alta evasión tributaria, alimentada por la ausencia casi total de cultura tributaria. Desde su creación se ha destacado por ser una institución independiente en la definición de políticas y estrategias de gestión que han permitido que se maneje con equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones, aplicando de manera transparente tanto sus políticas como la legislación tributaria. (Servicio de Rentas Internas del Ecuador, n.d.)

- **Declaración de principios**
- *Misión*

Gestionar la política tributaria en el marco de los principios constitucionales, consolidando la habilitación para el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias, y, fortaleciendo el control de los impuestos internos, con un enfoque de gestión de riesgos, fomentando el crecimiento económico sostenido.(Servicio de Rentas Internas del Ecuador, n.d.)

- *Visión*

Ser una Administración Tributaria reconocida, por su permanente innovación y transformación digital, fortalecida por el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias y, por el combate a la evasión, el fraude y la elusión fiscal; con un enfoque de gestión de riesgos.(Servicio de Rentas Internas del Ecuador, n.d.)

- **Unidades encargadas del emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

En Loja, Julio César Ruiz Zhingre es el director Zonal 7 de las oficinas del Servicio de Rentas Internas, sin embargo, la institución no mantiene dentro de su estructura jerárquica un departamento designado para fomentar el emprendimiento.

- **Espacios relacionados con el emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

El SRI como tal no organiza eventos que faciliten la visibilidad del emprendimiento, sin embargo, suelen colocar sus stands informativos en varias ferias para incentivar a la ciudadanía a crear su negocio y a comunicar los pasos a realizar para legalizar su emprendimiento.

- **Programa de capacitaciones**

En la página oficial del SRI no se puede encontrar un plan de capacitaciones, sin embargo, a través de su página “Encuentra empleo” junto con el Ministerio de Trabajo, cuyo objetivo es “facilitar el encuentro entre la oferta (pública y privada) de empleo y la demanda de los ciudadanos empleadores obtengan, para que estos puministerio edan obtener opciones de empleo y los empresarios personal calificado y apto para sus necesidades”, brindan cursos gratuitos y capacitación en línea sobre diversas temáticas para fortalecer y desarrollar competencias laborales en diversos campos desde seguridad industrial, tributación, legislación laboral, hasta herramientas ofimáticas.

- **Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros**



La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros es el organismo técnico, con autonomía administrativa y económica, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley.

- **Declaración de principios**

- *Misión*

Somos una institución que controla, vigila y promueve el mercado de valores, el sector societario y de seguros, mediante sistemas de regulación y servicios, contribuyendo al desarrollo confiable y transparente de la actividad empresarial en el país.

- *Visión*

Alcanzar el reconocimiento ciudadano por ser una institución que prioriza la calidad en el servicio y la eficacia en su gestión, convirtiéndose en un partícipe estratégico en el desarrollo del sector societario, de mercado de valores, y de seguros.

- **Espacios relacionados con el emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

La SUPECIAS no posee departamentos o impulsa directamente espacios de emprendimiento, pero se lo ha incluido dentro de la dimensión de ambiente regulatorio porque es un organismo que supervisará las actividades de los emprendimientos o mipymes que al ir creciendo pueden requerir cambiar su condición natural a personería jurídica, y la institución brinda información de como constituir las.

También realizan investigaciones, estudios y artículos científicos de interés dentro del área económica y para llevarlas a cabo mantienen alianzas con diversas Instituciones de Educación Superior, Ministerios, GAD's Municipales y Fundaciones a nivel nacional.

- **Servicio Nacional de Derechos intelectuales.**



El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales es el organismo técnico de derecho público, adscrito a la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, y autoridad nacional competente, que ejerce las facultades de regulación, gestión y control de los derechos intelectuales.

- **Declaración de principios**

El SENADI es el organismo competente para proteger y defender los derechos intelectuales; organizar y administrar la información sobre los registros de todo tipo de derechos de propiedad intelectual en articulación al Sistema Nacional de Información de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales del Ecuador.

El SENADI, entre otras atribuciones tiene la de garantizar la adquisición y ejercicio de los derechos de propiedad intelectual de conformidad con el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación y actuar en coordinación con las dependencias

competentes en la negociación de tratados y otros instrumentos internacionales en materias relativas a propiedad intelectual y conocimientos tradicionales.

Si bien en Loja no hay oficinas de este organismo, existe una Ventanilla Empresarial, ubicada en las calles Av. Orillas del Zamora y Padre Juan de Velasco, Planta Baja del antiguo PREDESUR,(Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, n.d.)

- **Unidades encargadas del emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

EL SENADI es una entidad adscrita a SENESCYT y no posee departamentos encargados de fomentar el emprendimiento como tal.

- **Programa de capacitaciones**

El SENADI mantiene en su página web el link a un canal en la plataforma Youtube con una recopilación de webinars y capacitaciones orientadas a formar sobre los temas de propiedad intelectual de mayor interés.

- **Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.**



- **Declaración de principios**

- *Misión:*

Fomentar la inserción estratégica del Ecuador en el comercio mundial a través del desarrollo productivo, la mejora de la competitividad integral, el desarrollo de las cadenas de valor y las inversiones.(Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, n.d.)

- *Visión*

Al 2030 ser una institución referente en la implementación óptima de política pública en el ámbito productivo, comercio e inversiones, sobre una base de competitividad sostenible en el mercado nacional e internacional.(Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, n.d.)

- **Unidades encargadas del emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

Esta institución se divide a su vez en cuatro viceministerios que son el Viceministerio de Comercio Exterior, Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones, Viceministerio de Acuicultura y Pesca, y el Viceministerio de Producción e Industrias, de este último se desprende la Subsecretaría de MYPIMES y Artesanías que tiene direcciones encargadas del Emprendimiento e Innovación Empresarial y de Fortalecimiento Empresaria, cuyo propósito es “fortalecer el ecosistema de emprendimiento e impulsar el desarrollo productivo ecuatoriano” (Ministerio de Producción, n.d.-b).

El MPCEIP, a través de la Subsecretaría de Mipymes y Artesanías, trabaja en el desarrollo sostenible y sustentable de los emprendimientos; las micro, pequeñas, medianas Empresas (mipymes), Unidades Productivas Artesanales; y, actores de la Economía Popular y Solidaria. (Ministerio de Producción, n.d.-a)

- **Espacios relacionados con el emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

El ministerio maneja un portafolio de servicios para emprendedores con el que brinda asistencia técnica y acompañamiento continuo para la inserción de los productos al mercado nacional e internacional, ofreciendo diversos beneficios dependiendo de la categorización de emprendimiento a la que se adscriban a través del Registro Nacional de Emprendimiento (RNE), Registro Único de Mipymes (RUM) o Registro Único Artesanal (RUA), pueden tener descuento del 50% en las tarifas del SENADI, ARCSA para la notificación sanitaria, formación en habilidades técnicas y blandas, y promoción internacional.

El MPCEIP también ofrece los servicio de incubadora a lo largo de 4 etapas, en el Pre-emprendimiento ayudan a fortalecer la idea de negocio y diseñar el modelo de negocio; en el Emprendimiento asesoran en el desarrollo del plan de negocio, evaluación financiera, diseño de marca y producto, obtención de notificación sanitaria y formalización; en el Post-Emprendimiento e Innovación se intenta acelerar el negocio ayudando a colocar los productos y servicios en ferias y vitrinas comerciales, generando encadenamiento productivo y financiero con inversionistas y vinculándolos al ecosistema.

Además, en su plataforma muestran catálogos multisectoriales y artesanales con la información de contacto de los emprendimientos registrados en las diferentes categorías con el fin de darles exposición y facilitar su posicionamiento y comercialización.

ProEcuador es otra dependencia que se desprende del MPCEIP, que está encargado de “ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país para promover la oferta de productos y mercados del Ecuador para su inserción estratégica en el comercio internacional” (ProEcuador, n.d.), continuamente está organizando eventos de promoción para impulsar los negocios de manera nacional e internacional, como ferias internacionales, misiones comerciales y ruedas de negocios (ProEcuador, n.d.).

- **Programa de capacitaciones**

El MPCEIP en su búsqueda del fortalecimiento empresarial brinda diversas asesorías y capacitaciones en temas relacionados al comercio electrónico, como usar la plataforma exporta fácil, asesoramiento para obtener su Primer Certificado INEN, en sistemas de gestión de calidad, y en tecnologías de gestión.

ProEcuador también brinda capacitaciones para preparar a los usuarios para la exportación de sus productos y su entrada a nuevos mercados.

- **Prefectura de Loja.**



- **Declaración de principios**

- *Misión*

Actuar con eficiencia, honestidad y pasión para servir los intereses y valores de Loja, comprometidos día a día con nuestra gente y sus sueños.(Prefectura de Loja, n.d.)

- *Visión*

Ser la institución líder del desarrollo vial y productivo que genere oportunidades y progreso al pueblo de Loja.(Prefectura de Loja, n.d.)

- **Unidades encargadas del emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

La Prefectura en su Nivel Operativo / Procesos Agregadores de Valor, consta de la Dirección General de Desarrollo Productivo, cuya misión es fomentar el desarrollo productivo y agropecuario solidario y/o sustentable, implementando políticas, programas y proyectos de innovación, diversificación y transformación productiva, de esta a su vez se desprende la Dirección de Gestión Productiva, Innovación y Emprendimiento que se encarga de identificar, formular y dar seguimiento a planes, programas y proyectos de desarrollo productivo, innovación y emprendimiento, así como de proyectos que fomenten la creación empresas.

- **Espacios relacionados con el emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

La Dirección de Gestión Productiva, Innovación y Emprendimiento entre sus funciones debe generar proyectos de inversión para fomentar actividades productivas en la provincia que les permitan el acceso a cofinanciamiento con organismos gubernamentales, cooperación internacional y fondos privados; y, establecer procesos de capacitación y transferencia de tecnología orientadas a la innovación y emprendimiento.

- **Cooperación triple hélice**

Para dar cumplimiento a sus funciones la Dirección mencionada ha fomentado el emprendimiento a través de la vinculación con instituciones privadas y la academia, generando alianzas y respaldando grandes proyectos de formación y financiamiento, tales como: la Academia para Mujeres Emprendedoras (AWE) financiada por la Embajada de Estados Unidos y liderada por la Universidad Nacional de Loja; otorgando capital semilla a emprendedores de la ciudad a través de un convenio de colaboración institucional firmado entre la UTPL, Prefectura de Loja y FEDES; suscribiendo un convenio de colaboración con la Asociación Iberoamericana de Mujeres Empresarias y el Instituto Tecnológico Loja con el objetivo de empoderar a las mujeres, impulsar a los emprendedores y artesanos para dinamizar la economía de la ciudad, y ampliar las capacitaciones que brindan; y, con el Instituto Superior Sudamericano con el Proyecto “En Marcha Digital”, apoyado del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD con el que se entregó a 21 emprendedores su marca y línea gráfica, así como asesoría en el manejo de redes

sociales para potenciar su emprendimiento. También forman parte de la Mesa Provincial de Emprendimiento de la Provincia de Loja.

- **Programa de capacitaciones**

En 2021 la Prefectura suscribió una alianza estratégica con la Fundación Telefónica Movistar Ecuador para lanzar la iniciativa “Conecta Empleo”, un programa de Empleabilidad e Innovación Educativa que brinda capacitaciones y charlas sobre diversas temáticas como: presentaciones en público y digitales, mentorías sobre herramientas digitales de diseño, desarrollar un plan digital de comunicación, etc.

- **Ministerio de Telecomunicaciones del Ecuador (MINTEL)**



- **Declaración de principios**

- *Misión*

Ser el órgano rector del desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación en el Ecuador, que incluyen las telecomunicaciones, el espectro radioeléctrico, gobierno electrónico, simplificación de trámites y sociedad de la información, que emite normativa, políticas, planes y realiza el seguimiento y evaluación de su implementación, que regula y controla el sector postal, coordinando acciones con los actores de los sectores estratégicos para garantizar el acceso igualitario a los servicios y promover su uso efectivo, eficiente y eficaz, que asegure el avance hacia la sociedad de la información para el desarrollo de la población ecuatoriana. (Ministerio de Telecomunicaciones, 2022b)

- *Visión*

Constituirse en la entidad, referente de la gestión pública, que lidere y gobierne todos los procesos necesarios para que los ciudadanos accedan y generen información y conocimiento, mediante el uso efectivo de las Tecnologías de la Información y Comunicación; además de fortalecer el gobierno electrónico, la simplificación de trámites, el sector postal y sociedad de la

información, en beneficio de los ciudadanos y del desarrollo socio económico del país. (Ministerio de Telecomunicaciones, 2022b)

- **Unidades encargadas del emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

Esta institución se subdivide en el Viceministerio Tecnologías de la Información y este a su vez en la Subsecretaría de Telecomunicaciones y Asuntos Postales, Subsecretaría de Gobierno Electrónico y Registro Civil, y Subsecretaría de Fomento de la Sociedad de la Información y Economía Digital, esta última busca “incrementar la apropiación de las TIC en la población y la digitalización de los sectores productivos que contribuyan al desarrollo digital y sostenible del país” (Ministerio de Telecomunicaciones del Ecuador, 2022)

- **Espacios relacionados con el emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

El ministerio maneja un portafolio de los siguientes servicios: Observatorio TIC, Infocentros Comunitarios, Televisión Digital Terrestre, Plan de Acceso Universal, Desarrollo de Banda Ancha, y Convocatorias.

Los infocentros a nivel nacional funcionan como “Puntos de encuentro” que son espacios que garantizan el acceso a la TIC’s y reducen la brecha digital en la población, fomentan el desarrollo, impulsan las ideas de negocio, la innovación y emprendimiento gracias a la apropiación y uso correcto de las tecnologías. (Ministerio de Telecomunicaciones, 2022a)

- **Programa de capacitaciones**

En los infocentros se puede tomar diversos cursos de acuerdo a las temáticas del PLANADI, los que guardan relación con el emprendimiento y las MIPYMES son: Herramientas de Gobierno Electrónico para emprendedores, Alternativas de Comercio Electrónico, Marketing Digital, y Emprendimiento; además, pueden acudir personas que necesiten guía y apoyo para iniciar o potenciar emprendimientos.

La provincia de Loja cuenta con 55 Infocentros y un Megainfocentro implementados en 16 cantones de la provincia fronteriza, beneficiando aproximadamente a 150 mil habitantes, en la ciudad

de Loja específicamente existen 4 infocentros y un megainfocentro, se han capacitado al menos 450 personas.

También dictan charlas y talleres en alianza con otras instituciones públicas o privadas para acercar el uso de las tecnologías a la toda la población y generar habilidades potenciadoras del emprendimiento y manejo de negocios, así como formas en las que empresas basadas en la TIC's pueden adquirir financiamiento.

- **Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional - SECAP.**



El SECAP es una entidad pública parte del Ministerio de Trabajo que genera procesos de capacitación y formación profesional en todo el país con el objetivo de dar cumplimiento a los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir. (SECAP, 2022)

- **Declaración de principios**
- *Misión*

“Somos el SECAP, brindamos servicios de perfeccionamiento, capacitación profesional, formación y certificación por competencias laborales con estándares de calidad, para potenciar las habilidades y destrezas de los usuarios, contribuyendo al desarrollo económico, productivo y social del país”. (SECAP, 2022)

- *Visión*

Al 2025, consolidarnos como la principal oferta de perfeccionamiento, capacitación profesional, formación y certificación por competencias laborales, contribuyendo a la empleabilidad y al desarrollo económico, productivo y social del país. (SECAP, 2022)

- **Unidades encargadas del emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

EL SECAP es una entidad que no posee departamentos encargados de fomentar el emprendimiento como tal dentro de su organigrama, sin embargo, a través de su subdirección técnica planifican y brindan talleres, seminarios y capacitaciones de corta y larga duración sobre temas relacionados a la puesta en marcha y manejo de negocios en distintas áreas de especialidad como panadería, electricidad, peluquería, cajero comercial, etc., de forma gratuita y de pago.

- **Espacios relacionados con el emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

La institución suele organizar ferias de emprendimiento en el que las personas que han recibido capacitaciones para fortalecer sus conocimientos y adquirir nuevas habilidades puedan mostrar el resultado final de su aprendizaje.

Tabla 49*Resumen de la caracterización de actores del ambiente regulatorio*

N°	Actores clave	Unidades encargadas del emprendimiento	Espacios relacionados con el emprendimiento	Cooperación triple hélice	Programas de capacitación	Calificación según el nivel de involucramiento con el ecosistema
1	Prefectura de Loja	<p><i>Dirección General de Desarrollo Productivo</i>, cuya misión es fomentar el desarrollo productivo y agropecuario solidario y/o sustentable.</p> <p><i>Dirección de Gestión Productiva, Innovación y Emprendimiento</i> que se encarga de identificar, formular y dar seguimiento a planes, programas y proyectos de desarrollo productivo, innovación y emprendimiento</p>	<p>La <i>Dirección de Gestión Productiva, Innovación y Emprendimiento</i> entre sus funciones debe generar proyectos de inversión para fomentar actividades productivas, y, establecer procesos de capacitación y transferencia de tecnología orientadas a la innovación y emprendimiento</p>	<p>Han generado alianzas y respaldado grandes proyectos, tales como: la Academia para Mujeres Emprendedoras (AWE) liderada por la UNL; otorgando capital semilla (convenio de colaboración institucional firmado entre la UTPL, Prefectura de Loja y FEDES); suscribiendo un convenio de colaboración con la Asociación Iberoamericana de Mujeres Empresarias y el Instituto Tecnológico Loja. Y el Proyecto “En Marcha Digital”</p>	<p>En 2021 la Prefectura suscribió una alianza estratégica con la Fundación Telefónica Movistar Ecuador para lanzar la iniciativa “Conecta Empleo”,</p>	5

2	Municipio de Loja	<p>Unidad de Generación de Empleo del Municipio de Loja, se encarga de coordinar los espacios que faciliten el desarrollo de las actividades productivas de los emprendedores.</p>	<p>Organiza varios eventos, principalmente ferias de emprendimiento con el apoyo de otras instituciones como Prefectura de Loja, Corporación de ferias, MINTEL, y MIPRO.</p> <p>Instalación de quioscos en puntos estratégicos para facilitar el comercio de diversos productos</p>	<p>Ferias con el apoyo de la Prefectura de Loja, Corporación de ferias, MINTEL, y MIPRO.</p>	<p>Unidad de Generación de Empleo también está encargada de planificar cursos y talleres formativos: cursos de lácteos, bioseguridad, primeros auxilios, asesor de crédito, manejo de áreas protegidas, entre otras temáticas que se dictarán a través de plataformas virtuales.</p>	3
3	<p>Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca</p>	<p>Se divide en cuatro viceministerios, del Viceministerio de Producción e Industrias se desprende la Subsecretaría de MYPIMES y Artesanías que tiene direcciones encargadas del Emprendimiento e Innovación Empresarial y de Fortalecimiento Empresaria.</p> <p>ProEcuador es otra dependencia encargada de ejecutar las políticas y normas de promoción de</p>	<p>Manejan un portafolio de servicios para emprendedores con el que brinda asistencia técnica y acompañamiento continuo para la inserción de los productos al mercado nacional e internacional.</p> <p>Servicio de incubadora a lo largo de 4 etapas, en el Pre-emprendimiento, Emprendimiento y Post-Emprendimiento.</p> <p>Catálogos multisectoriales y artesanales con la información de contacto de los emprendimientos registrados en las diferentes categorías.</p>	<p>Alianzas con el SENADI y ARCSA para brindar descuentos y asesoramiento a emprendedores.</p>	<p>Brinda diversas asesorías y capacitaciones en temas relacionados al comercio electrónico, como usar la plataforma exporta fácil, asesoramiento para obtener su Primer Certificado INEN, en sistemas de gestión de calidad, y en tecnologías de gestión.</p> <p>ProEcuador también brinda capacitaciones para preparar a los usuarios para la exportación de sus productos y su entrada a nuevos mercados.</p>	5

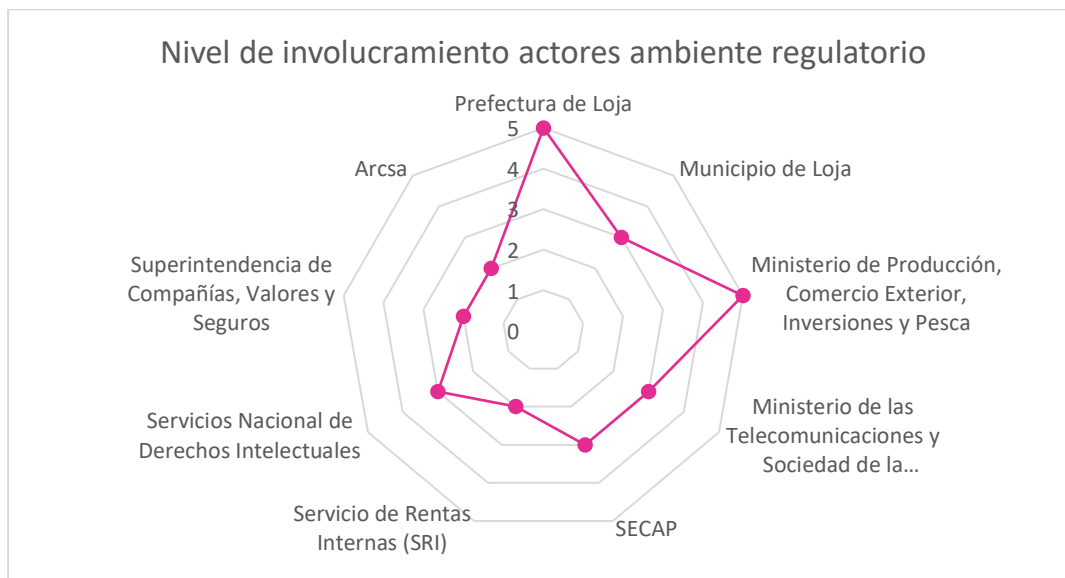
		exportaciones e inversiones del país.	Organizan eventos de promoción para impulsar los negocios de manera nacional e internacional, como ferias internacionales, misiones comerciales y ruedas de negocios.			
4	Ministerio de las Telecomunicaciones y Sociedad de la Información	Subsecretaría de Fomento de la Sociedad de la Información y Economía Digital, busca “incrementar la apropiación de las TIC en la población y la digitalización de los sectores productivos que contribuyan al desarrollo digital y sostenible del país”	Los “Puntos de encuentro” son espacios que garantizan el acceso a la TIC’s y reducen la brecha digital en la población, fomentan el desarrollo, impulsan las ideas de negocio, la innovación y emprendimiento gracias a la apropiación y uso correcto de las tecnologías.		En los infocentros se puede tomar diversos cursos de acuerdo a las temáticas del PLANADI, los que guardan relación con el emprendimiento y las MIPYMES, como: Herramientas de Gobierno Electrónico para emprendedores, Alternativas de Comercio Electrónico, Marketing Digital, y Emprendimiento; además, pueden acudir personas que necesiten guía y apoyo para iniciar o potenciar emprendimientos.	3
5	SECAP	No poseen departamentos encargados de fomentar el emprendimiento como tal.	La institución suele organizar ferias de emprendimiento en el que las personas que han recibido capacitaciones para fortalecer sus conocimientos y adquirir nuevas habilidades puedan mostrar el resultado final de su aprendizaje.		A través de su subdirección técnica planifican y brindan talleres, seminarios y capacitaciones de corta y larga duración.	3

6	Servicio de Rentas Internas (SRI)	La institución no mantiene dentro de su estructura jerárquica un departamento designado para fomentar el emprendimiento.	Suelen colocar sus stands informativos en varias ferias para incentivar a la ciudadanía a crear su negocio y a comunicar los pasos a realizar para legalizar su emprendimiento.		a través de su página “Encuentra empleo” brindan cursos gratuitos y capacitación en línea en diversos campos desde seguridad industrial, tributación, legislación laboral, hasta herramientas ofimáticas.	2
7	Servicios Nacional de Derechos Intelectuales	EL SENADI es una entidad adscrita a SENESCYT y no posee departamentos encargados de fomentar el emprendimiento como tal.			Mantiene en su página web el link a un canal en la plataforma Youtube con una recopilación de webinars y capacitaciones orientadas a formar sobre los temas de propiedad intelectual de mayor interés.	3
8	Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros		Realizan investigaciones, estudios y artículos científicos de interés dentro del área económica	Mantienen alianzas con Instituciones de Educación Superior, Ministerios, GAD's Municipales y Fundaciones a nivel nacional		2
9	Arcsa		También ofrecen de forma gratuita asesoramiento técnico a los emprendedores.		Brindan capacitaciones a emprendedores principalmente sobre permisos de funcionamiento y registros sanitarios, y complementariamente sobre etiquetado, buenas prácticas de manufactura, manipulación de alimentos y sobre la Ventanilla Única Ecuatoriana.	2

Fuente: Caracterización de los actores del ambiente regulatorio

Figura 55

Nivel de involucramiento actores ambiente regulatorio



Fuente: Calificación de los actores del ambiente regulatorio

En cuanto al ambiente regulatorio a nivel local las instituciones con mayor nivel de involucramiento en la tarea de fomentar el emprendimiento son tan solo la Prefectura de Loja a través de iniciativas en alianza con otros actores, mientras que el Municipio de Loja al haber cerrado la Bolsa Global de Emprendimiento e Innovación actualmente limita sus funciones a la recaudación de tributos por concepto de puesta en marcha de un negocio como patente municipal, permisos de funcionamiento y de uso de suelo, y a la cobranza por la prestación de los servicios básicos para el desarrollo de actividades productivas, y su aporte al ecosistema suele ser dar la autorización para desarrollar ferias de emprendimiento esporádicas,

Por otro lado, las instituciones nacionales con oficinas en la ciudad que tienen mayor nivel de involucramiento son el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca; el Ministerio de las Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, y SECAP, mientras el Servicio de Rentas Internas (SRI), Servicios Nacional de Derechos Intelectuales, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, y Arcsa limitan su rol a entidades reguladoras, recaudadoras y habilitadoras del tejido productivo de la ciudad.

Infraestructura de Soporte

- **Prendho**



Son un centro de innovación fundado en Loja, Ecuador, ofrece servicios de incubación, investigación y networking. (Prendho UTPL, n.d.)

Trabajan de cerca con empresas, emprendedores e investigadores con el fin de potenciar sus ideas innovadoras en los campos de tecnologías de la comunicación, agroindustria, electrónica y bio-emprendimiento. (Prendho UTPL, n.d.)

- **Declaración de principios**

- *Misión*

Promover la innovación a través de programas de incubación y aceleración, y proyectos de autogestión, basados en I+D+i, dentro de la industria de emprendimientos dinámicos, culturales y de creatividad, que impulse la consolidación del ecosistema emprendedor ecuatoriano. (Prendho UTPL, n.d.)

- *Visión*

En tres años Prendho, vinculada a la UTPL, será el centro de incubación y aceleración de emprendimientos innovadores referente, estando en el top 3 latinoamericano del ranking UBI y obteniendo una nota de al menos 90% como operador de SENESCYT. (Prendho UTPL, n.d.)

- **Tipo de productos o servicios que ofrece**

El centro de innovación ofrece el servicio de incubadora de empresas, a través del programa “Incubiti” en dos etapas, durante las cuales recibirán talleres, mentorías y asesoramiento para armar un pitch final, algunos de los beneficios de la incubadora son rondas de inversión, servicio de prototipado, participación en ferias, ampliación de networking, etc; además, cuentan con un programa de investigación y prototipado, de aceleración, de maquiladora para productos

agroindustriales, de incubadora para emprendimientos de la industria cultural y creativa, y de valoración de empresas.

- **Vínculos con la academia, universidades, instituciones públicas de investigación**

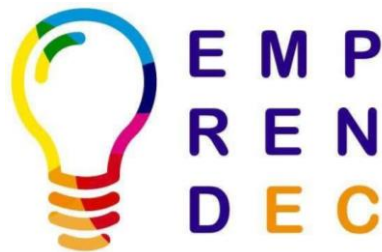
Han firmado dos convenios con la Prefectura de Loja y la AEI para iniciar acciones que permitan fortalecer el ecosistema de emprendimiento de la provincia, a través de la entrega de capital semilla a emprendimientos dinámicos; los convenios también reafirman la cooperación con el Gobierno Provincial en el ámbito investigativo agroindustrial.

Además, desde el 2019 FEDES, Prendho y la Prefectura, en alianza con la AEI son parte de la Mesa Provincial de Emprendimiento de Loja, conformada para promover la creación de nuevos emprendimientos en la población y articular ecosistemas de emprendimiento e innovación en toda la provincia.

- **Reconocimientos obtenidos**

Algunos premios y reconocimientos obtenidos por la incubadora son el Premio a la Mejor Incubadora del Ecuador 2015, el Premios EI 2015 como mejor aliado académico, el Premio Matilde Hidalgo a Mejor incubadora del 2017, el Premio Senescyt a la mejor incubadora del país 2017, el Premios EI 2019 en la categoría Aliados más activos en el ecosistema, el Reconocimiento a las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

- **Emprendec**



Emprendec es un Centro de Innovación Social que brinda acompañamiento a los emprendedores con el propósito de potenciar el ecosistema emprendedor formando agentes de cambio que contribuyan al desarrollo nacional.

- **Declaración de principios**

- *Misión*

Ser un aliado del emprendedor para hacer más fácil su camino hacia la consolidación y crecimiento, mediante la gestión de trámites para regularizar los negocios, creación de marketing de contenido para fortalecer el marketing digital, coworking, consultorías y programas de incubación de emprendimientos y nuevos liderazgos agentes de cambio.(Emprendec, n.d.)

- *Visión*

Ser una empresa referente de innovación social que cuenta con un equipo de líderes que les motiva trabajar en la transformación de comunidades y una cultura organizacional que promueve el talento y la convivencia y bienestar de sus comunidades.(Emprendec, n.d.)

- **Tipo de productos o servicios que ofrece**

El centro ofrece servicio de incubación, asesoría sobre tramitología, marketing digital y consultoría empresarial, además, cuentan con una escuela de liderazgo para formar agentes de cambio y una incubadora de emprendimientos basados en metodologías ágiles, aprendizaje experiencial y desarrollo de habilidades socioemocionales.

Emprendec también funciona como un espacio de coworking en el que se forman equipos interdisciplinarios en un ambiente donde premia el espíritu colaborativo para desarrollar ideas y proyectos disruptivos, ofrecen oficinas privadas, espacios comunes, salas de reunión, además de áreas de descanso bajo distintas modalidades de membresía.

- **Vínculos con la academia, universidades, instituciones públicas de investigación**

Forman parte de la Mesa Provincial de Emprendimiento de Loja, espacio público privado que fue creado el 28 de julio de 2022 (la Hora, 2022), cuyo fin es crear un espacio que conecta a los emprendedores, sector público, sector empresarial, organizaciones, academia y gestores del emprendimiento, articulando así el ecosistema emprendedor y mejorando el apoyo para los emprendedores.

- **Reconocimientos obtenidos**

Emprendec ha obtenido reconocimientos por parte de VIVA Idea en 2016, de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón en 2018 y en 2019 lograron certificarse como Empresa B, que se otorga a empresas que generan soluciones a problemas sociales y generan bienestar a otros grupos de interés.

- **Innova-t Coworking**



- **Declaración de principios**

Este Centro de Negocios Innova-T inaugurado el 2019 brinda servicios e ideas creativas para incrementar líneas de negocios de forma colaborativa y ética. Este proyecto se diferencia por el desarrollo de ideas basadas en niveles técnicos avanzados y no cooperativos que carecen de la implementación de la triple cuenta de resultados. (Universidad Nacional de Loja, n.d.)

Innova-T pretende fortalecer las habilidades, capacidades y destrezas de los empresarios con la finalidad de generar negocios competitivos y sustentables; y, concientizar tanto al futuro empresario como al actual, sobre la importancia de generar responsabilidad social empresarial. (Universidad Nacional de Loja, n.d.)

Innova-T surge para satisfacer una necesidad formativa personalizada, con la utilización de nuevas herramientas de negocios contemporáneas e innovadoras que vayan a la vanguardia de las nuevas tendencias de consumo; potencializar las ideas para la generación de emprendimiento de los alumnos, previa la investigación y con el acompañamiento de la planta docente de la UNL, para el desarrollo de las mismas. (Universidad Nacional de Loja, n.d.)

- **Vínculos con la academia, universidades, instituciones públicas de investigación**

Gestiona la firma de varios convenios y coworking con otras instituciones públicas y privadas que le permitan a la Universidad Nacional de Loja y a sus estudiantes una adecuada vinculación con el entorno para generar investigación y soluciones empresariales.

- **Home projects**



- **Declaración de principios**

Home Projects nace de la necesidad de brindar a la comunidad Lojana un servicio que integra instalaciones y facilidades diseñadas para que profesionales jóvenes, freelancers y startups, trabajen, compartan y desarrollen sus propios proyectos, con los beneficios que les ofrece un espacio de Coworking.

El desarrollo de la idea y planificación comienza en diciembre de 2018 y la realiza el Ing. Andrés Saritama, y continúa con la ejecución del proyecto de remodelación del espacio físico y posterior avance de instalaciones y facilidades del Coworking, comenzando a funcionar a partir del 1 de junio de 2019.

- *Misión*

Son un espacio de Coworking, donde ofrecemos todas las facilidades y beneficios de espacios de trabajo compartidos, accesibles para el crecimiento de emprendedores, empresarios y profesionales independientes en un mismo lugar, además de ofrecer distintos servicios complementarios que contribuyen a aumentar la productividad, y a su vez, crear una comunidad de red de profesionales que compartan diferentes experiencias en un espacio de trabajo innovador y dinámico.(Home Projects, 2019)

- *Visión*

Ser el principal espacio privado para el cultivo de emprendimientos y proyectos locales y nacionales, apoyando a profesionales jóvenes en su etapa de iniciación y desarrollo.(Home Projects, 2019)

- **Tipo de productos o servicios que ofrece**

Home Projects ofrece como centro de coworking espacios de trabajo individuales, oficinas privadas y salas de reuniones bajo distintas modalidades de pago y membresías, además, brinda asesorías a emprendimientos y en la elaboración de proyectos, y publicidad y promoción de los negocios en las redes sociales del coworking.

También suelen dar charlas, webinars y formaciones certificadas por la Senescyt y avaladas por el Ministerio del Trabajo en diversas áreas como: asistencia en seguridad industrial, prevención de riesgos laborales, trabajo de alturas, construcción de obras públicas, energía eléctrica y el programa formador de formadores.

- **Vínculos con la academia, universidades, instituciones públicas de investigación**

No se encontró información respecto a este apartado.

- **Reconocimientos obtenidos**

No se encontró información respecto a este apartado.

- **UTPL Parque Científico y Tecnológico**



El Parque Científico y Tecnológico UTPL es un ecosistema de ciencia, tecnología, innovación y emprendimiento que promueve la investigación, desarrollo tecnológico, transferencia de conocimiento, creatividad y creación de empresas. Los servicios científicos y tecnológicos que ofrecen a empresas nacionales e internacionales generan sinergias tripartitas entre la Empresa, Estado y sociedad.

- **Declaración de principios**

- *Misión*

Potenciar la investigación, la generación y transferencia de conocimiento, la innovación y el emprendimiento, mediante una gestión inteligente del conocimiento.

- *Visión*

Constituir una comunidad de investigación de referencia internacional, líder en Ecuador para el crecimiento económico, la innovación y la atracción de talento humano

- **Unidades encargadas del emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

Los agentes del ecosistema de innovación del parque industrial son el Centro de innovación Prendho, que ofrece las herramientas para la investigación y desarrollo de nuevas ideas de negocio; los 12 laboratorios de prototipado, orientados impulsar la investigación y conocimiento; y grupos de investigación que fomentan el acervo intelectual en torno a varias líneas de investigación.

- **Tipo de productos o servicios que ofrece**

El PCyT ofrece los servicios de incubación y aceleración de startups, de vinculación empresa – universidad a través de Prendho, Oficina de transferencia, servicios de vigilancia tecnológica de la UTPL y, los convenios y alianzas que mantienen con otros actores del ecosistema como AEI, Banco de Desarrollo de América Latina, Mucho Mejor Ecuador, empresas locales y nacionales, etc; de Formación mediante una cátedra integradora que fomenta el espíritu emprendedor desde las aulas, y otorgando certificaciones técnicas con programas como Academia Cisco, Cursos MOOC, CIMA, y EDES Business School; y de Gestión y Transferencia de conocimiento, contando actualmente con más de 85 registros de propiedad industrial reconocidos y de un 10% de registros transferidos al sector productivo.

- **Vínculos con la academia, universidades, instituciones públicas de investigación**

Como se mencionó, en el ámbito de transferencia tecnológica se mantienen alianzas con otros actores del ecosistema y se generan convenios con empresas que ayuden a generar soluciones a problemáticas de productos y servicios y atender las demandas de mercado.

- **Reconocimientos obtenidos**

Algunos reconocimientos obtenidos por el PCyT son el 2° lugar a nivel nacional en The Impact Rankings 2020; el 3° lugar en impacto social, 5° en investigación; 11° en innovación a nivel nacional y 129° a nivel latinoamericano en el Scimago Institutions Rankings 2020; 1° lugar a nivel nacional y 101° latinoamericano en el Ranking web of universities; y 7° lugar a nivel nacional en el Latin American University Rankings 2020. En cuanto investigación mantienen 16 grupos de investigación destacados, más de 1556 publicaciones indexadas en scopus y más de 45 proyectos de investigación activos.

- **Polos de desarrollo de la Ciudad de Loja (Parques industriales)**



“Son espacios territorialmente zonificados con vocación y potencialidad para el desarrollo productivo capaz de atraer inversión nacional o extranjera en servicios, facilidades e infraestructura, que genere un adecuado clima de negocios para promover el desarrollo económico local”.

En la ciudad existen dos Parques Industriales, el primero está situado en la zona norte de la ciudad, barrio Amable María, a 300 metros del Colegio Militar Lauro Guerrero, tiene 21 hectáreas con capacidad para emplazar 133 lotes, actualmente hay 50 empresas instaladas que ocupan en promedio 0,42 hectáreas y está habilitado para producción Metalmecánico, Textiles y Fabricación de Alimentos. Ofrece la siguiente infraestructura: sistema vial, de agua potable, alcantarillado, telefónico, de energía eléctrica y áreas verdes de recreación.

El segundo es el Parque Productincapil (Urbanización Industrial de la Cámara de la Pequeña Industria) que está situado en la zona noroeste de la ciudad, barrio Obrapía ubicado junto a la avenida lateral de paso a la altura de Ciudad Victoria, tiene 8 hectáreas con capacidad para emplazar 71 lotes, actualmente hay 27 empresas instaladas que ocupan en promedio 0,30 hectáreas y está habilitado para producción Metalmecánico y Maderero.

- **Alianza para el emprendimiento e innovación del Ecuador (AEI)**



La AEI es una red conformada por más de 100 actores del sector público privado, academia y organismos de cooperación internacional. Están comprometidos en convertir al Ecuador en uno de los países más atractivos para emprender e innovar en la región, de manera sostenible, por lo que desde hace 8 años han desarrollado el ecosistema ecuatoriano, implementando algunas de las mejores prácticas del mundo.(Alianza para el Emprendimiento e Innovación del Ecuador, n.d.-b)

- **Declaración de principios**

Y Propósito Masivo Transformador:

Potenciamos el emprendimiento e innovación para mejorar el mundo.

- *Misión*

Dinamizamos, fortalecemos y articulamos ecosistemas de emprendimiento e innovación de alto impacto, a través de: estrategias comunes, potenciando emprendedores e innovadores y fortaleciendo comunidades, produciendo desarrollo y crecimiento en las personas, países y sociedades de manera inclusiva y sostenible.

- *Visión*

La AEI será al 2030, la comunidad referente en América Latina, construyendo un mundo mejor por su impacto exponencial, en el desarrollo de emprendimiento e innovación.

- **Proyectos**

Desde 2018, la AEI forma parte y es la representante en Ecuador del Global Entrepreneurship Network (GEN), la red de emprendimiento más grande del mundo, misma que opera una plataforma de proyectos y programas en 170 países, con el propósito de facilitar el trabajo del emprendimiento innovador. Formar parte de esta red trae a los emprendedores mayores oportunidades y permite a los miembros de la AEI involucrarse en proyectos aún más innovadores. (Alianza para el Emprendimiento e Innovación del Ecuador, n.d.-b)

La AEI gracias al apoyo de sus aliados brinda a los emprendedores asesoramiento y acompañamiento personalizado en las distintas etapas del emprendimiento a través de programas como:

AEI-Innova, cuyo propósito es aumentar el gasto en I+D+i, y la inversión en startups dinámicas, identificando oportunidades que permitan innovar en las empresas, también fomenta el desarrollo de la industria de capital emprendedor incrementando las probabilidades de inversión. Algunos de los eventos organizados por AEI-Innova son: Innovation Week 2020, CEO TALKS - Francisco Palao, CEO TALKS - Panamá Online, Reto COVID-19 Fase 1, Reto COVID-19 Fase 2, Innovation Day by Transforme, Innovation Day by USFQ, e Innovation Week 2019. (Alianza para el Emprendimiento e Innovación del Ecuador, n.d.-a)

Re-emprende, un programa que surgió a partir del terremoto de abril que busca la reactivación económica de los emprendedores de Manabí y Esmeraldas.

Se Puede, un programa enfocado en la inclusión productiva de agroemprendedores del Ecuador, consta de una plataforma de educación online gratuita con cursos avalados por la UDLA.

En Loja específicamente la AEI ha venido trabajando junto a la Prefectura de Loja, UTPL, FIEDS, Prendho y Corporación de Ferias en la consolidación de la Mesa de Emprendimiento de la Provincia de Loja con el fin de ejecutar acciones estratégicas orientadas a fortalecer e impulsar el ecosistema de emprendimiento.

- **Tipo de productos o servicios**

Además de los proyectos y programas antes mencionados también brindan mentorías sobre las siguientes temáticas: modelos de negocio, comercial y financiamiento, innovación, exportaciones, marketing, logística, publicidad, franquicias, y legal; y, organizan ruedas de negocio para conectar proveedores con el mercado y grandes cadenas de supermercado.

- **Cámara de Emprendimiento e Innovación del Ecuador**



La Cámara de Emprendimiento e Innovación del Ecuador, es una organización social no gubernamental sin fines de lucro que promueve el desarrollo de Emprendedores en el ámbito económico, social y ambiental. Nace con la Ley de Emprendimiento e Innovación del Ecuador aprobada en el 2020, constituida bajo la regulación del MPCEIP y conformada por 650 socios fundadores que se mantiene actualmente.

- **Declaración de principios**

- *Objetivo*

“Acelerar a los emprendimientos mediante la creación de espacios físicos y plataformas tecnológicas, con el apoyo de sectores públicos y privados que potencien a los emprendedores para la obtención de recursos humanos y económicos que brinden valor agregado a la sociedad,

respetando las normas y estándares ambientales vigentes”. (Cámara de Emprendimiento e Innovación del Ecuador, 2022)

- **Unidades encargadas del emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

Toda la cámara está enfocada en impulsar a la comunidad emprendedora hacia la generación de valor agregado y desarrollo económico y social, ofrecen un paquete de servicios a sus socios a través de la modalidad de suscripción, sin embargo, dictan capacitaciones y talleres a todo el público a través de su canal de youtube.

- **Tipo de productos o servicios que ofrece**

Actualmente la CEIE está ejecutando estudios técnicos para ofrecer a los socios de la cámara un paquete de servicios que se acople a sus necesidades, sin embargo, actualmente pueden acceder a un paquete de suscripción a un costo preferencial anual de \$25, que incluye los siguientes beneficios:

- Paquete tecnológico: Creación de sitio web, incluido dominio y diseño; Marketing digital (una publicación por semana); Facturero electrónico.
- Coaching (una sesión por mes): Coach financiero, contable y legal.
- Marketplace: Subida de productos; Gestión de compra y venta; Portal de compras públicas.
- Tarjeta de descuentos: Colaborativos entre socios y en servicios médicos.
- Paquete de seguros: Seguro mortuario (\$1.000) y Gastos médicos/accidente (\$1.000 que cubren hospitalización y medicina).
- Ferias temáticas
- Capacitación continua

Están en proceso de creación de su plataforma de crowdfunding y espacio de coworking, y de capitalizar su fondo emprendedor para otorgar futuros créditos a sus socios.

- **Vínculos con la academia, universidades, instituciones públicas de investigación**

Organizan ferias con el apoyo de instituciones como el Municipio de Loja, Casmul, Prefectura de Loja y Mesa Provincial de Emprendimiento., y realizan eventos de apoyo al

emprendimiento que son patrocinados por otras empresas de la ciudad. Además suelen realizar conversatorios online con la presencia de varios emprendedores y autoridades sobre temas de emprendimiento y desarrollo productivo.

- **Corporación de Ferias de Loja**



Corporación de Ferias de Loja es una organización no gubernamental conformada por ocho entidades públicas y ocho privadas en el año 2017, que gestiona de forma aproximada 30 programas de impulso al desarrollo económico, además, administran el Complejo Ferial Simón Bolívar. Son miembros de la World Fair Trade Organization (WFTO), socios de la Asociación Internacional de Ferias de América (AFIDA) y tienen el aval de la cátedra UNESCO.

- *Misión*

“Apoyar al emprendimiento, producción y comercio a través de instrumentos que permitan un encadenamiento con mercados dinámicos, bajo principios de comercio justo” (C. de F. de L. CFL, 2022).

- *Visión*

“Impulsar el desarrollo económico del Sur del Ecuador” (C. de F. de L. CFL, 2022).

- **Unidades encargadas del emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica**

La corporación se subdivide en 3 programas enfocados en impulsar el emprendimiento lojano y nacional; ADESUR; Ferias, eventos y convenciones, y logística e infraestructura, cada una de esas iniciativas responde a las distintas necesidades de los emprendedores de la ciudad.

- **Tipo de productos o servicios que ofrece**

En ADESUR (Agencia de Desarrollo del Sur) desarrollan las siguientes iniciativas: Fondo de inversión, que busca financiar emprendimientos en etapa inicial y de fortalecimiento; Proyecto de fortalecimiento de movilidad humana, Loja consume lo nuestro, que busca posicionar los

productos elaborados en la ciudad; Formación continua, que busca capacitar en actividades vitales de la cadena productiva; Grupo binacional para fomentar las inversiones productivas en zona de frontera; Oficina Comercial en Ecuador para fortalecer el intercambio comercial y productivo entre Perú y Ecuador; ViaE; y, Zona de Libre Comercio – Macará.

En cuanto a ferias, eventos y convenciones, organizan la Feria de Loja, que busca promover el emprendimiento, artesanías, comercio, industria, música, diversión e integración fronteriza, Feria del Auto, Feria del Jean, Feria de Navidad, Feria de Loja online, Rueda de Negocios, Patio de sabores, Feria inmobiliaria, Feria Ganadera, Tienda Feria de Loja; Feria cantonales, Feria binacional y rueda de inversiones y Feria de movilidad sostenible.

A los emprendimientos que resultan beneficiados de los fondos semilla luego se les brinda un acompañamiento y asesoramiento permanente, apertura para participar en ferias, ruedas de negocio, estrategias de comercialización y acceso a más mercados.

- **Vínculos con la academia, universidades, instituciones públicas de investigación**

La CFL mantiene alianzas con otros actores del ecosistema como Plan Binacional de Desarrollo Ecuador – Perú, Prefectura de Loja, Fondo Italo-Ecuatoriano, Mancomunidad Los Guayacanes (Zapotillo) y Ministerio de Agricultura para gestionar e impulsar el Fondo de Inversión Feria de Loja.

- **Reconocimientos obtenidos**

Algunos reconocimientos obtenidos por la Corporación son: el Fondo de Inversión de la Feria de Loja fue ganador, en la categoría alianza público-privada, del concurso “Prácticas Ejemplares Ecuador 2021”, organizada por la Corporación Líderes para Gobernar.

Tabla 50*Resumen de la caracterización de actores de infraestructura de soporte*

N°	Actores clave	Tipo de productos o servicios que ofrece	Vínculos con la academia, universidades, instituciones públicas de investigación	Reconocimientos obtenidos	Calificación según el nivel de involucramiento con el ecosistema
1	Corporación de Ferias	La corporación se subdivide en 3 programas: ADESUR; Ferias, eventos y convenciones, y logística e infraestructura, cada una de esas iniciativas responde a las distintas necesidades de los emprendedores de la ciudad y desarrolla diferentes proyectos y servicios, como: Fondo de inversión, Proyecto de fortalecimiento de movilidad humana, Loja consume lo nuestro, Feria del Auto, Feria del Jean, Feria de Navidad, Feria de Loja online, Rueda de Negocios, Patio de sabores, Feria inmobiliaria, Feria Ganadera, Tienda Feria de Loja, etc.	La CFL mantiene alianzas con otros actores del ecosistema como Plan Binacional de Desarrollo Ecuador – Perú, Prefectura de Loja, Fondo Italo-Ecuatoriano, Mancomunidad Los Guayacanes (Zapotillo) y Ministerio de Agricultura para gestionar e impulsar el Fondo de Inversión Feria de Loja.	Fondo de Inversión de la Feria de Loja fue ganador, en la categoría alianza público-privada, del concurso “Prácticas Ejemplares Ecuador 2021”	4
2	Parque Científico y Tecnológico UTPL	El PCyT ofrece los servicios de incubación y aceleración de startups, de vinculación empresa – universidad a través de Prendho, Oficina de transferencia, servicios de vigilancia tecnológica de la UTPL.	Se mantienen alianzas con otros actores del ecosistema (AEI, Banco de Desarrollo de América Latina, Mucho Mejor Ecuador, empresas locales y nacionales, etc.) y se generan convenios con empresas que ayuden a generar soluciones a problemáticas de productos y servicios y atender las demandas de mercado.	2° lugar a nivel nacional en The Impact Rankings 2020; el 3° lugar en impacto social, 5° en investigación; 11° en innovación a nivel nacional y 129° a nivel latinoamericano en el Scimago Institutions Rankings 2020; etc.	5

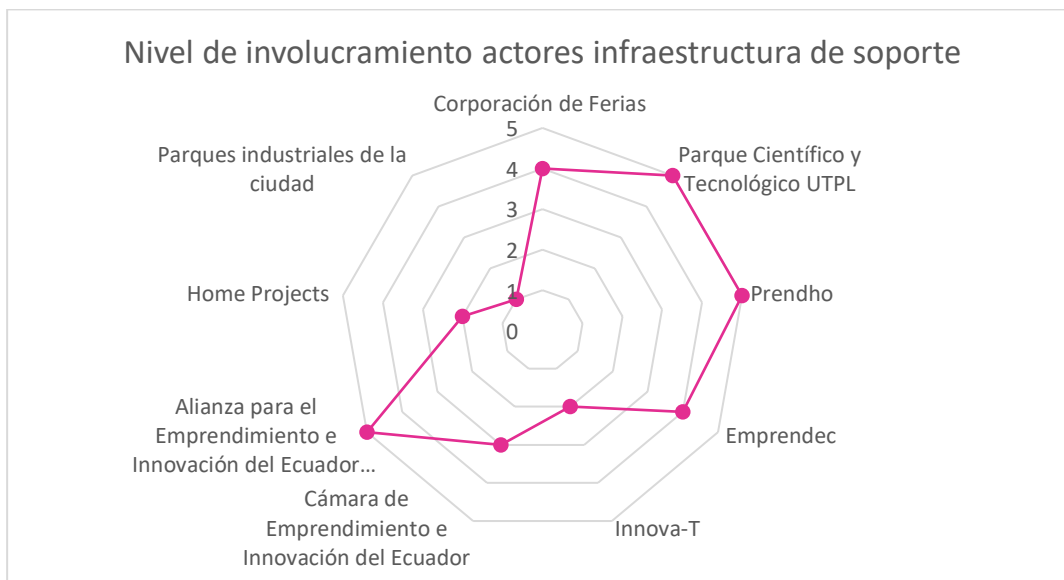
3	Prendho	Ofrece el servicio de incubadora de empresas, a través del programa “Incubiti” en dos etapas, durante las cuales recibirán talleres, mentorías y asesoramiento para armar un pitch final, algunos de los beneficios de la incubadora son rondas de inversión, servicio de prototipado, participación en ferias, ampliación de networking, etc.	Han firmado dos convenios con la Prefectura de Loja y la AEI para iniciar acciones que permitan fortalecer el ecosistema de emprendimiento de la provincia. Desde el 2019 FEDES, Prendho y la Prefectura, en alianza con la AEI son parte de la Mesa Provincial de Emprendimiento de Loja,	Premio a la Mejor Incubadora del Ecuador 2015, el Premios EI 2015 como mejor aliado académico, el Premio Matilde Hidalgo a Mejor incubadora del 2017, el Premio Senescyt a la mejor incubadora del país 2017, el Premios EI 2019 en la categoría Aliados más activos en el ecosistema, el Reconocimiento a las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	5
4	Emprendec	Ofrece servicio de incubación, asesoría sobre tramitología, marketing digital y consultoría empresarial, además, cuentan con una escuela de liderazgo, espacio de coworking, oficinas privadas, espacios comunes, salas de reunión, áreas de descanso bajo distintas modalidades de membresía.	Forman parte de la Mesa de Emprendimiento de Loja creada en julio de 2022.	VIVA Idea en 2016, de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón en 2018 y en 2019 lograron certificarse como Empresa B	4
5	Innova-T	Brinda servicios e ideas creativas para incrementar líneas de negocios de forma colaborativa y ética.	Gestiona la firma de varios convenios y coworking con otras instituciones públicas y privadas que permitan una adecuada vinculación con el entorno para generar investigación y soluciones empresariales.		2
6	Cámara de Emprendimiento e Innovación del Ecuador	Paquete de suscripción que incluye: paquete tecnológico, coaching, marketplace, tarjeta de descuentos, paquete de seguros, ferias temáticas, capacitación continua.	Organizan ferias con el apoyo de instituciones como el Municipio de Loja, Casmul, Prefectura de Loja y Mesa Provincial de Emprendimiento., y realizan eventos de apoyo al emprendimiento que son patrocinados por otras empresas de la ciudad. Además, suelen realizar		3

			conversatorios online con la presencia de varios emprendedores y autoridades sobre temas de emprendimiento y desarrollo productivo.		
7	Alianza para el Emprendimiento e Innovación del Ecuador AEI	Brindan mentorías sobre las siguientes temáticas: modelos de negocio, comercial y financiamiento, innovación, exportaciones, marketing, logística, publicidad, franquicias, y legal; y, organizan ruedas de negocio para conectar proveedores con el mercado y grandes cadenas de supermercado.	Representante en Ecuador del Global Entrepreneurship Network (GEN), ha desarrollado varios proyectos en alianza con otros actores, como: Innovation Week 2020, CEO TALKS - Francisco Palao, CEO TALKS - Panamá Online, Reto COVID-19 , Innovation Day by USFQ, da cursos avalados por la UDLA, en Loja apoyó en la consolidación de la Mesa de Emprendimiento de la Provincia de Loja		5
8	Home Projects	Centro de coworking, asesorías a emprendimientos y elaboración de proyectos, publicidad y promoción de los negocios en las redes sociales del coworking. Charlas, webinars y formaciones certificadas por la Senescyt			2
9	Parques industriales de la ciudad	Habilitados para producción Metalmecánico, Maderero, Textiles y Fabricación de Alimentos.			1

Fuente: Caracterización de los actores de infraestructura de soporte

Figura 56

Nivel de involucramiento actores infraestructura de soporte



Fuente: Calificación de los actores de infraestructura de soporte

Referente a la infraestructura de soporte, tomando en consideración la información recolectada y analizada, las instituciones con mayor nivel de involucramiento e impacto en la tarea de fomentar el emprendimiento, apoyo, programas de formación y espacios físicos de trabajo son el Centro de Emprendimiento e Innovación Prendho, Parque Científico y Tecnológico UTPL, Corporación de Ferias y Alianza para el Emprendimiento e Innovación del Ecuador AEI, mientras en un nivel medio de capacidad para apoyar el emprendimiento se encuentra Emprendec y Cámara de Emprendimiento e Innovación del Ecuador, y se le ha asignado un nivel bajo a los coworking: Innova-T, debido a la falta de información encontrada respecto a las actividades, convenios y proyectos concretos que realizan y por ende la poca difusión del alcance de los mismos, al igual que Home Projects y los parques industriales de la ciudad.

De forma común todos los actores dentro de esta dimensión motriz, a excepción de la Corporación de Ferias, ofrecen espacio de trabajo colaborativo, y, excluyendo al coworking Innova-T todos ofertan diversos programas o capacitaciones.

Acceso a capital

- **Banco de Loja**



Banco de Loja durante más de 50 años de vida institucional, ha innovado y se adaptado a las necesidades de sus clientes, manteniendo su compromiso de eficiencia, seguridad, modernidad y el reto de contribuir a la bancarización e inclusión financiera de más ecuatorianos, en especial de la Región Sur del Ecuador. Han recibido diversos reconocimientos locales y nacionales que lo ratifican como uno de los bancos más sólidos y seguros de la Región Sur del Ecuador. (Banco de Loja, n.d.)

- **Declaración de principios**

- *Misión*

Contribuir al desarrollo de las personas y empresas, asesorando y satisfaciendo sus expectativas financieras mediante experiencias positivas. (Banco de Loja, n.d.)

- *Visión*

Ser la principal alternativa en servicios financieros por su simplicidad, agilidad e innovación. (Banco de Loja, n.d.)

- **Servicios**

Para el sector empresarial en el área de cuentas ofrece los servicios de cuenta corriente, cuenta de ahorros, y crecediario; en el ámbito crediticio ofrece CrediCorporativo, CrediComercial, CrediProductivo, CrediPymes, CrediCamión.

Para personas naturales en el área de cuentas a las antes mencionadas se adiciona ahorro objetivo, pequebank, y my way; en cuanto créditos tienen CrediConsumo, CrediCarro, CrediConvenio, Crédito Educativo, Crédito Inmobiliario y Crédito en Línea.

Para el sector microfinanciero ofrecen microcréditos y Credicasa

También ofrecen servicios complementarios de Tarjeta Débito, Pago Servicios Básicos, Banca Electrónica, Banca Móvil, Transferencias, Giros, Pago de Centros Educativos, Billetera Móvil – BIMO, Boty, Asesor en Vivo, Kioskos Web y Loja Aló.

- **Formas de financiamiento**

Para las empresas, Banco de Loja, financia capital de trabajo, compra de activos fijos, de materia prima, inventarios, cuenta por cobrar y pago de planillas, las pymes deben tener ventas de mínimo \$100.000 anuales mientras las del sector corporativo de \$1.000.000 anuales para acceder a una tasa de interés aproximada del 11%. En la modalidad de microcrédito los negocios pueden recibir financiamiento de hasta \$50.000 a 36 meses plazo a una tasa de interés aproximada del 23%.

- **Recuperación del capital**

Al haber obtenido el préstamo de una institución financiera tradicional se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el banco ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapas temprana – Negocio con mínimo de 1 año de antigüedad.

Etapas de crecimiento y expansión

- **Banco Pichincha**



- **Declaración de principios**

Grupo Financiero fundado en Ecuador en 1906, comprometido con el desarrollo de los países en los que opera y de sus habitantes. Cuenta con una posición de liderazgo en el mercado ecuatoriano, donde es la mayor institución bancaria. Cuenta con presencia también en Perú, Colombia, España y Miami. Su visión es ser el banco más grande y el mejor.

- **Servicios**

Para el sector empresarial en el área de cuentas ofrece los servicios de cuenta corriente, cuenta en Miami; otorgan créditos productivos, tarjetas empresariales, distribuidor-proveedor, constructor y ecológico; las inversiones para empresas constan de depósitos a plazo fijo, Europlazo y Time deposit Miami; también brinda servicios complementarios de cash management, comex, liquidez plus, garantías y avales.

Para personas naturales en el área de cuentas ofrece cuenta de ahorros, ahorro programado, jóvenes, cuenta básica y corriente, también tarjetas de débito, crédito universitario, compras en línea, alianzas estratégicas; en cuanto créditos obtienen préstamo de consumo, hipotecario, vehicular y educativo; en cuanto a inversiones ofrecen Plazodolar, Armadolar, Plazo anticipado y Europlazo.

Para el sector pymes ofrecen cuentas de ahorro, corriente y en Miami; Brindan créditos personales, productivos, ecológico y crédito mujer; las inversiones son de depósitos a plazo fijo, Europlazo y Time deposit Miami; y los mismos servicios complementarios del sector empresarial.

Para los microempresarios en la línea de créditos ofrecen microcréditos en línea, de gastos personales, para negocio, para actividades agropecuarias, crédito grupal, ecológico, crédito microempresas; en cuanto a inversiones acceden a plazodolar, armadolar y pago anticipado.

También ofrecen servicios complementarios de seguros, transferencias bancarias e internacionales y envíos desde el exterior.

- **Formas de financiamiento**

Para el sector microempresarial, financian materias primas, insumos, maquinaria, vehículos de trabajo o tu local comercial, desde \$500 a \$150.000 a 36 meses plazo a una tasa de interés aproximada del 25%.

Para el sector pymes, los créditos productivos financian la operación con capital de trabajo o ampliación del negocio y compra de activos fijos, desde \$5.000 a 36 y 84 meses plazo a una tasa de interés aproximada del 11,23%.

- **Recuperación del capital**

Al haber obtenido el préstamo de una institución financiera tradicional se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el banco ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapas de crecimiento y expansión

- **Banco Guayaquil**



Banco Guayaquil es uno de los mayores bancos del Ecuador, el mismo que cuenta con diferentes segmentos de negocio para brindar propuestas bancarias y financieras de valor, con soluciones integrales y cobertura en el 99,99% del territorio nacional. La Corporación MultiBG S.A., empresa de capital ecuatoriano, es la dueña del 78,87% de las acciones, seguidas por otras sociedades y accionistas individuales de representación minoritaria.

- **Declaración de principios**

- *Propósito*

“Estar un paso adelante para que nuestros clientes cumplan sus sueños”.

- *Visión*

Ser la marca líder en servicios bancarios y financieros de los ecuatorianos, acompañándolos en cada etapa de sus vidas, estando siempre un paso adelante.

- **Servicios**

Para empresas ofrecen servicios de cuenta corriente, tarjeta corporativa, póliza de acumulación, financiamiento para capital de trabajo, inmediato, confirming, factoring, activos fijos, agrícola y B2B, otorgan microcréditos y créditos pyme.; también servicios facilitadores del

comercio exterior, para pagos de importación, exportación, financiamiento, factoring internacional, corresponsales internacionales, recaudaciones y forward; e, inversión en póliza de acumulación.

Para personas naturales ofrecen cuentas de ahorros, corriente, cuenta amiga, bimo, mastercard debit, tarjetas de crédito, financiamiento para distintos fines a través de multicrédito, casafácil, autofácil, educativo, crédito nómina y crédito pyme, e, inversión en póliza a plazo fijo.

- **Formas de financiamiento**

Para el sector empresarial, financian un monto de capital de trabajo según las necesidades y cupo del estudio de crédito, la tasa de interés se establece de acuerdo al monto y al plazo de pago, se requiere tener de 22 a 70 años, comprobar estabilidad laboral de al menos un año y presentar declaraciones de IVA, renta y RUC con ingresos comprobables por los últimos 3 años; para la compra de activos fijos, financian hasta el 70% del valor de la inversión con una tasa de interés de acuerdo al segmento, se requiere presentar los últimos 3 roles de pago, RUC, las 3 últimas declaraciones de IVA y Renta, los 3 últimos estados de cuenta de las cuentas corrientes y tarjetas de crédito, y pago del predio.

Para acceder a un crédito pyme de capital de trabajo o compra de activos se requiere tener ventas anuales de \$100.000 y tener el RUC activo por un mínimo de 3 años, en esta modalidad se financian hasta \$40.000 en un plazo máximo de 36 meses.

En relación al microcrédito se otorga un monto de \$1000 a \$40000 a un plazo de 12 a 42 meses en pagos mensuales

- **Recuperación del capital**

Al haber obtenido el préstamo de una institución financiera tradicional se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el banco ya sea en un solo pago, mensual, trimestral, semestral o anual, y en el caso del microcrédito agropecuario el plazo dependerá del ciclo operativo del producto.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapas de crecimiento y expansión.

- **Banco de Machala**



El 16 de julio del año de 1962, el Banco de Machala S.A., inicia sus operaciones bancarias en la ciudad de Machala, capital de la provincia de El Oro, zona fronteriza sur del Ecuador, como un Banco Comercial Privado, con el objetivo de ayudar al desarrollo de las actividades productivas de la Provincia de El Oro, la mayor productora de banano del Ecuador.

- **Declaración de principios**

- *Misión*

Nos enfocamos en ofrecer productos y servicios de calidad, respaldados por procesos eficientes y tecnología de punta, mediante un equipo humano cohesionado, empoderado y con sentido de urgencia.

- *Visión*

Ser el banco mediano más competitivo, ágil y rentable del país.

- **Servicios**

Para personas naturales ofrecen cuentas de ahorros, corriente, cuenta crecer, dan financiamiento para distintos fines a través de autocredit, crédito de consumo, crédito rol, crédito back to back, etc., tienen opciones de inversión a plazo, inversión plus CEDA y BM 365.

Para empresas ofrece microcréditos, créditos productivos a empresa/Pymes, crédito rol y crédito productivo mujer emprendedora; tienen la opción para invertir a plazo, también brinda servicios para facilitar los procesos de importación y exportación.

También ofrece servicios complementarios como Machala Wallet, Banca en línea, kioskos virtuales, cajeros.

- **Formas de financiamiento**

Para el sector microempresarial, financian capital de trabajo y maquinaria desde \$5.000 a \$50.000 a 36 y 60 meses plazo a una tasa de interés aproximada del 18%. (Banco de Machala, 2022)

Para el sector pymes, los créditos productivos financian la compra de activos fijos, un monto de acuerdo a la capacidad de pago o hasta \$25.000 sin garantía y \$500.000 con garantía hipotecaria hasta 3 años plazo a tasas de interés competitivas. (Banco de Machala, 2022)

El Credit rol es un préstamo de consumo para funcionarios y colaboradores de empresas afiliadas al banco, financian de \$1.000 a \$15.000 hasta 3 años plazo, a la tasa de interés vigente en el momento de acceder al beneficio. (Banco de Machala, 2022)

El crédito productivo para la mujer emprendedora otorga para capital de trabajo hasta \$20.000 sin garantía a 36 meses plazo y tasa preferencial, y el activo fijo hasta 72 meses con garantía hipotecaria. (Banco de Machala, 2022)

- **Recuperación del capital**

Al haber obtenido el préstamo de una institución financiera tradicional se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el banco mensual, trimestral, semestral o anual.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapa temprana – Puesta en marcha y negocios nuevos.

Etapa de crecimiento y expansión.

- **Banco del Austro**



- *Misión*

“Nuestra razón de ser son nuestros clientes. La pasión por servirles más allá de sus expectativas nos convierte en el banco local más nacional del país y nos impulsa a crear valor de forma integral a nuestros clientes, funcionarios, accionistas y comunidades”. (Banco del Austro, 2022)

- *Visión*

“Seremos un banco centrado en nuestros clientes, ofreciéndoles una experiencia de banca física y digital altamente eficiente que logre superar sus expectativas siempre. De esta forma nos convertiremos en uno de los bancos más importantes del Ecuador en términos de tamaño, alcance nacional y creación de valor para todos nuestros grupos de interés”. (Banco del Austro, 2022)

- **Servicios**

Para personas naturales ofrecen cuentas de ahorros digital, austroahorros, autogiros, infantil, fondo ahorro y ejecutiva; cuenta corriente básica y plus; dan financiamiento para distintos fines a través de crédito de consumo, vehicular, credifidelidad, inmobiliario, crediconfianza; tarjetas de débito, crédito y prepago tienen opciones de inversión a plazo con un monto base de \$1.000.

Para empresas ofrecen cuentas de ahorro empresarial, cuenta corriente y plus, fondo ahorro empresarial; cash management, servicios que facilitan el comercio exterior; en cuanto a financiamiento a empresas ofrecen crédito productivo, microcrédito, crédito back to back y crédito cash colateral; a las pymes les dan avales y garantías bancarias, crédito capital de trabajo, crédito activos fijos, cuenta corriente, cuenta ejecutiva personas jurídicas, inversión a plazo fijo y credinómina.

También ofrece servicios complementarios como garantías bancarias, red de cobro DataExpress, recaudaciones educativas, recaudación SENA, casilleros de seguridad, transporte de valores, factura comercial y banca virtual.

- **Formas de financiamiento**

Los montos que se otorgan a las pymes, empresarial y corporativo para capital de trabajo y compra de activos fijos van de un monto mínimo de \$3.000 hasta \$20.000.000, el plazo de pago depende del monto del préstamo, mínimo de 1 mes hasta 60 meses, a tasas aproximadas del 8,52% al 11,26%

Los microcréditos se otorgan a personas naturales o jurídicas que producen o comercializan a pequeña escala, por un monto de \$1.000 hasta \$150.000 para capital de trabajo, activos fijos,

local comercial y terrenos, a un plazo de 24 a 84 meses y tasa de interés vigente al momento del desembolso.

- **Recuperación del capital**

Al haber obtenido el préstamo de una institución financiera tradicional se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el banco mensual, trimestral, semestral o anual.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapa temprana – Negocios nuevos.

Etapa de crecimiento y expansión

- **CACPE PASTAZA – Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Pastaza Ltda.**



- *Misión*

“Somos una cooperativa de Ahorro y Crédito con auténtica vocación social, creada para impulsar el progreso de nuevos socios, sus negocios y la comunidad, a través de créditos y ahorros especialmente creados a su medida” (CACPE Pastaza, 2022)

- *Visión*

“Ser reconocida como la cooperativa de trato humano que es líder en impulsar el progreso de sus socios y comunidad en la región amazónica y sierra del Ecuador” (CACPE Pastaza, 2022)

- **Servicios**

Para personas naturales ofrecen cuentas de ahorros a la vista, ahorro futuro, cuenta básica, mini ahorro, ahorro crecer; en cuanto a financiamiento ofrecen créditos de consumo, microcrédito,

credi inversión, avance en efectivo, crédito inmobiliario y crédito promocional, también depósitos a plazo fijo.

Para empresas ofrecen cuentas de ahorros a la vista, ahorro futuro, y en cuanto a financiamiento: credi inversión.

También ofrece servicios complementarios como plan de amigos, cacpe exequial, cacpe pastaza online, tarjeta de débito, botón azul y corresponsales.

- **Formas de financiamiento**

Los microcréditos y credi inversión se otorgan a socios comerciantes, artesanos, agricultores, entre otros, para financiar servicios de consumo, capital de trabajo y/o emprendimiento por un monto de hasta \$280.000 a una tasa de interés vigente y sin reajuste.

- **Recuperación del capital**

Al haber obtenido el préstamo de una institución financiera tradicional se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con la cooperativa ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapas tempranas – Negocios nuevos.

Etapas de crecimiento y expansión

- **Cooperativa de Ahorro y Crédito "Jardín Azuayo"**



- *Misión*

“Somos una sociedad cooperativa segura, participativa e incluyente. Contribuimos a mejorar las condiciones de vida de las comunidades a través de servicios financieros y educación

cooperativa, con calidad y cercanía. Convencidos que el cooperativismo es una opción de vida que impulsa una sociedad solidaria. (Jardín Azuayo, 2022)

- *Visión*

En el 2023, Jardín Azuayo es un espacio de vivencia del Cooperativismo y fortalecimiento de la Economía Popular y Solidaria. (Jardín Azuayo, 2022)

- **Servicios y Formas de financiamiento**

Ofrecen crédito con ahorro hasta 7 años a una tasa anual de 12,77%, crédito sin ahorro hasta 7 años a una tasa anual de 15,25%, el monto se desembolsa de acuerdo a las políticas de la entidad, crédito extraordinario para salud, educación o calamidad comprobada, de hasta \$8.000 al 11,22% anual, y crédito verde (eco crédito) para la compra de bicicletas y medios de transporte eléctrico, híbridos y de combustión amigable con el ambiente a una tasa del 11% anual.

También ofrece servicios complementarios como jardín azuayo virtual, tarjeta de débito, jardín azuayo pagos, corresponsal solidario: nuestro jardín, jardín azuayo móvil y jardín azuayo tiendas.

- **Recuperación del capital**

Al haber obtenido el préstamo de una institución financiera tradicional se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con la cooperativa ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.

- **Etapas del negocio financiadas**

Sin especificar

- **Corporación Financiera Nacional**



Es una institución financiera pública, cuya misión consiste en impulsar el desarrollo de los sectores productivos y estratégicos del Ecuador, a través de múltiples servicios financieros y no financieros alineados a las políticas públicas

- **Declaración de principios**
- *Misión*

Contribuir a la transformación del modelo productivo nacional otorgando soluciones financieras, asegurando el desarrollo integral de oportunidades.

- *Visión*

Ser la banca de desarrollo líder en la transformación de sectores productivos en la región.

- **Proyectos que financia**

La CFN brinda financiamiento a través de los programas Banca de Segundo Piso, que impulsa el desarrollo colocando líneas de crédito en la banca privada para que éstas otorguen el capital a más mipymes; y el Fondo Nacional de Garantías, que posibilita a las mipymes sin garantía para obtener beneficios del sistema financiero, acceder a crédito para el desarrollo de sus actividades productivas.

Con los recursos de la Banca de segundo piso las miypymes podrán financiar activos fijos como infraestructura, equipamiento, maquinaria y bienes e inmuebles que no sean para alquiler; y de capital de trabajo, como costos y gastos del giro de negocio y el pago a proveedores, otorgando un mínimo de \$50.000 y máximo de USD 1.5M

- **Recuperación del capital**

Al haber obtenido el préstamo de una institución financiera tradicional se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con la corporación ya sea mensual, trimestral, semestral o anual, en plazo para capital de trabajo de máximo de 60 meses y para activos fijos de hasta 180 meses.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapas de crecimiento y expansión

- **Crisfe Fundación**



- **Declaración de principios**

- *Misión*

Impactar positivamente en la vida de las personas en el Ecuador, a través del fortalecimiento de sus capacidades y competencias basado en modelos sostenibles; con énfasis en Educación, Desarrollo Territorial y Emprendimiento.

- *Visión*

Trabajar en equipo y ser el referente de las mejores soluciones en gestión de recursos para el desarrollo de las personas. Ser una Fundación de Fundaciones.

- **Proyectos que financia**

La Fundación, además de promocionar, capacitar e incubar emprendimientos, otorga capital emprendedor a través del programa Sin Fronteras y EmprendeFe a los emprendimientos de base tecnológica, asociativos e innovadores.

- **Formas de financiamiento**

En cooperación con el Banco Interamericano de Desarrollo y 2811 en 2020 firman un convenio de cooperación técnica no reembolsable para la ejecución del Proyecto denominado “Sin Fronteras: Reactivandonos”, que a través de su iniciativa “Capital Emprendedor Sin Fronteras” otorgan hasta \$800,00 en especies a los emprendedores que hayan sido seleccionados en la convocatoria, se prioriza a aquellos que pertenezcan al sector de alimentos y bebidas, productos, confección y manufactura, servicios, emprendimientos sociales y ambientales. Actualmente está vigente la convocatoria FonTech Sin Fronteras”.

- **Recuperación de capital**

El capital es no reembolsable, pero en caso de desertar o hacer mal uso de los fondos, estos deberán ser devueltos en su totalidad y cubrir el valor del acompañamiento recibido.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapa temprana – Emprendimientos hasta 3 años en el mercado.

- **Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista (JEP)**



- *Misión*

“Satisfacer las necesidades de los socios brindando productos financieros, con excelencia en el servicio y sólidos valores”. (Cooperativa JEP, 2022)

- *Visión*

“Ser la Institución Financiera más importante del Ecuador, por su excelencia en el servicio y por socios satisfechos. (Cooperativa JEP, 2022)

- **Servicios**

Ofrecen cuentas de ahorros JEP, fondo JEP, ahorros Jepito. Ahorro Intel JEP e inversiones JEP, en cuanto a financiamiento otorgan crédito JEP, microcrédito, crédito vivienda, y credipymes.

También ofrece servicios complementarios como crédito en línea, cajeros, tarjetas de débito y crédito, jepvital empresas, jepmóvil y jepgiros.

- **Formas de financiamiento**

Los microcréditos JEP se dan para financiar actividades productivas, de comercialización o de servicio cuya fuente principal de pago son las ventas de dichos productos o servicios, no existe un monto mínimo a solicitar, la tasa de interés anual es del 20%.

Los credipymes están dirigidos a quienes quieran financiar sus actividades a menor escala, el monto va de \$1,00 hasta \$1'000.000 a una tasa de interés del 10,70% hasta cuatro años.

- **Recuperación del capital**

Al haber obtenido el préstamo de una institución financiera tradicional se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con la cooperativa ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapa temprana – Negocios nuevos.

Etapa de crecimiento y expansión

- **Coopmego**



- *Misión*

“Ofrecemos productos y servicios financieros competitivos con eficiencia y calidez, a los diferentes sectores socio económicos del país, sustentando nuestra gestión en los principios y valores cooperativos, en la generación de rentabilidad mutua y en la responsabilidad social”. (Coopmego, 2022a)

- *Visión*

“Al 2022 ser la Cooperativa de Ahorro y Crédito líder e innovadora en la prestación de productos y servicios financieros integrales para todos los sectores socio económicos del país; apoyados en la tecnología y sustentados en los principios cooperativos” (Coopmego, 2022a)

- **Servicios**

Ofrecen cuenta de ahorros, ahorro propósito, cuenta inteligente, depósito a plazo, en cuanto a financiamiento tienen líneas de crédito para el negocio y gastos personales

También ofrece servicios complementarios como tarjeta de débito, transferencias, recaudaciones para eventos, acreditaciones, bono de desarrollo humano, megonline, megomóvil, beebot y cajeros automáticos.

- **Formas de financiamiento**

La línea de crédito tanto para negocios como de gastos personales está dirigida a socios y emprendedores que quieren consolidar o ampliar su empresa, financian capital de trabajo, compra de activos fijos, entre otros, por un monto desde \$1.000 a \$50.000 a una tasa de interés de 10,99% con hipoteca y 11,99% sobre firmas, a plazo de hasta 7 años sobre firmas o 15 años con hipoteca. (Coopmego, 2022b)

- **Recuperación del capital**

Al haber obtenido el préstamo de una institución financiera tradicional se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con la cooperativa ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapa temprana – Negocios nuevos mínimo un año de constitución.

Etapa de crecimiento y expansión

- **BanEcuador**



- *Misión*

“Somos un banco público de desarrollo que impulsa la producción, la inclusión, la asociatividad y la mejora de la calidad de vida de los micro, pequeños y medianos empresarios principalmente de agro negocios, comercio y servicios de los sectores rural y urbano popular, con productos financieros innovadores, eficientes y sostenibles”. (BanEcuador, 2022)

- *Visión*

“Ser un banco de desarrollo innovador y referente regional con enfoque agropecuario comprometido con el crecimiento sostenible e inclusivo de nuestro país”.

- **Servicios**

Ofrecen cuenta de ahorros, corriente, depósitos a plazo fijo, ahorro programado, y líneas de crédito para microempresas como microcrédito general, crédito CCMA, crédito asociaciones, crédito emergencia, crédito súper mujer rural, crédito desarrollo humano y crédito 1 x30; y para pymes ofrecen crédito pyme general y crédito asociaciones.

- **Formas de financiamiento**

Los créditos para microempresas se brindan a quienes han generado ingresos iguales o menores a \$100.000, están dirigidos a financiar actividades de producción agrícola y pecuaria se financia desde \$500 a 10 años plazo para activos fijos y 3 años para capital de trabajo a una tasa de interés del 15,30% para comercio y servicios y 12,25% producción. Solo para pymes financian desde \$5.000 a una tasa de interés es el 9,76%.

Las empresas que quieran acceder al crédito para pymes deben registrar ventas superiores a \$100.000 en el último año, financian desde \$5.000 a una tasa de interés es el 9,76%.

El crédito super mujer rural financia un monto de \$500 a \$10.000 hasta 5 años al 12,25% de interés a mujeres que realizan actividades en huertos familiares o granjas.

- **Recuperación del capital**

Al haber obtenido el préstamo de una institución financiera tradicional se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el banco ya sea mensual, bimestral, trimestral, semestral, anual o al vencimiento.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapa temprana – Negocios nuevos.

Etapa de crecimiento y expansión.

- **Ministerio de Industrias y Productividad**



Ministerio
de **Industrias**
y **Productividad**

- **Proyectos que financia**

El MPCEIP, a través de BanEcuador otorga préstamos a productivos bajo diferentes líneas crediticias a artesanos, microempresas, emprendedores ecuatorianos, y de economía popular y solidaria, actualmente se otorgan los créditos 1x30 como parte del proyecto “Fomento a la inversión productiva de las microempresas”, cuyo objetivo es reactivar los negocios para que puedan generar empleo. (Ministerio de Producción, 2022a)

- **Formas de financiamiento**

Los montos que se otorgan de los créditos 1x30 “van desde USD 500,00 hasta USD 5.000 por beneficiario de crédito, al 1% de interés anual y con un plazo de hasta 360 meses (30 años) con pagos mensuales” (Ministerio de Producción, 2022a). A partir de los \$3.001 se requiere garante personal, la forma de pago es mensual; para acceder al beneficio debe estar registrado en la plataforma de formalización del MPCEIP.

Los créditos que se dan a los artesanos y miembros de la economía popular y solidaria gestionados por la Subsecretaría de Mypimes y Artesanías, están destinados a financiar el capital de trabajo y la adquisición de pequeña maquinaria, hasta un total de 60 mil dólares, monto que deberá ser cubierto en un plazo de 10 años y al interés del 11% al BanEcuador. Para acceder a este beneficio el artesano debe constar en el Registro Único Artesanal (RUA) (Ministerio de Producción, 2022b)

- **Recuperación del capital**

Si bien el beneficio es gestionado por el MPCEIP, al haber obtenido el préstamo de una institución financiera tradicional como el BanEcuador, se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el BanEcuador, ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapas temprana – Idea de negocio y Emprendimientos en primeras ventas hasta 3 años en el mercado.

Etapas de crecimiento y expansión.

- **Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (Senescyt)**



- **Declaración de principios**

Ministerio creado por el gobierno central cuyo propósito es impulsar la educación superior, ciencia, tecnología e innovación en el país.

- *Misión*

“Ejercer la rectoría de la política pública en materia de educación superior, ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, articulando su aplicación con los actores que conforman el sistema; a través de planes, programas y proyectos que promuevan el acceso equitativo a la educación superior, la formación académica universitaria, politécnica, técnica y tecnológica, el fortalecimiento del talento humano, y la investigación, innovación y transferencia de tecnología.” (Senescyt - Secretaría de Educación Superior, n.d.)

- *Visión*

“Ser reconocida como la entidad referente en el fortalecimiento, articulación y construcción colectiva del sistema de educación superior, ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales; mediante la aplicación de criterios de inclusión, calidad, equidad, pertinencia, sostenibilidad y vinculación a las necesidades sociales, que contribuyan al desarrollo productivo del país.” (Senescyt - Secretaría de Educación Superior, n.d.)

- **Proyectos que financia**

La Senescyt a través de su plataforma de innovación e iniciativa “Banco de ideas” otorga hasta USD 50 mil, para proyectos en idea, y de hasta USD 125 mil, para proyectos en puesta en marcha, y da asesoramiento presencial a proyectos innovadores según la justificación de aplicación innovadora y la etapa en la que se encuentra, mediante distintas convocatorias como el Proyecto Actúa e INNOVACyT, y luego brindan la posibilidad de presentar el proyecto ante inversionistas que promuevan la internacionalización de las iniciativas.

A pesar de que el fondo no es excluyente las postulaciones al fondo deben estar enmarcadas en alguno de los siguientes sectores productivos y de servicios: alimentos frescos y procesados, biotecnología, confecciones y calzado, energías renovables, industria farmacéutica, metalmecánica, petroquímica, productos forestales de madera y otros, tecnología (software, hardware y servicios informáticos), vehículos, automotores, carrocerías y partes, construcción, transportes y logística, turismo.

- **Recuperación del capital**

El desembolso del dinero se lo hace en tres etapas luego de firmar un contrato con la Junta del Fideicomiso en el que consta los derechos y obligaciones de todas las partes. El capital semilla es no reembolsable en el caso de que tras un año de hacer el desembolso completo no se perciban ganancias, sin embargo, en aras de garantizar el uso de los recursos para los fines pactados se debe suscribir una escritura pública con una cláusula en la que el beneficiario se compromete a devolver el 100% del dinero en caso de utilizarlo para otros fines.

Para el caso de los emprendimientos innovadores que produzcan ganancias económicas, el Estado participará de la titularidad y beneficios económicos, de entre el 5% y el 10%, durante el tiempo de permanencia del Fideicomiso. El tiempo de permanencia del Fideicomiso será de hasta tres años contados desde la fecha de finalización de la ejecución del cronograma de inversión.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapas temprana – Idea de negocio y puesta en marcha.

- **Fondo Emprende (Senescyt y MPCEIP)**



- **Proyectos que financian**

El Fondo Emprende: Ecuador Productivo asignó \$10'050.000 dólares y tiene como objetivo financiar e impulsar la Innovación Productiva. Quienes pueden postular a estos fondos son personas naturales y jurídicas.

El programa ofrece dos tipos de financiamiento:

Capital Crece (Semilla) dirigido a personas que buscan emprender con ideas innovadoras; el fondo destina a: emprendedores \$1'050.000 y MIPYMES \$7'000.000. y,

Capital Progreso (Riesgo) dirigido a personas que tienen como objetivo expandir sus empresas a través de productos y procesos innovadores, se destina un total de \$2'000.000 a MIPYMES. (Fondo Emprende, 2020)

Aunque el fondo no es excluyente se prioriza los emprendimientos o negocios que se encuentran dentro de los siguientes sectores: Áreas Priorizadas por el Fondo Bienes: transporte y logística, tecnología, biotecnología, metalmecánica, alimentos frescos y procesados, servicios ambientales. Áreas Priorizadas por el Fondo Servicios: ambiental, tecnología (software, hardware y servicios informáticos), vehículos (automotores, carrocerías y partes), construcción, transporte y logística, turismo.

- **Recuperación de capital**

El Capital Crece que se ofrece para las primeras etapas del proyecto será reembolsable dependiendo del éxito del mismo de acuerdo a las condiciones que el fondo aplique.

El Capital Progreso es la inversión que consiste fundamentalmente en la participación de manera temporal y minoritaria del Fideicomiso Fondo de Capital de Riesgo en el capital social de una empresa. El Fideicomiso Fondo de Capital de Riesgo invierte en un proyecto de innovación productiva, convirtiéndose en socio – accionista de la empresa financiada y de esta manera participa de modo directo en los riesgos y resultados del proyecto.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapas temprana – Idea de negocio y Emprendimientos en primeras ventas hasta 3 años en el mercado.

Etapas de crecimiento y expansión.

- **Corporación de Ferias de Loja**



Es una organización no gubernamental conformada por ocho entidades públicas y ocho privadas en el año 2017, que gestiona de forma aproximada 30 programas de impulso al desarrollo económico, además, administran el Complejo Ferial Simón Bolívar. Son miembros de la World Fair Trade Organization (WFTO), socios de la Asociación Internacional de Ferias de América (AFIDA) y tienen el aval de la cátedra UNESCO.

- *Misión*

“Apoyar al emprendimiento, producción y comercio a través de instrumentos que permitan un encadenamiento con mercados dinámicos, bajo principios de comercio justo” (CFL, 2022).

- *Visión*

“Impulsar el desarrollo económico del Sur del Ecuador” (C. de F. de L. CFL, 2022).

- **Proyectos que financian**

El Fondo de Inversión Feria de Loja, beneficia a emprendedores en la etapa inicial y de fortalecimiento con capital semilla que va desde \$500 a \$3.000 para la compra de maquinaria, equipo, insumos, tecnología, notificación sanitaria, permisos, pagos de tasas y producción piloto. Se prioriza a emprendimientos nacientes o existentes que busquen crecimiento, tengan componentes de innovación, y que sean liderados por mujeres, jóvenes o discapacitados, migrantes, que sean viables y brinden empleo.

Las líneas de emprendimiento que pueden postular a estos fondos son: Agroindustria, gastronomía, turismo, TIC's, artesanías y café. La convocatoria de este año dispuso de un fondo de \$140.000 dólares. (C. F. de L. CFL, 2022)

- **Recuperación de capital**

Los fondos que entrega la Corporación de Ferias son no reembolsables.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapa temprana – Idea de negocio y Emprendimientos nacientes.

Etapa de crecimiento.

- **Startup Ventures**



Startups & Ventures es un Club de Inversionistas Ángel que permite realizar conexiones entre emprendedores y PYMES con alto potencial y las empresas más importantes del país.

Contribuimos a la implementación exitosa de mejores prácticas y metodologías para generar mejores emprendimientos y PYMES en el Ecuador, para generar resultados de excelencia en las empresas que reconocen a sus colaboradores como la principal fuente de innovación y agregación de valor.

- **Proyectos que financian**

El Club ha creado dos fondos de inversión a través de fideicomisos con un monto de 1'300.000 USD con el que buscan promover la generación y crecimiento de emprendimiento nacientes y de pymes del país.

Para emprendedores tienen el Fondo “Startups” con un capital de 300.000 USD para promover emprendimientos que se encuentren en sus primeras ventas y tengan aceptación de mercado, se otorga un máximo de hasta \$75.000 a cada emprendimiento.

Para las Pymes manejan el Fondo “Growth Ventures” con un capital de 1'000.000 USD para impulsar e internacionalizar Pymes que han alcanzado ventas por más de 1 millón USD, sus productos estén validados en el país y tengan definidos sus mercados internacionales, se otorga un máximo de hasta \$250.000 a cada pyme.

El fondo prioriza los emprendimientos y pymes que se encuentran dentro de los siguientes sectores: Alimentos/Bebidas, Tecnología, Fintech, Arte/Artesanías, Salud, Moda/Textiles.

- **Recuperación de capital**

No se encontró información hasta el momento.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapa negocio establecido más de 3 años en el mercado.

Etapa de crecimiento e internacionalización

- **Ángeles EC**



- **Declaración de principios**

La Red Ecuatoriana de Inversionistas Ángel, es una red de inversionistas individuales que apuestan a una idea emprendedora valiosa no solo con dinero, sino que también aportan capital social, conocimiento, contactos, experiencia, expertise, etc. para catapultar al emprendimiento a una dimensión mayor, promoviendo su permanencia y trascendencia, estimulando de esta forma la inversión en etapa temprana y coadyuvando reducir la brecha de financiamiento existente.

- **Proyectos que financia**

No se encontró información hasta el momento.

- **Formas de financiamiento**

No se encontró información hasta el momento.

- **Recuperación del capital**

No se encontró información hasta el momento.

- **Prendho**



- **Proyectos que financia**

El centro de innovación luego de la incubación de emprendimientos otorga algunos beneficios a sus graduados, entre ellos: rondas de inversión, capital semilla, acceso a coworking, participación en ferias y más. En cuanto al capital semilla, realizan convocatorias anuales en alianza con el Fondo Ítalo-Ecuatoriano para el Desarrollo Sostenible (FIEDS), Plan Binacional de Desarrollo de la Región Fronteriza, Corporación de Ferias de Loja y Prefectura de Loja, para otorgar capital a los emprendedores para impulsar el crecimiento de sus negocios, en el 2022 se lo entregaron a 4 emprendedores.

Los beneficiarios deben atravesar un proceso de selección de tres meses, la convocatoria está dirigida a los emprendedores graduados del programa de incubación de Prendho, que tengan base tecnológica, escalables, impacto social y que estén alineados con los Objetivos de Desarrollo Productivo del Gobierno Provincial.

- **Formas de financiamiento**

Los montos entregados oscilan entre los 11 mil y 15 mil dólares y benefician a emprendimientos de Loja que presentan base tecnológica, potencial para ser escalables e impacto social. Los montos entregados son administrados según una estrategia de salida de fondos determinada para cada emprendimiento, esta se debe ejecutar en un plazo no mayor a tres años. En ese periodo se espera que el emprendimiento haya alcanzado su madurez, luego recompensarán su participación en el capital semilla entregado lo que permitirá beneficiar a otros emprendedores.

- **Recuperación del capital**

Una vez que el emprendimiento haya alcanzado madurez de reembolsar el capital otorgado para seguir beneficiando a otros emprendedores.

- **Etapas del negocio financiadas**

Etapas temprana – Emprendimientos en primeras ventas hasta 3 años en el mercado.

Tabla 51*Resumen de la caracterización de actores de acceso a capital*

Nº	Actores clave	Tipo de productos o servicios que ofrece	Formas de financiamiento	Recuperación del capital	Etapas del negocio financiadas	Calificación según el nivel de involucramiento con el ecosistema
1	Corporación de Ferias de Loja	El Fondo de Inversión Feria de Loja, beneficia a emprendedores en la etapa inicial y de fortalecimiento con capital semilla que va desde \$500 a \$3.000 para la compra de maquinaria, equipo, insumos, tecnología, notificación sanitaria, permisos, pagos de tasas y producción piloto.	La convocatoria de este año dispuso de un fondo de \$140.000 dólares.	Los fondos que entrega la Corporación de Ferias son no reembolsables.	Etapa temprana – Idea de negocio y Emprendimientos nacientes. Etapa de crecimiento.	5
2	Senescyt	Iniciativa “Banco de ideas”, da asesoramiento presencial a proyectos innovadores, convocatorias Proyecto Actúa e INNOVACyT, brindan la posibilidad de presentar el proyecto ante inversionistas que promuevan la internacionalización de las iniciativas. Junto al MPCEIP llevan a cabo la iniciativa Fondo Emprende (Capital Crece y Capital Progreso)	La Senescyt a través de su plataforma de innovación e iniciativa “Banco de ideas” otorga hasta USD 50 mil, para proyectos en idea, y hasta USD 125 mil, para proyectos en puesta en marcha. Capital Crece (Semilla); el fondo destina a: emprendedores \$1’050.000 y MIPYMES \$7’000.000. y, Capital Progreso (Riesgo), se destina un total de \$2’000.000 a MIPYMES.	El capital semilla es no reembolsable en el caso de que tras un año de hacer el desembolso completo no se perciban ganancias, sin embargo, el beneficiario se compromete a devolver el 100% del dinero en caso de utilizarlo para otros fines. En el caso de obtener ganancias económicas, el Estado participará de la titularidad y beneficios económicos, de entre el 5% y el 10%.	Etapa temprana – Idea de negocio y puesta en marcha. Etapa temprana – Idea de negocio y Emprendimientos en primeras ventas hasta 3 años en el mercado. Etapa de crecimiento y expansión.	5

3	Fundación Crisfe	Además de promocionar, capacitar e incubar emprendimientos, otorga capital emprendedor a través del programa Sin Fronteras y EmprendeFe a los emprendimientos de base tecnológica, asociativos e innovadores.	Su iniciativa “Capital Emprendedor Sin Fronteras” otorga hasta \$800,00 en especies a los emprendedores que hayan sido seleccionados en la convocatoria. Actualmente está vigente la convocatoria FonTech Sin Fronteras”.	El capital es no reembolsable, pero en caso de desertar o hacer mal uso de los fondos, estos deberán ser devueltos en su totalidad y cubrir el valor del acompañamiento recibido.	Etapa temprana – Emprendimientos hasta 3 años en el mercado.	5
4	Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca	El MPCEIP, a través de BanEcuador otorga préstamos a productivos bajo diferentes líneas crediticias a artesanos, microempresas, emprendedores ecuatorianos, y de economía popular y solidaria.	Los montos que se otorgan de los créditos 1x30 “van desde USD 500,00 hasta USD 5.000, al 1% de interés anual y con un plazo de hasta 360 meses (30 años) con pagos mensuales, para acceder al beneficio debe estar registrado en la plataforma de formalización del MPCEIP. Los créditos que se dan a los artesanos y miembros de la economía popular y solidaria son hasta 60 mil dólares, monto que deberá ser cubierto en un plazo de 10 años y al interés del 11% al BanEcuador.	Se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el BanEcuador, ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.	Etapa temprana – Idea de negocio y Emprendimientos en primeras ventas hasta 3 años en el mercado. Etapa de crecimiento y expansión	5
5	Start Up Ventures	El Club ha creado dos fondos de inversión a través de fideicomisos con un monto de 1’300.000 USD	Para emprendedores tienen el Fondo “Startups” con un capital de 300.000 USD Para las Pymes manejan el Fondo “Growth Ventures” con un capital de 1’000.000 USD		Etapa negocio establecido más de 3 años en el mercado. Etapa de crecimiento e internacionalización	5

6	Prendho	Realizan convocatorias anuales en alianza con el Fondo Ítalo-Ecuatoriano para el Desarrollo Sostenible (FIEDS), Plan Binacional de Desarrollo de la Región Fronteriza, Corporación de Ferias de Loja y Prefectura de Loja, para otorgar capital semilla a los emprendedores para impulsar el crecimiento de sus negocios.	Los montos entregados entre los 11 mil y 15 mil dólares son administrados según una estrategia de salida de fondos determinada para cada emprendimiento, esta se debe ejecutar en un plazo no mayor a tres años.	Una vez que el emprendimiento haya alcanzado madurez de reembolsar el capital otorgado para seguir beneficiando a otros emprendedores.	Etapa temprana – Emprendimientos en primeras ventas hasta 3 años en el mercado.	5
7	Ángeles Ec.	Red de inversionistas individuales que apuestan a una idea emprendedora valiosa no solo con dinero, sino que también aportan capital social, conocimiento, contactos, experiencia, expertise, etc. para catapultar al emprendimiento a una dimensión mayor.				2
8	Banco del Austro	En cuanto a financiamiento a empresas ofrecen crédito productivo, microcrédito, crédito back to back y crédito cash colateral; a las pymes les dan avales y garantías bancarias, crédito capital de trabajo, crédito activos fijos, cuenta corriente, cuenta ejecutiva personas jurídicas, inversión a plazo fijo y credinómina.	Para capital de trabajo y compra de activos fijos van de un monto mínimo de \$3.000 hasta \$20'000.000, el plazo de pago depende del monto del préstamo, mínimo de 1 mes hasta 60 meses, a tasas aproximadas del 8,52% al 11,26%. Los microcréditos se dan por un monto de \$1.000 hasta \$150.000 para capital de trabajo, activos fijos, local	Se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el banco ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.	Etapa temprana – Negocios nuevos. Etapa de crecimiento y expansión	4

			comercial y terrenos, a un plazo de 24 a 84 meses y tasa de interés vigente al momento del desembolso.			
9	Banco de Loja	En cuanto a créditos empresariales ofrecen: CrediCorporativo, CrediComercial, CrediProductivo, CrediPymes, CrediCamión. Para el sector microfinanciero ofrecen microcréditos y Credicasa	Financia capital de trabajo, compra de activos fijos, de materia prima, inventarios, cuenta por cobrar y pago de planillas, las pymes deben tener ventas de mínimo \$100.000 anuales mientras las del sector corporativo de \$1.000.000 anuales para acceder a una tasa de interés aproximada del 11%. En microcrédito los negocios pueden recibir financiamiento de hasta \$50.000 a 36 meses plazo a una tasa de interés aproximada del 23%.	Se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el banco ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.	Etapa temprana – Negocio con mínimo de 1 año de antigüedad. Etapa de crecimiento y expansión	2
10	Banco Machala	Para empresas ofrece microcréditos, créditos productivos a empresa/Pymes, crédito rol y crédito productivo mujer emprendedora; tienen la opción para invertir a plazo, también brinda servicios para facilitar los procesos de importación y exportación.	Para el sector microempresarial, financian capital de trabajo y maquinaria desde \$5.000 a \$50.000 a 36 y 60 meses plazo a una tasa de interés aproximada del 18%. Para el sector pymes, se financia la compra de activos fijos, un monto según la capacidad de pago o hasta \$25.000 sin garantía y \$500.000 con garantía hipotecaria. El crédito productivo para la mujer emprendedora otorga para capital de trabajo hasta	Se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el banco ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.	Etapa temprana – Puesta en marcha y negocios nuevos. Etapa de crecimiento y expansión	4

			\$20.000 sin garantía a 36 meses plazo.			
11	Banco Pichincha	Para el sector pymes ofrecen cuentas de ahorro, corriente y en Miami; Brindan créditos personales, productivos, ecológico y crédito mujer; Para los microempresarios en la línea de créditos ofrecen microcréditos en línea, de gastos personales, para negocio, para actividades agropecuarias, crédito grupal, ecológico, crédito microempresas;	Para el sector microempresarial, financian, desde \$500 a \$150.000 a 36 meses plazo a una tasa de interés aproximada del 25%. Para el sector pymes, los créditos productivos financian desde \$5.000 a 36 y 84 meses plazo a una tasa de interés aproximada del 11,23%.	Se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el banco ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.	Etapa de crecimiento y expansión	2
12	Banco Guayaquil	Para empresas ofrecen financiamiento para capital de trabajo, inmediato, confirming, factoring, activos fijos, agrícola y B2B, otorgan microcréditos y créditos pyme.	Para el sector empresarial, financian un monto de capital de trabajo según las necesidades y cupo del estudio de crédito, la tasa de interés se establece de acuerdo al monto y al plazo de pago; para la compra de activos fijos, financian hasta el 70% del valor de la inversión con una tasa de interés de acuerdo al segmento. El crédito pyme financia hasta \$40.000 en un plazo máximo de 36 meses. El microcrédito financia un monto de \$1000 a \$40000 en un plazo de 12 a 42 meses en pagos mensuales.	Se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el banco ya sea en un solo pago, mensual, trimestral, semestral o anual, y en el caso del microcrédito agropecuario el plazo dependerá del ciclo operativo del producto.	Etapa de crecimiento y expansión.	2

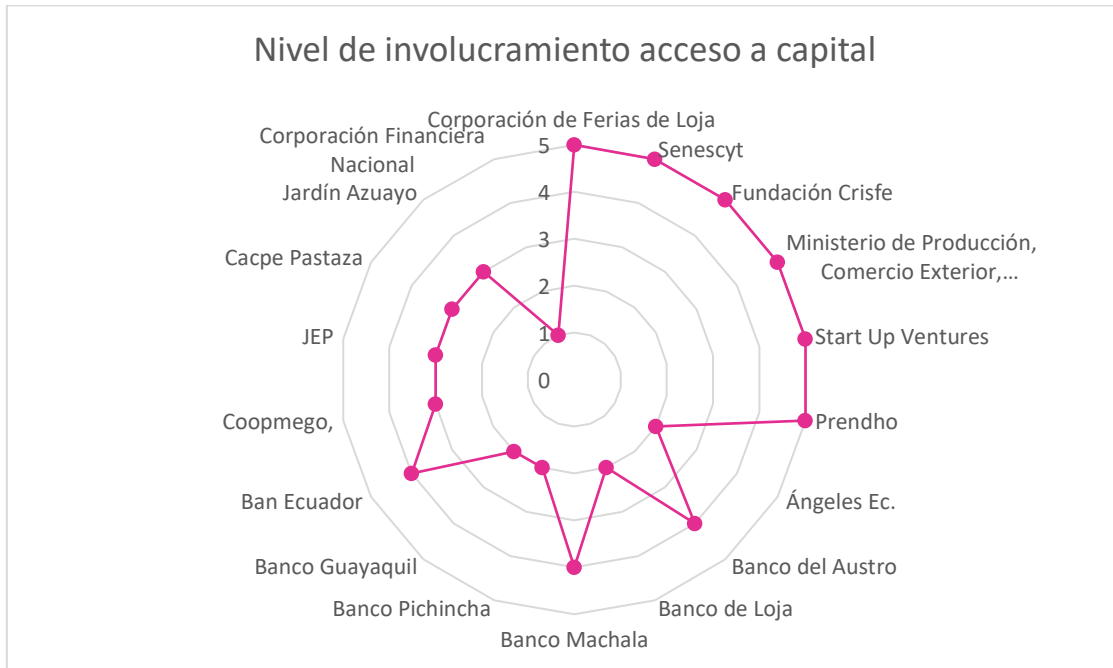
13	Ban Ecuador	Líneas de crédito para microempresas como microcrédito general, crédito CCMA, crédito asociaciones, crédito emergencia, crédito súper mujer rural, crédito desarrollo humano y crédito 1 x30; y para pymes ofrecen crédito pyme general y crédito asociaciones.	Los créditos para microempresas financian desde \$500 a 10 años plazo para activos fijos y 3 años para capital de trabajo a una tasa de interés del 15,30% para comercio y servicios y 12,25% producción. Solo para pymes financian desde \$5.000 a una tasa de interés del 9,76%, deben registrar ventas superiores a \$100.000 en el último año.	Se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el banco ya sea mensual, bimestral, trimestral, semestral, anual o al vencimiento.	Etapa temprana – Negocios nuevos. Etapa de crecimiento y expansión.	4
14	Coopmeگو,	Tienen líneas de crédito para el negocio y gastos personales.	Monto desde \$1.000 a \$50.000 a una tasa de interés de 10,99% con hipoteca y 11,99% sobre firmas, a plazo de hasta 7 años sobre firmas o 15 años con hipoteca.	Se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el banco ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.	Etapa temprana – Negocios nuevos mínimo un año de constitución. Etapa de crecimiento y expansión	3
15	JEP	En cuanto a financiamiento otorgan crédito JEP, microcrédito, crédito vivienda, y credipymes	Los microcréditos JEP se dan para financiar actividades productivas, de comercialización o de servicio, no existe un monto mínimo a solicitar, la tasa de interés anual es del 20%. Los credipymes están dirigidos a quienes quieran financiar sus actividades a menor escala, el monto va de \$1,00 hasta \$1'000.000 a una tasa de interés del 10,70% hasta cuatro años.	Se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con el banco ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.	Etapa temprana – Negocios nuevos. Etapa de crecimiento y expansión	3
16	Caچه Pastaza	Para personas naturales ofrecen créditos de consumo, microcrédito,	Los microcréditos y credi inversión se otorgan a socios comerciantes, artesanos,	Se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con la	Etapa temprana – Negocios nuevos.	3

		credi inversión, avance en efectivo, crédito inmobiliario y crédito promocional. Para empresas ofrecen cuentas de ahorros a la vista, ahorro futuro, y en cuanto a financiamiento: credi inversión.	agricultores, entre otros, para financiar servicios de consumo, capital de trabajo y/o emprendimiento por un monto de hasta \$280.000 a una tasa de interés vigente y sin reajuste.	cooperativa ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.	Etapa de crecimiento y expansión	
17	Jardín Azuayo	Ofrecen crédito con ahorro, sin ahorro, crédito extraordinario para salud, educación o calamidad comprobada y crédito verde.	Ofrecen crédito con ahorro hasta 7 años a una tasa anual de 12,77%, crédito sin ahorro hasta 7 años a una tasa anual de 15,25%, el monto se desembolsa de acuerdo a las políticas de la entidad.	Se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con la cooperativa ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.	Sin especificar	3
18	Corporación Financiera Nacional	La CFN brinda financiamiento a través de los programas Banca de Segundo Piso, y el Fondo Nacional de Garantías	Las mipymes podrán financiar activos fijos y capital de trabajo, otorgando un mínimo de \$50.000 y máximo de USD 1.5M	Se debe devolver el monto más el interés en los plazos establecidos con la corporación, el plazo para capital de trabajo es máximo de 60 meses y para activos fijos hasta 180 meses.	Etapa de crecimiento y expansión	1

Fuente: Caracterización de los actores de acceso a capital

Figura 57

Nivel de involucramiento actores acceso a capital



Fuente: Calificación de los actores de acceso a capital

Continuando con la dimensión de acceso a capital, el ecosistema está compuesto por instituciones financieras tradicionales y tan solo tres organizaciones locales que brindan financiamiento de capital riesgo para distintas etapas del emprendimiento siempre en alianza con otros actores habilitadores y motrices, las instituciones con mejores condiciones de financiamiento y acompañamiento para emprendedores especialmente de alto impacto son Prendho, Corporación de Ferias de Loja y Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, también se considera a Senescyt, Start Up Ventures y Fundación Crisfe que operan a nivel nacional, en cuanto al financiamiento tradicional Banco Machala, Banco del Austro, Ban Ecuador, tienen una mayor cobertura de servicios y condiciones de endeudamiento un poco mejores para personas naturales y empresas, Banco de Loja, Banco Pichincha, Banco Guayaquil, tienen amplios servicios pero los requisitos para obtener al capital no son accesibles para todos, y las tasas de interés para microcréditos son elevadas, además, no dan crédito para la etapa de idea o prototipo, por otro lado Coopmego, JEP, Cacpe Pastaza, Jardín Azuayo, tienen tasas de interés más bajas, sin embargo, otorgan el crédito a negocios nuevos con mínimo de 1 año, la Corporación Financiera Nacional otorga capital solo a mipymes bajo ciertas condiciones y de la red de Ángeles Ec. no se encontró suficiente información de las condiciones de inversión de la red.

Capital Humano

Para la caracterización de los actores clave de la dimensión capital humano se procedió a aplicar un cuestionario que se muestra en el anexo 2 a las diferentes instituciones de educación superior de la ciudad, sin embargo, solo se contó con la colaboración de tres IES (UIDE, Instituto Tecnológico Sudamericano y Tecnológico Beatriz Cueva de Ayora) por lo que para las demás se procedió a completar la mayor cantidad de preguntas posibles con la información disponible en las páginas web oficiales de las mismas.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR – UIDE



SECCIÓN 1.0: PERFIL DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

En cuanto a su filosofía institucional, su misión resumida es: Brindar una educación de calidad para una vida exitosa (UIDE, 2018).

Y su visión es:

Ser una de las mejores universidades de América Latina para el año 2035 y participar activamente en el proceso de integración continental (UIDE, 2018).

La Universidad Internacional del Ecuador Sede Loja, oferta 6 carreras profesionales en Negocios Internacionales, Mercadotecnia, Administración de Empresas, Arquitectura Derecho y Turismo, y una tecnología en información y comunicación, el programa académico dentro del ámbito empresarial con más demanda es negocios internacionales con un total de 145 alumnos inscritos en el periodo 2021 – 2022, seguido por 20 alumnos en mercadotecnia y 25 en administración de empresas, sin embargo, no cuentan con ningún alumno internacional inscrito en ninguno de sus programas, en ese mismo periodo académico graduaron respectivamente a 25, 5 y 7 estudiantes de las carreras mencionadas. La institución tiene contratados a 16 profesores de quienes 15 son ecuatorianos y 1 es de nacionalidad venezolana.

SECCIÓN 2.0: EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

La institución cuenta con un plan estratégico para la educación emprendedora, pues todas las mallas de la UIDE Loja Business School tienen un eje común de Innovación y Emprendimiento, pero en los programas académicos en los que más impacta son en Negocios

Internacionales, Marketing, Administración de Empresas, Tecnología de la información y comunicación, y turismo; y los objetivos que buscan cumplir a través del mismo son:

- Formar profesionales comprometidos con la solución de problemas sociales a través de la generación de valor.
- Formar profesionales con la capacidad de emprender.
- Formar profesionales con la capacidad de asesorar en innovación y emprendimiento.
- Contribuir con el crecimiento económico del país.

Se han planteado dar cumplimiento a estos objetivos mediante la aplicación de cuatro actividades estratégicas:

- Eje de innovación en las mallas de las 3 carreras.
- Centro de Innovación Social.
- Programación de Ferias y Eventos de innovación y emprendimiento.
- Vincular el eje de innovación y emprendimiento en las prácticas comunitarias.

Su planta docente cuenta con 2 maestros que imparten cursos de emprendimiento e innovación con experiencia en dicha área, los mismos tienen diplomados de cursos, talleres y experiencia laboral.

En cuanto a infraestructura de aprendizaje y mecanismos que promueven activamente el espíritu emprendedor y la innovación para la comunidad, la UIDE Loja Business School no tiene una aceleradora de negocios o incubadora de ningún tipo, tampoco un Centro de Transferencia de Tecnología.

SECCIÓN 3.0: PRODUCTOS GENERADOS A PARTIR DE LOS PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO

Por el momento no tienen patentes ya que todos los productos desarrollados están en proceso de validación del modelo de negocios. En los últimos tres ciclos académicos no han invertido en actividades de Investigación y Desarrollo, tampoco han realizado publicaciones científicas sobre temas de emprendimiento, no obstante, en cuanto a proyectos colaborativos en los cuales ha participado la institución de manera conjunta con otras empresas, instituciones educativas, instituciones de gobierno, etc., manifiestan que el proceso de articulación del eje de innovación y emprendimiento con prácticas comunitarias inició en abril de 2022, por lo que aún está en proceso.

Por otro lado, en los últimos tres periodos académicos, antiguos alumnos de la universidad han creado 6 negocios.

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



SECCIÓN 1.0: PERFIL DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

En cuanto a su filosofía institucional, su misión es: “Formar profesionales tecnólogos universitarios con calidad humana y académica; con principios y valores para cultivar pensamiento crítico, reflexivo, investigativo y de emprendimiento, que los oriente a comprender que la vida es la búsqueda de un permanente aprendizaje dentro de un mundo globalizado” (Instituto Tecnológico Sudamericano, 2022).

Y su visión es:

Convertirnos en el mejor instituto tecnológico universitario del país, con alcance internacional a través de sus modalidades de estudio sustentadas en la calidad y pertinencia; para entregar a la sociedad profesionales íntegros, líderes en todos los campos, con espíritu emprendedor, practicando libertad de pensamiento y acción (Instituto Tecnológico Sudamericano, 2022).

El Tecnológico Sudamericano, oferta 10 carreras profesionales modalidad presencial en Gastronomía, Desarrollo Ambiental, Administración Financiera, Desarrollo de Software, Diseño Gráfico, Talento Humano, Electrónica, Mecánica Automotriz y Enfermería, en modalidad semipresencial la tecnología en Seguridad y Prevención de Riesgos Laborales tecnología en información y comunicación, y de forma online Contabilidad y Asesoría Tributaria, Administración Financiera y Talento Humano, durante el periodo 2021 – 2022 en los programas modalidad presencial están inscritos en total 998 alumnos, en la semipresencial 24 y en la online 40, sin embargo, no cuentan con ningún alumno internacional inscrito en ninguno de sus programas, en ese mismo periodo académico graduaron respectivamente a 215 estudiantes de las carreras mencionadas. La institución tiene contratados a 54 profesores quienes son ecuatorianos.

SECCIÓN 2.0: EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

La institución cuenta con un plan estratégico para la educación emprendedora, mediante el desarrollo de proyectos integradores planificados en las agendas de carrera, el objetivo que buscan cumplir a través del mismo es:

Demostrar que los estudiantes del ISTS están en condiciones de brindar productos a partir de la formación humana – académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de producir y comercializar un dispositivo electrónico que permite verificar instalaciones eléctricas de los vehículos para los técnicos de la ciudad de Loja.

Se han planteado dar cumplimiento a este objetivo mediante la aplicación de tres actividades estratégicas:

- Ejecución de proyectos integradores por cada carrera
- Ejecución de Proyectos de Vinculación por cada carrera
- Ejecución de proyectos de titulación por carrera.

Los programas académicos en los que más impacta el plan de educación emprendedora y algunos proyectos que se han llevado a cabo en esa área son:

Tecnología Superior Administración Financiera	Administración Financiera (modalidad presencial) Plan de capacitación en contabilidad para la Cooperativa de Taxis Libertador Bolívar
Tecnología Superior Electrónica	Diseño de un prototipo electromecánico que aproveche movimientos de extremidades inferiores para recargar celulares con el fin de fomentar el ejercicio físico.
Tecnología Superior Gastronomía	Capacitación gastronómica a la comunidad de la provincia de Loja, para fortalecer sus competencias y fomentar el emprendimiento en la localidad.
Tecnico Superior Enfermería	Promoción de la Salud: Nutrición en escolares "Actividades educativas para mejorar calidad de vida de la población escolar"
Tecnología Superior Talento Humano	Gestión del Talento Humano (modalidad presencial y online) UNIGESTH - UNIDAD DE GESTIÓN DE TALENTO HUMANO Creación e implementación de la plataforma digital de asesoría laboral gratuita
Tecnología Superior Diseño Gráfico	Plan de capacitación en marketing y diseño gráfico para proyectos de apoyo social a sectores productivos en la ciudad y provincia de Loja, abril - agosto 2022
Tecnología Superior Desarrollo de Software	: Desarrollo de software (modalidad presencial) Organización y ejecución del Festival Latinoamericano de Instalación de Software Libre "FliSol 2022"
Tecnología Superior Desarrollo Ambiental	Educación ambiental para la identificación de insectos controladores biológicos, plagas y bioindicadores bentónicos como estrategia para fomentar el cuidado y protección de ecosistemas terrestres y acuáticos con estudiantes de centros Educativos de la ciudad de Loja durante el periodo académico abril -agosto 2022
Tecnología Superior Mecánica Automotriz	Mecánica Automotriz (modalidad presencial) Guía de Mantenimiento de las instalaciones de los talleres del Mililicipo de la ciudad de Loja

Su planta docente cuenta con 20 maestros que imparten cursos de emprendimiento e innovación con experiencia en dicha área, los mismos tienen reconocimientos por haber dado pláticas o cursos, han realizado especializaciones y tienen experiencia laboral.

En cuanto a infraestructura de aprendizaje y mecanismos que promueven activamente el espíritu emprendedor y la innovación para la comunidad, el Tecnológico Sudamericano no tiene una aceleradora de negocios o incubadora de ningún tipo, tienen una oficina de Centro de Transferencia de Tecnología, desarrollada por cada carrera en cada periodo de estudio o un año académico dependiendo de la intensidad del proyecto, también dan capacitaciones a empresas públicas y privadas, desarrollan productos tecnológicos y ofertan servicios en diversas áreas del conocimiento.

SECCIÓN 3.0: PRODUCTOS GENERADOS A PARTIR DE LOS PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO

Han registrado dos patentes en el periodo académico 2018 – 2019, en los últimos tres ciclos académicos han invertido en total \$7.902 en actividades de Investigación y Desarrollo, el 100% del monto corresponde a fondos propios del instituto ya que no han recibido fondos públicos otorgados por el gobierno, han realizado una publicación científica sobre temas de emprendimiento, y han participado en tres proyectos colaborativos con otras empresas, instituciones educativas, instituciones de gobierno, etc., tales como:

- Iluminación en el sendero del PNP, cuyo objetivo es mejorar el turismo de la zona.
- Capacitación gastronómica a diversos GAD, de la zona 7, cuyo objetivo es mejorar los procesos gastronómicos de los Restaurantes y lugares de comidas de la zona.
- Curso de inyectología por parte de la carrera de Enfermería, dirigido a la ciudadanía de Loja, cuyo objetivo es manejar procesos de salud básicos.

Por otro lado, en los últimos tres periodos académicos, antiguos alumnos del tecnológico han creado 9 negocios.

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LOJA



SECCIÓN 1.0: PERFIL DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

En cuanto a su filosofía institucional, su misión es: “Somos una institución de Educación Superior a nivel técnico y tecnológico, dedicada a formar profesionales comprometidos éticamente con la sociedad, desde una preparación basada en entornos de aprendizaje académicos y experienciales que contribuyan al desarrollo de matriz productiva de la región” (Tecnológico Loja, 2022).

Y su visión es:

“Para el año 2022, ser una Institución de Educación Superior Técnica y Tecnológica acreditada, comprometida con la docencia, vinculación e investigación para el desarrollo social y productivo” (Tecnológico Loja, 2022).

El Tecnológico Loja, oferta 7 carreras profesionales en Procesamiento de Alimentos, Mecánica Automotriz, Electricidad, Desarrollo de Software, Contabilidad, Desarrollo Infantil, y, Operación de Rescate y Ciencias del Fuego, durante el periodo 2021 – 2022 en los programas están inscritos respectivamente, de acuerdo al orden por carrera anterior 125, 120, 79, 84, 104, 30 y 12 alumnos, sin embargo, no cuentan con ningún alumno internacional inscrito, en ese mismo periodo académico graduaron 200 estudiantes de las carreras mencionadas. La institución tiene contratados a 37 profesores quienes son ecuatorianos.

SECCIÓN 2.0: EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

La institución no cuenta con un plan estratégico para la educación emprendedora. En su planta docente cuentan con un docente con estudios superiores en Ingeniería Comercial y Gestión Empresarial que muestra experiencia laboral, certificados de talleres y diplomados, este imparte la asignatura de Gestión Empresarial y Emprendimiento a la Tecnología Superior en Mecánica Automotriz y a la Tecnología Superior en Electricidad.

En cuanto a infraestructura de aprendizaje y mecanismos que promueven activamente el espíritu emprendedor y la innovación para la comunidad, el Tecnológico Loja no tiene una aceleradora de negocios o incubadora de ningún tipo, tampoco un Centro de Transferencia de Tecnología, sin embargo, tienen un Laboratorio de Realidad Virtual (Campus Vilcabamba) para la Carrera de Mecánica Automotriz.

SECCIÓN 3.0: PRODUCTOS GENERADOS A PARTIR DE LOS PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO

Por el momento no tienen patentes desarrolladas. En los últimos tres ciclos académicos han invertido un total de \$4.000 en actividades de Investigación y Desarrollo, el 100% del

monto corresponde a fondos propios del instituto ya que no reciben fondos públicos otorgados por el gobierno, en el mismo periodo han realizado 7 publicaciones científicas sobre temas de emprendimiento, y, en cuanto a proyectos colaborativos en los cuales ha participado la institución de manera conjunta con otras empresas, instituciones educativas, instituciones de gobierno, etc., manifiestan que han formado parte de 24 proyectos, entre ellos está el denominado “TRANSFORMACIÓN Y VALOR AGREGADO DE LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA DEL BARRIO SAN JOSÉ, PARROQUIA VILCABAMBA, CANTÓN LOJA”, en donde formaron parte 15 estudiantes de la Tecnología de Agroindustrias, cuyo objetivo ha sido, mejorar las condiciones de vida de la comunidad, mediante el aprovechamiento de los productos propios del sector que permita nuevas opciones de ingresos a la economía familiar

Por otro lado, en los últimos tres periodos académicos, antiguos alumnos del instituto han creado 5 negocios, algunos de ellos son: Kino’s Cake – Pasteles integrales con Chía y Daniel’s Embutidos – Productos Cárnicos.

Universidad Nacional de Loja



SECCIÓN 1.0: PERFIL DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

En cuanto a su filosofía institucional, su misión es: “Es misión de la Universidad Nacional de Loja: la formación académica y profesional, con sólidas bases científicas y técnicas, pertinencia social y valores; la generación y aplicación de conocimientos científicos, tecnológicos y técnicos, que aporten al desarrollo integral del entorno y al avance de la ciencia; el fortalecimiento del pensamiento, la promoción, desarrollo y difusión de los saberes y culturas; y, la prestación de servicios especializados (UNL, 2021).

Y su visión es:

“La Universidad Nacional de Loja al 2030 lidera y desarrolla, con pertinencia, responsabilidad social y de manera articulada: la formación del talento humano con alto nivel académico-científico, sensibilidad y compromiso humanista; la investigación colaborativa por dominios científicos, tecnológicos e innovación; y, la vinculación con la sociedad, a través de

proyectos de transferencia de conocimientos en correspondencia con los requerimientos del desarrollo local, regional, nacional y binacional; en el marco de un modelo de gestión institucional innovado y de mejora continua” (UNL, 2021).

La UNL, oferta en modalidad presencial, a distancia y online 45 carreras profesionales dentro de las áreas de: Agropecuaria y de Recursos Naturales Renovables, Energía, las Industrias y los Recursos Naturales no Renovables, Educación, el Arte y la Comunicación, Jurídica, Social y Administrativa y Salud Humana, también ofertan 11 programas de cuarto nivel, durante el periodo 2021 – 2022 en las carreras de tercer nivel están inscritos 12.033 estudiantes, y en los programas de postgrado 86 alumnos, cuentan con 157 alumnos internacional de Estados Unidos, España, Reino Unido, Colombia, Italia, Israel, Polonia, Perú, Cuba, El Vaticano, Cabo Verde, Venezuela, San Cristóbal y Nieves, Bolivia y Egipto. inscrito, en ese mismo periodo académico graduaron a más de 1500 estudiantes de las carreras mencionadas y 100 de postgrado. La institución tiene contratados a 410 profesores ecuatorianos y a 8 profesores extranjeros de Chile, Colombia, Cuba, España, Rusia y Venezuela.

SECCIÓN 2.0: EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

La universidad no cuenta con un plan estratégico para la educación emprendedora, sin embargo, en su Plan de Desarrollo Institucional se contemplan objetivos relacionados al emprendimiento, se hace referencia a la Implementación del Centro de negocios y Coworking para la investigación, validación, desarrollo y transferencia de emprendimientos a nivel de negocios, este proyecto estratégico nace como una iniciativa de la Carrera de Administración de Empresas y se proyecta su expansión a otras carreras técnicas y sociales de la UNL

A pesar de que no hay un plan estratégico de emprendimiento en su PEDI manifiestan que la institución está alineada con los ODS, uno de ellos es: “De aquí a 2030, aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento”.

Se han planteado dar cumplimiento a este objetivo mediante la aplicación de cinco actividades estratégicas:

- Implementación del Centro de negocios y coworking, para la investigación, validación, desarrollo y transferencia de emprendimientos a nivel de negocios.
- Investigación sostenible, permanente y proyectada en la gestión histórica de datos de la problemática del entorno, y transferencia de resultados orientados al emprendimiento.

- Adecuar la infraestructura, el equipamiento y la estructura gerencial para el funcionamiento de la primera fase del Centro de Negocios y Coworking.
- Realizar estudios de mercado y pertinencia de potenciales productos de la UNL, que se configuran y desarrollan en al menos una iniciativa empresarial por cada facultad y de la UED.
- Transferir los emprendimientos validados y configurados como negocios a empresarios y aliados estratégicos.

Los docentes que imparten cursos de emprendimiento e innovación tienen especialidades, diplomados y certificados de cursos, talleres y experiencia laboral.

En cuanto a infraestructura de aprendizaje y mecanismos que promueven activamente el espíritu emprendedor y la innovación para la comunidad, la UNL no tiene una aceleradora de negocios o incubadora de ningún tipo, tampoco un Centro de Transferencia de Tecnología, sin embargo, el Centro de coworking ya está en funcionamiento, han sido sede del Reto Hult Prize por 4 ocasiones, promueven proyectos de investigación y tienen un espacio de Tienda universitaria, en el que todos los emprendedores de la universidad pueden comercializar sus productos.

SECCIÓN 3.0: PRODUCTOS GENERADOS A PARTIR DE LOS PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO

No se pudo encontrar información sobre si tienen patentes desarrolladas, el monto que han invertido en los últimos tres ciclos académicos en actividades de Investigación y Desarrollo, o el número de publicaciones sobre temas de emprendimiento en los últimos tres periodos académicos. En cuanto a proyectos colaborativos en los cuales ha participado la institución de manera conjunta con otras empresas, instituciones educativas, instituciones de gobierno, etc., el trabajo colaborativo de la UNL se muestra mediante los convenios que se han firmado con instituciones públicas, organismos nacionales e internacionales y empresas de relevancia, con quienes se realizan proyectos tanto académicos como de investigación en el ámbito de desempeño de todas las carreras, en los últimos tres periodos han desarrollado aproximadamente 143 convenios y proyectos, algunos convenios que se mantienen vigentes son CONVENIO CON INDUSTRIA LOJANA DE ESPECERIAS ILE C.A. UNL, por medio del presente convenio específico de prácticas pre-profesionales, LA UNIVERSIDAD e ILE, convienen en unir esfuerzos y brindar las facilidades necesarias para que las y los estudiantes realicen sus prácticas pre profesionales como actividad complementaria a su formación académica, con el propósito de aplicar los conocimientos adquiridos y contribuir al desarrollo

de la sociedad, para garantizar la consecución de los resultados de aprendizaje definidos en el perfil de egreso, adquiriendo competencias, conocimientos y habilidades en las áreas profesionales definidas; CONVENIO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL GAD ZARUMA, Permite la ocupación de la infraestructura disponible de propiedad de la Universidad Nacional de Loja y que funcionaba como la extensión universitaria ubicada en Zaruma; CONVENIO CON LA ASOCIACIÓN ECUATORIANA DE MAGISTRADOS Y JUECES – AEMAJ – UNL, que articula acciones para el desarrollo de propuestas de eventos de Educación Continua que permitan el fortalecimiento de capacidades de los profesionales en el derecho; y, a través de ello lograr ese vínculo con la sociedad.

Por otro lado, no se consiguió información sobre el número de negocios creados por estudiantes o por antiguos alumnos de la universidad en los últimos tres periodos académicos.

Universidad Técnica Particular de Loja – UTPL



SECCIÓN 1.0: PERFIL DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

En cuanto a su filosofía institucional, su misión es: “Buscar la verdad y formar personas, a través de la ciencia, para servir a la sociedad” (UTPL, 2022).

Y su visión es:

“Es el humanismo de Cristo, que se traduce en sentido de perfección, en compromiso institucional, en servicio a la sociedad, en mejora continua y en la búsqueda constante de la excelencia” (UTPL, 2022).

La UTPL, oferta en modalidad presencial, a distancia y online 43 carreras profesionales dentro de las áreas de: Ciencias de la Salud, Ciencias Económicas y Empresariales, Ciencias Exactas y Naturales, Ciencias Sociales, Educación y Humanidades, Ciencias Jurídicas y Políticas, Ingenierías y Arquitectura, también ofertan 15 programas de cuarto nivel y 2 tecnologías en Comunicación Estratégica y Marketing Digital y, Transformación Digital de Empresas, no se encontró información sobre el número de estudiantes inscritos o graduados durante el periodo 2021 – 2022, sí cuentan con alumnos internacionales inscritos. Tras realizar un conteo de la planta docente por carrera se calcula que tienen contratados aproximadamente a 250 profesores nacionales e internacionales de amplia experiencia en sus áreas de docencia.

SECCIÓN 2.0: EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

La universidad cuenta con un plan estratégico para la educación emprendedora, En su Plan de Desarrollo Institucional se menciona que la Innovación y emprendimiento serán los elementos clave para la transformación interna de la Universidad y para la actuación pertinente en el entorno. La innovación debe ser comprendida de forma transversal a la Universidad, incidiendo en la innovación docente, en la investigación, en los procesos, en la gestión administrativa, y culminar en la innovación social. En ese contexto la UTPL impulsará una cultura de emprendimiento, que debe constituirse como la capacidad de generar desarrollo económico y social. Este plan impacta en todas las carreras de la institución porque todas tienen incluida en su malla curricular materias de emprendimiento.

Los objetivos de este plan son:

- Consolidar el modelo educativo institucional por medio de la innovación curricular, internacionalización y el emprendimiento para responder a los nuevos escenarios profesionales.
- Impulsar una investigación multidisciplinar con pertinencia territorial para consolidar el ecosistema de innovación y emprendimiento de la UTPL.
- Impulsar la transferencia de conocimiento y la empleabilidad mediante el enfoque de la innovación social.

Se han planteado dar cumplimiento a estos objetivos mediante la aplicación de once actividades estratégicas:

- Revisión de proyectos pedagógicos curriculares con elementos de internacionalización.
- Ampliación de programas de posgrado interdisciplinarios.
- Incremento del número de estudiantes graduados con emprendimientos.
- Generación de iniciativas de spin off graduadas por Prendho.
- Vinculación de las empresas con el Parque Científico y Tecnológico de la UTPL.
- Incremento del número de proyectos de investigación en innovación y emprendimiento con participación de instituciones, redes e investigadores, nacionales e internacionales.
- Incremento del número de estudiantes que participan en proyectos de investigación.
- Aumento del número de publicaciones científicas.
- Número de modelos, y/o metodologías y/o prototipos transferidos a la sociedad por medio de prácticas preprofesionales y servicio comunitario.
- Número de emprendimientos incubados y graduados

- Incremento del número de eventos que fortalecen el vínculo entre universidad, empresa y sociedad.

Los docentes que imparten cursos de emprendimiento e innovación tienen especialidades, diplomados y certificados de cursos, talleres y experiencia laboral.

En cuanto a infraestructura de aprendizaje y mecanismos que promueven activamente el espíritu emprendedor y la innovación para la comunidad, la UTPL tiene una aceleradora de negocios e incubadora de alta tecnología denominada Centro de Innovación y Emprendimiento Prendho, su Centro de Transferencia de Tecnología es el Prendho y el Parque Científico y Tecnológico UTPL, además, como parte de su infraestructura tienen Laboratorio de prototipaje, Maquiladora de productos agroindustriales, Grupos de Investigación, y EDES Business School.

SECCIÓN 3.0: PRODUCTOS GENERADOS A PARTIR DE LOS PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO

Hasta el momento la UTPL cuenta con 37 Patentes, 18 Derechos de autor sobre software y 30 secretos industriales desarrollados no necesariamente en los ciclos académicos de 2018 a 2022, el 10% de los registros han sido transferidos al sector productivo; han invertido alrededor de \$ 2'278.232 de presupuesto en 48 proyectos del grupo de investigación “Gestión del Conocimiento en las Organizaciones pero no se pudo determinar qué porcentaje pertenece a fondos institucionales y públicos otorgados por el estado.

El grupo de investigación “Gestión del Conocimiento en las Organizaciones” ha publicado 59 investigaciones no necesariamente desarrollados en los ciclos académicos mencionados. En los últimos cuatro años han logrado 136 proyectos de vinculación del 2017 al 2020 que aportaron a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y han beneficiado a 17 provincias del país, además, mantienen alianzas con más de 10 empresas locales y nacionales.

Algunos de los emprendimientos que surgieron en la UTPL creados por estudiantes o por antiguos alumnos son Induloja, Wakua, Soyard, Macarons, Quinoafit, Pascal Tech entre otros.

Instituto Superior Tecnológico Daniel Álvarez Burneo



SECCIÓN 1.0: PERFIL DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

En cuanto a su filosofía institucional, su misión es: Formar tecnólogos competentes y productivos en diferentes áreas del conocimiento, a través de una formación humanista, científica y tecnológica de calidad, contribuyendo al desarrollo de la región sur y del país, como buenos cristianos y honrados ciudadanos (ISTDAB, 2021).

Y su visión es:

Ser reconocida como una institución líder en la profesionalización de tecnólogos competentes con formación académica integral según el carisma marista, fomentando la cultura del mejoramiento continuo, la investigación e innovación (ISTDAB, 2021).

El ISTDAB, oferta en modalidad presencial, híbrida y online 5 carreras profesionales: Diseño Gráfico, Redes y Telecomunicación, Procesamiento de Alimentos, Contabilidad y Mecánica Industrial, de acuerdo al informe de rendición de cuentas de 2021 están inscritos según el orden anterior 68, 85, 13, 49 y 24 alumnos por carrera, no se encontró información sobre si tenían estudiantes internacionales, sin embargo, en 2020 graduaron a un total de 65 tecnólogos, teniendo es año una eficacia del 73,9% de graduados de la promoción. La institución hasta marzo de 2021 contaba con una planta docente de 19 profesionales, de los cuales 13 trabajaban a tiempo completo, 7 a medio tiempo, 1 a tiempo parcial.

SECCIÓN 2.0: EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

La institución no cuenta con un plan estratégico para la educación emprendedora, solo se menciona que su Plan Estratégico de Desarrollo Institucional se basa en el modelo constructivista con enfoque por competencias, y una de ellas es desarrollar en los estudiantes habilidades para “aprendan para emprender”, este modelo impacta en todas las carreras ya que en todas las mallas curriculares tienen incluidas materias de emprendimiento, los objetivos son:

1. Desarrollar programas de vinculación multidisciplinarios con la participación de docentes y estudiantes.
2. Crear alianzas estrategias para generación de programas de vinculación.

Para dar cumplimiento a los mismo planean ejecutar las siguientes estrategias:

- Aumento del número de programas multidisciplinarios elaborados y ejecutados.
- Aumento del número de convenios firmados.
- Aumento del número de estudiantes y docentes que participan en los programas de vinculación.

- Desarrollar casas abiertas.

No se encontró mucha información sobre su planta docente, pero tienen especialidades y experiencia laboral, certificados de talleres y diplomados.

En cuanto a infraestructura de aprendizaje y mecanismos que promueven activamente el espíritu emprendedor y la innovación para la comunidad, el ISTDAB no tiene una aceleradora de negocios o incubadora de ningún tipo, tampoco un Centro de Transferencia de Tecnología, sin embargo, su PEDI contempla el ámbito de investigación cuyo objetivo estratégico es “Desarrollar proyectos de investigación e innovación tecnológica aprovechando el talento humano capacitado y los recursos con que cuenta la institución, que permitan el posicionamiento institucional a nivel local, regional y nacional”, y las actividades para cumplirlo son:

- Realizar congresos de divulgación científica o tecnológica.
- Diseñar programas y proyectos de investigación enmarcados en las líneas de investigación.
- Participar en congresos de investigación.
- Elaboración de publicaciones científicas.

Además, llevan a cabo diferentes actividades de casa abierta como en el 2020, con la “I Feria de emprendimiento e innovación San Marcelino Champagnat” con la participación de 80 estudiantes de todas las carreras, donde trataron temáticas sobre la importancia de la tecnología en la automatización de tareas, generar ideas de emprendimiento, entre otros; la Primera Feria Virtual de la Carrera de Redes y Telecomunicaciones, donde 56 estudiantes hablaron sobre sobre manejo de información y sincronización en la nube, creación de redes LAN, streaming de radio, programación en Arduino, importancia de la certificación internacional CISCO, entre otros.

Han lanzado semanas en las que se dictan webinars y talleres de forma virtual que pretenden dar a conocer herramientas para la gestión de empresas, información sobre obligaciones con el SRI, Buenas prácticas alimentarias, etc., y que están abiertas al público en general.

También suelen dictar talleres y cursos prácticos de paga sobre temas relacionados a las carreras que ofrecen, como taller de elaboración de cerveza artesanal, robótica educativa, etc., que desarrollan habilidades prácticas para emprender.

SECCIÓN 3.0: PRODUCTOS GENERADOS A PARTIR DE LOS PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO

No se encontró información sobre patentes desarrolladas. De acuerdo al POA 2022 se planea invertir \$9.150 en el ámbito de investigación, en 2020 se publicaron 4 artículos de 15 que se tenían planificado, pero ninguno tiene que ver con emprendimiento, y, en cuanto a proyectos colaborativos en los cuales ha participado la institución de manera conjunta con otras empresas, instituciones educativas, instituciones de gobierno, etc., en 2020 desarrollaron el Programa Promoviendo Oportunidades que abarcaba 3 sub proyectos: Fortalece tus capacidades en la Industria Alimentaria: Capacitación en BPM, panadería, galletería y pastelería, Calculando la semilla del emprendimiento, y, Promoviendo el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación en educación. El programa tenía como objetivo generar procesos de aprendizaje significativos en los adolescentes del Centro de Adolescentes Infractores de Loja y despertar el desarrollo de iniciativas emprendedoras para crear recursos de autogestión.

También han realizado ferias de emprendimiento en colaboración con otras casas de estudio como el Instituto Superior Tecnológico Loja en la Expotec de abril 2022

Por otro lado, no se encontró información sobre negocios que hayan sido creados por alumnos o exalumnos del instituto.

Instituto Superior Universitario Bolivariano



SECCIÓN 1.0: PERFIL DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

En cuanto a su filosofía institucional, su misión es: Somos un Instituto de Educación Superior Universitario, acreditado, líder en la Región 7 del país, reconocido en el contexto nacional e internacional, con sólida calidad académica; practicamos la excelencia en profesionalizar al ser humano, convirtiéndolo en líder innovador y humanista, generador vinculante del progreso económico y social; acogiendo el derecho de las personas a una educación superior humanista, cultural, científica y de igualdad de oportunidades (Instituto Bolivariano, 2018).

Y su visión es:

Consolidar nuestro modelo pedagógico-educativo, potenciando la investigación, innovación y vinculación, logrando un amplio reconocimiento, por el aporte y liderazgo de

nuestros graduados en el sector público y privado; procurar el impulso del desarrollo económico-social, basado en el conocimiento y la práctica; continuar formando profesionales emprendedores, creadores de sus propias empresas, con amplia vocación de servicio integral (Instituto Bolivariano, 2018).

El Instituto Bolivariano, oferta en modalidad presencial, híbrida y online 5 tecnologías en: Turismo, Gastronomía, Contabilidad, Marketing y Gestión de producción y servicios, y, 2 carreras técnicas en Enfermería y Administración, no se encontró información sobre el número de alumnos inscritos, graduados, ni estudiantes internacionales, la planta docente está capacitada, con experiencia y con profunda vocación de servicio sin restricciones, sino más bien con permanente cumplimiento de los objetivos institucionales que incrementan las probabilidades de lograr la excelencia académica.

SECCIÓN 2.0: EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

No se encontró información sobre un plan estratégico específico para la educación emprendedora, sin embargo, su estructura y planificación curricular, es con base al modelo educativo diseñado por el instituto que consta de 5 ejes: La practicidad, El Emprendimiento, La Simulación Empresarial, La investigación aplicada, La vinculación con la Sociedad y Servicios Comunitarios.

Los programas académicos que tienen incluida en su malla curricular materias de emprendimiento son: Turismo, Gastronomía, Gestión de producción y servicios y, Técnico Superior en Administración.

Su planta docente cuenta con maestros que, al cierre de 2020, el 95% de personal académico registra un título de cuarto nivel con maestrías o especialidades, dentro del campo de las asignaturas y carreras de su actividad: enseñanza, guía, tutoría y formación. El 98% de docentes registra a su haber un currículo con amplia experiencia, en la pedagogía y formación de profesionales en el nivel superior, sumado a esto, poseen denotada experiencia en el ejercicio de su profesión en los ámbitos generales y específicos de su competencia

En cuanto a infraestructura de aprendizaje y mecanismos que promueven activamente el espíritu emprendedor y la innovación para la comunidad, el Tecnológico Bolivariano no tiene una aceleradora de negocios o incubadora de ningún tipo, tampoco tienen una oficina de Centro de Transferencia de Tecnología, sin embargo, cuentan con laboratorios de informática y hasta el 2014 según su rendición de cuentas tenían un Centro de Emprendimiento y Capacitación

Empresarial – “CECEM BOLIVARIANO”, a través del cual brindaban capacitaciones necesarias en relación a las condiciones necesarias para inculcar en los estudiantes el espíritu emprendedor, los proyectos a realizarse no serían solamente proyectos de papel, sino empresas legalmente constituidas, con bases sólidas, con registro único de contribuyentes, con instalaciones físicas en funcionamiento, con bases de clientes, una gama de productos o servicios que se oferten y contactos a nivel local, nacional e internacional, pero no se consiguió información sobre su existencia actual.

SECCIÓN 3.0: PRODUCTOS GENERADOS A PARTIR DE LOS PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO

No se encontró información sobre patentes desarrolladas, fondos invertidos en Investigación y Desarrollo, ni publicaciones sobre emprendimiento, y, en cuanto a proyectos colaborativos en los cuales ha participado la institución de manera conjunta con otras empresas, instituciones educativas, instituciones de gobierno, etc., en los últimos cuatro años han logrado 20 proyectos de vinculación del 2017 al 2020 que van de acuerdo al Plan de desarrollo institucional que mantienen, algunos de los proyectos de vinculación más destacados durante 2020 de las diferentes asignaturas son:

- Taller de capacitación y concienciación virtual dirigido a la comunidad lojana, sobre el tema importancia del profesional de Enfermería, en el cuidado del recién nacido.
- Informe de la campaña virtual de la materia de ética y bioética con la finalidad de concienciar a los usuarios de Facebook, sobre estos temas.
- Cuidados generales y protocolos de atención para los niños brindados por el profesional de Enfermería.
- Enfermería clínica con la sociedad virtual y preparación de material audiovisual a través de una página llamativa en la plataforma digital Facebook “Enfermería Clínica”.

Mientras, algunos de los convenios firmados en 2020 fueron:

- Convenio marco de cooperación interinstitucional entre el Municipio de Loja y el Instituto Superior Universitario Bolivariano orientado a la cooperación interinstitucional, que contribuyen al cumplimiento de sus fines e intereses de desarrollo interinstitucional, en los campos de la educación superior, docencia, capacitación, investigación, cultura, música, transferencia de tecnología, generación de desarrollo de proyectos académicos, proyectos integradores y proyectos de vinculación con la colectividad (todas las Carreras).
- Convenio para prácticas pre profesionales entre el Instituto Superior Universitario Bolivariano y el Consorcio Espíndola (Carrera de Administración).

- Convenio para prácticas pre profesionales entre el Instituto Superior Universitario Bolivariano y Comercial Sermil (Carrera de Contabilidad).

Por otro lado, no se encontró información sobre negocios que hayan sido creados por alumnos o exalumnos del instituto.

Instituto Tecnológico Superior Los Andes



SECCIÓN 1.0: PERFIL DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

En cuanto a su filosofía institucional, su misión es: Una institución de educación superior que forma profesionales tecnológicos altamente competitivos, con plena capacidad de inserción laboral, responsabilidad social, ética profesional y comprometidos con aportar significativamente a la solución de las necesidades de la ciudadanía, contribuyendo eficientemente al desarrollo socio-económico local, regional nacional. Le corresponde cumplir el encargo social de formar la fuerza de trabajo calificada que necesita el país para el desarrollo de la matriz productiva contemplando un factor de correlación entre la cultura, la sociedad y el arte con un enfoque intercultural y diverso (Instituto Los Andes, 2022).

Y su visión es:

Institución superior acreditada y reconocida por la excelencia académica, que forma integralmente con responsabilidad social a profesionales competitivos y emprendedores con sólidos conocimientos tecnológicos, ética profesional y competencias que garantizan una verdadera contribución al desarrollo socio-económico del país (Instituto Los Andes, 2022).

El Tecnológico Los Andes, oferta en modalidad presencial, 6 carreras profesionales: Análisis de Sistemas, Comunicación audiovisual, Mercadotecnia, Desarrollo de Software, Audiovisual, Turismo, y de forma online 4 carreras: Asistente Pedagógico, Secretariado Ejecutivo, Marketing y Comercio Electrónico, Administración y Gestión de Carrera, De acuerdo a los datos presentados en su rendición de cuentas de 2019 se tiene que estaban inscritos 184 alumnos en las carreras de sistemas, marketing y comunicación audiovisual, no se encontró información sobre si tenían estudiantes internacionales, ni sobre el número de graduados. Los Andes hasta el 2019 contaba con una planta docente de al menos 20 profesionales

SECCIÓN 2.0: EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

No se encontró información sobre un plan estratégico específico para la educación emprendedora, sin embargo, tienen un Plan Estratégico de Desarrollo Institucional que abarca el eje de investigación, innovación y emprendimiento, cuyo objetivo es a través de convenios y acuerdos interinstitucionales, implementar proyectos de investigación, vinculación e integrales, con sus respectivos instructivos y/o normativos para su ejecución, seguimiento y evaluación, para coadyuvar a la solución de problemáticas locales y provinciales, inherentes a las carreras de su competencia. Para cumplir su meta de suscribir 3 convenios de cooperación e investigación tecnológica y de emprendimientos con otras instituciones de educación superior, comercios y mipymes planificaron llevar a cabo las siguientes estrategias:

1. Firmar tres convenios para ejecutar proyectos de vinculación
2. Conformar equipos de investigación y emprendimiento
3. Implementar procesos de control, avances y evaluación de los proyectos de vinculación.
4. Elaborar informes de seguimiento e informe final
5. Normativa para realización de prácticas pre profesionales
6. Convenios con instituciones para prácticas pre profesionales
7. Informes de prácticas
8. Exposición de productos técnicos

De acuerdo a las mallas curriculares publicadas en su página web oficial se puede observar que las siguientes carreras cuentan al menos una asignatura referente a emprendimiento: Mercadotecnia, Desarrollo de Software, Audiovisual, Turismo, Secretariado Ejecutivo, Marketing y Comercio Electrónico, y Administración y Gestión de Carrera No se encontró mucha información sobre su planta docente y su formación.

En cuanto a infraestructura de aprendizaje y mecanismos que promueven activamente el espíritu emprendedor y la innovación para la comunidad, el Tecnológico Los Andes no tiene una aceleradora de negocios o incubadora de ningún tipo, tampoco tienen una oficina de Centro de Transferencia de Tecnología, sin embargo, tienen grupos de investigación en diversas líneas de acuerdo a las carreras que se imparten en el instituto.

SECCIÓN 3.0: PRODUCTOS GENERADOS A PARTIR DE LOS PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO

No se encontró información sobre patentes desarrolladas, de acuerdo a la rendición de cuentas 2019 se invirtió el 0,5% del presupuesto anual para fines de investigación e innovación, es decir \$7.993.55, todo fue financiado con los ingresos generados por la propia institución en

ese año; sobre el número de publicaciones sobre emprendimiento se encontró que un docente lanzó un libro denominado *“Influencia de las redes sociales en mercadotecnia: Las redes sociales como herramienta de aprendizaje”*, y, en cuanto a proyectos colaborativos en los cuales ha participado la institución de manera conjunta con otras empresas, instituciones educativas, instituciones de gobierno, etc., se encontró que:

- Fueron invitados por el Instituto Loja (mentor) para ser una de las instituciones fundadoras de la Red Loja Investiga, con el propósito de generar investigación a nivel local, provincial y regional.
- Firmaron convenios de vinculación con instituciones privadas y públicas como con la Carrera de Ingeniería en Sistemas de la Universidad Nacional de Loja para la aceptación de pasantes.
- ISTLA realizó un convenio con EASY ENGLISH para capacitar a cada uno de los estudiantes para que obtengan la certificación de nivel de inglés A2.

No se encontró información sobre el número de negocios que han sido creados por estudiantes o antiguos alumnos del instituto.

Tabla 52*Resumen de la caracterización de actores del recurso humano*

N°	Actores clave	Perfil de la institución educativa	Educación Emprendedora	Productos generados a partir de los programas de emprendimiento	Calificación según el nivel de involucramiento con el ecosistema
1	Universidad Nacional de Loja	<p>Oferta en modalidad presencial, a distancia y online 45 carreras profesionales dentro de las áreas de: Agropecuaria y de Recursos Naturales Renovables, Energía, las Industrias y los Recursos Naturales no Renovables, Educación, el Arte y la Comunicación, Jurídica, Social y Administrativa y Salud Humana, también ofertan 11 programas de cuarto nivel, cuentan con 157 alumnos internacionales.</p> <p>La institución tiene contratados a 410 profesores ecuatorianos y a 8 profesores extranjeros de Chile, Colombia, Cuba, España, Rusia y Venezuela.</p>	<p>En su Plan de Desarrollo Institucional se contemplan objetivos relacionados al emprendimiento, se hace referencia a la Implementación del Centro de negocios y Coworking para la investigación, validación, desarrollo y transferencia de emprendimientos a nivel de negocios.</p> <p>La UNL no tiene una aceleradora de negocios o incubadora de ningún tipo, tampoco un Centro de Transferencia de Tecnología, sin embargo, el Centro de coworking ya está en funcionamiento, han sido cede del Reto Hult Prize por 4 ocasiones, promueven proyectos de investigación y tienen un espacio de Tienda universitaria.</p>	<p>El trabajo colaborativo de la UNL se muestra mediante los convenios que se han firmado con instituciones públicas, organismos nacionales e internacionales y empresas de relevancia, con quienes se realizan proyectos tanto académicos como de investigación en el ámbito de desempeño de todas las carreras, en los últimos tres periodos han desarrollado aproximadamente 143 convenios y proyectos.</p>	4
2	Universidad Internacional del Ecuador - UIDE	<p>Oferta 6 carreras profesionales en Negocios Internacionales, Mercadotecnia, Administración de Empresas, Arquitectura Derecho y Turismo, y una tecnología en información y comunicación, el programa académico dentro del ámbito empresarial con más demanda es negocios internacionales con un total</p>	<p>Cuenta con un plan estratégico para la educación emprendedora, pues todas las mallas de la UIDE Loja Business School tienen un eje común de Innovación y Emprendimiento.</p> <p>Dos maestros imparten cursos de emprendimiento e innovación con experiencia en dicha área, los</p>	<p>No tienen patentes, en los últimos tres ciclos académicos no han invertido en actividades de Investigación y Desarrollo, tampoco han realizado publicaciones científicas sobre temas de emprendimiento.</p> <p>En cuanto a proyectos colaborativos manifiestan que el</p>	4

		de 145 alumnos. La institución tiene contratados a 16 profesores de quienes 15 son ecuatorianos y 1 es de nacionalidad venezolana.	mismos tienen diplomados de cursos, talleres y experiencia laboral. la UIDE Loja Business School no tiene una aceleradora de negocios o incubadora de ningún tipo, tampoco un Centro de Transferencia de Tecnología.	proceso de articulación del eje de innovación y emprendimiento con prácticas comunitarias inició en abril de 2022.	
3	Universidad Técnica Particular de Loja	Oferta en modalidad presencial, a distancia y online 43 carreras profesionales dentro de las áreas de: Ciencias de la Salud, Ciencias Económicas y Empresariales, Ciencias Exactas y Naturales, Ciencias Sociales, Educación y Humanidades, Ciencias Jurídicas y Políticas, Ingenierías y Arquitectura, también ofertan 15 programas de cuarto nivel y 2 tecnologías en Comunicación Estratégica y Marketing Digital y, Transformación Digital de Empresas tienen contratados aproximadamente a 250 profesores nacionales e internacionales de amplia experiencia en sus áreas de docencia.	Cuenta con un plan estratégico para la educación emprendedora e impulsan una cultura de emprendimiento. Este plan impacta en todas las carreras de la institución porque todas tienen incluida en su malla curricular materias de emprendimiento. Tienen una aceleradora de negocios e incubadora de alta tecnología denominada Centro de Innovación y Emprendimiento Prendho, su Centro de Transferencia de Tecnología es el Prendho y el Parque Científico y Tecnológico UTPL, además, como parte de su infraestructura tienen Laboratorio de prototipaje, Maquiladora de productos agroindustriales, Grupos de Investigación, y EDES Business School.	Tienen 37 Patentes, 18 Derechos de autor sobre software y 30 secretos industriales desarrollados. Han invertido alrededor de \$ 2'278.232 de presupuesto en 48 proyectos del grupo de investigación "Gestión del Conocimiento en las Organizaciones", quienes han publicado 59 investigaciones. Han logrado 136 proyectos de vinculación del 2017 al 2020 que aportaron a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y han beneficiado a 17 provincias del país, además, mantienen alianzas con más de 10 empresas locales y nacionales. Algunos de los emprendimientos que surgieron en la UTPL creados por estudiantes o por antiguos alumnos son Induloja, Wakua, Soyard, Macarons, Quinoafit, Pascal Tech entre otros.	5
4	Instituto Superior	Oferta 10 carreras profesionales modalidad presencial en Gastronomía, Desarrollo Ambiental, Administración	Tienen un plan estratégico para la educación emprendedora, desarrollando proyectos	Han registrado dos patentes en el periodo académico 2018 – 2019, en los últimos tres ciclos	4

	Tecnológico Sudamericano	<p>Financiera, Desarrollo de Software, Diseño Gráfico, Talento Humano, Electrónica, Mecánica Automotriz y Enfermería, en modalidad semipresencial la tecnología en Seguridad y Prevención de Riesgos Laborales tecnología en información y comunicación, y de forma online Contabilidad y Asesoría Tributaria, Administración Financiera y Talento Humano.</p> <p>La institución tiene contratados a 54 profesores quienes son ecuatorianos.</p>	<p>integradores planificados en las agendas de carrera. 20 maestros que imparten cursos de emprendimiento e innovación con experiencia en dicha área, los mismos tienen reconocimientos por haber dado pláticas o cursos, han realizado especializaciones y tienen experiencia laboral.</p> <p>No tiene una aceleradora de negocios o incubadora de ningún tipo; dan capacitaciones a empresas públicas y privadas, desarrollan productos tecnológicos y ofertan servicios en diversas áreas del conocimiento.</p>	<p>académicos han invertido en total \$7.902 en actividades de Investigación y Desarrollo, el 100% del monto corresponde a fondos propios del instituto han realizado una publicación científica y han participado den tres proyectos colaborativos con otras empresas.</p> <p>En los últimos tres periodos académicos, antiguos alumnos del tecnológico han creado 9 negocios.</p>	
5	Instituto Tecnológico Loja	<p>Oferta 7 carreras profesionales en Procesamiento de Alimentos, Mecánica Automotriz, Electricidad, Desarrollo de Software, Contabilidad, Desarrollo Infantil, y, Operación de Rescate y Ciencias del Fuego</p> <p>La institución tiene contratados a 37 profesores quienes son ecuatorianos.</p>	<p>No cuenta con un plan estratégico para la educación emprendedora cuentan con un docente con estudios superiores en Ingeniería Comercial y Gestión Empresarial que muestra experiencia laboral, certificados de talleres y diplomados.</p> <p>No tiene una aceleradora de negocios o incubadora de ningún tipo, tampoco un Centro de Transferencia de Tecnología, sin embargo, tienen un Laboratorio de Realidad Virtual (Campus Vilcabamba).</p>	<p>No tienen patentes desarrolladas. En los últimos tres ciclos académicos han invertido un total de \$4.000 en actividades de Investigación y Desarrollo, el 100% del monto corresponde a fondos propios del instituto.</p> <p>Han realizado 7 publicaciones científicas sobre temas de emprendimiento, y han formado parte de 24 proyectos de colaboración institucional. En los últimos tres periodos académicos, antiguos alumnos del instituto han creado 5 negocios.</p>	3
6	Instituto Tecnológico Superior Daniel Álvarez Burneo	<p>Oferta en modalidad presencial, híbrida y online 5 carreras profesionales: Diseño Gráfico, Redes y Telecomunicación, Procesamiento de</p>	<p>No cuenta con un plan estratégico para la educación emprendedora, sin embargo, desarrollan en los</p>	<p>De acuerdo al POA 2022 se planea invertir \$9.150 en el ámbito de investigación, no han publicado artículos sobre emprendimiento.</p>	3

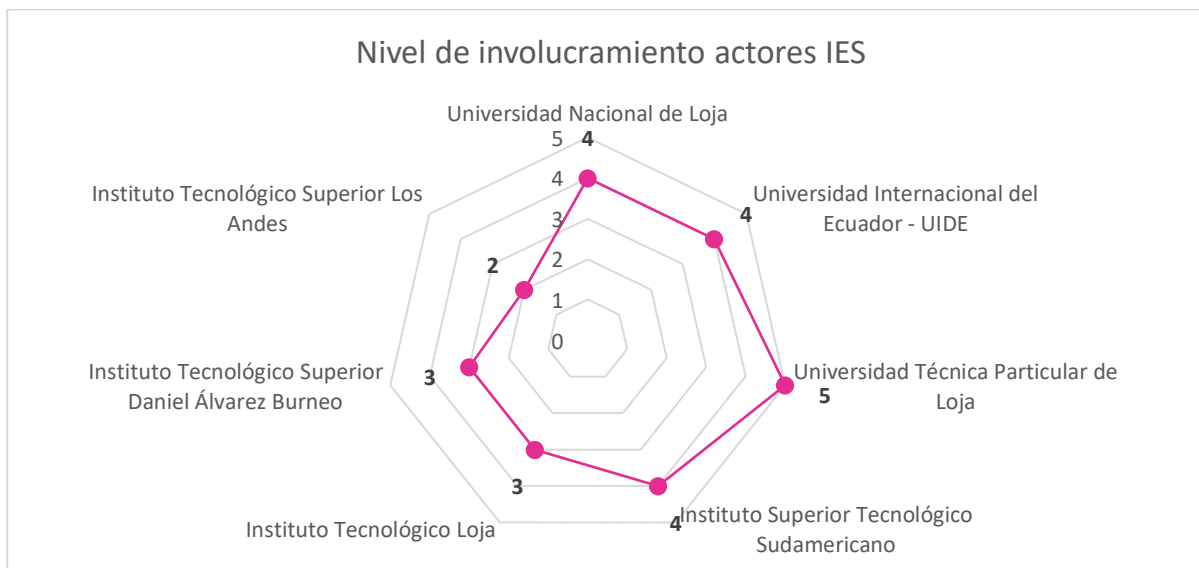
		Alimentos, Contabilidad y Mecánica Industrial.	<p>estudiantes habilidades para “aprendan para emprender”.</p> <p>No tiene una aceleradora de negocios o incubadora de ningún tipo, tampoco un Centro de Transferencia de Tecnología.</p> <p>llevan a cabo diferentes actividades de casa abierta como en el 2020, con la “I Feria de emprendimiento e innovación San Marcelino Champagnat”.</p> <p>La Primera Feria Virtual de la Carrera de Redes y Telecomunicaciones.</p> <p>Dictan webinars, talleres de forma virtual y cursos prácticos de paga sobre temas relacionados a las carreras que ofrecen.</p>	<p>En 2020 desarrollaron el Programa Promoviendo Oportunidades que abarcaba 3 sub proyectos: Fortalece tus capacidades en la Industria Alimentaria: Capacitación en BPM, panadería, galletería y pastelería, Calculando la semilla del emprendimiento, y, Promoviendo el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación en educación.</p> <p>Han realizado ferias de emprendimiento como la Expotec de abril 2022.</p>	
7	Instituto Tecnológico Superior Los Andes	<p>Oferta en modalidad presencial, 6 carreras profesionales: Análisis de Sistemas, Comunicación audiovisual, Mercadotecnia, Desarrollo de Software, Audiovisual, Turismo, y de forma online 4 carreras: Asistente Pedagógico, Secretariado Ejecutivo, Marketing y Comercio Electrónico, Administración y Gestión de Carrera Andes hasta el 2019 contaba con una planta docente de al menos 20 profesionales.</p>	<p>Su Plan Estratégico de Desarrollo Institucional abarca el eje de investigación, innovación y emprendimiento.</p> <p>Las siguientes carreras cuentan al menos una asignatura referente a emprendimiento: Mercadotecnia, Desarrollo de Software, Audiovisual, Turismo, Secretariado Ejecutivo, Marketing y Comercio Electrónico, y Administración y Gestión de Carrera.</p> <p>No tiene una aceleradora de negocios o incubadora de ningún tipo, tampoco tienen una oficina de Centro de Transferencia de Tecnología, sin embargo, tienen</p>	<p>En 2019 invirtieron el 0,5% del presupuesto anual para fines de investigación e innovación, es decir \$7.993.55, todo fue financiado con los ingresos generados por la propia institución.</p> <p>Son parte de las instituciones fundadoras de la Red Loja Investiga, y mantienen un convenio con EASY ENGLISH para certificar a los alumnos en inglés nivel A2.</p>	2

			grupos de investigación en diversas líneas de acuerdo a las carreras que se imparten en el instituto.		
8	Instituto Superior Universitario Bolivariano	Oferta en modalidad presencial, híbrida y online 5 tecnologías en: Turismo, Gastronomía, Contabilidad, Marketing y Gestión de producción y servicios, y, 2 carreras técnicas en Enfermería y Administración. La planta docente está capacitada, con experiencia y con profunda vocación de servicio.	Su estructura y planificación curricular, es con base al modelo educativo diseñado por el instituto que consta de 5 ejes: La practicidad, El Emprendimiento, La Simulación Empresarial, La investigación aplicada, La vinculación con la Sociedad y Servicios Comunitarios. El personal docente registra un título de cuarto nivel con maestrías o especialidades, dentro del campo de las asignaturas y carreras de su actividad. No tiene una aceleradora de negocios o incubadora de ningún tipo, tampoco tienen una oficina de Centro de Transferencia de Tecnología, sin embargo, cuentan con laboratorios de informática.	En los últimos cuatro años han logrado 20 proyectos de vinculación del 2017 al 2020 que van de acuerdo al Plan de desarrollo institucional que mantienen. En 2020 firmaron convenios marco de cooperación interinstitucional con el Municipio de Loja, Consorcio Espíndola y Comercial Sermil.	3

Fuente: Caracterización de los actores del recurso humano

Figura 58

Nivel de involucramiento actores recurso humano



Fuente: Calificación de los actores del recurso humano

Respecto al recurso humano la ciudad cuenta con tres Instituciones de Educación Superior (IES), la Universidad Nacional de Loja, Universidad Técnica Particular de Loja y Universidad Internacional del Ecuador sede Loja, sin embargo, también se han considerado a los institutos tecnológicos que generan capital humano especializado en corto tiempo, tras haber analizado los componentes de apoyo al emprendimiento con los que cuenta cada institución como infraestructura, educación, proyectos colaborativos con terceros, funcionamiento de estrategias para fomentar el emprendimiento, etc., se puede decir que la IES de mayor impacto es la UTPL, con un impacto medio dada existencia de una estrategia de apoyo al emprendimiento definida que inicia a dar resultados está la UNL, UIDE, y el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, quienes recibieron una calificación media son el Instituto Superior Tecnológico Loja y el Instituto Tecnológico Superior Daniel Álvarez Burneo porque se identificaron más de 3 actividades que apoyan al emprendimiento, y la IES con menor puntaje otorgado es el Instituto Tecnológico Superior “Los Andes” porque se identificaron de una a tres actividades apoyan al emprendimiento. Hay que resaltar que la UTPL es la única con incubadora/aceleradora de negocios, que la UNL tiene un espacio de coworking, y que ambas tienen un mayor enfoque en Ciencia, Tecnología e Ingeniería, siendo las IES con mayor número de publicaciones científicas relacionadas al emprendimiento, y número de negocios creados por alumnos.

Cultura

- **Industria Lojana de Especierías – ILE**



Son una empresa lojana fundada en 1972, que brinda soluciones alimentarias para resaltar el sabor de los alimentos a todo el país, son líderes en el mercado y exportan a Estados Unidos y se caracterizan por su calidad, buenas prácticas de manufactura, responsabilidad social y constante búsqueda de innovación a lo largo de toda su cadena de valor.

- **Declaración de principios**
- *Misión*

“Somos una organización sustentable que desarrolla soluciones alimentarias saludables, innovando y garantizando productos funcionales y servicios integrales, orientada a la satisfacción de nuestros clientes y consumidores globales”.

- *Visión*

Ser la primera opción saludable para todas las generaciones de consumidores, ofreciendo soluciones alimentarias, productos funcionales y servicios integrales.

- **Productos y servicios**

ILE es reconocida por sus marcas estrella como Sabora, Hierbas aromáticas, Aliño Completo, Vilcagua, entre otros, sin embargo, mantienen amplias líneas de producción de sazónadores, salsas, polvos, pastas, enlatados de atún, empacados al vacío, panelas saborizadas, y en sus presentaciones de exportación Dulcet Infusion, Kasserola, Aliños Oro, DelAroma

- **Unidades encargadas de innovación y emprendimiento**

La corporación ha desarrollado procesos productivos que la consolidan como una empresa innovadora y que se sabe adaptar a las nuevas tecnologías, su modelo de negocio contempla estrategias para fortalecer a sus proveedores a lo largo de los procesos de siembra y cultivo, como el uso de bioles orgánicos para mejorar la germinación de las semillas; también mantienen sistemas de riego adaptados para un uso adecuado de agua y desarrollan su propia maquinaria, lo que les permite incrementar su productividad y calidad.(ILE, 2022)

Tienen un laboratorio de Investigación y Desarrollo que constantemente busca mecanismos para conservar mejor los sabores y desarrollar combinaciones nuevas de soluciones alimentarias sanas y orgánicas. (ILE, 2022)

- **Prácticas de innovación abierta**

No se encontró información al respecto

- **Otras características relacionadas con el emprendimiento y la innovación**

Comprometidos con la mejora continua y su afán de brindar productos de excelente calidad al mercado nacional e internacional cuentan con las siguientes certificaciones: Buenas Prácticas de Manufactura, Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC o HACCP), Certificación Kosher, Carbono neutro, ÖKO Garantie BCS, USDA Organic.

- **KRADAC**



Kradac es una Compañía de Responsabilidad Limitada fundada en el año 2010 en la ciudad de Loja, conformada por un equipo especializado en ingeniería, cuyo objeto social es la investigación, diseño, prototipaje e implementación de soluciones relacionadas a la adquisición de datos, automatización, control de procesos industriales, monitoreo, control de calidad, robótica, electricidad, electromecánica y laboratorios, sistemas de energía renovable, etc.

- **Declaración de principios**

- *Misión*

“Kradac proporciona soluciones tecnológicas innovadoras y de alta calidad que se adaptan a las necesidades de nuestros clientes, mediante el desarrollo e implementación de softwares prácticos y funcionales enfocados en la movilidad urbana”.

- *Visión*

“Kradac planea convertirse en una empresa líder a nivel regional que ofrezca servicios y soluciones tecnológicas de movilidad de excelencia y calidad para satisfacer a los usuarios”.

- **Productos y servicios**

Ofrecen soluciones para movilidad urbana a través de apps móviles, sistemas de rastreo, inteligencia artificial y mucho más, tales como: Kbus, Karview, Kparking y Clipp en Ecuador y Ktaxi con presencia en Ecuador, Colombia, Perú, Bolivia y Argentina.

- **Unidades encargadas de innovación y emprendimiento**

Dentro de su código de ética señalan que la innovación para Kradac no solo se basa en desarrollar nuevos productos sino también supone impulsar nuevos modelos de negocio, ofrecer nuevos servicios y mejorar procesos para hacer más fácil la vida de las personas. Pero sobre se inclinan en que estos avances lleguen a quienes los necesitan.

- **Prácticas de innovación abierta**

No se encontró información al respecto

- **Otras características relacionadas con el emprendimiento y la innovación**

Varias empresas de tecnología pertenecientes a Kradac han obtenido diversos reconocimientos a nivel nacional e internacional como: Clipp, que ha sido galardonada con el Primer Lugar en Reto Digital 2019, Segundo Lugar Premios Innova Ciudad / Colombia 2019, Premios Intertraffic Award México 2019. Primer Lugar Premios Intertraffic Latam / México 2019, Startups por la Movilidad México 2020, Premios a la Innovación Social, Primer lugar en América Latina de los premios innovación social de la fundación Mapfre de España 2020, Tercer Lugar Mobility StartUp Challenge of Y4TP 2021, Startup OLÉ México, Segundo Lugar, StartUp Olé-Competición de Pitch México 2022.

- **INDULOJA - FORESTEA**



Son una compañía limitada fundada en el 2011 dedicada a la comercialización de alimentos y bebidas, cuya línea de producción estrella es Forestea, una bebida única en su especie, por ser la combinación de una selección de hierbas e ingredientes naturales. Son miembros de la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas.

- **Declaración de principios**
- *Misión*

“Producir y entregar a nuestros consumidores alimentos nutritivos, naturales y sanos, aportando positivamente a la sociedad en su salud y bienestar”.

- *Visión*

Somos una empresa joven cuyos esfuerzos se orientan a la innovación en la industria de alimentos. Nuestro objetivo es cumplir con las exigencias de una sociedad que prefiere los productos saludables y socialmente responsables, creando un compromiso con nuestros accionistas, colaboradores y consumidores.

- **Productos y servicios**

Actualmente cuentan con los siguientes sabores dentro de la línea de bebidas Forestea: Horchata, Fresa-limón-menta, Frutos tropicales, Té negro, Té verde, Chicha morada y Premium water, son elaboradas con agua pura proveniente de la Reserva Natural Podocarpus y fortificadas en vitaminas y antioxidantes, además, considerando su compromiso con el cuidado del medio ambiente, manejan envases de vidrio y de plástico reciclable que ya están exportando a Estados Unidos, Panamá y Chile.

- **Otras características relacionadas con el emprendimiento y la innovación**

En su afán de brindar productos de excelente calidad al mercado nacional e internacional cuentan con las siguientes certificaciones: Buenas Prácticas de Manufactura, Certificado de la Word Fair Trade Organization, Sus productos son 100% Gluten free, veganos y hechos en Ecuador, son la primera planta de bebidas en el país por Quality Certification Services (QCS)-Ecuador.

- **Programas de difusión**



Dentro de la dimensión cultura se incluyen algunos medios de comunicación online y tradicional que difunden información sobre negocios, innovación y espíritu emprendedor, brindando espacios de entrevista a varios emprendedores de la ciudad para que den a conocer sus productos y servicios y su historia emprendedora, así mismo se reúnen con representantes de algunas entidades de gobierno que ejecutan acciones de fomento de la cultura emprendedora.

Se puede mencionar el medio de comunicación online “Cracks – Negocios y Networking”, página de Facebook creada en septiembre de 2020 y dirigida por Marlon Tandazo, sus entrevistas en vivo son retransmitidas por otros medios como Cámara de Comercio de Loja, Cámara de Emprendimiento e Innovación del Ecuador, Corporación de Ferias de Loja, HORA32, Info Loja, Primer Reporte y Visionalie. También encontramos el programa de radiodifusión/podcast “After Office”, un espacio dirigido por 5 mujeres en el que los asistentes pueden explicar diversos temas especializados que quieran compartir con la comunidad.

7. Discusión

Una vez presentados e interpretados los resultados se procede a relacionar la información de forma que permita responder las preguntas de investigación planteadas para el diagnóstico y caracterización del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja, y por ende cumplir con los objetivos determinados.

Dado que en un ecosistema de emprendimiento se interrelacionan actores que desempeñan labores en distintas dimensiones clave que contribuyen al nacimiento y desarrollo de emprendimientos en una ciudad, especialmente de los de alto impacto, y considerando que de acuerdo a Zalamea & Peña (2015) “un ecosistema debe ser adaptado a su propio territorio de acuerdo a sus condiciones”, existen modelos de mapeo de actores que se han utilizado para articular un ecosistema, por ejemplo, en la ciudad de Cuenca, Zalamea & Peña (2015) planteó su propuesta de ecosistema con base en el modelo de Hélice Cuádruple, que involucra variables adicionales a las que inicialmente pueden “arrancar” el ecosistema (inversión y políticas de incentivos fiscales) e incluye a todos los actores de la cadena del emprendimiento, desde universidades o inversores pasando por el sector industrial y, a los consumidores, que suelen ser excluidos de éste tipo de iniciativas.

Por otro lado, el Marco de Referencia del Massachusetts Institute of Technology: MIT, agrupa los actores en cinco dimensiones principales y una complementaria, estas son: gobierno, emprendedores, capital de riesgo, corporaciones, universidades y otros actores clave. Este modelo permite identificar dentro de los actores de un ecosistema a los emprendedores que son o tienen el potencial de ser de alto impacto, son de base tecnológica y un fuerte componente de innovación, y, a las corporaciones, pues cada una necesita y se interrelaciona de manera distinta con los demás agentes del entorno, además, hace una distinción en el área del financiamiento, permitiéndonos identificar aquellas organizaciones que proporcionan no solo financiamiento económico, sino que se involucran a mediano y largo plazo con los emprendedores, sin embargo, ese marco referencial representa de mejor manera a los actores de regiones más grandes que construyen sus ecosistemas con una base sólida de innovación en todas sus dimensiones, por lo que Pérez (2020) utilizó este marco referencial en el mapeo del ecosistema de innovación de Quito.

A diferencia de Quito que es una ciudad primada, Loja es una ciudad intermedia, por esto, y tras haber caracterizado a los principales actores identificados que conforman el ecosistema local, en la figura 55 se plantea el mapeo de stakeholders locales, con base en el

modelo elegido para la investigación de las cinco dimensiones de análisis del ecosistema emprendedor para una ciudad intermedia propuesta por Martínez & Goma (2019): ambiente regulatorio, infraestructura de soporte, acceso a capital, recurso humano y cultura.

Adicionalmente, se contrasta el modelo utilizado con el modelo del MIT en la figura 56, en donde el componente “emprendedores” considera algunos de los pocos emprendimientos que han sido desarrollados en la incubadora de Prendho de la ciudad y que poseen características dinámicas.

En cuanto a las corporaciones, según el modelo del MIT estas se involucran en alto grado en el ecosistema cuando perciben oportunidades de utilizarlo como aliado, cuando en el ADN de la corporación se encuentra la innovación abierta como mecanismo para generar conexiones colaborativas con otros actores que coadyuven a generar iniciativas de valor agregado en beneficio de la comunidad y los colaboradores involucrados, convirtiéndose en agentes dinamizadores del ecosistema, sin embargo, en Loja no existen muchas corporaciones locales con la capacidad de destinar recursos a iniciativas como conformar un fondo de capital semilla con otras empresas para generar soluciones a desafíos empresariales o con la cultura que les permita abrir las puertas a sus instalaciones como laboratorios y espacios de producción, por eso se han colocado las empresas medianas y grandes más representativas de la ciudad por su trayectoria en el mercado y certificaciones de calidad que por su cultura de innovación abierta. Por estas razones, para la ciudad de Loja, el mapeo con el modelo de Martínez & Goma (2019) es el más acertado para el estado actual del ecosistema de emprendimiento de la ciudad de Loja.

Figura 59

Mapeo de actores clave del ecosistema de emprendimiento de la ciudad de Loja de acuerdo al modelo de Martínez y Goma



Fuente: Caracterización de los actores del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja

Figura 60

Mapeo de actores clave del ecosistema de emprendimiento de la ciudad de Loja - Modelo del MIT



Fuente: Identificación de los actores del ecosistema de innovación de la ciudad de Loja

El mapeo de actores del ecosistema propuesto ayuda a tener una mejor visión de cómo está articulado el mismo, esto, sumado al conocimiento que aportan los resultados del diagnóstico permiten determinar fortalezas y debilidades en las cinco dimensiones analizadas, establecer cuál es el estado actual del ecosistema de la ciudad y con base en ello proponer posibles estrategias de mejora.

En cuanto al ambiente regulatorio a nivel local las instituciones con mayor nivel de involucramiento en el fomento del emprendimiento son tan solo la Prefectura de Loja, mientras que el Municipio de Loja limita su aporte a la autorización para desarrollar ferias de emprendimiento esporádicas, al contrario, de acuerdo a la investigación de Juna (2017), en Quito se observa que las instituciones del gobierno local como Municipio de Quito, Gobierno Provincial de Pichincha (GPP) y ConQuito, están mucho más involucradas en fomentar la

cultura emprendedora y llevan a cabo procesos de incubación y capacitación continua, han apoyado 240 ideas, 5 planes de negocio.

Actualmente, es prioridad de casi todos los países simplificar los trámites para incentivar la creación de empresas y facilitar las operaciones formales de los emprendedores, pues de acuerdo a Tejeiro (2018), *“cuanto más fácil sea la creación de una empresa, mayor será el número de empresas registradas”*, lo que favorece al desarrollo de cualquier economía, pero a diferencia de lo mencionado, en la ciudad de Loja el 90% de los emprendedores no conoce instituciones públicas que ayuden con los trámites para iniciar un negocio, el 62,37% considera que hay que presentar demasiados trámites para sacar la patente municipal y es uno de los procesos más costos, además, los trámites para iniciar un negocio, contratación, despido de personal y cierre no son rápidos, sencillos, ni económicos; en cuanto al registro de propiedad intelectual los trámites son costosos y la institución encargada de los mismos tiene credibilidad media, estos resultados, coinciden con el estado de los ecosistemas de Cuenca y Quito, en donde, en el primer caso *“los trámites para registrar los diferente tipos de propiedad intelectual o derechos conexos mantienen un costo mayor que el de países vecinos que no guarda relación con el tamaño del mercado nacional”* Sigüencia & Valdivieso (2018), y en el segundo, Juna (2017), también existe excesiva tramitología para crear una empresa.

“La política pública de un país tiene un impacto directo en el ecosistema emprendedor porque puede incentivar o desincentivar la inversión” Martínez & Sánchez (2016), en el ámbito tributario a nivel nacional y local los cambios frecuentes en las políticas de recaudación provocan que los contribuyentes no puedan cumplir con sus obligaciones, sumado al hecho que las legislaciones vigentes son percibidas como medianamente favorecedoras para la puesta en marcha de un negocio, a pesar de estar aprobada la Ley de Emprendimiento e Innovación desde 2020 de la que la mayor parte no está al tanto, lo que significa que las políticas tributarias son un factor inhibitor, esto coincide con la percepción que tienen los emprendedores de Quito, pues según Juna (2017), la política de emprendimiento no es clara ni compatible con el ecosistema emprendedor existente.

Referente a la infraestructura de soporte las instituciones con mayor nivel de involucramiento en la tarea de fomentar el emprendimiento, apoyo, programas de formación y espacios físicos de trabajo son el Centro de Emprendimiento e Innovación Prendho, Parque Científico y Tecnológico UTPL, Corporación de Ferias y Alianza para el Emprendimiento e Innovación del Ecuador AEI, sin embargo, no se pueden establecer coincidencias exactas

respecto al número de instituciones que conforman la infraestructura de soporte de Quito y Cuenca, dado que la metodología utilizada por Pérez (2020) agrupa a los actores de esta categoría de forma distinta, sin embargo, se aprecia que en el ecosistema emprendedor quiteño las corporaciones cumplen un importante rol de soporte.

De forma común todos los actores dentro de esta dimensión motriz, a excepción de la Corporación de Ferias, ofrecen espacio de trabajo colaborativo, y, excluyendo al coworking Innova-T todos ofertan diversos programas o capacitaciones, sin embargo, estos espacios no son conocidos por la población y solo el 24,74% ha escuchado hablar sin profundizar mucho sobre Prendho y Emprendec, mientras el 47,63% conoce la existencia de al menos un parque industrial aunque los mismos no proporcionan una infraestructura adecuada y no cumplen con el objetivo para el que fueron fundados.

Las nuevas tecnologías y la expansión de las empresas hacia nuevos mercados hace que las mismas requieran servicios de apoyo no financieros en áreas en las que no son especialistas, dichos apoyos los constituyen redes y asociaciones de industrias, cámaras y los coworking, incubadoras y aceleradoras, en Loja, Prendho y Emprendec ofrecen 6 y 2 programas de apoyo al emprendimiento, de incubación y aceleración, siendo la primera la única incubadora certificada de la ciudad, sin embargo, hay desconocimiento generalizado sobre los mismos, razón por la que solo un 7% ha asistido al menos a uno. Las incubadoras/aceleradores de la ciudad no son suficientes para cubrir la demanda emprendedora, además, los programas que ofrecen son medianamente eficaces en el apoyo que brindan a los emprendedores en el desarrollo de nuevos productos, sin embargo, respecto al apoyo para adquisición de fondos de inversión se tiene respuestas dispersas sin ser concluyentes ni apegadas a la información de la investigación exploratoria realizada en el mapeo, pues sí realizan convocatorias para entrega de capital semilla en alianza con otros actores del ecosistema, esta discrepancia puede deberse a que la muestra del estudio no conoce a profundidad estas instituciones de soporte, por último, el costo de estos programas son medianamente accesibles.

La infraestructura básica de una ciudad es determinante para la productividad y competitividad, si es adecuada les permite a las empresas reducir costos, ser más productivas y crecer Martínez & Sánchez (2016), en la ciudad de Loja los servicios básicos, de telecomunicación e internet son considerados en su mayoría de calidad. El costo de los arriendos de locales comerciales son uno de los mayores impedimentos para el crecimiento de los negocios, y a pesar de que en octubre de 2021 los concejales plantearon el proyecto de

“Ordenanza que regula la actividad de arrendamiento de los locales destinados a vivienda, comercio y talleres del cantón Loja”, no se ha mejorado esta condición. La calidad de los servicios de apoyo profesional en la ciudad es alta, pero no existe el acceso a la tecnología necesaria para desarrollar ideas de negocio ni suficientes Oficinas de Transferencia Tecnológica e instituciones de Investigación y Desarrollo, esto constituye una debilidad para el ecosistema, pues la inversión en I+D *“se materializará en productos y servicios innovadores con un alto componente de valor agregado”* Martínez & Sánchez (2016), en este punto se encuentran coincidencias con el ecosistema cuencano, pues la falta de financiamiento para acceder a tecnología hace muchos de los procesos aun sean artesanales, con un alto costo de mano de obra e impiden que se pueda internacionalizar el negocios, se puede decir que esta situación limita la innovación y crecimiento de las empresas

Hablando de networking y colaboración, las iniciativas de colaboración triple hélice surgen principalmente de las universidades y de las incubadoras principales de la ciudad, hay que destacar que a pesar de que la mayoría de la población considera importante participar en proyectos colaborativos con otros emprendedores, no lo han hecho, a excepción de un bajo porcentaje que tiene de 20 a 30 años, esta situación coincide en parte con la percepción de los emprendedores quiteños, quienes según Juna (2017), consideran trascendental este tema dentro de su desarrollo emprendedor, razón por la que se crearon iniciativas como círculos de emprendimiento y coworkingspace; también hay que enfatizar en que a pesar de que la mayoría de emprendedores lojanos cree que es importante participar en proyectos triple hélice y, en actividades y eventos que facilitan el networking, asisten a actividades básicas de charlas y talleres esporádicos, esto nos deja ver la importancia de crear y difundir estos espacios que permitirán la sinergia de ideas que generan innovación.

Continuando con la dimensión de acceso a capital, el ecosistema está compuesto en su mayoría por instituciones financieras tradicionales y tan solo tres organizaciones locales que brindan financiamiento de capital riesgo contrario al ecosistema quiteño que cuenta con un mayor bagaje de instituciones privadas que ofrecer capital semilla para el desarrollo de proyectos innovadores y bajo condiciones más accesibles.

Según Martínez & Sánchez (2016), *“las diversas formas de financiamiento permiten, entre otras cosas, que las empresas cubran sus costos, que realicen las inversiones necesarias para aumentar sus ventas o productividad, innoven o se expandan a otros mercados”*, sin embargo, el endeudamiento tradicional prevalece en la ciudad siendo la principal fuente a la que acuden para financiar sus operaciones los emprendimientos y negocios a pesar de no ser

accesible en relación a las tasas de interés, en ocasiones complicado debido a los requisitos que hay que presentar, y no acorde a la etapa de negocio en la que se encuentran, seguida de la inversión de capital propio y préstamos de terceros como familia, amigos y terceros interesados, existiendo gran desconocimiento, desconfianza y falta de interés en las alternativas de capital de riesgo, fondos de ángeles inversionistas y crowdfunding, siendo estas las que más fomentan la innovación, por tanto, los emprendimientos limitan su crecimiento por la falta de acceso a mejores recursos financieros, esta situación coincide con la del ecosistema cuencano, en donde, según Sigüencia & Valdivieso (2018), los emprendedores no toman en cuenta fuentes de financiamiento no tradicionales, sin embargo, a diferencia del emprendedor lojano, la principal fuente de financiamiento a la que recurren son los recursos propios; por otro lado, se observa que a pesar de que Quito a diferencia de Loja, cuenta con más opciones de financiamiento alternativo, coinciden en la dificultad de los emprendedores para cumplir con las garantías de acceso a capital en la etapa inicial del negocio.

Respecto al recurso humano la ciudad cuenta con tres Instituciones de Educación Superior (IES), sin embargo, también se han considerado cinco institutos tecnológicos superiores, se puede decir que la IES de mayor impacto es la UTPL y con un impacto medio dada existencia de una estrategia de apoyo al emprendimiento definida que inicia a dar resultados está la UNL, UIDE, y el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano. Hay que resaltar que la UTPL es la única con incubadora/aceleradora de negocios y que la UNL tiene un espacio de coworking; en comparación, Quito cuenta con seis IES, todas con mejor infraestructura para el desarrollo de emprendimientos e innovación, y con un enfoque mucho más amplio en cuanto a investigación, sin embargo, coinciden en que no todos los pensum de estudio tienen integrados materias relacionadas al emprendimiento.

Las instituciones que generan emprendimiento desarrollan significativamente su comunidad y son trascendentales a la hora de crear y difundir conocimiento, pero también al constituirse como vínculo con la empresa y el medio ambiente, Aguilera & Paredes (2018). En el caso de Loja, en cuanto a la calidad de educación emprendedora se puede decir que 5 de 8 IES poseen un plan de fomento al emprendimiento, y que todas mantienen convenios con otras instituciones mayormente para prácticas preprofesionales y pocos proyectos de colaboración triple hélice, sin embargo, no todos los pensum de estudio de las diferentes carreras en las universidades e institutos tienen integrada una asignatura enfocada en emprendimiento o negocios, por otro lado, no se puede ser concluyente con la calidad de docentes que imparten materias relacionadas al emprendimiento e innovación, ni con el número de estudiantes

nacionales e internacionales inscritos dado que no se contó con la colaboración de todas las instituciones.

Hay que destacar que en cuanto a la calidad de capital humano en la ciudad al menos el 63% de los dirigentes de los emprendimientos o negocios cuentan con una formación de tercer nivel y tan solo el 3% tiene una especialización, en comparación, Cuenca cuenta con el mismo porcentaje con educación superior pero Loja supera levemente en 2% en la formación de posgrado; en la ciudad existe la percepción de que los egresados de nivel universitario y técnico, e inmigrantes si cuentan con una preparación adecuada para ocupar puestos en las distintas empresas, esto constituye un aspecto positivo para el ecosistema local, ya que contar con capital humano de calidad puede aumentar la productividad y competitividad de la empresa.

Hay desconocimiento de la infraestructura de apoyo como incubadora, programas de formación emprendedora, patentes, publicaciones, proyectos, empresas creadas por los estudiantes con los que cuentan las IES, aunque la población considera que no les dio los conocimientos o habilidades necesarias para iniciar un negocio, al igual que la percepción de emprendedores quiteños, quienes consideran que la educación no motiva a emprender, innovar o arriesgarse.

Por último, en la dimensión formadora de cultura, la imagen social del emprendimiento está dictado por una población mayoritaria que tiene en su familia alguien más con un negocio propio, y que estaría respaldada por el apoyo de su círculo cercano de familia y amigos al momento de emprender, sin embargo, se percibe que se desprestigia el trabajo que los emprendedores llevan a cabo, a pesar de esto, la mayoría se siente motivado por los “empresarios de éxito modelo” a convertirse en emprendedor o a continuar en la tarea de crecer con su negocio.

Los emprendedores dentro del ecosistema también muestran atributos individuales que les permiten operar su negocio a pesar de los riesgos y fracasos, y en la ciudad solo el 45% de los emprendedores ha tenido más de una experiencia en la apertura y gestión de un negocio, y el 59,74% consideran que éstas, constituidas por éxitos y fracasos, les han ayudado a desarrollar nuevas habilidades y actitudes emprendedoras, lo que demuestra la resiliencia emprendedora cultural de la ciudad, mientras en Cuenca, según Sigüencia & Valdivieso (2018), al emprendedor cuencano le gusta mantenerse en su zona de confort y tiene miedo al fracaso.

Por último, la motivación para emprender en la ciudad está liderada por el deseo de independizarse en el ámbito laboral y económico con un 58,42% y por aumentar ingresos

personales en un 36,32% lo que indica una tendencia a emprender por necesidad, lo que es corroborado en la pregunta 99 del cuestionario donde el 45% de la población considera que en la ciudad es más común emprender por esta principal razón más que por las oportunidades de negocio detectadas en el entorno, en contraste, el 68% de los emprendedores cuencanos considera que en su ciudad sí existen oportunidades para iniciar un nuevo negocio en los próximos seis meses; en Loja, se percibe una sociedad con una cultura poco alentadora para decidir emprender pues las empresas privadas no suelen colaborar en proyectos con universidades e instituciones públicas, además, existe un nivel elevado de competencia desleal, lo que inhibe el deseo de la población de crear negocios innovadores pues se desmotivan al ver que sus ideas son copiadas por otras personas y se comercializan a un precio mucho menor, lo que deteriora el mercado, este aspecto se alinea a lo que manifiesta el Martínez & Sánchez (2016), respecto a la cultura de emprendimiento en Latinoamérica, *“que es frecuente que el enfoque conservador prime en la búsqueda de empleo y muchas personas vean más deseable un empleo en el sector público o en una multinacional frente a la creación de un negocio propio”*, sin embargo, de acuerdo a Sigüencia & Valdivieso (2018), Cuenca se diferencia porque el emprendedor busca aprovechar los recursos para crear ideas innovadoras en un medio muy tradicional.

Fortalezas y debilidades del ecosistema

Tras haber realizado un análisis crítico del ecosistema emprendedor de la ciudad se pueden establecer las condiciones sistémicas críticas de cada dimensión que representan fortalezas y debilidades y que se presentan en la tabla a continuación.

Tabla 53

Fortaleza y debilidades del ecosistema emprendedor de la ciudad

Fortalezas	Debilidades
<p>Ambiente regulatorio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alto nivel de involucramiento de la Prefectura en aspectos de emprendimiento. <p>Infraestructura de soporte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de la Mesa de Provincial de Emprendimiento. • Servicios básicos adecuados para el desarrollo de actividades económicas. • Servicios de telecomunicaciones e internet accesibles y de calidad. <p>Acceso a capital</p>	<p>Ambiente regulatorio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demasiada burocracia, tramitología y tiempo para realizar trámites. • El sistema de recaudación tributaria y municipal no favorece a la puesta en marcha de los negocios. • Bajo nivel de involucramiento del Municipio en aspectos de emprendimiento. • No hay un acompañamiento adecuado de las instituciones públicas en la tramitología para iniciar un negocio. • Costos de registro de propiedad intelectual y de inicio de negocio elevados.

-
- Alianzas entre algunos actores han hecho posible la entrega de capital semilla.

Recurso Humano

- Capital humano con formación de tercer y cuarto nivel.

Cultura

- Cultura emprendedora presente en el entorno familiar.
- Cultura empresarial resiliente.
- Predisposición a colaborar en proyectos con otros emprendedores.
- “Empresarios modelo exitosos” de la ciudad inspiran e influyen de manera positiva a emprender.

Infraestructura de soporte

- Costo elevado del servicio de luz eléctrica y de los arriendos comerciales.
- Desconocimiento poblacional de la infraestructura de apoyo en la ciudad.
- Pocas incubadoras/aceleradoras de negocio e instituciones de I+D
- Escasas industrias maquiladoras.
- Parques industriales ineficientes.

Acceso a capital

- Pocas instituciones locales de capital de riesgo y no tradicionales de financiamiento.
- Financiamiento tradicional poco accesible en las primeras etapas del negocio.
- Desconocimiento y desconfianza de otras modalidades de financiamiento.

Recurso Humano

- Poca inversión en I+D de los IES.
- IES sin infraestructura de apoyo para innovación.
- Poca investigación generada en la mayoría de IES.
- No todas las IES tienen un plan estratégico de emprendimiento o estrategias dirigidas a su fomento.
- No todos los pensum de estudios tienen integradas asignaturas de emprendimiento o negocios.
- Escasa enseñanza teórica-práctica.
- Poca colaboración de triple hélice.
- Falta de diversidad poblacional estudiantil.

Cultura

- La necesidad es la principal motivación emprendedora en la ciudad.
 - Bajo desarrollo de negocios innovadores y de alto impacto.
 - Elevada competencia desleal en el entorno.
 - Labor emprendedora desvalorizada.
 - Hábitos conservadores de consumo de la población, por lo que no se adaptan a las innovaciones y nueva tecnología.
 - Pocas corporaciones y grandes empresas practican la innovación abierta.
-

Por tanto el ecosistema emprendedor de la ciudad se encuentra compuesto por una serie de actores en algunas dimensiones poco eficientes que desarrollan iniciativas de fomento de la actividad emprendedora pero que no tienen un gran impacto dada la falta de articulación con el

resto de entes clave, esto, sumado a la cultura conservadora de la población y la falta de innovación y acceso a financiamiento hace que el estado actual del ecosistema se mantenga regular, perpetuando el desarrollo de negocios ratón según la metáfora pionera de Birch, es decir, de lento crecimiento, impulsados por necesidad y de poca innovación.

Planteamiento de estrategias para mejorar el ecosistema de emprendimiento de la ciudad

Tras establecer el diagnóstico del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja se plantean las siguientes estrategias para mejorar el mismo.

Tabla 54*Posibles estrategias para mejorar el ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja*

Estrategias	Actores del ecosistema	Objetivos a cumplir	Dimensión	Etapas del emprendimiento
Analizar la experiencia de usuario durante el proceso de obtener por primera vez o por renovación los permisos de funcionamiento en el Municipio de Loja, con el fin de eliminar la duplicidad de funciones, agilizarlos y volver más eficiente a la entidad pública a través del uso de las TIC's.	Municipio de Loja	Reducir el número de trámites necesarios para formalizar un emprendimiento. Digitalizar y agilizar los procesos y formas de pago de los trámites. Volver más eficiente a la entidad pública delegando ese personal al desarrollo de otros proyectos de apoyo al emprendimiento.	Ambiente regulatorio	Etapas intencional y emprendedores nacientes
Establecer políticas de recaudación municipales de acuerdo a la etapa del negocio con tasas preferenciales para emprendedores nuevos de 1 a 3 años durante las primeras etapas de operación.	Municipio de Loja	Mejorar los niveles de tasas impositivas que se cobra a los emprendedores . Disminuir la carga fiscal a los emprendimientos para acelerar el desarrollo económico de la ciudad y crecimiento de los emprendimientos.	Ambiente regulatorio	Etapas intencional y emprendedores nacientes.
Restablecer la iniciativa municipal de la Bolsa Global de Emprendimiento como ente nexo de los actores del ecosistema y principalmente de la academia, empresa y gobierno, promotor de una cultura colaborativa emprendedora basada en innovación social y abierta, que brinde asesoramiento y acompañamiento a lo largo del ciclo de vida de los emprendimientos, y fomente la	Municipio de Loja Prefectura de Loja SECAP IES	Generar un espacio de articulación para los actores del ecosistema. Mejorar los conocimientos, habilidades y destrezas del capital humano de la ciudad para generar innovación. Habilitar a la Bolsa Global como un centro de gestión de proyectos de triple hélice orientados a generar innovación y empleo.	Ambiente regulatorio Infraestructura de Soporte	Emprendedores nacientes y Etapas de crecimiento.

educación empresarial fortaleciendo las habilidades y conocimientos del capital humano de la ciudad.				
Revisar la propuesta de “Ordenanza que regula la actividad de arrendamiento de los locales destinados a vivienda, comercio y talleres del cantón Loja” planteada por los concejales en octubre de 2021 y actualizar la Ley de Inquilinato Municipal, pues es una de los principales inhibidores para la creación y cierre de negocios en la ciudad.	Municipio de Loja	Incentivar la creación y formalización de emprendimientos. Mejorar la liquidez de los emprendimientos para invertir en innovación.	Infraestructura de soporte	Emprendedores nacientes y establecidos Etapa de crecimiento.
Elaborar un plan estratégico para la reactivación y reenfoque del coworking Innova-T de la UNL hacia un laboratorio empresarial y la consolidación de un mejor ecosistema de emprendimiento universitario a través del cual se generen soluciones a problemáticas locales mediante el impulso de la innovación, tecnología y emprendimiento, presentando la propuesta a la Senescyt para el acceso a los fondos públicos destinados a estos fines.	Coworking Innova-T de la Universidad Nacional de Loja	Incentivar el networking profesional interdisciplinario para el desarrollo de ideas innovadoras. Promover el coworking como una plataforma de formación, eventos de networking y ruedas de negocio. Incrementar el aprendizaje práctico de los estudiantes de administración de empresas gracias al laboratorio empresarial. Promover la colaboración entre emprendedores para generar mejores proyectos compartiendo ideas, conocimientos y recursos. Planificar para ofrecer de forma complementaria servicios de incubadora de negocios.	Infraestructura de Soporte. Acceso a capital.	Etapa intencional, Emprendedores nacientes y establecidos.

<p>Plantear una estrategia de ruta de acompañamiento del emprendedor a través de las distintas etapas de ciclo de vida, mediante la colaboración de los actores miembros de la Mesa Provincial de Emprendimiento, a manera de un programa de acompañamiento e incubación por convocatorias para los emprendimientos de distintos sectores productivos.</p>	<p>Actores de la MPE</p>	<p>Elaborar un gráfico de articulación de los emprendedores de acuerdo a las etapas de emprendimiento.</p> <p>Crear los planes de acompañamiento e incubación por sectores productivos.</p> <p>Lanzar convocatorias anuales donde se otorgue un capital semilla o de aceleración a los emprendimientos participantes, así como incentivos no financieros.</p>	<p>Infraestructura de soporte</p> <p>Acceso a financiamiento</p> <p>Recurso Humano</p>	<p>Etapa intencional, Emprendedores nacientes y establecidos.</p>
<p>Incrementar las campañas de capacitación sobre temas de emprendimiento, legislaciones de interés como la Ley de Emprendimiento e Innovación, nuevas formas de captación de capital e infraestructura disponible en la ciudad mediante colaboración triple hélice.</p>	<p>IES, SECAP, Prendho, Emprendec, Municipio de Loja (Bolsa Global de emprendimiento), Prefectura de Loja Corporación de Ferias de Loja, Entidades bancarias, AEI.</p>	<p>Brindar a los emprendedores capacitaciones sobre temas relevantes para la puesta en marcha y administración de un emprendimiento.</p> <p>Gestionar conversatorios en los que participen varios actores del ecosistema comentando sobre temas como recursos a las que pueden acceder los emprendedores, el entorno de negocios actual y compartiendo experiencias de los empresarios exitosos de la ciudad.</p>	<p>Recurso humano.</p> <p>Cultura.</p>	<p>Emprendedores nacientes y establecidos.</p>
<p>Aumentar las campañas de concientización de consumo de producción local, resaltando la importancia de la labor emprendedora y el desarrollo de negocios innovadores. Enseñando el valor de la diferenciación y su impacto en el mercado local.</p>	<p>IES, Prendho, Emprendec, Municipio de Loja (Bolsa Global de emprendimiento), Prefectura de Loja Corporación</p>	<p>Mejorar la actitud social sobre los productos de emprendedores locales. Fomentar el consumo de productos de emprendedores locales. Brindar mayor exposición y visibilización de los emprendedores, sus productos e historia.</p>	<p>Cultura</p>	<p>Emprendedores nacientes y establecidos.</p>

	de Ferias de Loja, AEI.			
Concientizar a las IES e ITS que recibieron menor puntuación, sobre la importancia de contar con un plan estratégico de emprendimiento, la inversión en I+D, enseñanza basada en el valor de la diferenciación, innovación y el cuidado del mercado local por sectores económicos.	Instituciones de Educación Superior e Institutos Tecnológicos Superiores.	Brindar a los estudiantes de todas las carreras de las IES e ITS la mentalidad, conocimientos y habilidades empresariales necesarias para desarrollar emprendimientos dinámicos, basadas en oportunidades identificadas en el mercado. Gestionar proyectos de cooperación institucionales para facilitar a estudiantes el acceso a la tecnología necesaria para desarrollar sus ideas de negocios.	Recurso humano.	Etapa intencional.
Incluir dentro de las modalidades de titulación de las IES el desarrollo de artículos científicos, y, desarrollo de planes de negocios o proyectos de emprendimiento, que puedan ser elegidos para los fondos concursables de la Senescyt.	Instituciones de Educación Superior e Institutos Tecnológicos Superiores.	Incentivar a los estudiantes a desarrollar su emprendimiento desde las aulas con un plan de negocios listo con el que puedan participar en ruedas de negocios y de acceso a financiamiento público y privado.	Recurso humano.	Etapa intencional.

Fuente: Elaboración propia

8. Conclusiones

De acuerdo a los resultados el ecosistema está compuesto en su mayoría por negocios establecidos que sobrepasan los 3 años en el mercado, lo que demuestra el liderazgo de los emprendedores lojanos y su capacidad para generar la liquidez necesaria para crecer y volver sostenibles sus negocios, lo que es una fortaleza en el ecosistema.

El ecosistema de emprendimiento de la ciudad presenta en todas sus dimensiones algunas fortalezas como capital humano profesional capacitado, una cultura emprendedora resiliente y predisposición a generar alianzas en proyectos con otros emprendedores y actores, sin embargo, también presenta en su mayoría debilidades importantes como un ambiente regulatorio demasiado burocrático y no adaptado a las necesidades del emprendedor y débil impulso de la infraestructura de soporte especializada, que desincentiva la creación de nuevas empresas enfocadas en la innovación, lo que explica que la mayoría emprenda por necesidad en lugar de oportunidad, evidenciando así, el porqué es preciso aplicar estrategias que contribuyan principalmente al mejoramiento del ambiente regulatorio, acceso a capital y recurso humano, y así fomentar el desarrollo de emprendimientos dinámicos.

Se requiere un mayor nivel de involucramiento del gobierno local en la articulación del ecosistema y en el fomento estratégico del emprendimiento a través de la desburocratización y agilización del proceso de creación de nuevos negocios y mejora de las políticas de recaudación.

La ciudad necesita desarrollar los polos de inversión económica de la ciudad mejorando la infraestructura de los parques industriales para motivar la creación de nuevas empresas y reactivar la economía, además de impulsar y mejorar proyectos estratégicos como el cordón de desarrollo industrial de la vía lateral de paso y el Puerto Seco para alentar a los emprendedores a invertir ahí.

Existe un mercado financiero poco desarrollado, por lo que el desconocimiento y falta de instituciones financieras alternativas de capital de riesgo, inversionistas ángeles o de crowdfunding perpetua la preferencia de los emprendedores de buscar financiamiento en fuentes tradicionales, a pesar de ser las menos recomendadas en las primeras etapas de un negocio.

Las instituciones de educación superior no logran generar un ecosistema interno de innovación adecuado y no están cumpliendo con su labor de generar profesionales capaces de crear un negocio sostenible y de generar empleo pues no todos los pensum de estudios cuentan

con asignaturas de formación emprendedora, además, la poca inversión en I+D sumada a la falta de infraestructura para el aprendizaje teórico práctico hace que el ecosistema cuente con capital humano preparado pero sin la capacidad de generar emprendimientos dinámicos.

En la ciudad se cuenta con una población que tiene un alto nivel de resiliencia empresarial y el apoyo del entorno cercano para emprender, sin embargo, se evidencia la poca capacidad de generar innovación por lo que en su mayoría se crean negocios de supervivencia imitando el modelo de negocio de otros emprendedores, incrementando la competencia desleal y destruyendo los mercados de cada sector, este es uno de los principales factores inhibidores y desmotivantes del emprendimiento en la ciudad.

9. Recomendaciones

Se recomienda realizar este diagnóstico cada tres años para contrastar la evolución que han tenido las condiciones sistémicas abarcadas en este estudio, y dar seguimiento a las estrategias que se plantearon.

Difundir los resultados de esta investigación con los actores representantes de las distintas dimensiones con el fin de proporcionar una herramienta de toma de decisiones y coadyuvar a una mejor articulación del ecosistema.

Organizar un focus group con algunos de los stakeholders identificados en el mapeo o entrevistarlos, con el fin de compartir puntos de vista y profundizar más en los intereses y objetivos de todas las partes, para comprender mejor sus roles y poderes dentro del ecosistema.

Incentivar a las distintas instituciones que conforman el ecosistema emprendedor local a compartir la información necesaria para generar este tipo de investigaciones, que sirven de base para poder medirlo, articularlo y fortalecerlo, a la vez se pueda brindar un mejor apoyo a los emprendedores de la ciudad.

Ampliar esta investigación mediante estudios especializados de las dimensiones propuestas y de complementarias como de mercado interno y consumidores, y así contar con un ecosistema que pueda ser evaluado permanentemente.

10. Bibliografía

- Aguilera, A., & Paredes, A. (2018). Análisis de Factores Intervinientes Relacionados Al Modelo de Universidades Emprendedoras en Sudamérica. *Revista de Investigación Universitaria*, 6(2), 10–45. <https://doi.org/10.17162/riu.v6i2.1073>
- Alcaráz, R. (2011). *EL EMPRENDEDOR DE ÉXITO* (4th ed., Vol. 4). McGraw Hill Educación.
- Alianza para el Emprendimiento e Innovación del Ecuador. (n.d.-a). *AEI-Innova*. Retrieved August 15, 2022, from <https://www.aei.ec/aeinnova/>
- Alianza para el Emprendimiento e Innovación del Ecuador. (n.d.-b). *Estrategia AEI*. Retrieved August 15, 2022, from <https://drive.google.com/file/d/1t5j1ksT4FOlZnq2ZCmDVVL1k2OEQXhva/view>
- Angel, D. (1991). High-Technology Agglomeration and the Labor Market: The Case of Silicon Valley. *Environment and Planning A*, 23 (10)(16), 1501–1516. <https://www.deepdyve.com/lp/sage/high-technology-agglomeration-and-the-labor-market-the-case-of-silicon-tWaonx220P?key=sage>
- Arenal, A., Armuña González, C., Ramos Villaverde, S., & Feijóo González, C. (2018). ECOSISTEMAS EMPRENDEDORES Y STARTUPS, EL NUEVO PROTAGONISMO DE LAS PEQUEÑAS ORGANIZACIONES. *Economía Industrial*, 407, 85–94.
- Armenteras, D., González, T. M., Vergara, L. K., Luque, F. J., Rodríguez, N., & Bonilla, M. A. (2016). Revisión del concepto de ecosistema como “unidad de la naturaleza” 80 años después de su formulación. In *Ecosistemas* (Vol. 25, Issue 1, pp. 83–89). Asociación Española de Ecología Terrestre. <https://doi.org/10.7818/ECOS.2016.25-1.12>
- Banco del Austro. (2022). *Misión, Visión y Valores*. <https://www.bancodelaustro.com/principal/quienes-somos/tu-banco/mision-vision-y-valores>
- Banco de Loja. (n.d.). *Quienes somos*. Retrieved August 15, 2022, from <https://www.bancodeloja.fin.ec/Informaci%C3%B3n/Nuestro-Banco/Quienes-somos>
- Banco de Machala. (2022). *Microcrédito*. <https://www.bancomachala.com/banca-empresas/cr%C3%A9ditos-empresaspyes/microcr%C3%A9dito/#tab-requisitos>

- BanEcuador. (2022). *Misión y Visión*. <https://www.banecuador.fin.ec/historia-banecuador/mision-y-vision/>
- Blank, S. (2010, January 25). *What's A Startup? First Principles*. <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>
- Bolsa Global de Emprendimiento y Trabajo. (2016). *Bases para la convocatoria del proyecto Toldas y Gente* (pp. 1–6). <https://www.loja.gob.ec/files/image/dependencias/bolsaglobal/bases-bolsa.pdf>
- Boruck, S., Reis Lobo de Vasconcelos, M., Carvalho, R. de J., & Dufloth, S. (2021). Contributions From Entrepreneurial Universities To the Regional Innovation Ecosystem of Boston. *Revista Gestão & Tecnologia*, 21(1), 245–268. <https://orcid.org/0000-0003-4956-7182>
- Budden, P., & Murray, F. (2019). *MIT's Stakeholder Framework for Building & Accelerating Innovation Ecosystems*.
- CACPE Pastaza. (2022). *¿Quiénes somos?* <https://www.cacpepas.fin.ec/quienes-somos/conocenos>
- Cámara de Emprendimiento e Innovación del Ecuador. (2022). *¿Qué ofrecemos?* <https://camaraemprendimiento.com/>
- CFL, C. de F. de L. (2022). *Corporación de Ferias de Loja*. <https://cfloja.org/cfl/>
- CFL, C. F. de L. (2022). *Segunda convocatoria - Fondo de Inversión Feria de Loja*. <https://cfloja.org/2022/04/14/segunda-convocatoria-fondo-de-inversion-feria-de-loja/>
- Cooperativa JEP. (2022). *Filosofía Institucional de la Cooperativa JEP*. <https://www.jep.coop/la-jep/institucion/filosofia-institucional>
- Coopmego. (2022a). *Conoce la institución*.
- Coopmego. (2022b). *La fuerza de los emprendedores*. <https://www.coopmego.com/microcredito>
- Diaz, Y. (2018, March 5). *Nuevos talleres ofrece la Bolsa Global de Emprendimiento*.
- Emprendec. (n.d.). *La historia de la idea ideada*. Retrieved August 12, 2022, from <https://www.emprendec.com/nosotros>

- Escobar, M., & Cadena, G. (2012). *Pasos para fortalecer el ecosistema de emprendimiento*. La República. <https://www.larepublica.co/alta-gerencia/pasos-para-fortalecer-el-ecosistema-de-emprendimiento-2026439>
- Fondo Emprende. (2020). *Fondo Emprende Ecuador Productivo*. <https://www.fondoemprende.gob.ec/>
- García, M. (2015). La Cuenta del Triple Resultado o Triple Bottom Line. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 20, 65–77.
- Gold, B. (2018). *Silicon Valley Success Factors – The Concept of Intra-Nationalization*. Springer Gabler. [https://books.google.com.ec/books?id=cFs6DwAAQBAJ&pg=PA79&lpg=PA79&dq=Gold,+B.+\(2018\).+Silicon+Valley+Success+Factors+---+The+Concept+of+Intra-Nationalization.&source=bl&ots=PRdaXUZMVx&sig=ACfU3U2wMZ28WsUILq5jIqNpUGGE5TKa4A&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwix6avBr](https://books.google.com.ec/books?id=cFs6DwAAQBAJ&pg=PA79&lpg=PA79&dq=Gold,+B.+(2018).+Silicon+Valley+Success+Factors+---+The+Concept+of+Intra-Nationalization.&source=bl&ots=PRdaXUZMVx&sig=ACfU3U2wMZ28WsUILq5jIqNpUGGE5TKa4A&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwix6avBr)
- Haro, E. (2020). Factores claves del ecosistema emprendedor en el estado de Sinaloa aplicando el modelo “GEM.” *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(1), 133–146. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i1.55
- Hidalgo, G., Kamiya, M., & Reyes Mario. (2014). Emprendimientos dinámicos América Latina: Avances en prácticas y políticas. *SERIE POLÍTICAS PÚBLICAS Y TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA*, 16, 1–88.
- Home Projects. (2019). *Nosotros - Home Projects*. <http://homeprojectsloja.com/nosotros/>
- ILE. (2022). *Liderando en innovación*. <https://ile.com.ec/empresa/liderando-innovacion/>
- Instituto Bolivariano. (2018). *Acerca del Instituto Superior Universitario Bolivariano*. <https://tbolivariano.edu.ec/acerca-del-instituto-tecnologico-superior-bolivariano/>
- Instituto Los Andes. (2022). *Misión y Visión*. <https://institutolosandes.edu.ec/mision-y-vision/>
- Instituto Tecnológico Sudamericano. (2022). *Filosofía*. 2022. <https://tecnologicosudamericano.edu.ec/pagina/filosofia/>
- Isenberg, D. (2011). The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. *Presentation at the Institute of International and European Affairs*, 1(781), 1–13.

- ISTDAB. (2021). *Sobre el ISTDAB*. <https://istdabloja.edu.ec/quienes-somos/>
- Jardín Azuayo. (2022). *¿Quiénes somos?* <https://www.jardinazuayo.fin.ec/quienes-somos>
- Juna, V. (2017). *Cómo mejorar el ecosistema emprendedor en Quito*. www.cenlibrosecuador.org
- Kantis, H., Federico, J., & Ibarra García, S. (2014). *Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico: Una herramienta para la acción en América Latina*.
- Kantis, H., Federico, J., & Ibarra García, S. (2021). *Las condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico durante la pandemia*.
- la Hora. (2022). *Presentaron la Mesa Provincial del Emprendimiento en Loja*. La Hora. <https://www.lahora.com.ec/loja/mesa-provincial-emprendimiento-loja/>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020* (Vol. 2).
- Martínez, P., & Goma, E. (2019). *Modelo para el análisis y Desarrollo de Ecosistemas de Emprendimiento en ciudades intermedias de latinoamérica*.
- Martínez, P., & Sánchez, M. (2016). *Índice de desarrollo del ecosistema de emprendimiento de alto impacto en el estado de Zacatecas*.
- Ministerio de Producción, C. E. I. y P. (n.d.-a). *Apoyo al Emprendedor*. Retrieved August 14, 2022, from <https://sites.google.com/view/apoyoemprendimiento/p%C3%A1gina-principal>
- Ministerio de Producción, C. E. I. y P. (n.d.-b). *Viceministerio de Producción e Industrias*. Retrieved August 14, 2022, from <https://www.produccion.gob.ec/viceministerio-de-produccion-e-industrias/>
- Ministerio de Producción, C. E. I. y P. (2022a). *Artesanos, microempresas y emprendedores pueden aplicar al crédito 1x30*. <https://www.produccion.gob.ec/artesanos-microempresas-y-emprendedores-pueden-aplicar-al-credito-1x30/>
- Ministerio de Producción, C. E. I. y P. (2022b). *Registro Único Artesanal, requisito obligatorio para acceder a créditos de BanEcuador*. <https://www.produccion.gob.ec/registro-unico-artesanal-requisito-obligatorio-para-acceder-a-creditos-de-banecuador/>

- Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. (n.d.). *La institución*. Retrieved August 12, 2022, from <https://www.produccion.gob.ec/la-institucion/#:~:text=buscar->
 ,Ministerio%20de%20Producci%C3%B3n%20Comercio%20Exterior%20Inversiones%20y%20Pesca,de%20valor%20y%20las%20inversiones.%22
- Ministerio de Telecomunicaciones. (2022a). *¿Qué son los puntos de encuentro?* <https://puntosdelencuentro.mintel.gob.ec/que-son-infocentros/>
- Ministerio de Telecomunicaciones. (2022b). *Valores, Misión y Visión*. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Ministerio de Telecomunicaciones del Ecuador. (2022). *Objetivos estratégicos institucionales*. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/objetivos/>
- Moore, J. F. (1993). Predators and Prey: A New Ecology of Competition. *Harvard Business Review*, 71(3), 75–86. <https://www.researchgate.net/publication/13172133>
- Morant Martínez Oscar, Santandreu Mascarell Cristina, Canós Darós, L., & Millet Roig, J. (2017). VALENCIA STARTUP ECOSYSTEM: UNA APROXIMACIÓN AL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DE VALENCIA Y SUS CARACTERÍSTICAS FRENTE A LOS RANKINGS INTERNACIONALES. *Economía Industrial*, 404(Emprendimiento universitario), 63–70.
- Municipio de Loja. (n.d.). *Misión y Visión*. Retrieved August 8, 2022, from <https://www.loja.gob.ec/contenido/mision-y-vision>
- Narrillos Roux, H. (2010). El SROI (social return on investment) : un método para medir el impacto social de las inversiones. *Análisis Financiero*, 113, 34–43.
- Pérez, F. E. (2020). *MAPEO DE LOS PRINCIPALES ACTORES DEL ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN DE LA CIUDAD DE QUITO, SUS PRIORIDADES Y LAS COINCIDENCIAS Y TENSIONES ENTRE ELLOS*. Escuela Politécnica Nacional.
- Pincay, R. F., Jaramillo Paredes, M. F., & Yamel Sofía, G. P. (2018). *Hablemos de Emprendimiento* (1st ed., Vol. 1). Editorial Universidad Técnica de Machala.
- Pique, J. M., Berbegal-Mirabent, J., & Etzkowitz, H. (2018). Triple Helix and the evolution of ecosystems of innovation: the case of Silicon Valley. *Triple Helix*, 5(1), 1–21. <https://doi.org/10.1186/s40604-018-0060-x>


- Prefectura de Loja. (n.d.). *Misión, Visión y Valores*. Retrieved August 12, 2022, from <https://prefecturaaloja.gob.ec/sobre-nosotros/>
- Prendho UTPL. (n.d.). *Nuestro Equipo*. Retrieved August 12, 2022, from <https://prendho.com/sobre-prendho/>
- Prieto Sierra, C. (2014). *Emprendimiento Conceptos y plan de negocios* (1st ed., Vol. 1). Pearson Educación.
- ProEcuador. (n.d.). *¿Qué es ProEcuador?* Retrieved August 14, 2022, from <https://www.proecuador.gob.ec/#>
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses* (1st ed., Vol. 1). Crown Publishing.
- Romero, W., & Valencia, J. (2021). Desafíos al emprender e innovar en la era digital. *Travesía Emprendedora*, 5(2), 10–17.
- Sarabia, A., & Delhumeau, S. (2019). Aproximación al concepto de ecosistema de emprendimiento. *Ciencia Administrativa*, 2, 1–7.
- Schrank, A., & Whitford, J. (2011). The Anatomy of Network Failure. *Sociological Theory*, 29(3), 151–177.
- SECAP, S. E. de C. P. (2022). *Misión y Visión*. <https://www.secap.gob.ec/mision-vision-politica-de-calidad/>
- Sempértegui, J. P., Burneo, V., Jimenez Salinas, E., Chamba Tandazo, J. J., Patiño Calderón, T., Vega Chamba, N., & Dávila Puruncajas, M. (2018). *Dimensión y características de la actividad emprendedora en la provincia de Loja*. 365–383.
- Senescyt - Secretaría de Educación Superior, C. T. e I. (n.d.). *Misión / Visión/ Valores / Objetivos*. Retrieved August 17, 2022, from <https://www.educacionsuperior.gob.ec/valores-mision-vision/#:~:text=%E2%80%9CSer%20reconocida%20como%20la%20entidad,y%20vinculaci%C3%B3n%20a%20las%20necesidades>
- Servicio de Rentas Internas del Ecuador. (n.d.). *¿Qué es el SRI?* Retrieved August 11, 2022, from <https://www.sri.gob.ec/que-es-el-sri>

- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (n.d.). *La Institución*. Retrieved August 11, 2022, from <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/institucion/>
- Shimizu, C., Cunningham, J., Rottenberg, L., Morris, R., Foster, G., & Matsushita, K. (2014). *Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Early-Stage Company Growth Dynamics – the Entrepreneur’s Perspective*.
- Sigüencia, A., & Valdivieso, R. (2018). *Medición del emprendimiento e innovación de los sectores productivos de Cuenca, y su influencia en el empleo para el año 2017* [Universidad del Azuay]. http://forschungsunion.de/pdf/industrie_4_0_umsetzungsempfehlungen.pdf%0Ahttps://www.dfki.de/fileadmin/user_upload/import/9744_171012-KI-Gipfelpapier-online.pdf%0Ahttps://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-PIs/2018/180607-Bitkom
- Tapella, E. (2007). *El mapeo de Actores Claves, documento de trabajo del proyecto “Efectos de la biodiversidad funcional sobre procesos ecosistémicos, servicios ecosistémicos y sustentabilidad en las Américas: un abordaje interdisciplinario.”* Universidad Nacional de Córdoba, Inter-American Institute for Global Change Research (IAI).
- Tecnológico Loja. (2022). *Visión y Misión*. 2022. <https://www.tecnologicoloja.edu.ec/vision-y-mision/>
- Tejeiro, M. (2018). *Buenas prácticas de ecosistemas de emprendimiento*.
- UIDE. (2018). *PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO INSTITUCIONAL*. <https://www.uide.edu.ec/wp-content/uploads/2019/08/8.-PEDI-2019-2024.pdf>
- Universidad Nacional de Loja. (n.d.). *Innova-T, Centro de Negocios que cristaliza ideas*. Retrieved August 12, 2022, from <https://unl.edu.ec/noticia/innova-t-centro-de-negocios-que-cristaliza-ideas>
- UNL. (2021). *Sobre Nosotros*. 2021. <https://unl.edu.ec/universidad>
- UTPL. (2022). *Acerca de*. 2022. <https://www.utpl.edu.ec/acercade>
- Zalamea, S., & Peña, S. (2015). Articulación de los actores del ecosistema emprendedor como herramienta efectiva para la transición de un proyecto emprendedor a un proyecto comercialmente viable. *Revista de La Facultad de Ciencias Químicas*, 9(11), 64–69. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/23888>

11. Anexos

Instrumentos de recolección de información

Anexo 1. ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDIMIENTOS DE LA LOCALIDAD

 Universidad Nacional de Loja Facultad Jurídica, Social y Administrativa Carrera de Administración de Empresas		UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ENCUESTA PERCEPCIÓN DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR			
La presente encuesta tiene el objetivo de recopilar información para el proyecto de investigación "DIAGNÓSTICO Y CARACTERIZACIÓN DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DE LA CIUDAD DE LOJA" de la Universidad Nacional de Loja. Agradecemos su colaboración.					
Datos Generales		RUC			
Nombres		Año fundación empresa	Año	Mes	
Razón social / Nombre		Edad	Género	M	F
Puesto en la empresa		Email/Celular			
1. Sector del emprendimiento / Actividad principal del emprendimiento					
<input type="checkbox"/> Agricultura, ganadería, avícola y pesca <input type="checkbox"/> Manufacturas / Agroindustrias, elaboración de alimentos y bebidas <input type="checkbox"/> Construcción <input type="checkbox"/> Comercio		<input type="checkbox"/> Transporte y almacenamiento <input type="checkbox"/> Alojamiento y servicio de comidas <input type="checkbox"/> Información y Comunicación <input type="checkbox"/> Financieras y de seguros		<input type="checkbox"/> Inmobiliarias <input type="checkbox"/> Profesionales, científicas y técnicas <input type="checkbox"/> Administrativos y de apoyo <input type="checkbox"/> Enseñanza	
<input type="checkbox"/> Salud y asistencia social <input type="checkbox"/> Artes, entretenimiento y recreación <input type="checkbox"/> Otros servicios					
2. Áreas de innovación: ideas, creativas y diferentes			3. Nº Personal (últimos 3 años)		4. Lugar de origen del personal (Nº)
<input type="checkbox"/> Productos y/o servicios innovadores / de valor agregado <input type="checkbox"/> Actividades; procesos claves; Tecnología <input type="checkbox"/> Distribución y comunicación <input type="checkbox"/> Cadenas de suministro			<input type="checkbox"/> Nuevos segmentos de clientes <input type="checkbox"/> No sé en que área <input type="checkbox"/> No estamos innovando <input type="checkbox"/> Otro		(INCLUIR fundador, NO INCLUIR familiares no remunerados). 2019 2020 2021
Ciudad de Loja Otros cantones de Loja Otras provincias Internacional					
5. Lugar donde vende (exporta) productos o servicios		6. Aumento o disminución de ventas últimos tres años (%)			
<input type="checkbox"/> Mercado Local <input type="checkbox"/> Otros mercados en Ecuador <input type="checkbox"/> Fuera de Ecuador		2019 A D = 2020 A D = 2021 A D =			
9. Impacto de la empresa en la comunidad					
<input type="checkbox"/> Impacto económico (genera nuevos empleos, ingresos fiscales). <input type="checkbox"/> Impacto social (contribuye al bienestar de la población, más vulnerable). <input type="checkbox"/> Impacto ambiental (se refiere a cuestiones ambientales).		<input type="checkbox"/> Impacto en el desarrollo del capital humano y la tecnología (contribuye al desarrollo de la infraestructura tecnológica o del desarrollo del capital I. Cultural (contribuye a la preservación de la cultura, costumbres y tradiciones).			
SEC. 1: TIPO DE EMPRESA E IMPACTO					
1. Nivel de formación académica		10. Cuántos emprendedores exitosos conoce en su provincia o ciudad		13. Conoce qué es o qué hace una incubadora/ aceleradora de	
<input type="checkbox"/> Fundador/ Co-Fundador <input type="checkbox"/> Gerente de la empresa <input type="checkbox"/> Ambos		<input type="checkbox"/> Participa en eventos para emprendedores en su ciudad o <input type="checkbox"/> Sí ¿Cuáles? <input type="checkbox"/> No		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Poca información	
2. Posición actual en la empresa		11. Participa en eventos para emprendedores en su ciudad o		18. Por qué no ha participado en incubadoras	
<input type="checkbox"/> Consumidor/ Cliente final (B2C) <input type="checkbox"/> Empresas (B2B) <input type="checkbox"/> Ambos		<input type="checkbox"/> ¿Ha colaborado en proyectos con otros emprendedores en su ciudad? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ¿De qué manera?		<input type="checkbox"/> Su marca / logo está registrada e <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
3. A quién vende su producto o servicio		12. ¿Ha colaborado en proyectos con otros emprendedores en su ciudad?		20. Conoce los pasos para el registro de propiedad intelectual y patentes en	
<input type="checkbox"/> Persona natural <input type="checkbox"/> No formaliza <input type="checkbox"/> Compañía limitada <input type="checkbox"/> Compañía anónima <input type="checkbox"/> SAS <input type="checkbox"/> Otro		<input type="checkbox"/> Incubadora o aceleradora <input type="checkbox"/> Parque industrial <input type="checkbox"/> Maquiladoras de su prod/ serv <input type="checkbox"/> Oficinas de transf. de tecnología		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
4. Su emprendimiento es de		14. Conoce en su ciudad la existencia de		22. Conoce los impuestos fiscales a nivel nacional y municipal que se manejan para los emprendedores	
<input type="checkbox"/> Más de 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1		<input type="checkbox"/> Incubadora <input type="checkbox"/> Aceleradora de negocios <input type="checkbox"/> Ambos <input type="checkbox"/> Ninguno		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
4. ¿Cuántas experiencias arrancando y 5 nuevos negocios tiene?		15. Tipo de programa al que asistió		23. Seleccione los Impu. que conoce	
<input type="checkbox"/> Más de 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1		<input type="checkbox"/> Incubadora <input type="checkbox"/> Aceleradora de negocios <input type="checkbox"/> Ambos <input type="checkbox"/> Ninguno		<input type="checkbox"/> IR <input type="checkbox"/> IVA <input type="checkbox"/> ISD <input type="checkbox"/> ICE <input type="checkbox"/> Imp. a los Vehículos Motorizados <input type="checkbox"/> Ambiental a la Contam. Vehicular <input type="checkbox"/> Imp. a los Activos en el Exterior <input type="checkbox"/> IR. Herencias, legados y donación <input type="checkbox"/> Patentes para concesión minera <input type="checkbox"/> Contribución a la atención de cáncer <input type="checkbox"/> Contribución solidaria <input type="checkbox"/> Contrí. temporales al patrimonio	
8. Qué lo motivó a ser emprendedor		16. ¿Concluyó al 100% el programa?		25. Conoce los requisitos para solicitar un préstamo bancario?	
<input type="checkbox"/> Aumentar ingresos personales <input type="checkbox"/> Ser independiente laboral/ econó. <input type="checkbox"/> Encontró oportunidad de negocio <input type="checkbox"/> Cumplir sueños <input type="checkbox"/> Continuar Negocio Familiar <input type="checkbox"/> No tenía una mejor opción de trabajo <input type="checkbox"/> Otro		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ¿Qué %? Y razones <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ¿Cuáles?		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
9. ¿Algún miembro de su familia tiene un negocio propio?		17. ¿Cómo le ayudaron los programas para el arranque de su negocio?		27. Sabe cómo funciona un capital de riesgo/ crowdfunding/ ángeles inversionistas	
<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No		<input type="checkbox"/> Desarrollo de habilidades de negocios y gestión de negocios <input type="checkbox"/> Motivando a iniciar y desarrollar mi propio negocio a través plan de negocios <input type="checkbox"/> Oportunidad de conocer otros programas y servicios de apoyo al emprendedor <input type="checkbox"/> Integración a nuevas redes de emprendedores, <input type="checkbox"/> Formación de nuevas relaciones de negocios <input type="checkbox"/> Oportunidad de conocer formas de financiamiento o capital <input type="checkbox"/> No participé en ningún programa <input type="checkbox"/> Otro		<input type="checkbox"/> Tengo poca información del tema <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
9. ¿Algún miembro de su familia tiene un negocio propio?		16. ¿Concluyó al 100% el programa?		28. ¿Ha hecho uso del financiamiento?	
<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ¿Qué %? Y razones <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ¿Cuáles?		<input type="checkbox"/> Préstamo bancario <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Capital Riesgo/ Emprendedor <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Capital Ángel <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Crowdfunding <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 3Fs <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Capital Semilla <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Programa de Finan. Público <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Otro (C. Propio/ ONG) <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
9. ¿Algún miembro de su familia tiene un negocio propio?		17. ¿Cómo le ayudaron los programas para el arranque de su negocio?		29) Indicar las AP/ P de CR que conoce	
<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ¿Qué %? Y razones <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ¿Cuáles?		<input type="checkbox"/> No participé en ningún programa <input type="checkbox"/> Otro	

30. Indicar las redes de AI que conoce		1 2 3 4 5 6 7 N/C	cuenta con infraestructura (incubadora) que apoya la formación emprendedora
31. Indicar los crowdfunding que conoc	Cuál es el IF que considera excesivo de pagar (monto, porcentaje, tiempo de IVA IR RI ISD ICE AIR AD Nse Otro	39. Las incubadoras/ aceleradoras de negocios en la ciudad	me dio los conocimientos necesarios para iniciar un negocio.
	los servicios de apoyo que ofrecen instituciones públicas, para favorecer los trámites administrativos, son adecuados.	son suficientes para atender la demanda emprendedora en la ciudad.	
32. ¿Por qué no ha hecho uso de las formas de financiamiento		ofrecen un apoyo eficaz y de calidad para los emprendedores.	me ayudó a desarrollar una actitud emprendedora.
		ofrecen programas que ayudan a la creación y desarrollo nuevos productos y servicios	tiene un rendimiento excepcional en relación al número de patentes, publicaciones, proyectos, empresas creadas por los estudiantes
33. Indicar los PFP que conoce	Para que actividad se deben realizar más trámites administrativos		
PERCEPCIÓN SOBRE EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR EN LA ENTIDAD.	Apertura o cierre de negocio (1) Contratar o despedir emplead (2) Patente municipal (3) Permiso bomberos (4) Not. Sanitaria (5) Reg. Marcas (6) Otro (Importación)	40. Sobre networking y colaboración, considera importante participar	44. Sobre la cultura emprendedora.
En esta sección, estamos interesados en evaluar su percepción como emprendedor, respecto a los siguientes factores, por favor califíquelos empleando la siguiente escala:		ofrecen apoyo para la adquisición de fondos de inversión.	Mi familia y mis amigos me han apoyado para ser un emprendedor
1 = Totalmente en desacuerdo	Qué trámites administrativos considera más costosos	Tienen un costo accesible	La cultura y normas de la sociedad tiene una influencia positiva para decidir ser un emprendedor
2 = Desacuerdo	Las legislaciones vigentes favorecen la puesta en marcha de mi idea de negocio	en proyectos colaborativos con otros emprendedores.	Los emprendedores tienen un estatus social alto y de respeto en Loja.
3 = Algo en desacuerdo		en proyectos colaborativos entre emprendedores, universidades, organizaciones públicas..	La presencia de emprendedores de éxito en la ciudad me ha motivado para convertirme en
4 = Neutral	38. Sobre la infraestructura de apoyo en la ciudad	en las actividades y eventos que facilitan el networking emprendedor	Mis experiencias en la apertura de nuevos negocios (éxitos o fracasos) han sido un gran estímulo para el desarrollo de mis habilidades y actitud
5 = Algo de acuerdo	los SB (electricidad, agua, etc.) disponibles, son de alta calidad.	El acceso a programas de financiamiento en mi ciudad...	En Loja hay una tendencia de las empresas para colaborar en proyectos con universidades e instituciones públicas.
6 = De acuerdo	los S. de telecomunicación/ banda ancha disponibles, son de alta calidad.	fácil (en relación a los trámites, garantías) obtener un préstamo bancario	En Loja hay un aumento en el número de organizaciones y eventos que promueven el networking emprendedor local y
7= Totalmente de acuerdo	En qué medida los siguientes elementos son un obstáculo para las operaciones de su empresa	accesible (en relación a tasas de interés) obtener un préstamo bancario.	En Loja es común convertirse en emprendedor.....
35. Los trámites administrativos necesarios	Electricidad A M B PN	Fácil de obtener capital de riesgo, fondos de ángeles inversionistas, fondos públicos y crowdfunding.	cuando eres impulsado por una necesidad (falta de una mejor opción de trabajo; para aumentar los bajos ingresos personales)
para la apertura de un negocio, son sencillos y rápidos de realizar.	Telecomunicación A M B PN		porque existen muy buenas oportunidades para crear y desarrollar negocios innovadores
	Internet A M B PN		46. Considerando todos los aspectos discutidos, ¿cómo percibe el entorno emprendedor en la ciudad? ¿Ofrece buenas oportunidades para aumentar significativamente su negocio en los próximos meses / años?
	Agua A M B PN		
	Costo Arriendo A M B PN		
	Gas A M B PN		
	Transporte A M B PN		
	Otro A M B PN		
para el despidio del personal, tienen un costo económico y accesible.			
para la apertura de un negocio, tienen un costo económico y accesible.	se cuenta con suficientes servicios de apoyo profesional (legal, contable, técnico, etc.) de alta calidad.	42. Los egresados de..... cuentan con una preparación académica y habilidades adecuadas para los puestos que aplican en la empresa.	
	se cuenta con suficientes OIT que ofrecen servicios de alta calidad a los emprendedores	Nivel universitario y técnico aspirantes a trabajar en la empresa	
	los parques tecnológicos e industriales disponibles, favorecen un ambiente emprendedor y empresarial.		
	en la ciudad se cuenta con la tecnología necesaria para desarrollar/escalar su idea de la carga fiscal que se debe pagar anualmente, es difícil de manejar	Los inmigrantes aspirantes a trabajar en la empresa,	
	se cuenta con suficientes instituciones de I & D, de alta calidad y productividad.	43. La universidad donde realicé mis estudios profesionales...	Coméntenos que es lo que hace falta o se puede mejorar en la ciudad para que surgan negocios innovadores y
	las universidades promueven el desarrollo de una cultura emprendedora.		

Anexo 2. ENCUESTA A PROFUNDIDAD EN UNIVERSIDADES / TECNOLÓGICOS

Su universidad / instituto tecnológico ha sido seleccionada para participar en esta encuesta, que tiene como objetivo evaluar el ecosistema emprendedor en la ciudad de Loja. Sus respuestas se tratarán con estricta confidencialidad y se utilizarán para propósitos de investigación estadística o social y se publicarán de forma agregada.

Si a lo largo del cuestionario tiene dudas puede comunicarse directamente al número de Erika Reyes: 0988620478, para resolverlas.

¡Agradecemos su participación!

SECCIÓN 1.0: PERFIL DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

1. Nombre oficial de la institución educativa

2. Mencionar los programas académicos (Tercer y cuarto nivel) que ofrece la institución

(Por favor, agregar más filas de ser requerido)

Carrera 1		
Carrera 2		
Carrera 3		

3. Indicar el número de ALUMNOS INSCRITOS en cada programa académico (Tercer y cuarto nivel), durante el periodo 2021- 2022, que cursan la modalidad TIEMPO COMPLETO y TIEMPO PARCIAL

(Por favor, agregar más filas de ser requerido y mantener el orden de la tabla anterior)

	TOTAL ALUMNOS INSCRITOS	TIEMPO COMPLETO	TIEMPO PARCIAL
Carrera 1	Ejem: 30	10	20
Carrera 2			
Carrera 3			

4. ¿Cuentan dentro de la institución con ALUMNOS INTERNACIONALES inscritos en los programas académicos mencionados? (Por favor, escriba una X en la respuesta seleccionada)

- Si ()
- No ()

Si su respuesta fue SI, favor de indicar nacionalidades de los alumnos

5. Indicar el número de ALUMNOS INTERNACIONALES registrados en cada programa académico (Tercer y cuarto nivel) que cursan la modalidad TIEMPO COMPLETO y TIEMPO PARCIAL, durante el periodo 2021-2022,

(Por favor, agregar más filas de ser requerido y mantener el orden de la tabla anterior)

	TOTAL ALUMNOS INTERNACIONALES	TIEMPO COMPLETO	TIEMPO PARCIAL
Carrera 1	Ejem: 20	15	5
Carrera 2			
Carrera 3			

6. Indicar el número de ALUMNOS GRADUADOS en cada programa académico (Tercer y cuarto nivel), durante el periodo 2021- 2022

(Por favor, agregar más filas de ser requerido y mantener el orden de la tabla anterior)

	TOTAL ALUMNOS GRADUADOS
Carrera 1	Ejem: 50
Carrera 2	
Carrera 3	

7. ¿Cuántos profesores tiene contratados en la institución? (profesores activos)

8. ¿Cuántos profesores tienen nacionalidad ecuatoriana o internacional?

Número de profesores nacionales	
Número de profesores internacionales (Indicar nacionalidad)	Ejem: 5 (Chilenos); 8 (Colombianos), etc

SECCIÓN 2.0: EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

A continuación, se le realizarán una serie de preguntas para valorar la educación emprendedora que ofrece la institución a la comunidad universitaria / tecnológica.

9. ¿Cuenta su institución con un “plan estratégico para la educación emprendedora”?

- Si ()
- No ()

Comentarios (Favor de especificar nombre del plan estratégico en caso de existir)

10. ¿Cuáles son los objetivos principales, que busca cumplir la institución a través del “plan estratégico para la educación emprendedora”?

(Por favor, agregar más filas de ser requerido)

Objetivo 1	
Objetivo 2	

11. Indique las diferentes actividades estratégicas que tiene definida la institución para el cumplimiento del plan estratégico para la educación emprendedora.

(Por favor, agregar más filas de ser requerido)

Estrategia 1	
Estrategia 2	
Estrategia 3	

12. Especificar en cuales programas académicos (Tercer y cuarto nivel), impacta de manera directa el plan estratégico para la educación emprendedora, mencionado.

Carrera 1	
Carrera 2	
Carrera 3	
Todas las carreras académicas	

Comentarios

13. ¿Cuántos profesores que imparten cursos de emprendimiento e innovación, cuentan con experiencia en dicha área?

14. Indicar, la opción que valida la experiencia adquirida dentro del área de emprendimiento e innovación a los profesores que participan en el programa estratégico de educación emprendedora.

(Marcar con una X las opciones escogidas)

Reconocimientos de pláticas o cursos ()

Diplomas de cursos, talleres ()

Certificados talleres, diplomados ()

Especialidades ()

Experiencia laboral ()

Otro: (Especificar) _____

15. ¿Su institución tiene un aceleradora de negocios o incubadora?

• Si ()

• No ()

Comentarios

16. Especificar el tipo de aceleradora de negocios o incubadora que tiene la institución.

(Marcar con una X la opción escogida)

• Incubadora de negocios Tradicional. ()

• Incubadora de negocios de Tecnología Intermedia. ()

• Incubadora de negocios de Alta Tecnología ()

Comentarios

17. ¿Cuentan en su institución con una Oficina de Centro de Transferencia de Tecnología (CTT)? (Marcar con una X la opción escogida)

• Si ()

• No ()

• No sabe ()

Comentarios

18. ¿Su institución proporciona otro tipo de infraestructura de aprendizaje y mecanismos que promueven activamente el espíritu emprendedor y la innovación para la comunidad? Especificar cuáles ofrece.

(Por favor, agregar más filas de ser requerido)

Opción 1	
Opción 2	
Opción 3	

SECCIÓN 3.0: PRODUCTOS GENERADOS A PARTIR DE LOS PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO

En el siguiente bloque de preguntas le pedimos nos informe sobre los nuevos productos generados a partir de los programas de emprendimiento que manejan.

19. Indicar el número de patentes desarrolladas durante los siguientes ciclos académicos.

2018 – 2019	
-------------	--

2019 – 2020	
2020 – 2021	

20. Comentarios pregunta 19 (Sector económico con mayor número de patentes desarrolladas, etc.)

21. Indicar el monto invertido aproximado en actividades de Investigación y Desarrollo en los últimos tres ciclos académicos

2018 – 2019	
2019 – 2020	
2020 - 2021	

22. Qué porcentaje de ese monto invertido en Investigación y Desarrollo en los últimos tres ciclos académicos corresponde a fondos públicos otorgados por el gobierno.

2018 – 2019	
2019 – 2020	
2020 – 2021	

23. Indicar el número de publicaciones sobre temas de emprendimiento que se han realizado durante los siguientes ciclos académicos.

2018 – 2019	
2019 – 2020	
2020 – 2021	

24. Indicar el número de proyectos colaborativos en los cuales ha participado la institución de manera conjunta con otras empresas, instituciones educativas, instituciones de gobierno, etc., durante los siguientes ciclos académicos.

2018 – 2019	
2019 – 2020	
2020 – 2021	

25. Comentarios pregunta 24 (Mencionar algunos de los proyectos colaborativos en los que ha participado y brevemente explicar el objetivo de los mismos)


26. Indicar el número de negocios que han sido creados por estudiantes o antiguos alumnos de su institución.

2018 – 2019	
2019 – 2020	
2020 – 2021	

27. Comentarios pregunta 26 (Nombre algunos de los negocios)

Anexo 3. OFICIOS SOLICITANDO COLABORACIÓN INSTITUCIONAL

A continuación, se adjuntan los correos electrónicos enviados solicitando la información a las diferentes instituciones:

 **Universidad Nacional de Loja** | Rectorado
Of. Circ. Nro. 2022-2364 - R-UNL
Loja, 10 de junio de 2022

Ph. D.
Santiago Acosta Aide
RECTOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA - UTPL
Ciudad.-

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo y los mejores deseos de bienestar y éxito en sus actividades cotidianas.

Por medio de la presente, yo Nikolay Aguirre Ph.D.; en calidad de Rector de la Universidad Nacional de Loja, me permito dirigirme a usted y solicitarle de la manera más comedida se brinde el apoyo institucional necesario a la señorita Erika Salomé Reyes Andrade, estudiante de décimo ciclo de la carrera de Administración de Empresas que actualmente se encuentra realizando el tema de investigación **"DIAGNÓSTICO Y CARACTERIZACIÓN DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DE LA CIUDAD DE LOJA"** como requisito para obtener su título universitario.

La presente solicitud de apoyo la realizo con base a la necesidad de la estudiante, con el fin de que se digno disponer a los departamentos correspondientes, se realice la entrega de la información que se detalla en el documento word adjunto.

Además, solicito que se complete el documento en forma digital, dado que la naturaleza de la investigación lo requiere, y siempre garantizando que la información será utilizada únicamente con fines académicos y de enriquecer el acervo científico respecto al emprendimiento en la ciudad de Loja.

Por la favorable atención que se digno dar a la presente, expreso los sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,
**EN LOS TESOROS DE LA SABIDURÍA
ESTA LA GLORIFICACIÓN DE LA VIDA**



Nikolay Aguirre, Ph.D.
RECTOR

Copia - Erika Salomé Reyes Andrade, ESTUDIANTE DEL DÉCIMO CICLO, PARALELO "A"
- Archivo Rectorado
NA/mav

072 - 54 7252 Ext. 101
Ciudad Universitaria "Guillermo Falconi Espinosa"
Calleja letra "S", Sector La Argelia - Loja - Ecuador

Educamos para Transformar

 **Universidad Nacional de Loja** | Rectorado
Of. Circ. Nro. 2022-2364 - R-UNL
Loja, 10 de junio de 2022

Dector
Reinaldo Valarezo Garcia, Mgtr.
RECTOR DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR - SEDE EN LOJA
Ciudad.-

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo y los mejores deseos de bienestar y éxito en sus actividades cotidianas.

Por medio de la presente, yo Nikolay Aguirre Ph.D.; en calidad de Rector de la Universidad Nacional de Loja, me permito dirigirme a usted y solicitarle de la manera más comedida se brinde el apoyo institucional necesario a la señorita Erika Salomé Reyes Andrade, estudiante de décimo ciclo de la carrera de Administración de Empresas que actualmente se encuentra realizando el tema de investigación **"DIAGNÓSTICO Y CARACTERIZACIÓN DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DE LA CIUDAD DE LOJA"** como requisito para obtener su título universitario.

La presente solicitud de apoyo la realizo con base a la necesidad de la estudiante, con el fin de que se digno disponer a los departamentos correspondientes, se realice la entrega de la información que se detalla en el documento word adjunto.

Además, solicito que se complete el documento en forma digital, dado que la naturaleza de la investigación lo requiere, y siempre garantizando que la información será utilizada únicamente con fines académicos y de enriquecer el acervo científico respecto al emprendimiento en la ciudad de Loja.

Por la favorable atención que se digno dar a la presente, expreso los sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,
**EN LOS TESOROS DE LA SABIDURÍA
ESTA LA GLORIFICACIÓN DE LA VIDA**



Nikolay Aguirre, Ph.D.
RECTOR

Copia - Erika Salomé Reyes Andrade, ESTUDIANTE DEL DÉCIMO CICLO, PARALELO "A"
- Archivo Rectorado
NA/mav

072 - 54 7252 Ext. 101
Ciudad Universitaria "Guillermo Falconi Espinosa"
Calleja letra "S", Sector La Argelia - Loja - Ecuador

Educamos para Transformar

 **Universidad Nacional de Loja** | Rectorado
Of. Circ. Nro. 2022-2364 - R-UNL
Loja, 10 de junio de 2022

Magister
María Isabel Ureña Torres
**RECTORA DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
"DANIEL ÁLVAREZ BURNEO"**
Ciudad.-

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo y los mejores deseos de bienestar y éxito en sus actividades cotidianas.

Por medio de la presente, yo Nikolay Aguirre Ph.D.; en calidad de Rector de la Universidad Nacional de Loja, me permito dirigirme a usted y solicitarle de la manera más comedida se brinde el apoyo institucional necesario a la señorita Erika Salomé Reyes Andrade, estudiante de décimo ciclo de la carrera de Administración de Empresas que actualmente se encuentra realizando el tema de investigación **"DIAGNÓSTICO Y CARACTERIZACIÓN DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DE LA CIUDAD DE LOJA"** como requisito para obtener su título universitario.

La presente solicitud de apoyo la realizo con base a la necesidad de la estudiante, con el fin de que se digno disponer a los departamentos correspondientes, se realice la entrega de la información que se detalla en el documento word adjunto.

Además, solicito que se complete el documento en forma digital, dado que la naturaleza de la investigación lo requiere, y siempre garantizando que la información será utilizada únicamente con fines académicos y de enriquecer el acervo científico respecto al emprendimiento en la ciudad de Loja.

Por la favorable atención que se digno dar a la presente, expreso los sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,
**EN LOS TESOROS DE LA SABIDURÍA
ESTA LA GLORIFICACIÓN DE LA VIDA**



Nikolay Aguirre, Ph.D.
RECTOR

Copia - Erika Salomé Reyes Andrade, ESTUDIANTE DEL DÉCIMO CICLO, PARALELO "A"
- Archivo Rectorado
NA/mav

072 - 54 7252 Ext. 101
Ciudad Universitaria "Guillermo Falconi Espinosa"
Calleja letra "S", Sector La Argelia - Loja - Ecuador

Educamos para Transformar

 **Universidad Nacional de Loja** | Rectorado
Of. Circ. Nro. 2022-2364 - R-UNL
Loja, 10 de junio de 2022

Magister
Victor Hugo Samaniego Luna
RECTOR DEL INSTITUTO UNIVERSITARIO BOLIVARIANO
Ciudad.-

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo y los mejores deseos de bienestar y éxito en sus actividades cotidianas.

Por medio de la presente, yo Nikolay Aguirre Ph.D.; en calidad de Rector de la Universidad Nacional de Loja, me permito dirigirme a usted y solicitarle de la manera más comedida se brinde el apoyo institucional necesario a la señorita Erika Salomé Reyes Andrade, estudiante de décimo ciclo de la carrera de Administración de Empresas que actualmente se encuentra realizando el tema de investigación **"DIAGNÓSTICO Y CARACTERIZACIÓN DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DE LA CIUDAD DE LOJA"** como requisito para obtener su título universitario.

La presente solicitud de apoyo la realizo con base a la necesidad de la estudiante, con el fin de que se digno disponer a los departamentos correspondientes, se realice la entrega de la información que se detalla en el documento word adjunto.

Además, solicito que se complete el documento en forma digital, dado que la naturaleza de la investigación lo requiere, y siempre garantizando que la información será utilizada únicamente con fines académicos y de enriquecer el acervo científico respecto al emprendimiento en la ciudad de Loja.

Por la favorable atención que se digno dar a la presente, expreso los sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,
**EN LOS TESOROS DE LA SABIDURÍA
ESTA LA GLORIFICACIÓN DE LA VIDA**



Nikolay Aguirre, Ph.D.
RECTOR

Copia - Erika Salomé Reyes Andrade, ESTUDIANTE DEL DÉCIMO CICLO, PARALELO "A"
- Archivo Rectorado
NA/mav

072 - 54 7252 Ext. 101
Ciudad Universitaria "Guillermo Falconi Espinosa"
Calleja letra "S", Sector La Argelia - Loja - Ecuador

Educamos para Transformar



Universidad Nacional de Loja
Of. Circ. Nro. 2022-2364 -R-UNL
Loja, 10 de junio de 2022

Rectorado

Magíster
Maribel Soledad Minga Mendieta
RECTORA DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO "LOS ANDES"
Ciudad.-

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo y los mejores deseos de bienestar y éxito en sus actividades cotidianas.

Por medio de la presente, yo Nikolay Aguirre Ph.D.; en calidad de Rector de la Universidad Nacional de Loja, me permito dirigirme a usted y solicitarle de la manera más comedida se brinde el apoyo institucional necesario a la señorita Erika Salomé Reyes Andrade, estudiante de décimo ciclo de la carrera de Administración de Empresas que actualmente se encuentra realizando el tema de investigación "DIAGNÓSTICO Y CARACTERIZACIÓN DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DE LA CIUDAD DE LOJA" como requisito para obtener su título universitario.

La presente solicitud de apoyo la realizo con base a la necesidad de la estudiante, con el fin de que se digne disponer a los departamentos correspondientes, se realice la entrega de la información que se detalla en el documento word adjunto.

Además, solicito que se complete el documento en forma digital, dado que la naturaleza de la investigación lo requiere, y siempre garantizando que la información será utilizada únicamente con fines académicos y de enriquecer el acervo científico respecto al emprendimiento en la ciudad de Loja.

Por la favorable atención que se digne dar a la presente, expreso los sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,
**EN LOS TESOROS DE LA SABIDURÍA
ESTA LA GLORIFICACIÓN DE LA VIDA**



NIKOLAY AGUIRRE
Nikolay Aguirre, Ph.D.
RECTOR

Copia
- Erika Salomé Reyes Andrade, ESTUDIANTE DEL DÉCIMO CICLO, PARALELO "A"
- Archivo Rectorado
NA/misv

072-54-7252 Ext. 101
Ciudad Universitaria "Guillermo Falconi Espinosa"
Casilla letra "S", Sector La Argelia - Loja - Ecuador

Educamos para Transformar



Universidad Nacional de Loja
T.M. 012022026603

Facultad Jurídica, Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas

SRI SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
SECRETARÍA ZONAL 7

Ing. Karina Hidalgo

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

De mi consideración:

17 JUN 2022
RECIBIDO POR: [] HOJA: 12/22
FOLIOS: [] CARTELAS: [] SOBRES: [] OTROS: []

Por medio de la presente, yo Erika Salomé Reyes Andrade, portadora de la cédula 1105593980, estudiante del décimo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas, dado que me encuentro realizando el tema de tesis "DIAGNÓSTICO Y CARACTERIZACIÓN DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DE LA CIUDAD DE LOJA" y que está dirigido por el Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza, me dirijo a usted con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se me facilite la base de datos que contenga la información que detallo al final, ya que dada la naturaleza de la investigación y la metodología a seguir se requiere encuestar a una muestra poblacional de la ciudad de Loja que se encuentre dentro de esos parámetros, garantizando que la información será utilizada únicamente con fines académicos y de enriquecer el acervo científico respecto al emprendimiento en la ciudad de Loja.

- Empresas o emprendimientos con hasta 5 años de antigüedad.
- Razón Social, Nombre comercial, o Representante legal de las mismas.
- Clasificación empresarial a la que pertenecen (Negocio popular, Emprendedor, Micro, Pequeña, Mediana, Grande empresa)
- Tipo de Contribuyente (Persona Natural, Compañía Limitada, Compañía Anónima, Compañía por Acciones simplificadas, etc)
- Actividad económica principal
- Número de empleados a lo largo de los 5 últimos años.
- Evolución de las ventas a lo largo de los 5 últimos años.
- Evolución de los gastos a lo largo de los 5 últimos años (En caso de existir)
- Evolución del monto de activos a lo largo de los 5 últimos años (En caso de existir)
- Información de contacto con las empresas (Número de contacto, correo electrónico)



Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas

Por la favorable atención que se digne dar a la presente, expreso a usted mi gratitud y éxitos en sus labores.

Atentamente,

Erika Salomé Reyes Andrade
C.I.: 1105593980
ESTUDIANTE DEL DÉCIMO CICLO, PARALELO "A"

Anexo 4. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1. Tema

Diagnóstico y caracterización del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja.

1. Problemática

Debido a los cambios vertiginosos en el entorno empresarial y a la influencia de factores económicos, políticos, tecnológicos, sociales y ambientales que fuerzan la transformación de procesos e innovación, los nuevos emprendedores deben contar con los conocimientos, herramientas y actitudes adecuadas para poder enfrentar estos cambios y destacarse de la competencia, sin embargo, esto no es suficiente, ya que asegurar la permanencia y crecimiento de la empresa en este entorno en constante evolución no solo depende de las acciones en el entorno interno del emprendedor, sino de la interrelación adecuada entre los actores del ecosistema emprendedor de la localidad en la que se encuentre y las condiciones sistémicas presentes.

De acuerdo a (Pincay, Paredes & Pincay, 2018), “El ecosistema emprendedor está conformado por el conjunto de instituciones públicas y privadas que brindan apoyo a los emprendedores. Dichos apoyos se pueden clasificar dentro de las etapas del proceso emprendedor o en función de los factores que influyen en la adquisición de las competencias necesarias para emprender.”

Además, mencionan que “para mejorar la supervivencia de los emprendimientos es necesaria la existencia de un ecosistema emprendedor bien diseñado y evaluado en forma permanente.”

A nivel país, Ecuador lidera dos de los indicadores más importantes de emprendimiento, con una Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 36.2%, lo que significa que alrededor de 3.6 millones de habitantes estuvieron involucrados en la puesta en marcha de un negocio, sin embargo, también presenta una alta tasa de salida de 9.3%, la mayor de la región, siendo las principales causales: problemas personales con 32,7%, falta de rentabilidad con 25,2%, y falta de financiamiento con 16,6% (GEM, 2020).

Además, respecto a las fases del emprendimiento, el 53% de emprendedores se mantiene en la etapa intencional de poner en marcha un negocio en los próximos 3 años, el 26,9% son emprendedores nacientes que no han superado los tres meses de operación, la tasa

de emprendedores nuevos corresponde a 10,8%, y los negocios establecidos disminuyeron con respecto a 2017, mostrando una tasa de 14,7%.

Estas estadísticas se dan como resultado de las condiciones sistémicas para emprender del país, lo que a nivel global nos ubica en el puesto 61 del ranking, en comparación con Chile que se encuentra en el puesto 36, y más aún de quienes están en el top 5 del ranking: Estados Unidos, Finlandia, Países Bajos, Singapur, Alemania, de acuerdo a (Kantis, Federico, & Ibarra, 2019) y, en la investigación realizada por el GEM en 2020, en la posición 39 de 54 países, donde Suiza y Holanda ocupan los dos primeros puestos del ranking con las mejores condiciones para emprender.

Lo descrito anteriormente nos conduce a reflexionar sobre el impacto que un adecuado entorno de desarrollo empresarial puede llegar a tener sobre el nivel de creación, escalabilidad, desarrollo de nuevos modelos de negocio dinámicos y el éxito a largo plazo de los mismos, sobre todo a nivel local.

Ahora, si bien es cierto que se han desarrollado estudios sobre el ecosistema emprendedor a nivel país, los factores y condiciones sistémicas que influyen en la articulación de un ecosistema de emprendimiento adecuado varía de una ciudad a otra, y actualmente no existen investigaciones que identifiquen y caractericen las dimensiones del ecosistema de la ciudad de Loja.

Por lo que este estudio pretende identificar los principales actores, los aportes que hacen al ecosistema, analizar las percepciones de los actores sobre las condiciones sistémicas del medio, determinar las necesidades de los emprendedores y empresarios para acelerar el proceso de crecimiento y creación de emprendimientos dinámicos, y qué acciones se pueden implementar para mejorarlo.

Es más, de acuerdo a (Sempertegui, Burneo, Tandazo, & Jiménez, 2018), “el ecosistema emprendedor, en el caso de Loja, aún no está consolidado, si bien existen los actores, estos desarrollan actividades de fomento al emprendimiento de manera individual por lo que sus niveles de incidencia e impacto son mínimos”.

Es por esto que se vuelve primordial realizar un diagnóstico y caracterización del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja, para determinar el estado de las condiciones sistémicas que representan fortalezas y debilidades del sistema local, recoger las percepciones

de los distintos actores del ecosistema emprendedor de la ciudad, e identificar las características del mismo y las oportunidades de mejora en áreas clave que permitan orientar la toma de decisiones de emprendedores, instituciones públicas y privadas, universidades, inversores, aceleradoras, etc., para consolidar y fortalecer el ecosistema de la ciudad de Loja y se convierta en un referente de emprendimiento a nivel nacional.

Por estas razones se plantea investigar el siguiente problema:

¿Cuál es el estado actual del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja?

¿Qué condiciones sistémicas representan fortalezas y debilidades en el sistema de emprendimiento local?

¿Quiénes son los principales actores del ecosistema emprendedor?

¿Qué estrategias se pueden implementar para mejorar el ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja?

2. Justificación

El emprendimiento es un elemento clave para el crecimiento económico de un país, y en Ecuador no es la excepción, pues de acuerdo al INEC, las MIPYMES en el Ecuador conforman más del 90% de las empresas constituidas, estas organizaciones tienen un gran impacto a nivel social pues constituyen la mayor fuente de empleo a nivel nacional, sin embargo, más del 50% de las mismas se dedican a actividades de comercio mayorista o minorista, de forma tradicional, sin competir con base en diferenciación e innovación, como es el caso de los emprendimientos dinámicos, que tienen mayor capacidad para

crear empleos de calidad y ayudar a diversificar la estructura productiva de la región, es por eso que cada vez son más los países que están interesados en promover su surgimiento.

Loja es una provincia que presenta escasos niveles de desarrollo en actividades productivas y agregadoras de valor, y pasar de un modelo tradicional de emprendimiento a uno dinámico no es tarea fácil, pues el entorno en el que se desarrollan los nuevos negocios juega un papel primordial en el éxito y escalabilidad de los mismos, por lo que un ecosistema emprendedor de calidad es el resultado de un conjunto articulado de factores que generan espacios propicios para crear valor e iniciativas de alto potencial. Sin embargo, para poder iniciar acciones de cambio en la ciudad de Loja se debe comprender primeramente cómo está articulado su ecosistema, y eso amerita que se investigue sobre las condiciones para el emprendimiento que existen en el medio a través de un enfoque sistémico.

El estudio que se pretende llevar a cabo, denominado “Diagnóstico y caracterización del ecosistema emprendedor actual de la ciudad de Loja”, busca, identificar los factores que

promueven o limitan el emprendimiento en la misma, así como determinar las fortalezas y debilidades del entorno, identificar las características del ecosistema de emprendimiento, y recoger las percepciones y opiniones de los diferentes participantes de la investigación respecto a las condiciones sistemáticas para el desarrollo de emprendimientos, para poder emitir recomendaciones enfocadas en mejorar el ecosistema y orientar la toma de decisiones de los actores del mismo, tales como emprendedores, instituciones públicas y privadas, universidades, inversores, aceleradoras, etc., que quieran crear y desarrollar nuevas empresas, y generar iniciativas que fomenten el emprendimiento y el bienestar económico y social de la ciudad, pues no existen investigaciones previas referentes al tema.

En cuanto al ámbito académico, la investigación se enmarca dentro de la línea 09, Economía, Administración y Desarrollo, y sublínea de Estructura y Organización Empresarial; el diagnóstico pretende contribuir en el fortalecimiento y fomento del conocimiento científico de un problema social que influye directamente en el bienestar económico de la ciudadanía lojana y que debemos enfrentar como comunidad en aras de transformar la matriz productiva de la ciudad y convertirnos en un referente de emprendedurismo de alto impacto para el país.

Esta investigación, es viable por cuanto se dispone de los recursos económicos, humanos y de fuentes de información necesarios para llevarla a cabo.

3. Objetivos

Objetivo General

Realizar un diagnóstico y caracterización del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja.

Objetivos Específicos

- Elaborar el diagnóstico del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja.
- Caracterizar el ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja.
- Plantear posibles estrategias para mejorar el ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja.

4. METODOLOGÍA

El objetivo de la investigación es realizar un diagnóstico y caracterización del ecosistema emprendedor de la ciudad de Loja, se recurrirá a un diseño metodológico no experimental, de tipo descriptivo, dado que se determinará el estado actual de las condiciones que caracterizan al ecosistema emprendedor de la ciudad, también será de tipo retrospectivo y

transversal porque en algunas variables se analizarán los datos sobre hechos ocurridos en el pasado, y en otras sobre el curso actual de los mismos.

Según Hernández y Baptista (2015) la investigación no experimental “es la que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Lo que se hace es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos”. Así mismo, manifiestan que la investigación transversal “recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”, y que al ser descriptivo “se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.”.

El enfoque de investigación que se aplicará en el presente estudio será el mixto cuantitativo y cualitativo, pues es el que mejor se adapta a las necesidades de la investigación, toda vez que permite describir un fenómeno social a través de la recolección de datos a partir de variables establecidas y traducirlos de manera numérica, a los que se asigna significado y hace inferencias con base en ello, además, se intenta brindar una comprensión más amplia del problema de investigación aplicando varias técnicas de recolección de información.

Dado que la investigación es sistémica, se la realizará a los diferentes actores que articulan un ecosistema emprendedor, como instituciones públicas, instituciones de educación superior, centros privados de apoyo al emprendimiento, emprendedores y empresarios de la ciudad, y de forma documental, a las diversas legislaciones que fomentan el emprendimiento.

En este estudio las variables a medir serán el ambiente regulatorio, la infraestructura de soporte, acceso a capital, recurso humano y cultura.

El sustento metodológico para esta investigación son las fuentes de información secundaria referentes a investigaciones e informes sobre las condiciones de emprendimiento a nivel global y regional como:

- Estrategia Ecuador Emprendedor, Innovador y Sostenible 2030
- Modelo para el análisis y desarrollo de ecosistemas de emprendimiento en ciudades intermedias de Latinoamérica
- Informe de condiciones sistémicas para el emprendimiento en América Latina 2019

- Reporte del ICSED-PRODEM del Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico
- Bases de datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y del Sistema de Rentas Internas (SRI).

En cuanto a las fuentes primarias para la obtención de datos se aplicarán encuestas directamente a emprendedores, empresarios y demás actores del ecosistema de la ciudad de Loja.

Población

Las poblaciones de estudio para la presente investigación están conformadas por las 95 instituciones financieras con sede en la ciudad de Loja, por 3 Instituciones de Educación Superior (IES), 5 Institutos Tecnológicos Superiores (ITS), 17.155 empresas legalmente constituidas según datos del INEC, dirigentes de instituciones gubernamentales como SRI, Municipio, Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, y dirigentes de instituciones de apoyo al emprendedor como Alianza para el emprendimiento e innovación (AEI) y 3 Coworkings de la ciudad.

Muestra

En este estudio se utilizarán dos tipos de muestreo para diferentes poblaciones. En el caso de las instituciones financieras, IES, ITS, instituciones gubernamentales y dirigentes de instituciones de apoyo al emprendedor se aplicará el muestreo no probabilístico por criterio, puesto que al ser una población pequeña se les solicitará a los dirigentes de las organizaciones que formen parte del estudio.

En el caso de las empresas legalmente constituidas se aplicará un muestreo probabilístico cuyo tamaño se obtendrá tras aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

N = tamaño de la población = 17.155 empresas

Z = valor de Z crítico, distribución normalizada = 1,96

E = margen de error = 5%

p = proporción de aceptación deseada = 50%

q = proporción de rechazo = 50%

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)(17155)}{0,05^2(17155 - 1) + 1,96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 376$$

Una vez obtenida el tamaño de la muestra con un valor de 376 empresas, se procede a distribuir la muestra por estratos, bajo el planteamiento de seleccionar aleatoriamente, en cada estrato, un número específico de elementos correspondiente a la proporción del mismo en relación con la población completa, ya que, de acuerdo a Levin, et al. (2004) “el muestreo estratificado garantiza que cada elemento de la población tenga posibilidad de ser seleccionado”, de la siguiente forma:

Tamaño de empresa	No de empresas	%	Distribución de la muestra
<i>Pequeña empresa</i>	769	0,05	17
<i>Microempresa</i>	16.186	0,9	355
<i>Mediana Empresa B</i>	56	0,0033	1
<i>Mediana Empresa A</i>	108	0,06	2
<i>Grande Empresa</i>	36	0,0021	1
Total	17.155	1	376

Autor: Elaboración propia

Dado que las microempresas representan cerca del 90% de la muestra poblacional se vuelve a distribuir por estratos de sector económico el número de encuestas a aplicar, de acuerdo a los porcentajes de participación de cada sector respecto al total de microempresas.

Tamaño de empresa	Sector económico	No de empresas	%	Distribución de la muestra
Microempresa	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	571	0,0353	13
	Comercio	5.937	0,3668	130
	Construcción	467	0,0289	10
	Explotación de Minas y Canteras	30	0,0019	1
	Industrias Manufactureras	1.554	0,0960	34
	Servicios	7.627	0,4712	167
		16.186	1	355

Autor: Elaboración propia

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Para la presente investigación se utilizará la observación y encuesta como métodos de recolección de datos ya que permite percibir los hechos de la realidad por medio de un esquema conceptual previo y de acuerdo a los objetivos de la investigación.

Las técnicas a emplear en esta investigación serán: la observación no participante indirecta documental, al no pertenecer a ninguna de las instituciones sobre las que se obtendrá la información de tipo secundaria respecto a las variables antes mencionadas; y la encuesta y entrevista, porque se obtendrá información primaria de los diferentes sujetos de estudio sobre sus percepciones de las diferentes condiciones del ecosistema emprendedor.

Instrumento

Se realizarán varios cuestionarios cuyos fines serán obtener respuestas acerca del problema de investigación y que los individuos llenarán por sí mismo de forma física o virtual.

Procedimiento

Para llevar a cabo el diagnóstico del estado actual del ecosistema emprendedor en la ciudad de Loja se llevará a cabo una exhaustiva revisión bibliográfica de todas las dimensiones que articulan un ecosistema emprendedor de acuerdo a las propuestas de diversos autores, así como una observación directa del entorno de la ciudad para identificar que componentes representan fortalezas y debilidades, y reconocer quienes son los principales actores del ecosistema, por último, se aplicarán cuestionarios adaptados del “Modelo para el análisis y desarrollo de ecosistemas de emprendimiento en ciudades intermedias de Latinoamérica” basados en preguntas abiertas, cerradas y de escala de Likert para poder medir las percepciones de los diversos agentes que conforman el sistema de emprendimiento local. En los casos dónde no se precisó de calcular muestras, existirá un acercamiento inicial con los dirigentes de las diversas organizaciones para solicitar su participación en la investigación, y en el caso de la aplicación de encuestas existirán dos momentos de recolección de información, el primero será la aplicación del cuestionario orientado a conocer las percepciones generales de las empresas sobre el ecosistema lojano, y el segundo se dará luego de filtrar acorde a los resultados anteriores, a aquellas empresas o emprendimientos que presentan características correspondientes a los emprendimientos de alto impacto, a quienes se les aplicará una entrevista

con el fin de profundizar en su percepción sobre las condiciones sistémicas del entorno para la articulación de un ecosistema de calidad en torno a las variables del ambiente regulatorio, la infraestructura de soporte, acceso a capital, recurso humano y cultura.

Una vez procesada la información se procederá a caracterizar al ecosistema emprendedor de la ciudad, identificando fortalezas y debilidades, y finalmente a plantear estrategias de mejoramiento del ecosistema de la ciudad de Loja.

5. Cronograma de actividades

Tiempo Actividades		Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre		Resultados
		4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2				
1	Elaboración del marco teórico																						Fundamentación teórica y metodológica del proyecto de investigación.	
2	Definición de variables																						Variables e indicadores que serán medidos en la investigación.	
3	Diseño de instrumentos de recolección de información y aplicación de prueba piloto																						Cuestionarios que serán aplicados a las muestras poblacionales.	
4	Recolección de información																						Aplicación de los instrumentos de recolección de información.	
5	Procesamiento y análisis de datos																						Análisis, interpretación y gráficas de la información recolectada.	
6	Diagnóstico del ecosistema emprendedor en la ciudad de Loja																						Determinación del estado actual de las condiciones para el emprendimiento de la ciudad.	
7	Caracterización del ecosistema emprendedor																						Descripción de las características que presentan los emprendimientos de la ciudad.	
8	Análisis de las posibles estrategias para mejorar el ecosistema emprendedor																						Planteamiento de posibles estrategias de mejora para el ecosistema emprendedor de la ciudad.	
9	Conclusiones y Recomendaciones																						Redacción de los hallazgos más importantes de la investigación y de las recomendaciones para mejorar el ecosistema emprendedor.	
10	Redacción del informe borrador																						Documento borrador inicial que presenta los resultados de la investigación.	
11	Corrección del informe																						Informe borrador corregido de acuerdo a las observaciones del tutor.	
12	Impresión del trabajo																						Informe final físico corregido	
13	Presentación del informe																						Presentación de la tesis	

6. Presupuesto y financiamiento

7.1. Presupuesto

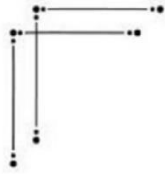
El presupuesto y financiamiento de la presente investigación durante los 5 meses que durará la investigación aproximadamente, se desglosará en los siguientes rubros:

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Costo
Equipos y utilitarios			
<i>Computadora</i>	1	\$ 350,00	\$ 350,00
<i>Impresora</i>	1	\$ 50,00	\$ 50,00
<i>Celular</i>	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<i>Calculadora</i>	1	\$ 25,00	\$ 25,00
<i>Flash Memory</i>	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Total			\$ 637,00
Programas informáticos			
<i>SPSS</i>	1	\$ 50,00	\$ 50,00
<i>Office 365</i>	1	\$ 30,00	\$ 30,00
<i>Photoshop</i>	1	\$ 60,00	\$ 60,00
<i>Illustrator</i>	1	\$ 126,00	\$ 126,00
<i>Question Pro</i>	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Total			\$ 326,00
Suministros y materiales			
<i>Resmas de papel</i>	5	\$ 4,60	\$ 23,00
<i>Tinta para impresora</i>	4	\$ 11,99	\$ 47,96
<i>Carpetas y perfiles</i>	6	\$ 0,50	\$ 3,00
<i>Esferos</i>	3	\$ 0,45	\$ 1,35
Total			\$ 75,31
Impresiones y fotocopias			
<i>Impresiones</i>	1200	\$ 0,05	\$ 60,00
<i>Fotocopias</i>	2500	\$ 0,03	\$ 62,50
<i>Empastados</i>	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Total			\$ 172,50
Movilización y transporte			
<i>Transporte diario</i>	25	\$ 1,80	\$ 45,00
Total			\$ 45,00
Gastos de Alimentación			
<i>Almuerzos</i>	6	\$ 2,50	\$ 15,00
Total			\$ 15,00
Gastos Imprevistos			
<i>Imprevistos</i>	Varios	20%	\$ 254,16
TOTAL			\$ 1.524,97

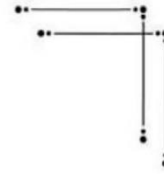
7.2. Financiamiento

El presupuesto para realizar la presente investigación será de aproximadamente \$1.524,97, valor que será asumido en su totalidad por la aspirante a obtener el título de grado de Ingeniera en Administración de Empresas.

Anexo 5 CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN DE INGLÉS



Universidad
Nacional
de Loja



Loja, 24 de febrero de 2023

Lic. Marlon Armijos Ramírez Mgs.

**DOCENTE PEDAGOGIA DE LOS IDIOMAS
NACIONALES Y EXTRANJEROS- UNL**

CERTIFICA:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del resumen del Trabajo de Titulación: "**DIAGNÓSTICO Y CARACTERIZACIÓN DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DE LA CIUDAD DE LOJA**". Autoria de ERIKA SALOMÉ REYES ANDRADE con CI: 1105593980, de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

Lo certifico en honor a la verdad y autorizo a la interesada hacer uso del presente en lo que a sus intereses convenga.



Firmado electrónicamente por:
**MARLON RICHARD
ARMIJOS RAMÍREZ**

MARLON ARMIJOS RAMÍREZ
DOCENTE DE LA CARRERA PINE-UNL
1031-12-1131340
1031-2017-1905329



Educamos para Transformar

