

DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA: EL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR EN ÉPOCA DE COVID-19

FROM THEORY TO PRACTICE: ENTREPRENEURSHIP IN ECUADOR AT THE TIME OF COVID-19

Galo López¹, Jairo Rivera²

¹Consultor independiente. Gerente de Car Wash Solution. Quito-Ecuador. E-mail: galo_lopez007@hotmail.com

²Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Área Académica de Gestión. Quito-Ecuador. E-mail: jairo.rivera@uasb.edu.ec

RESUMEN

El emprendimiento en el mundo es un proceso sistémico importante que dinamiza la economía y genera fuentes de empleo. En el Ecuador existe un alto espíritu emprendedor que combina motivaciones de oportunidad y necesidad, que se ha visto afectado por la pandemia sanitaria que vive el mundo. En este contexto, el objetivo de esta investigación es analizar el emprendimiento a través de un caso práctico y sus particularidades en época de COVID-19. La metodología es mixta, fundamentada en los Espacios Vacíos, combinando un análisis cuantitativo basado en datos primarios y un análisis cualitativo de fuentes de información secundaria. Entre los principales resultados se destaca que el emprendimiento es el resultado de la combinación de varios ingredientes que, adecuadamente combinados, como en el caso práctico, pueden generar negocios sostenibles en el tiempo.

Palabras clave: emprendimiento, COVID-19, Ecuador.

ABSTRACT

Entrepreneurship in the world is an important systemic process that stimulates the economy and generates sources of employment. In Ecuador there is a high entrepreneurial spirit that combines motivations of opportunity and need, which has been affected by the health pandemic that the world is experiencing. In this context, the objective of this research is to analyze entrepreneurship through a practical case and its particularities during the COVID-19 era. The methodology is mixed, based on Empty Spaces, combining a quantitative analysis based on primary data and a qualitative analysis from secondary information sources. Among the main results it is highlighted that entrepreneurship is the result of the combination of several ingredients that, properly combined, as in the practical case, can generate sustainable businesses.

Keywords: entrepreneurship, COVID-19, Ecuador.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento emerge como un motor del crecimiento económico y el desarrollo de los países. En este proceso tiene fundamental importancia la innovación, la cual permite transformar actividades con una mayor eficiencia. El emprendimiento en América Latina está asociado con un espíritu empresarial hacia el establecimiento de negocios, aunque todavía sin mayor innovación. Este hecho se relaciona con cuatro factores principales: I) poca competencia dentro de mercados asimétricos; II) brechas de capital humano asociadas con diversidad de la calidad de educación; III) restricciones en acceso a crédito en condiciones favorables; IV) entorno normativo y falta de derechos de propiedad intelectual (Lederman et al., 2015).

Existen varias etapas dentro del proceso emprendedor, las cuales permiten tangibilizar las ideas hacia proyectos concretos de negocio, entre ellas se puede destacar: I) la gestación del proyecto empresarial; II) la puesta en marcha del proyecto; y III) el



desarrollo inicial de la empresa (Kantis, 2005). De esta manera, la motivación, identificación y elaboración del proyecto, permite la gestación del mismo; mientras que la decisión en la ejecución operativa hace la puesta en marcha; y, finalmente, la perseverancia en la ejecución de cada desafío permitirá el buen desarrollo de este.

Es decir, en este proceso es fundamental el contar con un espíritu emprendedor y con información que permita entender el mercado en el cual se desarrolla el negocio. El Ecuador es uno de los países con mayores tasas de emprendimiento en el mundo, donde alrededor del 30% de la población posee un emprendimiento nuevo o naciente, con lo cual el país tiene la mayor tasa de actividad emprendedora en la región (Lasio et al., 2018). Este resultado refleja por un lado la disposición a asumir riesgos por parte de la población nacional, que confía en el establecimiento de un negocio para generar fuentes de ingreso, aunque también refleja el hecho de que hay problemas estructurales en el país, donde existen muchos emprendimientos, los cuales desafortunadamente tienen poca sostenibilidad en el tiempo. En este proceso, el emprendimiento en el país tiene motivaciones variadas, lo cual se asocia con su capacidad de sostenibilidad en el tiempo. Por un lado, están los emprendimientos por oportunidad, los cuales se ligan a una decisión voluntaria de emprender asociada a una posibilidad de negocio. Por otra parte, están los emprendimientos por necesidad, que se relacionan con el establecimiento de un negocio ante la falta de ingresos por otra fuente. Dentro del Ecuador hay diferencias en las motivaciones por grupos de edad, donde el 28% de emprendimientos se generan por necesidad entre los emprendedores de 12 a 24 años, dicha proporción aumenta a 31% entre las edades de 25 a 34 años, y bordea el 38% en los emprendimientos de personas entre 35 y 64 años (Zambrano y Lasio, 2019). Este hecho, de alta proporción de emprendimientos por necesidad, influye en la permanencia de los negocios en el tiempo ya que normalmente están asociados hacia negocios que se establecen sin estudios de mercado.

El ecosistema emprendedor en el Ecuador se ha mantenido relativamente estable en los últimos años y presenta algunas fortalezas y debilidades para el desarrollo de nuevos negocios. En términos relativos en comparación con países cercanos como Perú, Colombia o Chile, el Ecuador presenta algunos rezagos que dificultan el establecimiento y permanencia de negocios en el tiempo. Por un lado, el país tiene ventajas comparativas en torno a la infraestructura e intención emprendedora. Sin embargo, el país tiene limitaciones en relación con el ambiente regulatorio, la normativa en torno a abrir y cerrar negocios, las capacidades de negocios en línea y la innovación (Araque, Rivera y Argüello, 2020; Araque, Rivera y Argüello, 2019). En este panorama, desde mediados de marzo del 2020 el Ecuador ha presentado medidas de confinamiento parcial y total frente a la pandemia del COVID-19. Este hecho ha generado que las actividades económicas del país se hayan detenido, con las consecuentes afectaciones a la producción, consumo y empleo; en ese escenario el Banco Central del Ecuador estima una caída del PIB 2020 alrededor del 7% al 10%, y la CEPAL estima que la pobreza se incrementará cerca de 5% y desigualdad aumentará más de 3% (CEPAL, 2020).

Los efectos de la pandemia del COVID-19 dentro del emprendimiento y las pequeñas y medianas empresas han sido contraproducentes contra sus ventas y crecimiento, siendo distintas las magnitudes de los impactos dependiendo del sector económico. Para América Latina y el Caribe en una encuesta realizada a 2232 emprendedores de 19 países, se encuentra que el 80% de los emprendimientos señalan que están siendo fuertemente golpeados por el COVID-19, donde sus ingresos redujeron algo más de dos terceras partes, específicamente las de menor trayectoria, es decir hasta un año de vida (66%), y alrededor del 53% de los que vendían dejaron de hacerlo (Kantis y Angelelli, 2020). A su vez, para Ecuador han existido afectaciones en la producción y empleo, donde alrededor del 50% de las empresas tienen una liquidez de hasta 37 días, con mayores afectaciones a los sectores de turismo, hotelería y restaurantes, lo cual se enmarca en una percepción de la economía nacional compleja (Araque y Argüello, 2020; Franco, 2020, UDLA, 2020). En este contexto complejo, el objetivo de esta investigación es analizar el emprendimiento a través de un caso práctico y sus particularidades en época de COVID-19. El documento emplea una metodología mixta ya que combina un análisis cuantitativo basado en datos primarios y un análisis cualitativo de fuentes de información secundarias. La estructura del artículo es la siguiente: en la sección dos se presenta la metodología, en la sección tres se encuentran los principales resultados, la sección cuatro la discusión y, en la sección cinco se muestran las conclusiones.

METODOLOGÍA

Este estudio plantea una metodología mixta, combinando un análisis cuantitativo, basado en datos primarios, y, un análisis cualitativo, con fuentes de información secundarias. El emprendimiento se analiza a través de un caso práctico en donde se emplean herramientas que son replicables para cualquier negocio, desde la idea inicial hasta la puesta en marcha del negocio.

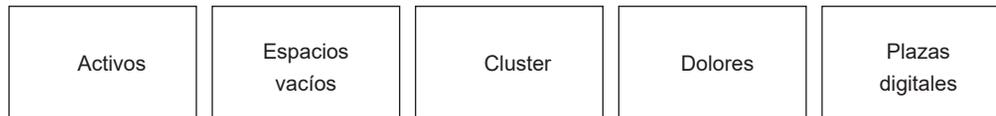


Gráfico 1. Ingredientes de Espacios Vacíos.

Elaborado por: Autores

Existen distintos esquemas para organizar el emprendimiento o una innovación, donde resulta interesante el proceso de los Espacios Vacíos desarrollado por Heredia (2019). En esta metodología se considera que el emprendimiento es la combinación de varios ingredientes, que aglutinan oportunidades para la generación de negocios, entre los cuales se encuentran: i) activos, que pueden ser físicos, monetarios o conocimiento; ii) espacios vacíos, como oportunidades de mejora; iii) clúster, como grupo de personas con intereses comunes; iv) dolores, como problemas que necesitan una solución; y v) plazas digitales, como esa conexión hacia lo digital. A continuación, se presenta la figura que resume los ingredientes para el emprendimiento:

RESULTADOS

El estudio procedió a aplicar la metodología de Espacios Vacíos para emprender dentro del contexto del COVID-19. A continuación, se presenta el proceso de elección del emprendimiento usando los ingredientes de los espacios vacíos y se detalla las oportunidades y limitaciones del nuevo emprendimiento.

• Ingrediente 1: Activos

Heredia (2019) afirma que para entender a los activos es necesario “pensar en todas esas cosas a las que tienes acceso en tu empresa o en tu vida.” (p.59). En el emprendimiento de este estudio, como caso práctico, se procedió a analizar los activos del futuro emprendedor.

El emprendedor tiene amplios conocimientos de estadística, con experiencia en varias instituciones nacionales dedicadas al manejo de datos, conociendo de técnicas de investigación, operativos de campo en el levantamiento de censos y encuestas, procesos de validación, depuración, imputación, procesamiento, análisis, publicación de resultados y manejo de equipos.

En ese sentido, si bien el emprendedor no tiene experiencia en un negocio propio, tiene conocimientos importantes que pueden servir para el estudio de mercado y estimación de la oferta y la demanda.

• Ingrediente 2: Espacios Vacíos

Heredia (2019) afirma que “Airbnb, por ejemplo, está usando los espacios vacíos en las casas de las personas para crear la empresa de hotelería más grande del mundo” (p.67). Con ello, en el presente emprendimiento se procedió a examinar los espacios vacíos que ha generado el COVID-19, donde varios países del mundo, entre ellos el Ecuador, siguieron las recomendaciones de la OMS relacionadas con la cuarentena, aislamiento y distanciamiento social, con el objeto de mitigar la propagación de este virus.

De esta manera, en Ecuador, la actividad económica se paralizó, a excepción de sectores tales como de salud, seguridad, producción y abastecimiento de alimentos, limpieza e higiene. Con ello, la vida dio un giro de 180 grados, ocasionando, reducción en el consumo de los hogares, que de acuerdo al Banco Central del Ecuador (2020) para el 2020 se estima una contracción de alrededor del 8%, generando espacios vacíos. En este caso, de los varios espacios vacíos, tiene singular importancia el hecho de que los hogares con tenencia de al menos un vehículo a motor disponen de parqueadero, espacio que puede ser utilizado para la actividad de servicios de lavado y desinfección vehicular in situ. Allí nació la pregunta ¿quién lava los vehículos de los propietarios que hacían uso de este servicio?, y claro, no solo, se trata ahora de lavar, sino de desinfectar debido a esta pandemia de la COVID-19. Entonces los espacios vacíos, como físicos, son: bodega de la casa, la terraza, parqueadero exclusivo de vivienda; referente al tiempo, se tiene, población desempleada, población ocupada con teletrabajo y/o educación on line, población restringida en movilización vehicular a motor.

• Ingrediente 3: Clúster

Heredia (2019) afirma: “un clúster es un grupo de personas que tienen intereses comunes. En general, agrupamos a los clientes, alumnos, usuarios, por edades o ingresos, pero eso es un segmento; un clúster es algo más específico, es un grupo con algún interés en común que los une” (p.79). Siguiendo esta definición, y recomendaciones, se generaron clústeres específicos partiendo de los activos ya descritos en este artículo, permitiendo segmentar de mejor forma. Es decir, se consideró a la población ocupada laboralmente, y, que realizan teletrabajo y/o educación on line, sea para beneficio propio o terceros, a causa del COVID-19, obviamente que disponga de vehículo a motor, en la ciudad de Quito, lugar de residencia actual.

El Ecuador, a través de la Agencia Nacional de Tránsito, cuenta con al menos 2.403.651 de vehículos motorizados matriculados (INEC 2018). Las provincias con mayor parque automotor son Pichincha y Guayas, con el 22,5% y 22,0%, respectivamente. De los tres universos mencionados, el 90% son de uso particular, tanto a nivel Nacional, de Pichincha y Guayas. Es un hecho, que el parque automotor, necesita limpieza. El 33% de sus propietarios, se encargarán de ello. Sin embargo, el 62% buscará donde le oferten este servicio (Fuente secundaria: I Encuesta de Investigación de Mercado – GL 2020).

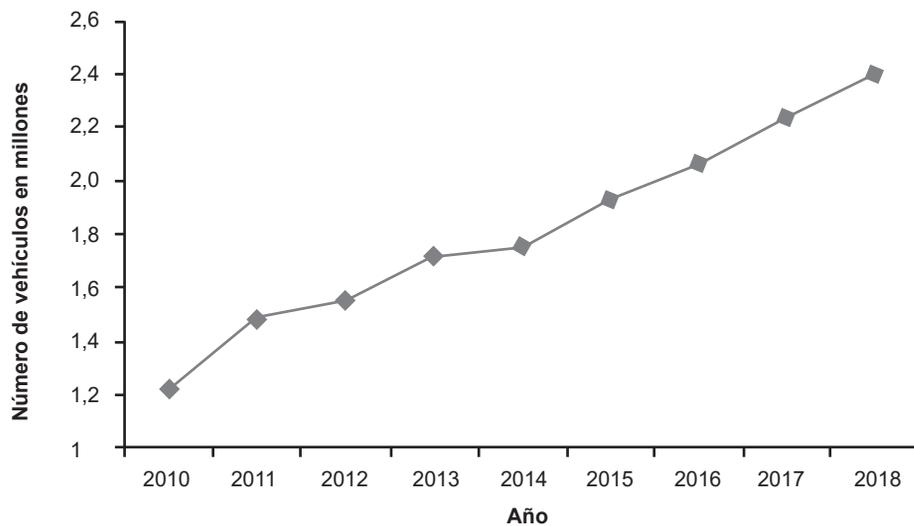


Gráfico 2. Vehículos matriculados en Ecuador (período 2010-2018).

Fuente: Elaboración propia a partir de la Agencia Nacional de Tránsito, información estadística anual, Estadísticas del INEC (2018).

El Índice de Motorización a partir de las cifras de vehículos per cápita, multiplicado por 1000, entre los años 2010 hasta 2018 a nivel nacional, pasó de 82 a 142 vehículos por cada mil habitantes, a su vez, Guayas de 75 a 124, y Pichincha de 113 a 174, lo que invita a pensar en un emprendimiento en el sector automotriz, En este caso, de lavado y por la situación de salud mundial, también de desinfección para evitar la propagación de la COVID-19.

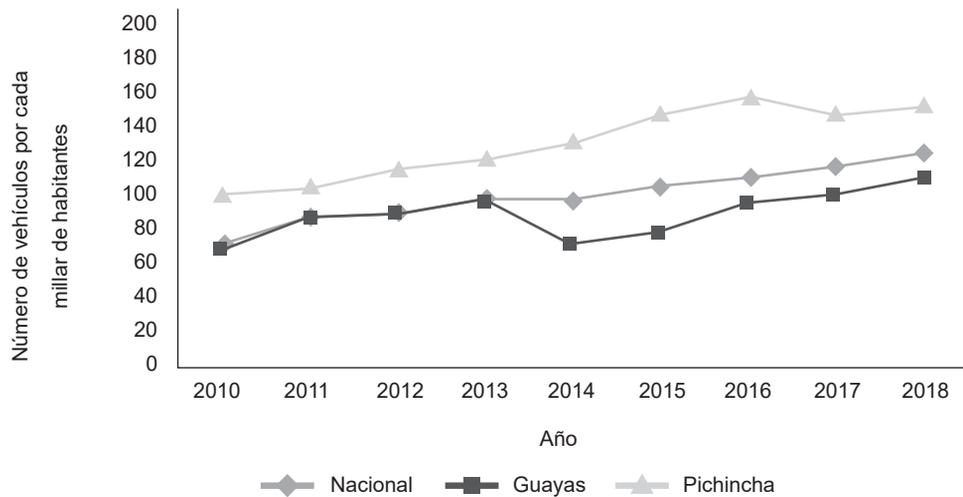


Gráfico 3. Índice de Motorización en Ecuador, Pichincha y Guayas (período 2010-2018).

Fuente: Elaboración propia a partir de Agencia Nacional de Tránsito, información estadística del INEC (2018) y Proyecciones de la Población Ecuatoriana del INEC (2010-2020).

Nota: La provincia hace referencia al lugar de residencia del propietario del vehículo.

• Ingrediente 4: Dolores

Debido al confinamiento Nacional por la COVID-19, la población con algún tipo de tenencia vehicular a motor en la ciudad de Quito presentó preocupación en salir de casa, por mínima distancia que sea, para abastecerse de productos alimenticios y no alimenticios, y que, al volver con su vehículo a su hogar, lleguen con el virus, y por ende contagiarse. Esta preocupación, la menciono como dolor de la población para poder volver a casa con su vehículo. Adicionalmente, teniendo en cuenta, que la tasa de desempleo es estructural, se tuvo a nivel Nacional, durante el año anterior (2019) sin la COVID-19 los siguientes valores: marzo 4,6%, junio 4,4%, septiembre 4,9% y diciembre 3,8%. Mientras que, solo en el área urbana a nivel Nacional, y, en los mismos meses, fueron de 5,8%, 5,6%, 5,9% y 4,9% (INEC, 2019). Lo que se estimaría, un incremento atípico de este indicador, por causa de la pandemia y otros factores. Es así, como segundo dolor, son las personas desempleadas, que se dedicaban a la actividad económica del lavado vehicular, y porque no, de otras actividades.

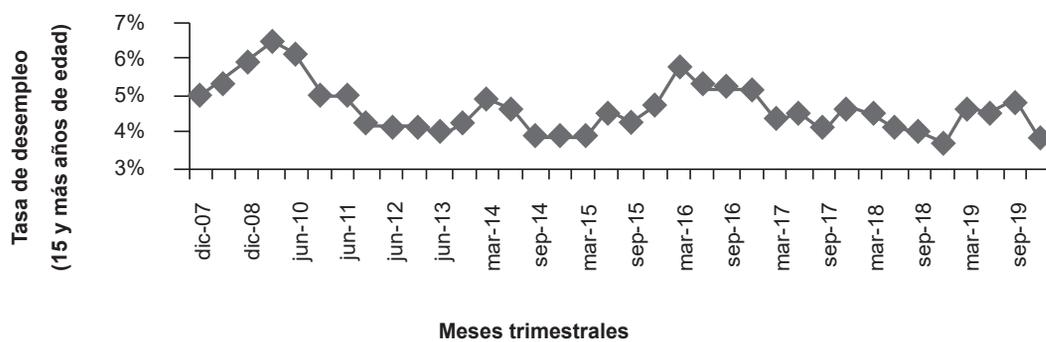


Gráfico 4. Tasa de desempleo en Ecuador (período 2007-2019)

Fuente: Elaboración propia a partir de la información estadística histórica del INEC (2007 – 2019)

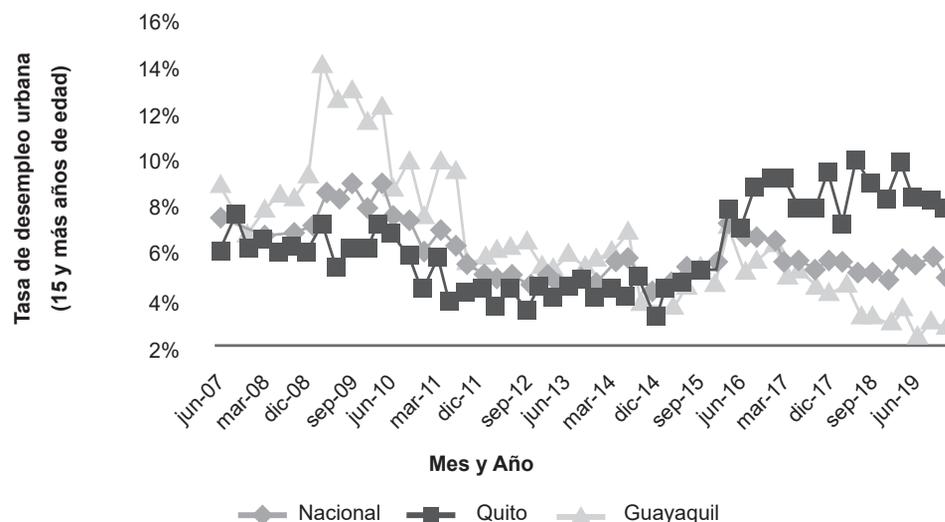


Gráfico 4.1. Tasa de desempleo en Ecuador, Quito y Guayaquil en el área urbana (período 2007-2019).
Fuente: Elaboración propia a partir de la información estadística histórica del INEC (2007 – 2019).

• Ingrediente 5: Plazas Digitales

Heredia (2019) afirma que: “una Plaza Digital es la conexión de los mundos físico y digital. Lo físico que somos los seres humanos creamos lo digital y ahora las interacciones en el mundo digital están afectando el mundo físico” (p. 101). Las personas en Ecuador que usan internet, el 57,2% acceden desde su hogar, y, 9 de cada 10 hogares poseen al menos un teléfono celular activo (INEC, 2017). De esta manera, en un mundo totalmente globalizado, e interconectado, es necesaria la generación de aplicaciones digitales que permitan la facilidad de la población para adquirir algún producto desde su Smartphone o computadora. En este caso, para solicitar servicio de lavado y desinfección vehicular a domicilio. Lo cual constituye una ventaja competitiva si se logra incorporar esta aplicación dentro del servicio para facilitar el contacto con los posibles clientes.

• Combinación de ingredientes

Para este estudio, se requiere información económica, específicamente, del sector de servicios de lavado y desinfección de vehículos a motor. De esta manera, las fuentes encontradas en la web principal del Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], corresponden al Censo Nacional Económico – año de levantamiento 2010, con referencia de información del año 2009; y, la segunda y última fuente, la Encuesta de Hoteles, Restaurantes y Servicios – año de levantamiento 2016, con referencia de información del año 2015. Es decir, se cuenta con información censal de hace once (11) años y de Registros Administrativos de hace cinco (5) años, respectivamente. Sin embargo, respecto a la fuente más actual (hace 5 años), la información presentada por esta institución es de manera general, lo cual imposibilita, tener un análisis robusto de la panorámica del sector en estudio. De esta manera, a falta de información oficial actualizada, con la intención de conocer el giro del negocio y sus particularidades, se realizaron entrevistas direccionadas no estructuradas, a personas dedicadas a la actividad de lavado de vehículos a motor, sean, propietarios, administrativos, colaboradores y/o usuarios.

Adicionalmente, se procedió a levantar información de manera asincrónica desde el 26 de mayo hasta el 26 de junio de 2020, a través, de un formulario electrónico denominado “I Encuesta de Investigación de Mercado - GL”, teniendo como objetivo, analizar la pertinencia de brindar el servicio de limpieza y desinfección vehicular terrestre, y como unidad de observación, a la población mayor de dieciocho (18) años de edad con tenencia vehicular y que cuentan con red social activa, aplicando el muestreo bola de nieve, perteneciente a la técnica del muestreo no probabilístico. La encuesta a más de estar enfocada en recopilar información, en las preferencias de los servicios de lavado y desinfección de vehículos a motor, que pertenece, según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIIU Rev. 04-INEC al G45200301 Servicios de lavado, engrasado, pulverizado, encerado, cambios de aceite, etcétera. También, se recopiló información, sociodemográfica, educativa, tenencia y tipo del vehículo, preferencias de lavado del vehículo, gastos por el servicio de lavado y desinfección vehicular, lugar de

preferencia del servicio de lavado y desinfección vehicular, mercado laboral e ingresos monetarios. La encuesta se aplicó a un total de 172 personas, y luego de los procesos de validación, depuración, imputación y de los filtros aplicados, el nuevo universo a analizar es de 107 personas. De ellos, el 55% son hombres y el 45% mujeres; autoidentificándose el 90,7% como mestizo, seguido de los montuvios con el 5,6%, con una edad de 39 años (15,0%) o de 33 años (8,4%), teniendo un nivel de instrucción aprobado en tercer nivel universitario (36,4%) y maestría (34,6%). El país de nacimiento de los entrevistados el 98,1% es de Ecuador, los demás de Colombia (1,9%); y, en ambas nacionalidades, residen en alguna ciudad de Ecuador, }habitando su gran mayoría, en el sector norte (70,1%), seguido del sur (19,6%).

Tabla 1. Características sociodemográficas de la población en estudio.

		%
Sexo	Hombre	55
	Mujer	45
Autoidentificación étnica	Mestizo	90,7
	Montuvio	5,6
	Otros	3,7
Nivel de instrucción	Educación de Bachillerato	15,0
	Educación Superior en Tercer Nivel Técnico y Tecnológico	10,3
	Educación Superior en Tercer Nivel Universitario	36,4
	Especialista	3,7
	Maestría	34,6
País de nacimiento	Colombia	1,9
	Ecuador	98,1
Sector de residencia	Norte	70,1
	Sur	19,6
	Este	8,4
	Oeste	1,9

Fuente: Elaboración propia a partir de la I Encuesta de Investigación de Mercado – GL (2020).

Respecto a la actividad económica de los informantes, prevalece el trabajo en el sector público (34,6%), seguido del sector privado 26,2% y del trabajador independiente 15,9%. Como datos curiosos, de esta población, se tiene, que la tasa de desempleo es de 9,1%, la tasa de participación global es de 92,5% y la tasa de empleo global es de 90,9%.

Tabla 2. Mercado laboral de la población en estudio.

		%
Condición de actividad	Ama de casa	0,9
	Jubilado	3,7
	No tiene empleo y está buscando	8,4
	No tiene empleo y no está buscando	1,9
	Solo es Estudiante	0,9
	Trabajador en el Sector Privado	26,2
	Trabajador en el Sector Público	34,6
	Trabajador en la Policía Nacional	3,7
	Trabajador en las Fuerzas Armadas	2,8
	Trabajador en Organización No Gubernamental - ONG	0,9
Trabajador Independiente	15,9	
Tipos de población	Población Económicamente Activa (PEA)	92,5
	Población Económicamente Inactiva (PEI)	7,5
Tasas	Tasa de empleo global	90,9
	Tasa de participación global	92,5
	Tasa de desempleo	9,1

Fuente: Elaboración propia a partir de la I Encuesta de Investigación de Mercado – GL (2020).



De los encuestados, el 88,8% de los informantes declara tener vehículo propio, siendo el tipo particular con mayor frecuencia relativa 92,5%, y, con 7,5% el de tipo pesado y de transporte de pasajeros. Prevaleciendo, el último dígito de la placa el nueve correspondiente al 15,9%, y, el de menor frecuencia relativa el cero 4,7%.

Tabla 3. Características del vehículo en que se transporta la población en estudio.

		%
Tenencia vehicular	Propio	88,8
	Alquilado/Arrendado/Prestado	11,2
Tipo de vehículo	Particular	92,5
	Pesado/Pasajeros	7,5

Fuente: Elaboración propia a partir de la I Encuesta de Investigación de Mercado – GL (2020).

Los que tienen vehículo, alrededor del 82% indican que estarían dispuestos a utilizar el servicio de lavado a domicilio, con lo cual existe una importante demanda potencial, lo que motiva el desarrollo del emprendimiento. Es decir, existe un cluster importante que necesita atención y genera una oportunidad importante de emprendimiento. Luego de un análisis costo beneficio del proyecto, se encontró que la tasa interna de retorno podría estar alrededor del 35% con lo que es un negocio rentable y asegura la sostenibilidad del negocio en el tiempo.

Discusión de resultados

El emprendimiento se ha visto afectado por la pandemia de la COVID-19, varios negocios han tenido que cerrar sus puertas y han visto deteriorado su flujo de caja (Kantis y Angelelli, 2020). En este contexto, este documento presenta una propuesta de negocio que incorpora elementos importantes relacionados con la exploración de los activos disponibles, un público meta, el análisis de sus necesidades insatisfechas y la incorporación de la tecnología. Este análisis del mercado, de la oferta y demanda, resulta fundamental para que el negocio genere utilidad en el tiempo, lo cual permita su sostenibilidad. En Ecuador, entre los principales motivos para el cierre de negocios se encuentran: 1) problemas personales 33%, 2) falta de rentabilidad 25% y 3) falta de financiamiento 17% (Lasio et al., 2020). Es decir, uno de cada cuatro negocios cierra su emprendimiento debido a problemas de rentabilidad, lo cual puede ser contrarrestado con un adecuado estudio de mercado como se menciona en este estudio.

El emprendimiento propuesto se enfoca en un clúster de autos, el cual tiene continuo movimiento, aunque ha reducido su actividad, como toda la economía, todavía mantiene un dinamismo importante. Esto es central dentro de la intención de emprender, entendiendo el momento actual de pandemia y el sector en el cual se desenvuelve la empresa, con ello permite evitar graves afectaciones como las que han sufrido sectores como el turismo en el Ecuador (Félix y García, 2020). En este proceso, el emprendimiento propuesto en esta investigación incorpora un tema crucial que son las plazas digitales, es decir el uso de la tecnología. Este hecho, es fundamental en la nueva normalidad, siendo uno de los factores clave ante una necesidad imperiosa de la digitalización de los negocios (Nicolás y Rubio, 2020). A su vez, en Ecuador, es una de las tres principales medidas que se han implementado en los emprendimientos durante la pandemia: 1) esfuerzos de marketing 61% 2) nuevos productos y servicios 58% y 3) ventas online 51% (Lasio et al., 2020).

1 Tasa de desempleo es el porcentaje que resulta del cociente entre el total de desempleados y la población económicamente activa.

2 Tasa de participación global es el porcentaje que resulta del cociente entre la población económicamente activa y la población en edad de trabajar.

3 Tasa de empleo global es el porcentaje que resulta del cociente entre el total de empleo y la población económicamente activa.

CONCLUSIONES

La COVID-19 ha afectado notablemente al desarrollo de la sociedad. En el mundo, la región latinoamericana y en el Ecuador existen afectaciones latentes en la producción y el empleo, donde se estima que hasta mediados de julio de 2020 se han desvinculado alrededor de 300.000 personas como aportantes del Instituto Ecuatoriano de la Seguridad Social. En este contexto, el emprendimiento es un camino importante para generar fuentes de empleo e ingresos para las personas, permitiendo desarrollar la creatividad e innovación dentro de los negocios. Los emprendimientos que tienen mayor probabilidad de éxito son aquellos que se realizan por oportunidad, es decir, tratando de aprovechar alguna circunstancia positiva en el mercado, luego de un análisis de este y con herramientas para obtener beneficios del negocio.

Con esto en mente, el estudio se ha centrado en el análisis del emprendimiento desde un caso práctico, donde aplicando la metodología de Espacios Vacíos se ha procedido a elaborar el emprendimiento desde su fase inicial, examinando los distintos ingredientes (activos, espacios vacíos, clúster, dolores y plazas digitales) y proponiendo un negocio que tiene rentabilidad interesante en el tiempo. Con ello, resulta evidente que la información resulta crucial para emprender, donde las estimaciones de la oferta y la demanda son fundamentales, para asegurar su sostenibilidad en el tiempo. En el contexto de pandemia por la COVID-19, que padece el mundo y afecta gravemente al Ecuador, este estudio aporta con la aplicación de una metodología de emprendimiento a un caso práctico, lo cual tiene las potencialidades de ser flexible hacia el surgimiento de nuevas ideas donde se combinen adecuadamente los ingredientes de los espacios vacíos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Nacional de Tránsito. (2020). Categorías de licencias, según tipo de vehículos.
Recuperado de: <https://www.ant.gob.ec/index.php/licencias>
- Araque, W.; Rivera, J.; Argüello, A., (2020). EI Index 2019. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Araque, W.; Argüello, A., (2020). Panorama actual y perspectivas futuras sobre los efectos del covid-19 en el empleo y la economía del Ecuador. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Araque, Wilson; Rivera, Jairo; Argüello, Andrés. (2019). AEI Index 2018. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar. Banco Central del Ecuador. (2020). Evaluación impacto macroeconómico del covid-19 en la economía ecuatoriana. Quito: BCE.
- CEPAL. (2020). El desafío social en tiempos del COVID 19. Santiago: CEPAL.
- Félix, A.; García, N., (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta (Ecuador). Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio, 4 (1), 79-103.
- Franco, A., (2020). Impacto económico en las empresas y el empleo por el COVID-19. Quito: EPN.
- Heredia, R., (2019). Espacios vacíos: las innovaciones de tu vida y un método para descubrirlas. Santiago: Ecosistemas Digitales.
- Kantis, H.; Angelelli, P., (2020). Los ecosistemas de emprendimiento de América Latina y el Caribe frente al COVID-19: impactos, necesidades y recomendaciones. Washington: BID.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2017). Tecnologías de la Información y Comunicación. Quito: INEC.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (2016). Encuesta de Hoteles, Restaurantes y Servicios. Quito: INEC.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2012). Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIIU Rev. 04. Quito: INEC.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). Censo Nacional Económico. Quito: INEC.
- Lasio, V.; Amaya, A.; Zambrano, J.; Ordeñana, X., (2020). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019-2020. Guayaquil: ESPOL.
- Lasio, V.; Ordeñana, X.; Caicedo, G.; Samaniego, A.; Izquierdo, E., (2018). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017. Guayaquil: ESPOL.



- Lederman, D., Julian M., Samuel P. y Jamele R., (2015). El Emprendimiento en América Latina: Muchas empresas y poca innovación. Washington: Banco Mundial.
- López, Galo. (2020). I Encuesta de Investigación de Mercado – GL. Moctezuma, Instituto Mexicano del Transporte, IMT.
- (2012). Estudio de la Motorización en México mediante la dinámica de posesión vehicular: determinantes macro y microeconómico. Recuperado de: <https://trid.trb.org/view/1286001>
- Nicolás, C.; Rubio, A., (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review*, 4(2), 53-66.
- Organización Mundial de la Salud. (2020). Covid-19: Cronología de la actuación de la OMS. Recuperado de: <https://www.who.int/es/news-room/detail/27-04-2020-who-timeline---covid-19>
- Universidad de las Américas. (2020). Las empresas ecuatorianas, al igual que sus pares del resto del mundo, tienen reservas que sólo les permiten resistir un tiempo limitado sin tener ingresos. Quito: UDLA.
- Uribe, E., (2018). ¿Quieres emprender? Aquí la guía para poner un autolavado. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/amphhtml/310384>
- Zambrano, Jack; Lasio, Virginia. (2019). Jóvenes emprendedores en Ecuador 2012-2017. Guayaquil: ESPAE.