

Fecha de recepción: 06/02/2021

Fecha de aprobación: 15/11/2021

Economía Colaborativa, Emprendimiento Digital e Innovación en el Ecuador

Xavier Iván Espinoza Herrera¹, Manuela Inés Armijos Bravo², José Gregorio Noboa Salazar³

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo revisar el estado del arte de la tendencia que sigue la Economía Colaborativa, el Emprendimiento Digital y la Innovación en el Ecuador. Este ensayo de carácter argumentativo trata de analizar la evolución de la innovación y el emprendimiento en el medio local, particularmente en la generación de startups o plataformas digitales que marquen una disrupción dentro del mercado de negocios tradicionales. A pesar de ser un país con un alto nivel de emprendimiento en su población más joven, los mismos se crean por necesidad más que por oportunidad, provocando un aumento en la probabilidad de fracaso del emprendimiento en el corto plazo. Además, se pretende incursionar en sectores tradicionales donde puede haber una sobreoferta de productos y servicios. Con la nueva Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación se pretende promover la cultura innovadora y además buscar mecanis-

mos alternativos de financiamiento para el emprendedor. Fortalecer los programas y presupuestos públicos de fomento de la innovación y el emprendimiento, además de articular alianzas entre el sector público, la empresa privada y la academia, se vuelve fundamental para mejorar el ranking global de innovación, donde el Ecuador está rezagado en relación a los países de la región.

Palabras claves: Mercado, Innovación, Consumo, Internet, Tecnología de la Información.

Abstract

The following article aims to review the state of the art of the trend followed by the Sharing Economy, Digital Entrepreneurship and Innovation in Ecuador. This argumentative essay tries to analyze the evolution of innovation and entrepreneurship in the local environment, particularly

¹ Magíster en Gestión de la Calidad y Productividad. Docente en la Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador. <https://orcid.org/0000-0002-9350-9935>, xespinoza@ecotec.edu.ec

² Máster en Administración de Empresas. Docente en el Instituto Superior Tecnológico ARGOS, Ecuador. <https://orcid.org/0000-0003-3728-3190>, marmijos@tecnologicoargos.edu.ec

³ Máster en Gestión del Talento Humano. Docente en la Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador. <https://orcid.org/0000-0002-7798-8665>, jnoboaa@ecotec.edu.ec

in the generation of startups or digital platforms that mark a disruption within the traditional business market. Despite being a country with a high level of entrepreneurship in its younger population, they are created out of necessity rather than opportunity, causing an increase in the probability of entrepreneurship failure in the short term. In addition, it is intended to enter traditional sectors where there may be an oversupply of products and services. The new Organic Law on Entrepreneurship and Innovation aims to promote an innovative culture and also seek alternative financing mechanisms for the entrepreneur. Strengthening public programs and budgets to promote innovation and entrepreneurship, in addition to articulating alliances between the public sector, private companies and academia, becomes essential to improve the global innovation ranking, where Ecuador lags behind in relation to the countries of the region.

Key words: Markets, Innovation, Consumption, Internet, Information technology.

Introducción

La economía colaborativa, concepto que involucra el intercambio entre particulares de bienes y servicios a través de transacciones en línea, está transformando las operaciones tradicionales del mercado. El avance de las tecnologías de la información en los últimos años ha permitido el desarrollo de plataformas digitales bajo el concepto de consumo colaborativo, facilitando el alquiler de bienes y servicios, particularmente aquellos que están siendo infrautilizados.

El modelo de economía colaborativa, ha tomado gran impulso a nivel mundial debido a factores determinantes como el tecnológico gracias al auge de las telecomunicaciones y la expansión de la tecnología móvil, el factor económico como la necesidad de emprender a causa de las crisis económicas, y el factor social dada la tendencia hacia un cambio del consumo asociado al acceso de servicios, además de una mayor conciencia sobre sostenibilidad económica y ambiental (Molina, 2017).

La creación de *startups* o empresas de arranque, están llamando la atención de

muchos emprendedores, que ven como la tecnología y el modelo colaborativo permiten generar propuestas de negocios innovadoras. Los sectores como el de alojamiento, transporte y entregas a domicilio son los que más se han beneficiado de la filosofía de la economía colaborativa, destacándose principalmente empresas como Uber, inDriver, Airbnb, Blablacar, Rappi, Glovo, entre otros. En la actualidad, la presencia de startups colaborativas ha irrumpido en áreas como la educación, seguros, gastronomía, aprendizaje de idiomas, turismo, alimentación, cultura y arte, creando una fuente de oportunidades para el emprendimiento e innovación tecnológica.

A nivel de Ecuador, es destacable el trabajo que ha venido desarrollando la incubadora de emprendimientos y agentes de innovación Innobis, que en alianza con la Cámara de Industrias de Guayaquil, Secretaría de Educación, Ciencia, Tecnología e Innovación (Senescyt), Alianza para el Emprendimiento y la Innovación del Ecuador (AEI) y la Municipalidad de Guayaquil, está sumando esfuerzos para encauzar el emprendimiento digital al fortalecimiento y dinamización de la agroindustria y procesos productivos del país (Altamirano,

2019). En un mercado reducido como el ecuatoriano, la innovación en los emprendimientos es vital para evitar que existan varios negocios similares, sin mayor valor agregado y poco competitivos.

Como parte del análisis que se sugiere en el presente ensayo, en lo adelante se abordan diferentes enfoques sobre Economía Colaborativa, Emprendimiento Digital e Innovación.

Desarrollo

Economía Colaborativa

Tratar de conceptualizar la economía colaborativa es una tarea ardua, ya que no existe una única definición precisa para establecer este fenómeno innovador, disruptivo, dinámico y heterogéneo que presenta unas características y manifestaciones muy diferentes según los mercados geográficos o de productos. Bajo el término de economía colaborativa también suele incluirse conceptos como consumo colaborativo, economía de plataformas, economía entre iguales o economía compartida, que suelen presentar distintas matizaciones pero se usan normalmente como términos similares. El modelo fundamentado en la existencia de comunidades de consumo, donde los individuos acceden a bienes y servicios transformando los modos tradicionales de prestar, alquilar, intercambiar o comprar al desarrollarlos a través de nuevas tecnologías en función de necesidades concretas y que no suelen siempre perseguir un fin de lucro (Sastre-Centeno e Inglada-Galiana, 2018).

Ray Algar en su artículo *Collaborative Consumption* publicado en el boletín *Leisure Report* de 2007, acuñó por primera vez el término de *economía colaborativa*, concepto que termina de popularizarse en

el 2010 con la publicación del libro *What's mine is your* publicado en el 2010 por Rachel Botsman y Roo Rogers, donde ya se visualizaba que el consumo de colaboración (donde pueden participar las personas de forma organizada a través del intercambio, trueque, comercio, alquiler) otorgaba los mismos placeres de la propiedad privada, pero con una reducción de costos, carga de personal y menor impacto ambiental (Rodríguez y Pérez, 2017).

Este modelo económico es llevado a cabo por dos individuos (*Peer to Peer*), intercambiando bienes o servicios a través de una plataforma online, logrando una utilización más eficiente de activos físicos (vehículos, habitaciones, herramientas...) o intangibles (conocimientos y aptitudes) por parte de la sociedad. El término también puede considerarse como un conjunto heterogéneo y rápidamente cambiante de modos de producción y consumo, en el cual los agentes comparten activos, bienes o servicios infrutilizados a cambio de un valor monetario, valiéndose de aplicaciones digitales (Magallón, 2016).

Se pueden destacar algunos factores claves impulsores de la economía colaborativa, como la explosión del internet y el desarrollo de las tecnologías de la información, que han provocado el surgimiento de una gran cantidad de plataformas por parte de emprendedores, que pretenden dar una alternativa a la gama de servicios convencionales con los que ha convivido la sociedad en los últimos años. El número de personas que usan smartphones a nivel mundial (móviles que soportan los diferentes sistemas operativos como Android, IOS, Windows, etc.) ha ido creciendo de forma sostenida en los últimos años, ampliando la capacidad para almacenar apps por parte de los usuarios. Se calcula que a la fecha

existen más de 3.000 millones de teléfonos inteligentes, donde China, India y EEUU son los tres países con la mayor cifra de smartphones del planeta, de acuerdo a cifras recientes (Fernández, 2021).

Otro factor que se hace visible es el económico, donde la pérdida de empleo fruto de la actual situación económica y financiera, impulsa al desarrollo de alternativas no convencionales de emprendimiento para lograr ingresos extras o un complemento salarial, al sacar provecho de bienes que están siendo infrautilizados. Finalmente los problemas medioambientales y la preocupación de los efectos negativos del cambio climático en el planeta, están cambiando nuestros hábitos de consumo y volcando la producción hacia prácticas más sostenibles, transitando desde un enfoque lineal a uno de economía circular, favoreciendo al consumo responsable y compartido.

El consumo colaborativo va a depender mucho de la confianza que genere un sistema de mercado para poder propiciar intercambios seguros. En las sociedades de baja confianza, el temor latente que un consumidor tiene al ser estafado o defraudado, lo conduce a recurrir hacia aquellos ofertantes de los que se tiene un conocimiento profundo. De acuerdo a cifras del Latinobarómetro (2018), el nivel de confianza interpersonal en América Latina, uno de los más bajos del mundo, da como resultado de que sólo un 14% de los latinoamericanos dice que se puede confiar en un tercero.

Al ser la confianza un factor clave en la evolución del consumo colaborativo, el sistema de mercado ha generado mecanismos de construcción de confianza como la reputación o imagen. En los intercambios en línea, esta se traduce en valoraciones,

puntuaciones y opiniones que tengan los usuarios respecto a un servicio ofrecido en la web o aplicación móvil. Los mecanismos de calificación online ya vienen integrados a las plataformas, facilitando el acceso a información actualizada y reduciendo problemas de información asimétrica que pueden existir entre las partes al hacer transacciones similares a las que se dan en el mundo analógico. Mantener la confianza dentro la comunidad de usuarios de una app, debe ser uno de los principales objetivos para un emprendimiento o empresa digital.

Gracias a ello se pueden observar un modelo en el cual los sistemas de reputación online incrementan la información disponible sobre el producto o servicio de manera actualizada y creíble; nos ofrece un esquema de precios flexible y personalizado; y se generan nuevos mecanismos de monetización de servicios y bienes.

Dentro de las principales características de Economía Colaborativa se puede destacar las más relevantes:

- Compartir: el modelo se centra en compartir cosas que de otra forma no serían utilizadas (coches, camas, herramientas, libros, etc.).
- Intermediación online: por lo general los usuarios pueden ponerse en contacto con el oferente del bien o servicios, usando como nexo una página web o una aplicación digital.
- Sistema de referencias: al no haber contactos con empresas, la forma más adecuada de generar confianza es mediante el uso de un sistema de calificación por parte de los usuarios de la web o aplicación sobre el servicio recibido.

- El dinero puede estar presente o no: lo cual va a depender de la naturaleza del intercambio, donde puede haber un pago por el alquiler de un coche o habitación, o la prima puede ser tan sólo un intercambio cultural como por ejemplo el sistema de alojamiento gratuito *Couchsurfing*.

Las características descritas generan una serie de beneficios a la economía global, destacándose aspectos como una mayor interacción entre la oferta y demanda a través de las plataformas virtuales; reducción de la información asimétrica ya que la reputación del negocio ahora es controlada por el cliente o usuario; se apuesta al desarrollo sostenible al estimular un segundo uso de ciertos productos y optimizando el consumo de recursos; se estimula el ahorro ya que la mayoría de bienes y servicios que se trazan tienen unos precios más asequibles; aumenta la especialización de sectores que resultan novedosos para la economía.

Pero también se debe señalar una serie de conflictos ocasionados por el modelo, en aspectos de seguridad social y riesgos laborales carentes para los colaboradores de estas plataformas, como por ejemplo las apps de entrega a domicilio, que, al ser una actividad tan novedosa, requiere de regulaciones que se adapten a la realidad de este tipo de aplicaciones (Molina, 2017).

Uber, Airbnb y Netflix son de los tres primeros casos más exitosos de este modelo de negocios, ya que ninguno inventó una nueva industria o producto, tan sólo remplazaron a los intermediarios por una plataforma digital. A nivel global se puede mencionar el surgimiento de otras plataformas exitosas como Coursera (EEUU), con una oferta de cursos gratuitos para usuarios

de todo el mundo; Wesura (Colombia) que se destaca en la línea de seguros colaborativos, ofreciendo un aseguramiento colectivo para bienes como celulares, tablets, laptops, cámaras fotográficas, motos, bicicletas, entre otros; Nubelo (España), Workana (Argentina), Joob (México) donde se ofertan servicios profesionales y técnicos freelance en línea; Blablacar, SocialCar y Cabify (España) dedicadas al alquiler de coches y transporte de personas; Wallapop (España) aplicación que posibilita la venta de ropa y productos de segunda mano; Etsy (EEUU) red social donde se pueden comprar y vender productos de artistas, diseñadores y artesanos; Chefly (Chile) aplicación que permite la venta de comida casera a todo tipo de usuario, por citar algunos ejemplos de éxito.

A nivel regional la economía colaborativa se muestra como un instrumento eficaz para poder enfrentar el tema de la falta estructural de empleo. Los modelos de negocios digitales promueven la creación de redes de pequeñas empresas al permitir que casi cualquier ciudadano pueda convertirse en un oferente de bienes y servicios con pocas barreras de entradas, aprovechando las capacidades de internet y de las tecnologías móviles. Esto posibilita la reducción de costos de acceso a ciertos bienes y servicios, beneficiando el consumo de estratos de menores ingresos (Buenadicha et al., 2017).

Emprendimiento Digital

Emprender implica crear, desarrollar y administrar un negocio que nos conlleve a la generación de utilidades. Aplicar una capacidad a partir de cero para cristalizar un proyecto, una iniciativa o un negocio. El espíritu empresarial ayuda a las personas en el desarrollo de ideas que pueden ser la

base de la un producto o servicio innovador.

El emprendimiento digital consiste en el uso de tecnologías digitales, creando nuevas oportunidades de negocios o introduciendo innovaciones en el mercado. Este tipo de emprendimientos nacen de las necesidades del entorno y el diagnóstico de lo que el comprador realmente necesita. Dentro de las principales ventajas que encuentra el emprendedor digital se pueden destacar las siguientes:

- Reducir las barreras de entradas: un pequeño emprendedor puede crear su negocio en internet desde casa y ya no requerir de altas y arriesgadas inversiones.
- Ampliación del mercado: el internet posibilita tener potenciales clientes de otros lugares, logrando que la oportunidad de internacionalizar el negocio se vuelve menos compleja.
- Creación de nuevas necesidades virtuales: donde no sólo se vendan productos físicos, sino servicios especializados como telemedicina, educación y tiendas on line, gastronomía, alojamiento, entre otros.

Con las premisas descritas, nacen los startups, que suelen ser ideas innovadoras de gran proyección. Una startup se refiere a un negocio emergente digital que aplica primordialmente tecnología, con un alto potencial de crecimiento, y respaldada por una idea innovadora. Este tipo de negocios de forma posterior, han acabado dando lugar al nacimiento de grandes firmas como Facebook, Amazon, Alibaba, Uber, entre otras. La clave primordial para el crecimiento de la misma, radica en convertir una idea innovadora en un negocio rentable, y

por lo general el principal obstáculo consiste en conseguir la financiación necesaria para el desarrollo de la idea o propuesta de negocio. La startup debe entender y comprender lo que el cliente necesita, además de poder traducir esta necesidad en un producto que proporcione la mejor respuesta.

Aunque comparten características de otros proyectos empresariales, los startups poseen un conjunto de características principales (Editorial Grudemi, 2019):

- Apuestan por ideas innovadoras.
- Su modelo de negocios es escalable. Se puede aumentar la producción y ventas, sin necesidad de que aumenten los gastos.
- Operan con una estructura de costos menor que una empresa tradicional.
- Hacen un uso extensivo de las nuevas tecnologías.
- Son consideradas empresas de inversión con un alto grado de riesgo.

Algunas modelos de negocios de startups en los últimos años, se han generado en el sector de comidas a domicilio, cuidado de personas, educación online, alquiler de coches y pisos, ventas online, servicios financieros (fintech), entre otros.

Innovación

La innovación es un proceso que modifica ideas o protocolos ya existentes, aportando nuevas opciones que puedan suplir las necesidades de los consumidores. En muchas ocasiones se entiende innovación por I+D+i, siendo la innovación la última fase del ciclo descrito. El Manual de Oslo proporciona esta definición:

Una innovación es la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas. (OECD y Eurostat, 2007, p. 49)

Schumpeter (1963) define la empresa como “la realización de nuevas combinaciones [y a los empresarios como] los individuos encargados de dirigir dicha realización” (p. 84). El economista austro-estadounidense destacó el rol del empresario como creador de nuevos procesos y productos, sugiriendo que las innovaciones son perturbaciones necesarias para el desarrollo. En una situación de equilibrio, las empresas remuneran a los factores productivos, obteniendo un beneficio derivado de su actividad. Los empresarios logran romper este equilibrio gracias a la innovación, generando unas rentas extraordinarias por un tiempo limitado, volviendo luego a una situación de equilibrio, que conlleva un beneficio ordinario.

En la teoría del desarrollo económico de Schumpeter, se señalan diferencias entre la innovación y la invención. Mientras la invención se refiere a la combinación de nuevas ideas, la innovación consiste en la transformación de un invento en un bien comercializable, capaz de satisfacer las necesidades de un mercado existente o creado por el empresario. Las invenciones carecen de importancia económica, si las mismas no pueden ponerse en práctica.

Schumpeter introdujo el término de destrucción creativa, para describir el proceso disruptivo de transformación que viene acompañado de la innovación. El capita-

lismo destruye las empresas poco creativas y competitivas, ya que el proceso de acumulación de capital las lleva continuamente a competir e innovar entre ellas, sobreviviendo las más potentes. Esta dinámica empresarial conlleva a que la única forma de zafarse de la competencia, es a través de intentos de reducción de costes, lo cual requiere procesos de innovación en la producción (Rodríguez, 2020).

El concepto de innovación disruptiva es aquella que afecta a una industria específica, ocasionando dentro de ella cambios drásticos y radicales, que provocan que ciertos productos o servicios del sector desaparezcan. Independientemente del tipo de mercado o número de competidores que hay en él, las empresas con ideas disruptivas suelen seguir el siguiente proceso:

- Identifican un sector bajo de la economía o de poco atractivo.
- Generan una transformación del mercado seleccionado.
- Se posicionan hasta el punto de poder llegar a dominar el entorno comercial.
- Incorporan mejoras al bien o servicio ofertado.
- Logran competir en igualdad de condiciones con empresas que ya están consolidadas.

La innovación digital es entendida como un proceso que va de la mano con las ideas disruptivas junto al manejo de nuevas tecnologías y herramientas digitales. Los proyectos que surgen en este ámbito deben ser capaces de contener una estrategia innovadora y una propuesta de valor. El innovador digital debe además analizar

el comportamiento del consumidor online. Según (Raiteri, 2016) el internet y las redes sociales han modificado las costumbres de los clientes, donde la información sobre estilos de vida, gustos y preferencias, se intercambian más en estas redes. Muchos de los consumidores 2.0 cuentan sus experiencias de compras a través de Facebook, Twitter, Instagram o redes especializadas, siendo fundamental el análisis de tendencias y patrones de comportamiento a través del uso del Big Data.

Innovación en el Ecuador

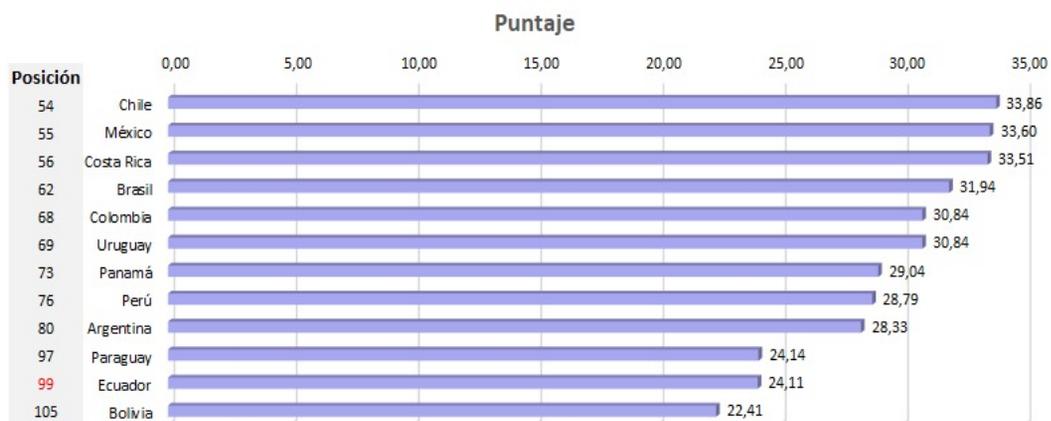
Ecuador es uno de los países más emprendedores de Latinoamérica, pero lamentablemente se estanca en el Índice Global de Innovación (IGI) elaborado por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), la Universidad de Cornell y la Escuela de Negocios Insead. Al 2020 Ecuador ocupaba el puesto 99 entre 133 países y el puesto 13 en la región latinoamericana, donde los mejores calificados son Chi-

le, Costa Rica, México, Brasil y Colombia según lo observado en la Figura 1. América Latina suele tener fuertes de desequilibrios en materia de innovación, donde se destaca la poca inversión que se realiza en investigación y desarrollo, además de un uso incipiente de normas de protección a la propiedad intelectual (Angulo, 2020).

Una gran mayoría de los ecuatorianos no tiene un concepto claro de lo que es innovación, por ende, la dificultad de lograr su implementación. Ello se visualiza en los sectores donde aparecen los nuevos emprendimientos, como el comercio minorista, restaurantes y hoteles. A pesar de que en el Ecuador las capacidades científicas, tecnológicas y de innovación se están desarrollando, estas se concentran en las universidades e instituciones de educación superior. A pesar de que la producción de artículos en revistas científicas se ha ido incrementado en los últimos años, produciendo conocimiento e investigación, este no ha sido debidamente absorbido por las

Figura 1

Posición y puntaje IGI que ocuparon algunos de los países de la región latinoamericana durante el año 2020



Fuente: Fernández (2021).

empresas del sector productivo del país, donde hay pocos incentivos para generar innovación, según lo observado en la Encuesta de Actividades de Ciencia, Tecnología e Información, donde apenas un 37% de las empresas del país habían realizado algún esfuerzo financiero con el propósito de innovar (INEC, 2014).

A pesar de que la tecnología es una herramienta importante para los procesos de innovación, no sólo basta depender de ella. La innovación también puede ser disruptiva, haciendo cosas de una forma diferente y que puedan generar un gran impacto. Muchos de los emprendimientos que se desarrollan en el país no superan los seis meses de creación, y esto es debido a que los negocios surgen por necesidad y no por oportunidad.

Los emprendimientos por necesidad se enfocan en sectores tradicionales, los mismos que suelen encontrarse con sobreoferta de productos o servicios. Para que un emprendimiento sea innovador y sostenible en el tiempo, debe enfocarse en las necesidades de ciertos grupos o nichos de mercado, que permitan crear soluciones diferentes a las ya establecidas.

A esto hay que sumar el poco acceso a financiamiento que tienen las empresas del país para invertir en proyectos innovadores. Cuando se logra el financiamiento, la tasa de interés suele ser alta para compensar el riesgo que el banco enfrenta. En los países desarrollados este tema se soluciona al existir sistemas de garantías y fondos estatales para financiamiento. Una opción válida para atenuar la falta de financiamiento por parte del sector financiero es que el estado genere líneas de apoyo para programas innovadores por parte de las empresas. En el caso del Ecuador la línea

que fue creada por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad a través del programa Innova, tuvo como finalidad apoyar los proyectos que estuvieran orientados al cambio de la matriz productiva, pero al no tener la repercusión que se esperaba, se ordenó el cierre de este programa junto con el ministerio coordinador, mediante Decreto Ejecutivo del 26 de mayo del 2017.

En los últimos años se han generado esfuerzos para la consolidación de la innovación en el Ecuador a través del gobierno mediante el Plan Nacional del “Buen Vivir”, la Política Industrial 2016-2025, estrategia de cambio de la Matriz Productiva y las Agendas de Transformación Productiva, que persiguen como objetivo un cambio estructural de la economía ecuatoriana de producción de bienes primarios, hacia una economía de mayor valor agregado, especialización y conocimiento.

Lamentablemente el presupuesto para el Programa de Investigación, Desarrollo y Transferencia Tecnológica se ha reducido considerablemente, pasando de USD 898 millones en el 2011 a apenas USD 57 millones en el 2018. En el lado positivo cabe destacar los esfuerzos realizados por la Alianza para el Emprendimiento e Innovación (AEI), que ha logrado agrupar a entidades del sector público, privado y la academia, con la finalidad de generar espacios de dialogo públicos-privados, generación de programas de formación y trabajar en el posicionamiento de una cultura de emprendimiento e innovación. Se busca objetivos como incrementar las exportaciones de productos no tradicionales y mejorar la relación universidad-empresa (Casanova y Cenicerros, 2020).

Para fomentar la innovación en el sector

privado ecuatoriano, la inversión en este rublo debe ser una prioridad por parte del gobierno de turno y así asegurar un crecimiento económico sostenido. Un sector con un gran potencial para la innovación, es el agrícola donde Ecuador podría añadir de forma gradual tecnologías asociadas con el monitoreo de cultivos y del suelo, sistemas que permitan lograr la localización geográfica de las cosechas y precios a los que se comercializan. Esto provocaría un impacto positivo a la productividad, eficiencia y distribución del sistema alimentario. Una correcta política pública podría asegurar la transferencia de tecnología al sector agrícola, que permita dinamizar el consumo doméstico y la exportación.

Economía Colaborativa y Emprendimientos Digitales en el Ecuador

La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación publicada el 28 de febrero de 2020 en el Registro Oficial Suplemento No. 151, establece el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico en el Ecuador, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento.

En Latinoamérica el Ecuador es uno de los países con la mayor tasa de emprendimiento de la región a pesar de las dificultades económicas estructurales y coyunturales que impactan directamente en el sostenimiento de las mipymes. La Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de los jóvenes entre 18 a 34 años se ubica en un 32%, según datos del Global Entrepreneurship Monitor en un estudio que abarcó el periodo 2012 -2017 (El Universo, 2019).

Una investigación reciente de la Universidad Técnica de Ambato destaca dos tipos

de emprendimiento: los emprendimientos de oportunidad, nacidos de la decisión voluntaria y por una posibilidad de negocio, y los emprendimientos de necesidad, que surgen ante a falta de ingresos de otra fuente, no tienen un estudio de mercado de soporte y suelen tener una corta duración en el mercado.

Uno de los principales obstáculos para el desarrollo de emprendimientos en el país es el financiamiento del proyecto. Los obstáculos que representa acceder a un préstamo bancario por sus requisitos y altas tasas de interés, hacen que los emprendedores recurran a otras formas de financiamiento o capital semilla, como por ejemplo, optar por la inversión tradicional, que es recurrir a los propios ahorros o al préstamo a los familiares, amigos o conocidos.

El crowdfunding, una forma de financiamiento colectivo y contemplado en la nueva ley, permite a los inversionistas transformar su capital en startups innovadoras y así materializar su creación. Los inversores terminan recibiendo un interés por su préstamo, acciones de la empresa o participación en los beneficios.

El emprendimiento en el Ecuador transita por la senda de la transformación digital en combinación con la economía colaborativa, que en algunos casos logra la conexión online entre oferentes y demandantes de un bien o servicios a través de la intermediación de un tercero. Según Sánchez y Moreno (2019) los sectores en que se ha desarrollado la economía colaborativa han sido el de alojamiento, transporte y entregas a domicilio mayormente y en provincias de mayor movimiento económico o turístico como Pichincha, Guayas, Azuay y Galápagos.

De los 227 emprendimientos tecnológicos que se han podido detectar en el Ecuador, el 68% tiene como base de operaciones la ciudad de Quito según lo observado en la Figura 2. Muchos de estos emprendimientos digitales cumplen con las principales características de la economía colaborativa como el poder de compartir, la intermediación online y un sistema de referencias.

Tipti® es una app de compras de supermercado y entregas a domicilio que a través su plataforma digital desde un dispositivo móvil permite ordenar la compra de víveres y artículos del hogar.

Todos Mas Cerca® es una aplicación que surgió como una oportunidad para paliar los efectos del COVID-19 a través de una solución tecnológica que conecte a los propietarios de establecimientos comerciales con sus clientes. Pagar es Fácil es una plataforma que permite a los emprendedores

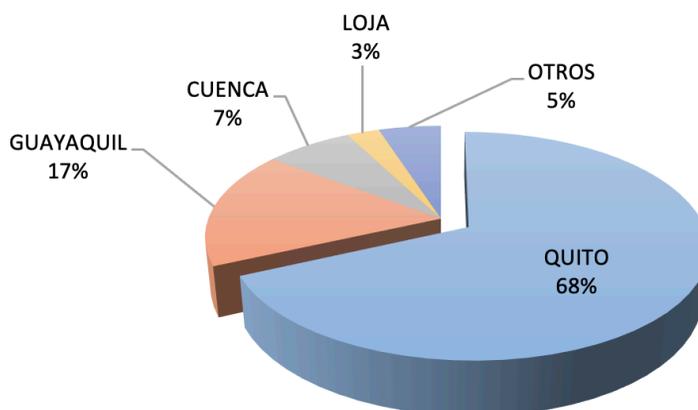
exponer sus productos a través de la misma y poder recibir el dinero de todas partes del mundo. En la app operan agencias de viajes, cooperativas de taxi, comerciantes de ropa y comida, enfermeras a domicilio (Ekos, 2020).

Anipal se creó como una app para cuidar de las mascotas, reportarlos como perdidos, además de recomendar servicios y lugares *pet friendly* y de una red social para compartir con otros amantes de los animales. Mynkana es una plataforma de levantamiento de datos, donde los usuarios ganan dinero recolectando información, como completar encuestas, tomar fotos de un local o producto, o revisar precios de los productos. Reciapp, busca conectar a los recicladores con las personas que tengan residuos para reciclar en sus hogares (Primicias, 2019).

Ferrimax es una asociación de ferreteros

Figura 2

Distribución porcentual por ciudades donde se alojan los startups del país al año 2020.



Fuente: Primicias (2019).

independientes, con 1.700 ferreterías y 300 profesionales como ingenieros, arquitectos, gasfiteros. Esta iniciativa apunta a conectar a los compradores con los ferreteros. Ferrimaxcerca.ec localiza por GPS los negocios y cuenta además con una opción para cotizar materiales. Mercado 593 es una plataforma que agrupa productos del Gran Guayaquil (Daule, Durán, Samborondón y Guayaquil). El 36 % de los comercios inscritos corresponden a la elaboración de productos como bisutería, ropa, zapatos; el 22 % son distribuidores; 21 % industria alimenticia; 17 % restaurantes y el 4 % servicio técnico (El Universo, 2020).

A nivel de transporte urbano, *El Chasqui*, app municipal se encuentra en etapa de desarrollo a través de la Agencia Metropolitana de Tránsito (AMT), que beneficiará a los taxistas legales, y que será la respuesta ante el auge de plataformas como Uber y Cabify que ha afectado al gremio de taxistas de Quito. Se esperan que 10.000 unidades sean parte de la plataforma, la misma que contará con geolocalización, botón de pánico, identificación del conductor, y se receptorá pagos a través de tarjetas de débito o crédito. Al ser una app estatal que no persigue lucro, se logrará trabajar con una tasa fija, cambiando el modelo de gestión del sector (Toranzos, 2021).

En el ámbito de los servicios financieros (Fintech) se destacan emprendimientos ecuatorianos como Payphone y Kushki Pagos, que permiten cobrar y pagar con tarjetas de crédito a través de un teléfono inteligente. Patiotuerca que es un buscador online de autos nuevos y usados, pudo consolidar en el 2016 una alianza con el Banco Pichicha para desarrollar una herramienta que permita el financiamiento de vehículos usados en el país. La herramien-

ta permite crear una solicitud de crédito, que el banco procesa y aprueba si se cumple con todos los requisitos.

Conclusiones

Uno de los principales obstáculos para el desarrollo de este ensayo es la poca investigación generada sobre la economía colaborativa dentro de nuestro medio. Podemos destacar a nivel regional países como Brasil, México, Colombia, Chile y Argentina, donde el concepto de consumo colaborativo se encuentra mejor desarrollado y concentran la mayor creación de empresas de este nuevo paradigma.

A pesar de la incipiente investigación que hay en el país, la economía colaborativa trae nuevos aires de negocios en el campo digital para el Ecuador, especialmente en el sector de la transportación, hospedaje y entregas a domicilio. Empresas como Uber, Cabify, Rappi, Pedidos Ya, Airbnb, entre otras, son aplicaciones extranjeras que se han venido posicionando en los últimos cuatro años. En este contexto, se ha venido desarrollando plataformas locales, aplicando el concepto de consumo colaborativo en mayor o menor medida y en sectores diferentes a los ya enunciados.

Las startups o emprendimientos digitales se han generado en nichos determinados como el ferretero, compras en supermercados, reciclaje, cuidado de animales, levantamiento de datos y fintech, por citar algunos ejemplos.

Ecuador es uno de los países más emprendedores de América Latina, pero lamentablemente uno de los últimos en innovación. Muchos de los emprendimientos del país no superan los 6 meses de creación, debido a que surgen por necesidad y no

por oportunidad. Esto significa que se forman de manera apresurada y en sectores tradicionales como el comercio minorista, hospedaje o restaurantes. La rapidez con la que se quieren generar resultados debido a una necesidad que se padece, hace más probable su fracaso. Lamentablemente mientras las condiciones laborales y económicas no sean favorables, y el desempleo en el país siga aumentando, seguirán generándose mayormente emprendimientos por necesidad.

El Ecuador aún se mantiene en últimas posiciones a nivel regional en aspectos de innovación e investigación a pesar de las distintas iniciativas públicas para lograr su despegue. Se requieren fortalecer el presupuesto destinado para el Programa de Investigación, Desarrollo y Transferencia Tecnológica, además de mejorar la seguridad jurídica del país, que tiene una percepción negativa; la capacidad de generar un mayor conocimiento científico y que sea aprovechado por el sector empresarial del país; e incrementar la inversión privada en investigación y desarrollo.

Solo una mejor articulación entre la academia, la empresa privada y el estado en los procesos de investigación básica y aplicada, mediante alianzas que permitan la transferencia de conocimientos, junto el desarrollo de programas de incentivos públicos y privados para I+D+i, permitirán mejorar la cultura de innovación en nuestro medio.

La oferta de capital semilla para el emprendimiento, la inexistencia de inversionistas ángeles o de productos financieros que fomenten la innovación en nuestro país, son factores que terminan siendo un gran obstáculo, para el desarrollo del emprendedor. Con Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación vigente, se espera que esta rea-

lidad vaya cambiando y mejoren las condiciones de financiamiento existentes.

En el país se ha comenzado a promover el emprendimiento y la innovación a través de foros y alianzas que permitan mejorar estos indicadores, como es el caso de la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación en el Ecuador, encadenado a actores públicos, privados y académicos que trabajan en temas de capacitación, fomento de mercados, marco legal, desarrollo de investigación, acceso a financiamiento, entre otros. Si la triangulación sector público-sector privado-academia logra funcionar, la innovación despuntará, generando riqueza y bienestar.

Sin duda el país enfrenta el desafío de lograr implementar procesos de innovación y la capacidad de poder aplicarlos en nuevos productos que representen un mayor valor agregado. Así se logrará un mejor posicionamiento en los mercados internacionales, provocando una mejora productiva y de los niveles de ingreso de la población.

Referencias

- Algar, R. (2007, April 8). Collaborative consumption. *Oxygen Consulting*. <https://bit.ly/3AxhQQS>
- Altamirano, G. (2019, 21 de enero). Incuriosar en lo digital, la siguiente etapa del emprendedor. *El Telégrafo*. <https://bit.ly/3EEJgHa>
- Angulo, S. (2020, 5 de septiembre). Ecuador se estanca en el ranking global de innovación y se mantiene en el puesto 99 entre 131 países. *Expreso*. <https://bit.ly/3u7nDuk>
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010, September 14) *What's Mine is Yours. The Rise*

- of Collaborative Consumption*. Harper Collins.
- Buenadicha, C., Cañigüeral, A., y De-León, I. (2017, junio). *Retos y Posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. BID. <http://dx.doi.org/10.18235/0000707>
- Casanova, A., y Cenicerros, M. (2020, agosto). Hacia una estrategia de internacionalización de la economía ecuatoriana 2020-2030. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 7(4), 73-95. <https://bit.ly/3IEIily>
- Editorial Grudemi. (2019) Startup. *Enciclopedia Económica*. <https://bit.ly/2XEMjOk>
- Ekos. (2020, 21 de mayo). Emprendimiento digital ecuatoriano es reconocido internacionalmente. *Ekos*. <https://bit.ly/3hVIYBR>
- El Universo. (2019, 16 de noviembre). El 32 % de jóvenes de 18 a 34 años emprende, según estudio de la Espae. *El Universo*. <https://bit.ly/3hUqBNN>
- El Universo. (2020, 29 de junio). Más de 10 000 emprendedores y pymes se agrupan en plataformas digitales en Ecuador; estos son los pasos para registrarse. *El Universo*. <https://bit.ly/2X-QKDBQ>
- Fernández, R. (2021, 3 de junio) Usuarios de teléfonos inteligentes a nivel mundial 2016-2021. *Statista*. <https://bit.ly/3aZHjaQ>
- INEC. (2014). Encuesta de Actividades de Ciencias, Tecnología e Innovación. *INEC*. <https://bit.ly/3idS3X9>
- Latinobarómetro. (2018). *La Confianza en América Latina 1995-2015. 20 años de opinión pública latinoamericana* [Banco de datos en línea]. <https://bit.ly/3EuWo0R>
- Magallón, R. (2016, diciembre). El ADN de la Generación Z. Entre la economía colaborativa y la economía disruptiva. *Revista de Estudios de Juventud*, (114), 29-44. <https://bit.ly/3EGxYC8>
- Molina, I. (2017, septiembre). Emprendimiento colaborativo juvenil: El ecosistema de las Startups. *Revista de Estudios de Juventud*, 17(117), 85-97. <https://bit.ly/3zshYA4>
- OECD, y Eurostat. (2007). *Manual de Oslo. Directrices para la recogida e interpretación de innovación relativa a innovación* (M. Sánchez y R. Castillo, Trads.). Comunidad de Madrid. <https://bit.ly/2XF1BU0>
- Primicias. (2019, 26 de junio). Las aplicaciones hechas en Ecuador ofrecen juegos de azar, taxis y mensajería. *Primicias* <https://bit.ly/3EBK27L>
- Raiteri, M. (2016). *El Comportamiento del Consumidor actual* (Tesis de grado, Universidad Nacional de Cuyo). <https://bit.ly/3nVevb6>
- Rodríguez, M. (2020, 27 de junio). Joseph Schumpeter, el hombre que predijo el fin del capitalismo y que es clave para entender la economía de hoy. *BBC News Mundo*. <https://bbc.in/2VXX1iA>
- Rodríguez, R., y Pérez, M. (2017, mayo-agosto). Modelos de negocio en la economía colaborativa: síntesis y sugerencias. *Esic Market Economics and Business Journal*, 48(2), 255-274. <https://bit.ly/3zvEhVx>

- Sánchez, J., y Moreno, Y. (2018). Desarrollo de la economía colaborativa en el Ecuador. *Espirales*, 3(29), 20-32. <https://bit.ly/3CDcowL>
- Sastre-Centeno, J., e Inglada, M. (2018, diciembre). La economía colaborativa: un nuevo modelo económico. *CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (94), 219-250. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.94.12109>
- Schumpeter, J. A. (1963). *Teoría del desenvolvimiento económico. Una investigación sobre ganancia, capital, crédito, interés y ciclo económico*. Fondo de Cultura Económica.
- Toranzos, M. (2021, 25 de marzo). ‘El Chasqui’, app municipal para taxis está en camino. *Expreso*. <https://bit.ly/3nPpsLg>

Para referenciar este artículo utilice el siguiente formato:

Espinoza, X., Armijos, M., y Noboa, J. (2022, enero/junio). Economía colaborativa, emprendimiento digital e innovación en el Ecuador. *Yachana Revista Científica*, 11(1), 95-109.