



Intenciones emprendedoras: Una mirada al comportamiento de los estudiantes universitarios de Ecuador

Reporte GUESSS Ecuador 2023 - 2024

Jácome Ortega Mariella / Jácome Ortega Omar

Prefacio

El proyecto GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) es una investigación internacional que se centra en la evaluación y análisis del espíritu emprendedor entre los estudiantes universitarios. Este proyecto iniciado en 2003 busca identificar los factores que influyen en la decisión de emprender y las condiciones que facilitan o dificultan el desarrollo de nuevas empresas. Además, GUESSS explora las percepciones de los estudiantes sobre el apoyo institucional y las oportunidades disponibles para emprender.

Esta es la cuarta edición en la que un equipo de Ecuador participa en el proyecto GUESSS. El informe nacional de Ecuador proporciona respuestas sobre aspectos relevantes relacionados con la intención emprendedora aportando datos significativos. El equipo GUESSS de Ecuador expresa su agradecimiento a las Universidades que permitieron la distribución del cuestionario entre sus estudiantes a través de la coordinación de los investigadores representantes en cada una de las instituciones que han sido parte del equipo de trabajo de esta investigación. Además, el equipo GUESSS de Ecuador agradece a los estudiantes que participaron en la encuesta y completaron el cuestionario en línea.

Finalmente, extendemos nuestro agradecimiento al Profesor Sieger y a los colegas de la Universidad de St. Gallen y la Universidad de Bern, así como a los investigadores en sus respectivos países, cuyas ideas y resultados han inspirado este reporte nacional.

Gracias a todos los que contribuyeron a la realización de la edición 2023 del GUESSS en Ecuador.

Sinceramente,

Prof. Ph.D. Mariella Jácome Ortega
Universidad Católica de Cuenca / Representante GUESSS Ecuador

Prof. Ph.D. Omar Jácome Ortega
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / GUESSS Ecuador

Proyecto GUESSS Ecuador

Queda prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio o con cualquier propósito, sin la autorización previa y por escrito de los autores.

ISBN: 978-9942-51-189-8

Citación

Jácome, M. & Jácome, O. (2025). Intenciones emprendedoras: Una mirada al comportamiento de los estudiantes universitarios de Ecuador. Reporte GUESSS Ecuador 2023 - 2024. Guayaquil, Ecuador. ISBN: 978-9942-51-189-8.

Tabla de Contenidos

Prefacio	2
Tabla de Contenidos	4
Principales Observaciones y Hallazgos.....	7
1. Antecedentes del Estudio.	8
2. Organización del Estudio.....	8
3. Características Demográficas de los Participantes.....	10
4. Intenciones de Carrera Emprendedora de los Estudiantes.....	12
5. Intenciones Empresariales a lo largo del tiempo.	24
6. Actividades Empresariales.....	26
a. Emprendedores Nacientes	27
b. Emprendedores Activos	28
7. Emprendimiento Estudiantil: Aspectos relevantes	28
a. El Contexto Universitario	28
b. Campo de Estudio	33
c. Género	35
8. Bienestar Subjetivo de los Emprendedores	36
9. Conclusiones y Recomendaciones	41
10. Muestra GUESSS 2023	43
11. Equipo de Líderes GUESSS 2023 en cada país.	44
12. Equipo GUESSS 2023 en Ecuador.....	45
13. Acerca de Autores.....	46
14. Referencias.....	47

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Edad de Estudiantes (N = 5,215)	10
<i>Figura 2.</i> Campos de Estudios de Estudiantes (N = 5,215)	11
<i>Figura 3.</i> Detalle de Intenciones Carrera (N = 5,215)	13
<i>Figura 4.</i> Detalle de Intenciones Carrera por Grupo (N = 5,215)	14
<i>Figura 5.</i> Planes de Carrera 5 años después de completar sus estudios (N = 1,657)	16
<i>Figura 6.</i> Planes de Carrera inmediatamente después de completar estudios (N = 2,449) ...	17
<i>Figura 7.</i> Proporción de fundadores intencionales (N = 226,710).	18
<i>Figura 8.</i> Comparación de intenciones emprendedoras en América Latina (N =39,717).	20
<i>Figura 9.</i> Evolución de proporción de Fundadores Intencionales	24
<i>Figura 10.</i> Proporción de Fundadores Activos y Nacientes.	27
<i>Figura 11.</i> Asistencia a formación de emprendimiento (N = 5,215).	30
<i>Figura 12.</i> Asistencia a formación de emprendimiento (N = 5,215).	31
<i>Figura 13.</i> Intenciones emprendedoras y actividades según campo de estudio (N = 5,215). .	34
<i>Figura 14.</i> Emprendedores intencionales según el género (N = 5,215).	36
<i>Figura 15.</i> Bienestar Subjetivo entre emprendedores intencionales (N = 5,215)	38

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Detalle de universidades participantes</i>	9
Tabla 2. <i>Detalle de respuestas por país</i>	43
Tabla 3. <i>Lista de países participantes y contactos de representantes.</i>	44
Tabla 4. <i>Lista de universidades y contactos de delegados.</i>	45

Principales Observaciones y Hallazgos

Los principales hallazgos del informe GUESSS Ecuador 2023 - 2024 pueden resumirse a continuación:

- El 31.77% de los estudiantes tiene la intención de emprender inmediatamente después de finalizar sus estudios, quienes se denominan emprendedores intencionales directos.
- El 46.96% planea ser emprendedor cinco años después de completar sus estudios.
- La intención de trabajar en organizaciones disminuye con el tiempo, lo que indica una posible transición hacia carreras emprendedoras conforme los estudiantes ganan experiencia laboral y madurez.
- Los planes de carrera de los emprendedores intencionales directos se mantienen a largo plazo dado que, el 87.93% de ellos todavía tiene la intención de ser emprendedor cinco años después de graduarse.
- Revisando las últimas cuatro ediciones, a pesar de que la intención de los estudiantes directos se reduce del 38.10% en 2021 al 31.77% en 2023, las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de Ecuador han mantenido una cierta estabilidad a lo largo del tiempo.
- El 43.70% de todos los estudiantes está en proceso de fundar una nueva empresa, denominados en el presente estudio como emprendedores nacientes. El 28.51% de estudiantes ya posee y dirige su propio negocio denominados emprendedores activos.
- El patrón general indica que los países en vías de desarrollo tienden a mostrar tasas más altas de intenciones emprendedoras en comparación con los países desarrollados.
- La educación en emprendimiento y el clima emprendedor en la universidad son aspectos importantes que influyen en las intenciones y comportamiento emprendedor (Sieger, Raemy, Zellweger, Fueglistaller & Hatak, 2024).
- Los estudiantes de Negocios y Gestión muestran las intenciones emprendedoras más fuertes, seguidos por los estudiantes de Derecho.
- Las mujeres en Ecuador muestran mayores porcentajes de intenciones emprendedoras tanto inmediatamente después de los estudios como cinco años después, destacando su papel crucial en la dinámica emprendedora del país.
- El bienestar puede constituir otro impulsor de las actividades emprendedoras. El promedio general del bienestar subjetivo de los estudiantes emprendedores activos es de 5.53 y de los emprendedores nacientes es de 5.38 en promedio, considerando una escala de 1 a 7. Esto indica un área de oportunidad para mejorar el apoyo emocional y psicológico a los emprendedores.

1. Antecedentes del Estudio.

La Encuesta Global del Espíritu Emprendedor de Estudiantes Universitarios (GUESSS) es un proyecto de investigación internacional que analiza las intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios, utilizando una metodología comparativa a nivel geográfico y temporal. La edición 2023-2024 de GUESSS se llevó a cabo durante el último trimestre de 2023, con la participación de 57 países y más de dos mil universidades. Este ambicioso esfuerzo, liderado por un equipo internacional de investigadores, permitió recolectar 226,723 respuestas de estudiantes, las cuales fueron analizadas para identificar hallazgos significativos sobre el espíritu emprendedor universitario (Sieger, Fueglistaller, Zellweger, & Braun, 2019).

El GUESSS está diseñado para atender a diversos grupos de interés, incluidos estudiantes, investigadores, empresarios, responsables de políticas públicas, universidades y otros actores clave. En Ecuador, la edición 2023-2024 marcó la cuarta implementación de este importante proyecto de investigación en el país. Su principal objetivo es generar ideas innovadoras y aportar conocimientos valiosos que fortalezcan la comprensión del emprendimiento estudiantil, resaltando su papel como motor clave del desarrollo académico, social y económico.

2. Organización del Estudio.

El estudio GUESSS, en su edición 2023-2024, fue organizado de manera estructurada y eficiente, gracias a la cooperación internacional entre universidades e investigadores comprometidos con la promoción del emprendimiento estudiantil. A nivel global, el proyecto fue liderado por la Universidad de St. Gallen y la Universidad de Bern, bajo la dirección del Ph.D. Philipp Sieger, en conjunto con un equipo de investigadores que trabajaron para garantizar el éxito del proyecto en 57 países.

En cada nación participante, se conformaron equipos locales responsables de la coordinación y ejecución del estudio, destacándose la colaboración de universidades, académicos y estudiantes.

Este esfuerzo multinacional fue clave para recoger y analizar más de 226 mil respuestas, permitiendo así generar hallazgos significativos sobre las intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios.

En el caso de Ecuador, Mariella Johanna Jácome Ortega actuó como representante nacional del proyecto GUESSS, liderando las actividades en el país. Junto a Xavier Omar Jácome Ortega, ambos coordinaron la ejecución del estudio, asegurando la participación activa de universidades como la Universidad Católica de Cuenca, la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), la Universidad de Cuenca, la Universidad Metropolitana (UMET), el Tecnológico Universitario ARGOS, y la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra (PUCE Ibarra).

Este equipo interdisciplinario, conformado por destacados delegados universitarios, trabajó en conjunto para cumplir con los estándares internacionales del proyecto y promover la participación de estudiantes ecuatorianos. Gracias a este esfuerzo colaborativo, la cuarta edición del GUESSS en Ecuador se consolidó como un referente en la investigación sobre emprendimiento estudiantil, aportando conocimientos innovadores y fortaleciendo el desarrollo del ecosistema emprendedor en el país.

Investigador(a)	Afiliación Universitaria
Ph.D. Mariella Johanna Jácome Ortega	Universidad Católica de Cuenca
Ph.D. Xavier Omar Jácome Ortega	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
Ph.D. Juan Carlos Erazo Álvarez	Universidad Católica de Cuenca
Ph.D. Cecilia Ivonne Narváez Zurita	Universidad Católica de Cuenca
Ph.D. Diego Marcelo Cordero Guzmán	Universidad Católica de Cuenca
Ph.D. Paúl Oswaldo Sarango Lalangui	Universidad Técnica Particular de Loja - UTPL
Mgtr. Evelyn Vanessa García Moreira	Tecnológico Universitario ARGOS
Mgtr. María Francisca Fernández Badillo	Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra PUCE Ibarra
Ph.D. Silvana Vanessa Astudillo Durán	Universidad de Cuenca
Ph.D. Karen Michel Serrano Orellana	Universidad Metropolitana UMET

Tabla 1. *Detalle de universidades participantes*

3. Características Demográficas de los Participantes.

La siguiente figura muestra la distribución de las respuestas según la edad de los estudiantes en Ecuador que fueron invitados a participar en la encuesta del proyecto de investigación GUESSS, edición 2023-2024. La mayoría de los encuestados (50.29%) tenía entre 18 y 24 años, seguido por el grupo de 25 a 30 años (22.25%) y, finalmente, aquellos mayores de 30 años (27.45%). En cuanto a la composición de la muestra, el 55.57% de los participantes fueron mujeres, el 43.89% hombres y el 0.29% se identificó con otro género.

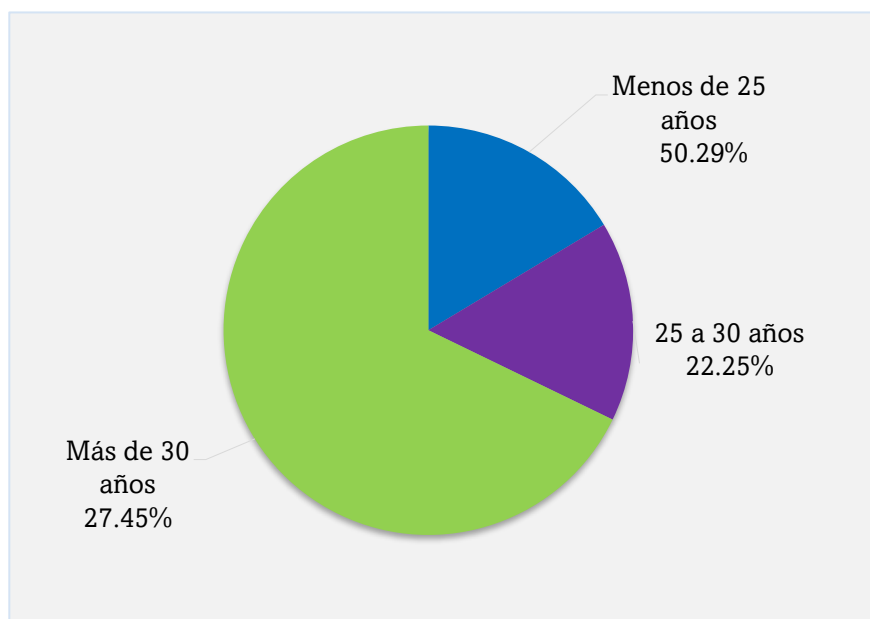


Figura 1. Edad de Estudiantes (N = 5,215)

La muestra estuvo conformada principalmente por estudiantes de pregrado (79.64%), seguidos por estudiantes de posgrado, incluyendo aquellos en programas de maestría (1.30%), MBA (18.87%) y doctorado (0.19%). En cuanto a los campos de estudio, la distribución de los participantes fue la siguiente: Negocios y Gestión (22.59%), Derecho (14.94%), Ciencias Sociales, incluyendo Psicología, Ciencia Política y Educación (14.90%), Economía (11.16%), Medicina y Ciencias de la Salud (5.20%), Ciencias de la Computación y Tecnologías de la Información (4.89%), Ingeniería y Arquitectura (3.78%), Ciencias Naturales (1.94%), Artes y Humanidades, incluyendo Estudios Culturales, Historia, Lingüística, Filosofía y Religión (1.74%), Matemáticas (0.54%), Ciencias del Arte, que abarcan carreras como Arte, Diseño, Artes Dramáticas y Música (0.06%), y otros campos (18.27%).

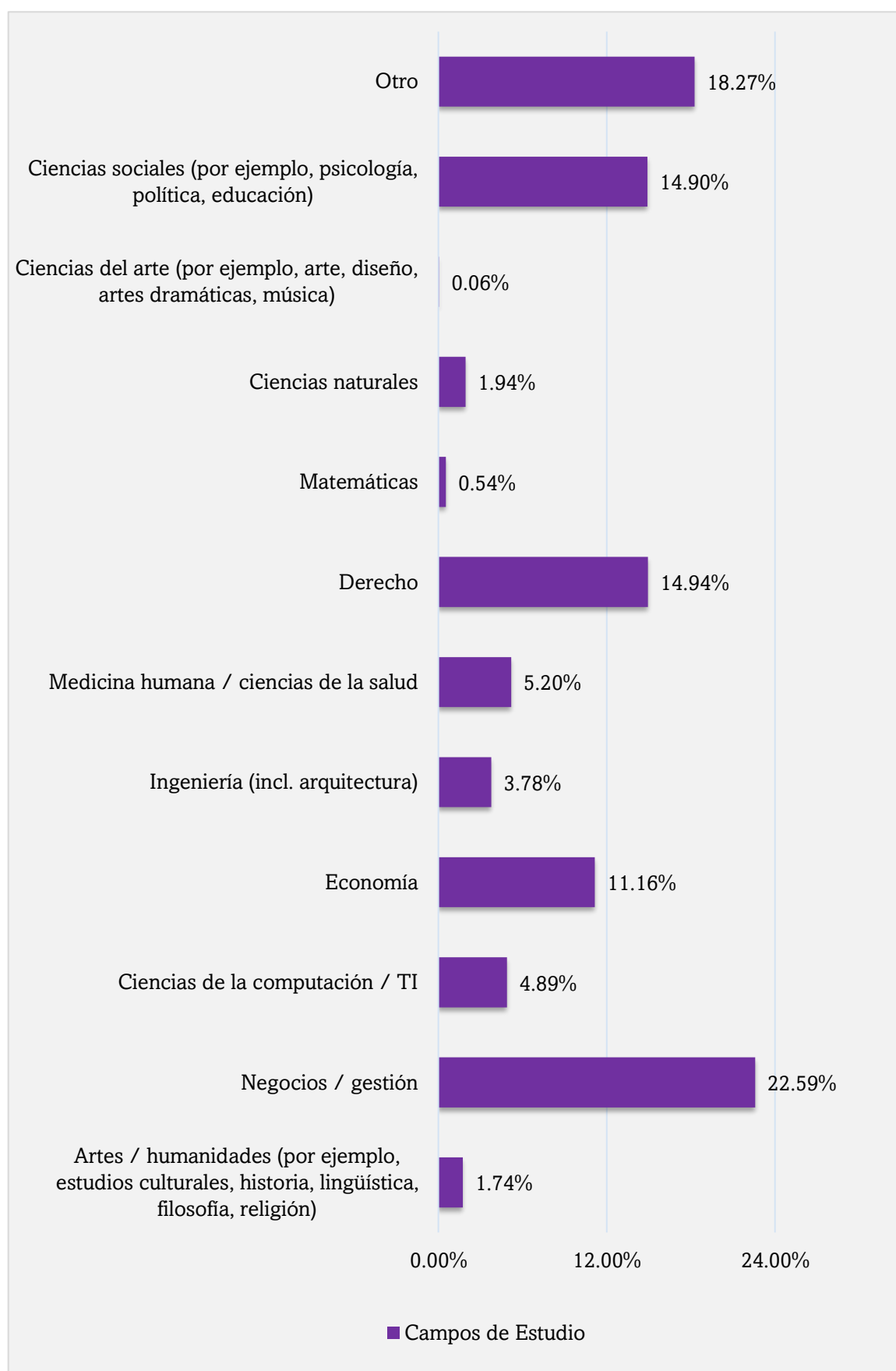


Figura 2. Campos de Estudios de Estudiantes (N = 5,215)

4. Intenciones de Carrera Emprendedora de los Estudiantes.

El proyecto GUESSS se enfoca en identificar las intenciones profesionales de los estudiantes universitarios, con un énfasis particular en su inclinación hacia el emprendimiento. Uno de los temas clave abordados en el estudio es la trayectoria profesional que los estudiantes planean seguir inmediatamente después de finalizar sus estudios y la que prevén seguir cinco años después de su graduación.

La intención emprendedora se define como la conciencia y la firme convicción de una persona de crear un nuevo negocio en el futuro. Este concepto es considerado el predictor más sólido del comportamiento emprendedor (Liñán, Nabi & Krueger, 2013). Según Fayolle y Liñán (2014), la intención emprendedora constituye un marco teórico sólido para predecir y explicar la actividad emprendedora.

Además, la Teoría del Comportamiento Planeado (TPB) de Ajzen desempeña un papel crucial en este ámbito. De acuerdo con Ajzen (1991), la intención de realizar un comportamiento depende de tres factores: la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control conductual percibido. Esta teoría ha sido ampliamente aplicada en el estudio de las intenciones emprendedoras y ha demostrado ser efectiva para predecir el comportamiento emprendedor en diversos contextos (Tornikoski & Maalaoui, 2019).

La Figura 3 presenta información sobre las elecciones de carrera profesional de los estudiantes en distintos sectores: privado, público y organizaciones sin fines de lucro. Para aquellos que optan por una trayectoria como empleados, las empresas se clasifican según su tamaño en pequeñas, medianas o grandes. Además, se comparan las intenciones profesionales en dos momentos: al finalizar los estudios (representado por la barra verde) y cinco años después de la graduación (barra morada).

Los resultados revelan que la intención de convertirse en fundador o emprendedor es la opción más popular entre los encuestados, con un 31.77% que manifestó esta preferencia al terminar sus estudios universitarios.

En segundo lugar, un 16.16% expresó su intención de trabajar en una gran empresa con 250 o más empleados. En cuanto a la carrera académica, el 8.61% de los estudiantes indicó su interés en seguir este camino tras su graduación, mientras que el 13.63% manifestó su intención de trabajar en el sector público.

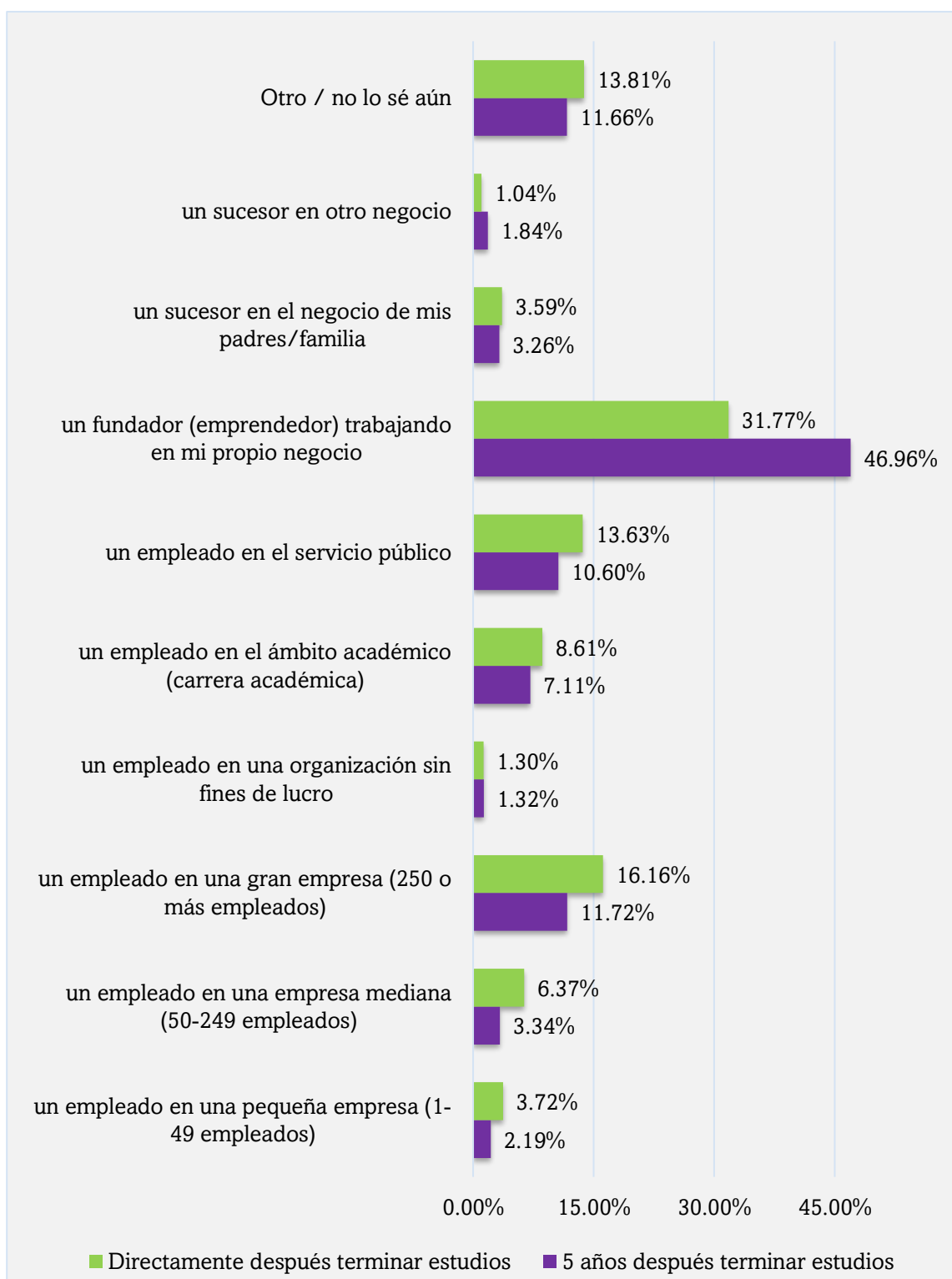


Figura 3. Detalle de Intenciones Carrera (N = 5,215)

Este informe analiza las proyecciones de carrera de los estudiantes en dos momentos clave: inmediatamente después de finalizar sus estudios universitarios y cinco años después de su graduación. Según las respuestas recopiladas, el 31.77% de los estudiantes manifestó su intención de convertirse en fundadores tras su graduación, mientras que el 49.80% expresó su preferencia por trabajar en empresas, como se muestra en la Figura 4. Cabe destacar que un 13.81% de los encuestados indicó no tener aún una intención profesional definida al momento de responder la encuesta, lo que sugiere la necesidad de mayor orientación y apoyo en la planificación de su futuro laboral.

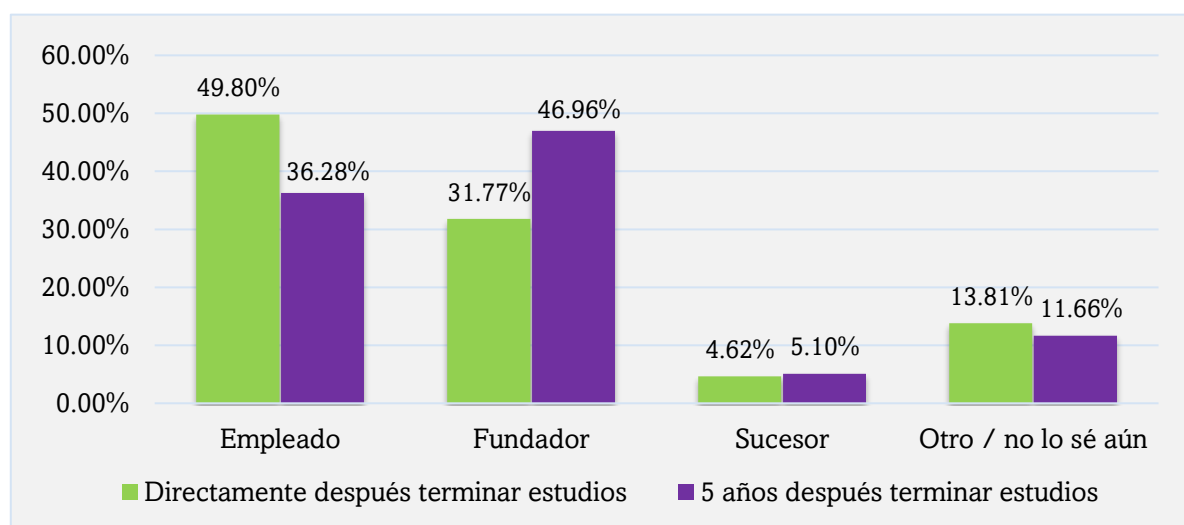


Figura 4. Detalle de Intenciones Carrera por Grupo (N = 5,215)

En contraste, el 46.96% de los estudiantes universitarios manifestó su intención de convertirse en fundadores de su propia empresa cinco años después de finalizar sus estudios, lo que representa un incremento significativo en comparación con el 31.77% que expresó esta intención al graduarse. En la misma línea de tiempo, el porcentaje de estudiantes que planean ser empleados disminuye al 36.28%. Asimismo, la proporción de estudiantes que aún no han definido su trayectoria profesional se reduce al 11.66%, evidenciando una mayor consolidación de sus planes de carrera con el paso del tiempo.

Según los hallazgos de Sieger et al. (2019) y Sieger., Raemy, Zellweger, Fueglistaller y Hatak (2021), las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios siguen un patrón estable a lo largo del tiempo. Inicialmente, la mayoría prefiere el empleo organizacional inmediatamente después de la graduación, pero esta preferencia disminuye con el tiempo, indicando que muchos planean transitar hacia una carrera emprendedora en un futuro cercano.

El emprendimiento entre los jóvenes universitarios tiende a incrementarse significativamente después de concluir sus estudios, un fenómeno respaldado por diversas investigaciones (Fatoki, 2014a; Fatoki, 2014b; Krueger, Reilly & Carsrud, 2000). Estudios previos sugieren que el periodo posterior a la universidad juega un papel clave en la maduración de las intenciones emprendedoras. Krueger et al. (2000) encontraron que muchos jóvenes profesionales prefieren adquirir experiencia como empleados antes de aventurarse en la creación de sus propios negocios, lo que les permite acumular capital social y financiero, así como un mejor conocimiento del mercado y las dinámicas empresariales.

Además, investigaciones recientes del proyecto GUESSS han demostrado que los estudiantes universitarios de último año desarrollan una intención emprendedora que se fortalece con el tiempo, a medida que sus perspectivas y actitudes hacia el emprendimiento se consolidan a través de su exposición a redes profesionales y recursos de apoyo. Sieger et al. (2019) destacan que las intenciones emprendedoras tienden a aumentar con el tiempo después de la graduación, impulsadas por factores como la experiencia laboral y el entorno educativo.

O' Gorman (2019) resalta la importancia de la intención como un antecedente fundamental del comportamiento emprendedor. La intención se considera el primer paso deliberado en la formación de un nuevo negocio, y su estudio permite comprender mejor el proceso emprendedor y los factores que lo impulsan. En conjunto, estos hallazgos subrayan el papel del tiempo como un factor moderador clave en la transición de la intención emprendedora a la acción efectiva, resaltando cómo la formación académica y la experiencia profesional contribuyen al auge del emprendimiento juvenil en el periodo posterior a la universidad.

Como parte de la metodología de este informe, se evaluó si la intención de los estudiantes universitarios que manifestaron su deseo de emprender o fundar su propio negocio se mantiene constante a lo largo del tiempo. Para ello, se analizaron dos momentos clave: inmediatamente después de concluir sus estudios universitarios y cinco años después.

La Figura 5 muestra la trayectoria profesional que planean seguir, cinco años después de su graduación, aquellos estudiantes que inicialmente expresaron su intención de emprender al finalizar su carrera. Los resultados revelan que el 87.93% de estos emprendedores intencionales directos mantiene su intención de emprender cinco años después de concluir sus estudios, lo que indica una notable estabilidad en sus aspiraciones.

Además, dado que el 31.77% de los estudiantes encuestados manifestó su intención de emprender inmediatamente después de su graduación, estos hallazgos evidencian una notable continuidad y consolidación de la intención emprendedora a lo largo del tiempo. Esto refuerza la idea de que muchos estudiantes sostienen y fortalecen su compromiso con el emprendimiento a medida que avanzan en su desarrollo profesional, adaptando sus planes y capacidades a nuevas oportunidades del mercado.

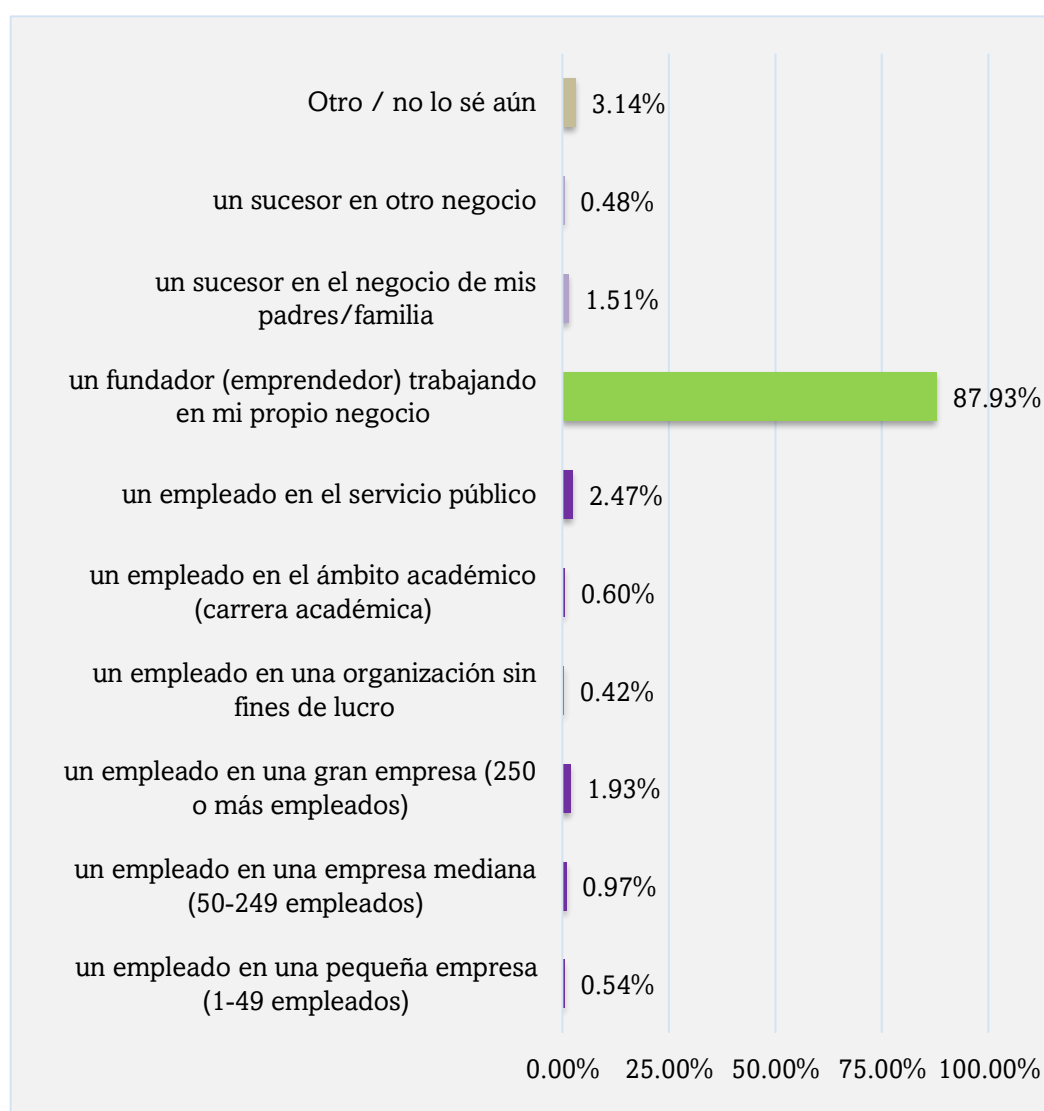


Figura 5. Planes de Carrera 5 años después de completar sus estudios (N = 1,657)

El 87.93% de los estudiantes que inicialmente expresaron su intención de emprender al graduarse continúa con este propósito incluso cinco años después de finalizar sus estudios. Asimismo, considerando que el 31.77% del total de encuestados manifestó su deseo de emprender de inmediato tras su graduación, los resultados reflejan una tendencia estable y sostenida en la intención emprendedora a lo largo del tiempo.

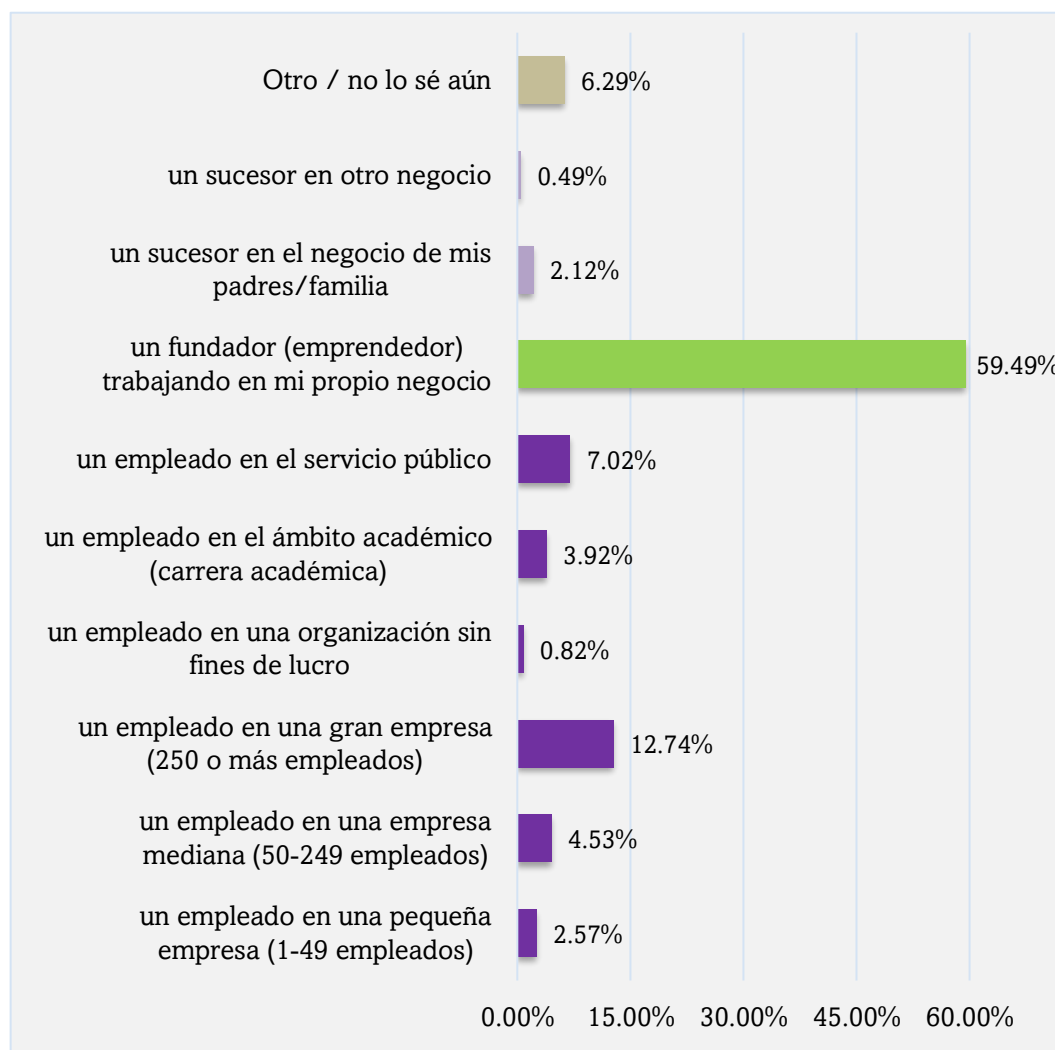


Figura 6. Planes de Carrera inmediatamente después de completar estudios (N = 2,449)

En contraste, la figura 6 muestra los planes inmediatos de los estudiantes que aspiran a convertirse en emprendedores cinco años después de finalizar sus estudios. El 59.49% de estos estudiantes también desea emprender directamente tras graduarse, mientras que el 31.60% planea trabajar como empleados en el sector privado o público. Esto sugiere una tendencia en la que muchos estudiantes prefieren acumular experiencia laboral antes de embarcarse en una carrera emprendedora.

Este análisis resalta la importancia de fomentar el espíritu emprendedor desde la educación superior y de proporcionar apoyo continuo a los estudiantes para que puedan materializar sus proyectos empresariales. Los resultados de esta edición de GUESSS a nivel internacional revelan una tendencia global en la que los fundadores intencionales son más predominantes en los países en vías de desarrollo. En contraste, en los países desarrollados se observa una menor proporción de intención emprendedora en comparación con aquellos en vías de desarrollo, una diferencia que puede atribuirse a factores como la estabilidad del mercado laboral, el acceso a financiamiento y las oportunidades económicas disponibles en cada contexto.

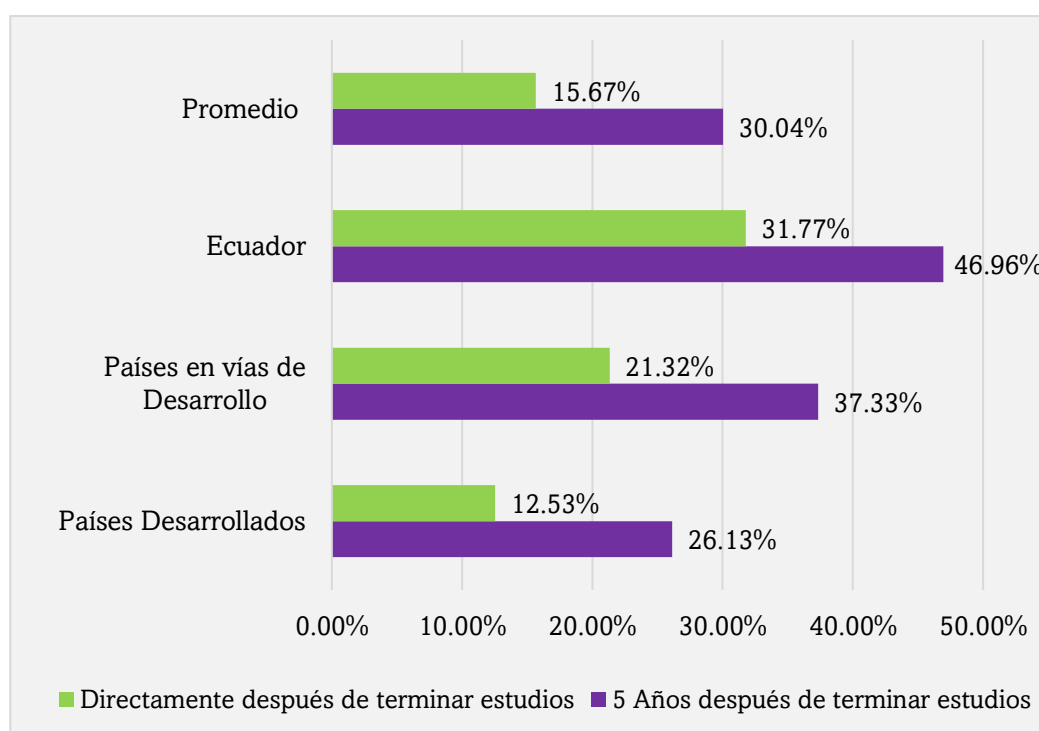


Figura 7. Proporción de fundadores intencionales (N = 226,710)

Este patrón ha sido identificado en estudios previos de GUESSS (Sieger, Fueglistaller & Zellweger, 2016; Sieger et al., 2019; Sieger et al., 2021). Sin embargo, al igual que en ediciones anteriores, es fundamental interpretar estos datos con precaución, ya que las muestras de los 57 países participantes varían significativamente en términos de tamaño, cantidad y tipos de universidades involucradas, composición demográfica estudiantil y otros factores relevantes. A pesar de estas diferencias metodológicas, los datos siguen siendo valiosos para analizar las proporciones y tendencias generales a nivel global, proporcionando una visión comparativa sobre la intención emprendedora en distintos contextos.

La clasificación de los países desarrollados y países en vías de desarrollo generalmente se basa en diversos indicadores económicos, sociales y políticos. Uno de los organismos más reconocidos que establece estas clasificaciones es el Banco Mundial, que utiliza criterios como el Producto Interno Bruto (PIB) per cápita, el Índice de Desarrollo Humano (IDH), así como factores adicionales como la infraestructura, la educación y la esperanza de vida.

Bajo estos parámetros, los países desarrollados se caracterizan por tener un alto PIB per cápita, un elevado nivel de vida, infraestructura avanzada y un IDH elevado. Estos países cuentan con economías sólidas y sectores industriales y de servicios bien establecidos. Por otro lado, los países en vías de desarrollo presentan un PIB per cápita más bajo, niveles de vida variables, infraestructura en crecimiento y, en general, un IDH inferior en comparación con los países desarrollados. Estas economías están en proceso de industrialización y fortalecimiento de sus sectores económicos y sociales.

El patrón de mayor intención emprendedora en los países en vías de desarrollo puede explicarse por varios factores. En estos países, la escasez de oportunidades laborales en el sector formal actúa como un catalizador que impulsa a los jóvenes a optar por el emprendimiento como una estrategia viable para generar ingresos y mejorar su calidad de vida. Desde un enfoque teórico, el modelo del comportamiento planeado de Ajzen (1991) sugiere que las intenciones emprendedoras están fuertemente influenciadas por tres factores: (a) actitudes hacia el comportamiento, (b) normas subjetivas, y, (c) control percibido sobre la conducta emprendedora. En entornos con oportunidades laborales limitadas, los estudiantes tienden a desarrollar actitudes más favorables hacia el emprendimiento y perciben un mayor control sobre su capacidad para iniciar y gestionar un negocio.

En contraste, en los países desarrollados, los estudiantes suelen priorizar la estabilidad y los beneficios asociados con los empleos tradicionales, lo que retrasa su incursión en actividades emprendedoras hasta que adquieren experiencia profesional relevante. Este análisis, tanto contextual como teórico, subraya la influencia del entorno económico y social en la formación de las intenciones emprendedoras.

Los hallazgos refuerzan la idea de que dichas intenciones no solo responden a factores individuales, sino que también son moldeadas por las circunstancias del entorno y las percepciones sobre la viabilidad y deseabilidad del emprendimiento. A continuación, la Figura 8 presenta una comparación de la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios de Ecuador y aquellos de otros países de América Latina.

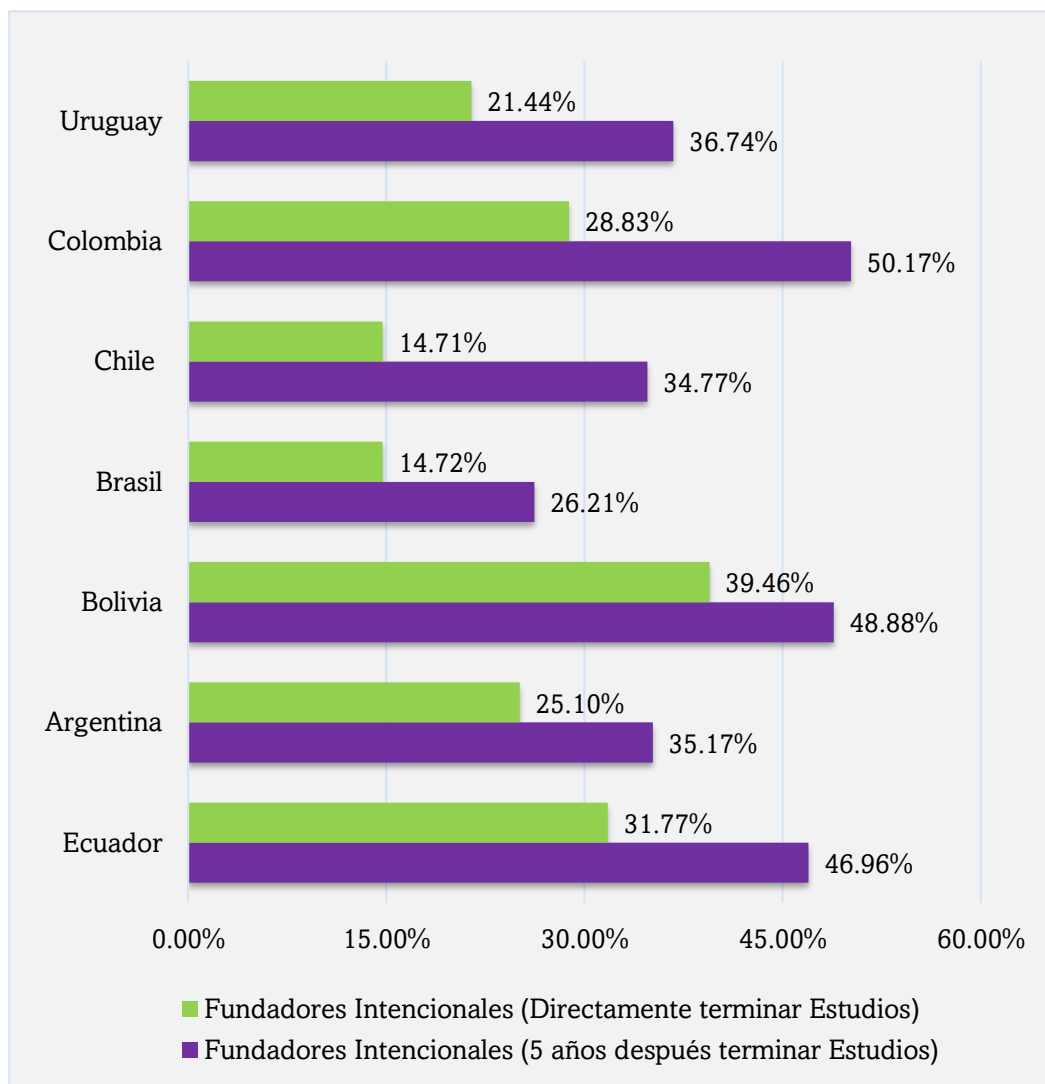


Figura 8. Comparación de intenciones emprendedoras en América Latina (N =39,717)

Se observa el mismo patrón que en la tendencia global, donde la intención de emprender aumenta a medida que transcurre el tiempo después de que los estudiantes han concluido sus estudios universitarios. Asimismo, los datos revelan que los estudiantes universitarios de Colombia, Bolivia y Ecuador presentan las tasas más altas de intención emprendedora en la región, lo que resalta la fuerte inclinación hacia el emprendimiento en estos países.

Si bien es cierto que en América Latina se observan altas tasas de intención emprendedora entre los estudiantes universitarios, el principal desafío radica en fomentar emprendimientos basados en la innovación. En la región, el emprendimiento suele ser una respuesta a la necesidad más que a la oportunidad, motivado principalmente por la falta de empleo formal y la escasez de alternativas económicas.

Según Estrin, Guerrero y Mickiewicz (2024), en las economías abiertas de América Latina existe una clara distinción entre emprendimiento formal e informal, así como entre emprendimiento por necesidad y por oportunidad. Su estudio sugiere que, debido a la limitada oferta de empleo, muchas personas se ven obligadas a emprender para subsistir, lo que da lugar a negocios con menores tasas de éxito y escalabilidad.

El análisis de Terjesen y Amorós (2010) sobre el emprendimiento femenino en América Latina y el Caribe muestra que muchas mujeres emprenden por necesidad, debido a la exclusión del mercado laboral formal. Aunque este tipo de emprendimiento es crucial para la subsistencia de muchas familias, suele estar asociado con bajos niveles de innovación y crecimiento. Además, las barreras estructurales y culturales limitan el potencial de estas emprendedoras para expandir sus negocios y aumentar su impacto económico.

Por otro lado, Williams y Youssef (2014) destacan que, en el sector informal de Brasil, el emprendimiento es predominantemente una respuesta a la exclusión del mercado laboral formal. Su estudio revela que los emprendedores informales inician negocios ante la falta de opciones laborales más estables y seguras, lo que se traduce en emprendimientos de baja productividad y con escasas posibilidades de crecimiento. Esto subraya la necesidad de políticas públicas que fomenten la formalización de negocios y faciliten la transición hacia emprendimientos sostenibles y escalables.

Ante estos hallazgos, diversos estudios han identificado estrategias fundamentales para transformar el panorama del emprendimiento en la región. Estas iniciativas buscan abordar tanto los desafíos estructurales como los factores culturales y económicos que influyen en la intención y éxito de los emprendedores.

En este contexto, una de las estrategias más cruciales es garantizar el acceso a formación empresarial y financiamiento, elementos clave para la sostenibilidad y el éxito de los emprendimientos. Estrin et al. (2024) destacan que, una educación enfocada en el desarrollo de habilidades emprendedoras puede empoderar a los futuros empresarios, dotándolos de herramientas para innovar, gestionar riesgos y tomar decisiones estratégicas.

Además, mejorar el acceso a financiamiento es clave para garantizar que los emprendedores, especialmente aquellos en sectores emergentes o con modelos de negocio innovadores, puedan obtener los recursos necesarios para consolidar y expandir sus proyectos. Esto incluye:

- Creación de fondos de inversión para *startups* y capital semilla con criterios inclusivos.
- Promoción de programas de microcréditos y financiamiento colaborativo (*crowdfunding*) dirigidos a emprendedores con acceso limitado a crédito bancario.
- Establecimiento de alianzas público-privadas para facilitar el acceso a financiamiento con tasas preferenciales.
- Fomentar una cultura de educación financiera también resulta esencial para que los emprendedores puedan gestionar de manera eficiente sus recursos y garantizar la viabilidad de sus negocios a largo plazo.

En esta misma línea, las barreras estructurales y culturales siguen representando un desafío significativo para el emprendimiento, especialmente para las mujeres y otros grupos subrepresentados. Terjesen y Amorós (2010) enfatizan que la exclusión del mercado laboral formal ha impulsado a muchas mujeres a emprender por necesidad, lo que a menudo limita el potencial de innovación y crecimiento de sus negocios.

Para abordar esta situación, se proponen iniciativas como:

- Programas de mentoría y capacitación específicos para mujeres emprendedoras, que les brinden orientación en áreas como liderazgo, estrategia comercial y acceso a mercados.

- Desarrollo de redes de apoyo y colaboración que permitan a emprendedores compartir experiencias, acceder a oportunidades de financiamiento y generar sinergias con otros actores del ecosistema.
- Creación de incentivos fiscales y subsidios que promuevan la equidad en el acceso a recursos financieros y oportunidades de negocio para mujeres y emprendedores de comunidades vulnerables.

A su vez, la informalidad empresarial representa otro desafío clave en el ecosistema emprendedor de América Latina, afectando el acceso a recursos y el crecimiento sostenible de los negocios. Williams y Youssef (2014) advierten que la informalidad empresarial limita el acceso a financiamiento, dificulta el crecimiento y reduce la contribución de estos negocios al desarrollo económico del país. Para promover la transición de emprendimientos informales hacia la formalidad, se recomienda la implementación de medidas como:

- Reducción de la carga regulatoria y simplificación de trámites para la creación y legalización de empresas, eliminando barreras burocráticas que desalientan la formalización.
- Incentivos fiscales progresivos, como exenciones o reducciones impositivas temporales para nuevos negocios que decidan formalizarse.
- Creación de ventanillas únicas de atención empresarial, donde los emprendedores puedan recibir asesoría, registrar sus negocios y acceder a beneficios fiscales en un solo lugar.
- Programas de capacitación y asistencia técnica que ayuden a los emprendedores a entender los beneficios de operar formalmente y a fortalecer su capacidad de gestión.

La implementación de estas estrategias, junto con mejoras en las condiciones económicas y sociales, puede impulsar la creación de emprendimientos resilientes, escalables y con mayor impacto en el desarrollo económico de América Latina. Al fortalecer el acceso a recursos, eliminar barreras estructurales y promover la formalización, se podrá consolidar un ecosistema más dinámico, inclusivo y sostenible que favorezca la innovación y el crecimiento empresarial en la región.

5. Intenciones Empresariales a lo largo del tiempo.

Se realizó un análisis de los datos de Ecuador correspondientes a las últimas cuatro ediciones de recolección de información de GUESSS (2023, 2021, 2018 y 2016). Los resultados muestran que la proporción de emprendedores intencionales cinco años después de finalizar sus estudios alcanzó su punto máximo en 2016 con un 64.20%. Posteriormente, se observó una tendencia decreciente: 60.80% en 2018, 58.00% en 2021 y una caída más pronunciada a 46.96% en 2023.

Por otro lado, la proporción de fundadores intencionales inmediatamente después de la graduación fue del 23.6% en 2016, disminuyendo a 19.2% en 2018, para luego experimentar un incremento significativo hasta 38.1% en 2021, antes de descender nuevamente a 31.77% en 2023. A pesar de estas fluctuaciones, los datos reflejan una relativa estabilidad en las intenciones emprendedoras a lo largo del tiempo, lo que sugiere la influencia de diversos factores económicos y sociales en la evolución de la mentalidad emprendedora en el país.

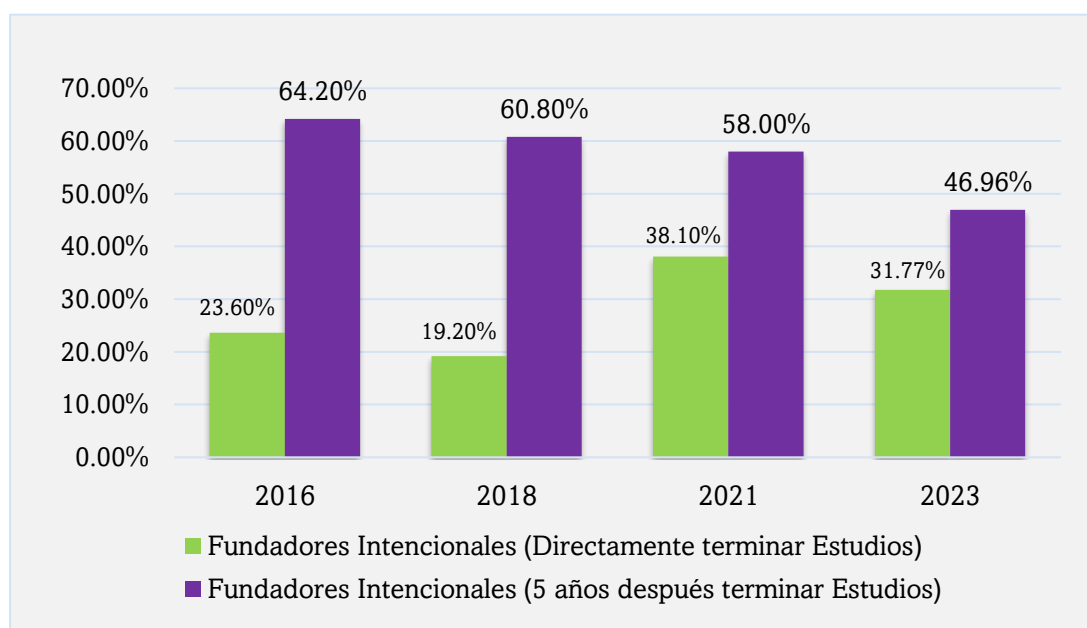


Figura 9. Evolución de proporción de Fundadores Intencionales

En Ecuador, la proporción de fundadores intencionales inmediatamente después de finalizar sus estudios experimentó un crecimiento significativo en 2021, alcanzando el 38.10%, en comparación con el 19.2% en 2018. Este notable aumento puede atribuirse a diversos factores derivados del efecto postpandemia.

La crisis sanitaria de COVID-19 provocó interrupciones económicas a nivel global, afectando la estabilidad del empleo y las finanzas personales. Según el informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2021), la pandemia aceleró la adopción de nuevas tecnologías y modelos de negocio, impulsando a muchas personas a emprender como alternativa ante la incertidumbre laboral. La literatura académica respalda este fenómeno, señalando que en períodos de crisis las tasas de emprendimiento tienden a aumentar, ya que la población busca generar ingresos y adaptarse a nuevas realidades económicas (Fairlie, 2020).

En el contexto ecuatoriano, la pandemia pudo haber actuado como un catalizador que llevó a los recién graduados a optar por el emprendimiento, motivados por la búsqueda de independencia económica y flexibilidad laboral. Este fenómeno no se limita a Ecuador; estudios internacionales también han documentado incrementos en la intención emprendedora durante y después de crisis económicas (Block, Fisch, & Van Praag, 2018). El auge del emprendimiento en 2021 refleja una estrategia de adaptación a la crisis, en la que los individuos buscan aprovechar oportunidades emergentes y reducir los riesgos asociados con empleos tradicionales. Esta tendencia subraya la resiliencia y capacidad de innovación de los jóvenes emprendedores en contextos de alta incertidumbre.

Sin embargo, esta tendencia no se mantuvo en los años posteriores. La proporción de fundadores intencionales directos disminuyó del 38.10% en 2021 al 31.77% en 2023, reflejando un retroceso en la intención emprendedora en Ecuador. Esta reducción puede explicarse por múltiples factores interrelacionados, entre ellos, el deterioro de la situación económica y de seguridad en el país.

Uno de los factores más influyentes es el aumento de la violencia y criminalidad. La expansión de redes de narcotráfico ha generado un clima de inseguridad y miedo que afecta directamente el entorno empresarial. Reuters (2023) reportó un incremento en el número de muertes violentas en Ecuador en comparación con 2022, lo que ha desalentado a potenciales emprendedores y reducido la confianza en la estabilidad del país. Además, los problemas de infraestructura, como las interrupciones en el suministro de electricidad, han afectado gravemente el ecosistema emprendedor.

Un informe de Primicias (2023) destacó que cada hora sin electricidad le cuesta al sector comercial ecuatoriano aproximadamente 20 millones de dólares, aumentando los costos operativos y reduciendo la competitividad de los negocios emergentes. Como consecuencia, muchos emprendedores han tenido que invertir en generadores y sistemas de respaldo, lo que representa una carga financiera considerable, especialmente para aquellos con márgenes de beneficio reducidos.

Otro desafío crítico es el incremento de las extorsiones a negocios y emprendedores. Según un informe de Infobae (2024), tres de cada diez empresas en Ecuador fueron víctimas de extorsión en 2023 por parte de bandas criminales. Los emprendedores se enfrentan a demandas de pagos ilícitos a cambio de la continuidad de sus negocios, generando un ambiente de vulnerabilidad y desmotivación (El Comercio, 2023).

Estos desafíos — inseguridad creciente, crisis energética y extorsiones — han creado un entorno adverso para el emprendimiento en Ecuador. Esta combinación de factores no solo desmotiva a potenciales emprendedores, sino que también dificulta la sostenibilidad y el crecimiento de los negocios existentes.

Bajo esta perspectiva, resulta crucial analizar estrategias y políticas que permitan mitigar estos obstáculos y fomentar un ecosistema emprendedor más resiliente y próspero. La implementación de medidas de seguridad, inversión en infraestructura y apoyo financiero puede contribuir a la recuperación del espíritu emprendedor y al fortalecimiento de los negocios en el país.

6. Actividades Empresariales

En el contexto del proyecto GUESSS, los emprendedores nacientes se definen como aquellos individuos que están activamente involucrados en la creación de un nuevo negocio. Estos emprendedores se encuentran en la fase inicial del proceso emprendedor, desarrollando actividades clave como la elaboración de planes de negocio, la búsqueda de financiamiento y la construcción de redes de apoyo. Sin embargo, no todos logran establecer una empresa debido a múltiples barreras, entre ellas la falta de recursos financieros y estratégicos para materializar sus ideas (Edelman, Manolova, Shirokova, & Tsukanova, (2020).

Por otro lado, los emprendedores activos son aquellos que han superado la fase inicial y están operando su negocio de manera estable. Estos emprendedores han conseguido establecer su empresa y ahora se enfocan en su crecimiento y consolidación en el mercado (Braun, Sieger & Bergmann, 2023).

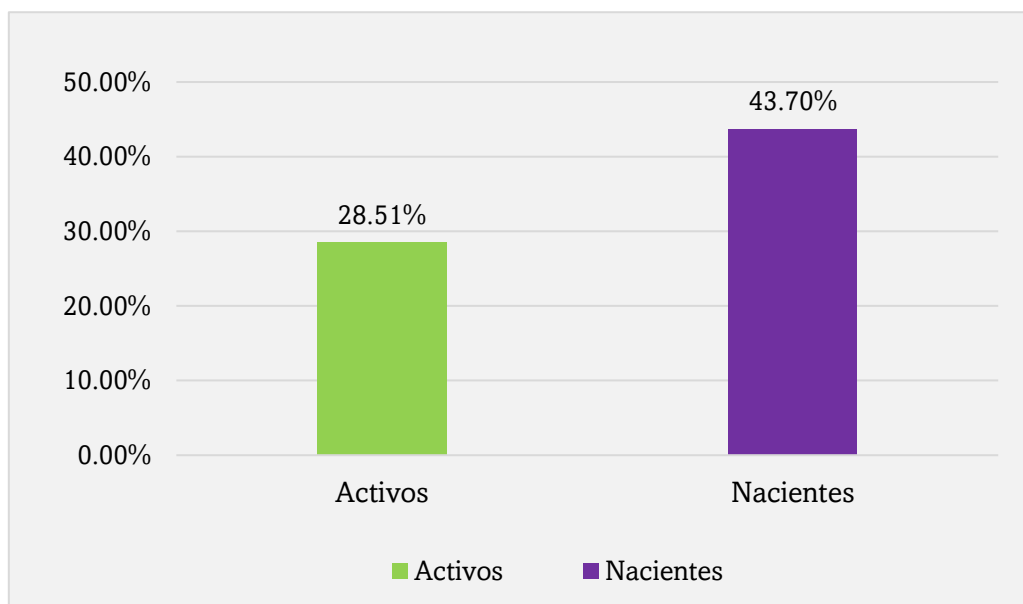


Figura 10. Proporción de Fundadores Activos y Nacientes.

a. Emprendedores Nacientes

Los resultados del estudio muestran que el 43.70% de los estudiantes encuestados (N=2,279) indicó que actualmente está intentando iniciar su propio negocio, lo que los clasifica como emprendedores nacientes. Dentro de este grupo:

- 20.65% planea completar el proceso de fundación durante sus estudios.
- 24.54% tiene la intención de crear su empresa inmediatamente después de graduarse.
- 15.41% planea emprender dentro de los dos años posteriores a la finalización de sus estudios.
- 25.80% de los estudiantes indicaron que su negocio debería convertirse en su ocupación principal después de graduarse.
- 24.79% planea ser el propietario mayoritario de su empresa.
- 18.69% de los emprendedores nacientes intenta iniciar el negocio con uno o más cofundadores.
- 33% señaló que su negocio estará ubicado en la misma ciudad donde cursan sus estudios.

b. Emprendedores Activos

Por otro lado, el 28.51% de los encuestados, equivalentes a 1,487 estudiantes, se identificaron como emprendedores activos, lo que significa que ya poseen y gestionan su propio negocio. Entre ellos:

- 24.68% fundó su empresa en 2023.
- 49.36% planea que su negocio se convierta en su ocupación principal después de graduarse.
- 47.01% son propietarios mayoritarios de su empresa.
- 51.45% indicó que su negocio está ubicado en la misma ciudad donde estudian actualmente.
- Solo el 13.05% de los nuevos emprendimientos ha recibido financiamiento de capital de riesgo.

Estos resultados destacan una fuerte intención y actividad emprendedora entre los estudiantes universitarios, reflejando su interés en desarrollar proyectos propios y consolidar su presencia en el ecosistema empresarial. Sin embargo, también evidencian desafíos en términos de acceso a financiamiento y sostenibilidad a largo plazo.

7. Emprendimiento Estudiantil: Aspectos relevantes

a. El Contexto Universitario

El contexto universitario desempeña un papel crucial en el fomento del emprendimiento entre los estudiantes. Morris, Shirokova y Tsukanova (2017) encontraron que la participación en programas curriculares y actividades extracurriculares relacionadas con el emprendimiento tiene una relación positiva con la actividad emprendedora estudiantil.

Sin embargo, el apoyo financiero universitario podría tener un efecto negativo en la intención emprendedora, a menos que los estudiantes ya tengan experiencia previa en negocios. Esto sugiere que el acceso a recursos debe complementarse con oportunidades prácticas y el desarrollo de habilidades empresariales. Estos hallazgos subrayan la necesidad de que las universidades no solo provean recursos, sino que también promuevan experiencias aplicadas y fomenten la motivación intrínseca.

La investigación de Leiva, Mora-Esquivel y Solís (2023) refuerza esta perspectiva, destacando que el contexto universitario influye significativamente en la actividad emprendedora de los estudiantes en distintas regiones, incluyendo América Latina. Su estudio revela que el entorno universitario, en combinación con los contextos industrial-tecnológico e institucional-político, juega un papel clave en el proceso de creación de negocios. En particular, las universidades impactan positivamente en la planificación empresarial y en la interacción de los estudiantes con el ecosistema emprendedor. Estos hallazgos enfatizan la importancia de políticas universitarias que impulsen activamente el desarrollo emprendedor desde múltiples frentes.

Por su parte, Bergmann, Geissler, Hundt y Grave (2018) aportan evidencia adicional sobre la relevancia del entorno universitario, demostrando que las medidas de apoyo al emprendimiento en las universidades generan una percepción más favorable del clima emprendedor entre los estudiantes. Este efecto no solo depende de los recursos disponibles, sino también de la inclusión de contenidos sobre emprendimiento en los planes de estudio, lo que facilita la construcción de significado social en torno a la actividad emprendedora. Esto sugiere que un enfoque integral, que combine apoyo institucional con formación académica en emprendimiento, puede ser particularmente efectivo en la promoción de intenciones emprendedoras y en la transición hacia la creación de empresas.

Además, la investigación de Bergmann, Hundt y Sternberg (2016) indican que las características organizacionales y contextuales de las universidades influyen significativamente en la propensión de los estudiantes a iniciar negocios. Elementos como los programas de educación emprendedora, las redes de apoyo y la cultura universitaria son determinantes para motivar y facilitar el proceso emprendedor.

En la misma línea, Janeska-Iliev, Debarliev y Drakulevski (2020) destacan que las universidades que fomentan un ecosistema emprendedor robusto pueden incrementar las intenciones emprendedoras al proporcionar recursos, mentorías y oportunidades de networking. Estas iniciativas resultan fundamentales para facilitar la transición de los estudiantes de la intención emprendedora a la acción empresarial (Bergmann et al., 2016; Janeska-Iliev et al., 2020).

En conjunto, estos estudios resaltan la importancia de que las universidades adopten estrategias holísticas para fortalecer el ecosistema emprendedor. Destacando que, es necesario generar experiencias prácticas, crear redes de contacto y fomentar un ambiente institucional que motive y facilite la creación de empresas. Un enfoque orientado a la acción es clave para transformar la intención emprendedora en resultados tangibles.

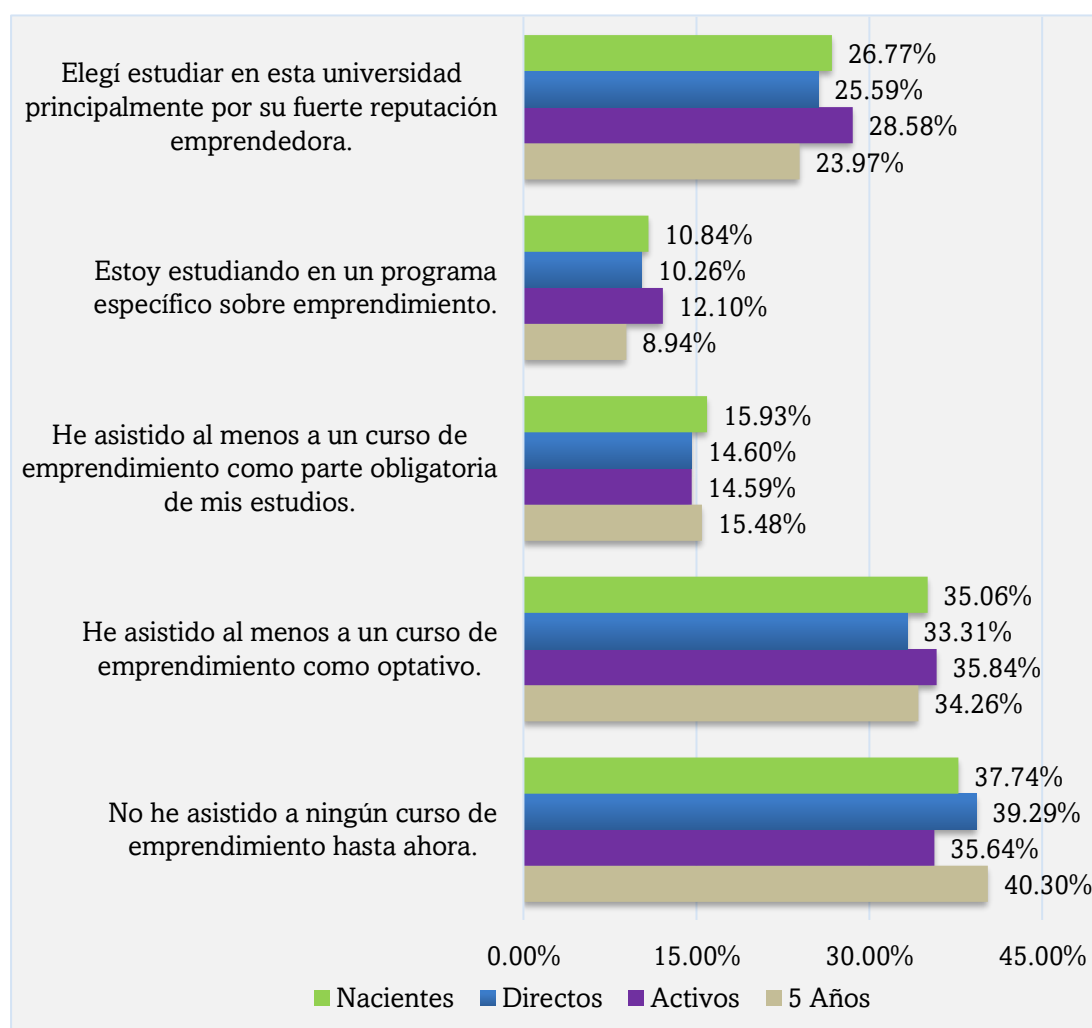


Figura 11. Asistencia a formación de emprendimiento (N = 5,215)

En este marco, los datos obtenidos en la encuesta permiten profundizar en el impacto que la formación académica tiene en la intención emprendedora de los estudiantes. La Figura 11 evidencia que el 39.29% de los estudiantes que expresaron su intención de emprender inmediatamente no han asistido a ningún curso de emprendimiento. Por otro lado, el 33.31% ha participado en al menos un curso electivo, mientras que solo el 14.60% ha asistido a cursos obligatorios sobre el tema.

Estos hallazgos refuerzan la importancia del contexto universitario en la promoción del emprendimiento estudiantil y la necesidad de fortalecer la formación en esta área. La baja participación en cursos de emprendimiento refleja una oportunidad clave para que las universidades en Ecuador amplíen y fortalezcan su oferta educativa en emprendimiento. Como se ha discutido previamente, los programas curriculares y las actividades extracurriculares relacionadas con el emprendimiento tienen una influencia positiva en la actividad emprendedora de los estudiantes (Morris et al., 2017).

Esto sugiere que, para potenciar la intención emprendedora, es fundamental que las instituciones de educación superior incorporen estrategias más efectivas y accesibles que incentiven la participación de los estudiantes en formación empresarial.

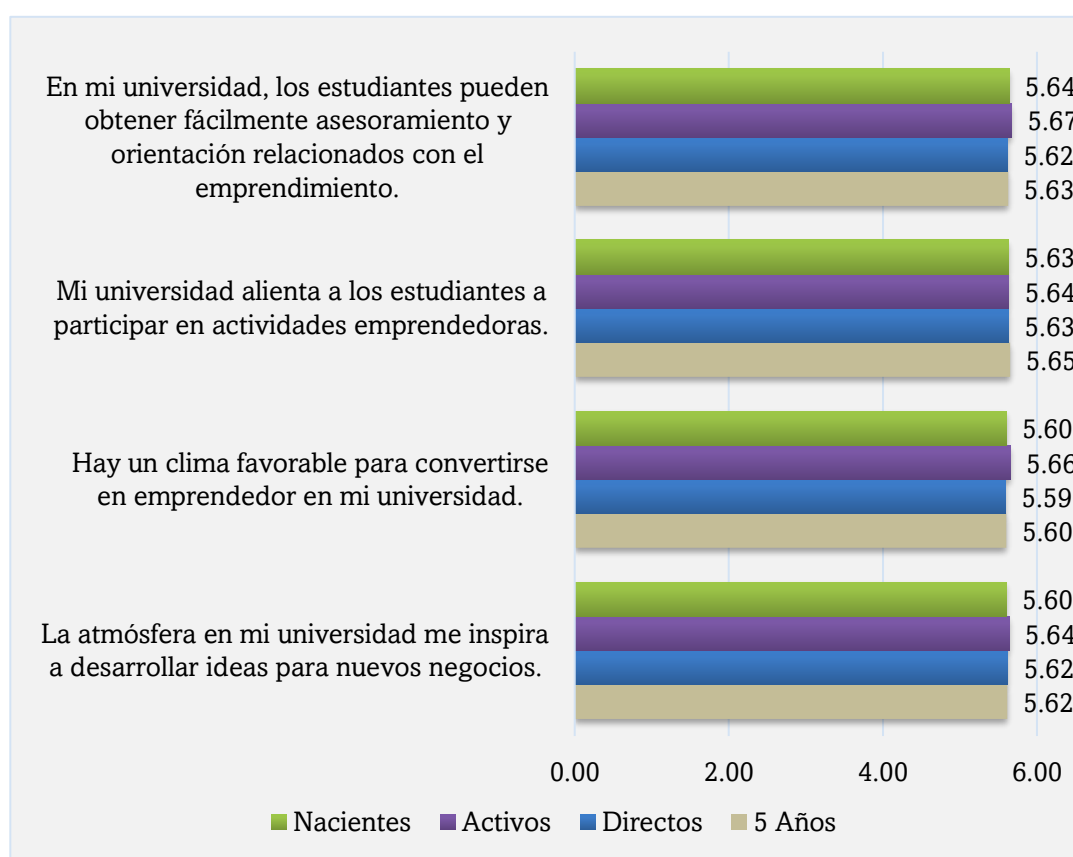


Figura 12. Asistencia a formación de emprendimiento ($N = 5,215$)

El contexto universitario juega un papel fundamental en el marco de investigación del proyecto GUESSS, ya que tiene la capacidad de moldear las intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes.

Su importancia radica en que no solo proporciona formación académica, sino que también inspira, motiva y apoya a los estudiantes en su camino hacia el emprendimiento, convirtiéndose en un componente esencial para entender y fomentar el espíritu emprendedor en la juventud.

Con este enfoque, los estudiantes universitarios fueron evaluados respecto a su percepción del clima emprendedor en sus instituciones, obteniendo una puntuación media de 5.63 sobre una escala de 7 puntos. Este resultado indica que existe un margen de mejora dentro del ambiente emprendedor promovido por las universidades, según la percepción de los estudiantes. Sin embargo, estos resultados deben interpretarse con cautela, ya que las percepciones están influenciadas por múltiples factores (Sieger et al., 2024).

Dado que el contexto universitario influye directamente en la intención y actividad emprendedora de los estudiantes, es fundamental que las instituciones educativas adopten estrategias para fortalecer su ecosistema emprendedor. El apoyo institucional y la inclusión de contenidos sobre emprendimiento en los programas de estudio pueden mejorar significativamente la percepción del clima emprendedor y motivar a los estudiantes a iniciar sus propios negocios (Bergmann et al., 2018). Por ello, fomentar un entorno universitario que promueva activamente el emprendimiento, mediante una mayor oferta de cursos y recursos, es crucial para incrementar las tasas de emprendimiento basado en la innovación en Ecuador.

Implementar estas estrategias no solo fortalecerá el desarrollo de habilidades empresariales, sino que también permitirá que las universidades contribuyan al crecimiento económico sostenible del país. Un ecosistema universitario sólido en emprendimiento puede servir como una plataforma para la innovación, facilitando el acceso a mentorías, redes de contacto y oportunidades de financiamiento, elementos clave en la consolidación de nuevos negocios.

El clima emprendedor universitario ha sido identificado como un factor clave en la promoción del emprendimiento entre los estudiantes. Estudios recientes han demostrado que un entorno universitario que fomente la cultura emprendedora influye significativamente en la intención y el comportamiento emprendedor de los estudiantes.

Según Bergmann et al. (2018), la percepción de los estudiantes sobre el apoyo y las oportunidades de emprendimiento en sus universidades está estrechamente relacionada con su disposición a iniciar negocios. Un clima emprendedor positivo no solo proporciona acceso a recursos y mentorías, sino que también cultiva una cultura de innovación, riesgo calculado y resiliencia, factores esenciales para el éxito empresarial.

En esta línea, Sim, Galloway, Ramos y Mustafa (2021) encontraron que el clima emprendedor actúa como un mediador crucial entre el apoyo universitario y las intenciones emprendedoras, lo que resalta la importancia de crear un entorno que no solo ofrezca recursos tangibles, sino que también motive a los estudiantes a emprender.

Además, Cui (2021) demostraron que la efectividad de los programas de emprendimiento se ve potenciada cuando las universidades ofrecen un entorno que estimula activamente el desarrollo de una mentalidad emprendedora. En conjunto, estos hallazgos sugieren que las universidades que buscan fomentar el emprendimiento deben enfocarse en desarrollar un clima emprendedor sólido, que combine recursos, apoyo institucional y una cultura que valore la iniciativa emprendedora.

b. Campo de Estudio

El campo de estudio de los estudiantes universitarios influye significativamente en sus intenciones emprendedoras, ya que cada disciplina académica moldea diferentes percepciones sobre el emprendimiento como alternativa profesional. Mientras algunos programas educativos fomentan una mentalidad orientada hacia la creación de empresas, otros pueden promover la inserción en el mercado laboral tradicional (Leiva et al., 2023; Morris et al., 2017).

Este análisis examina cómo la intención de emprender varía entre los distintos campos de estudio, evaluando las diferencias en la predisposición a iniciar un negocio inmediatamente después de la graduación y cinco años después. Identificar estos patrones es clave para diseñar estrategias educativas que impulsen el ecosistema emprendedor y brinden herramientas adecuadas para que estudiantes de diversas disciplinas puedan desarrollar y consolidar sus iniciativas empresariales.

Los datos revelan que los estudiantes de Negocios y Gestión presentan las intenciones emprendedoras más altas inmediatamente después de finalizar sus estudios, con un 28.68% manifestando su intención de emprender. En segundo lugar, se encuentran los estudiantes de Derecho, con un 16.61% de intención emprendedora al concluir su formación académica.

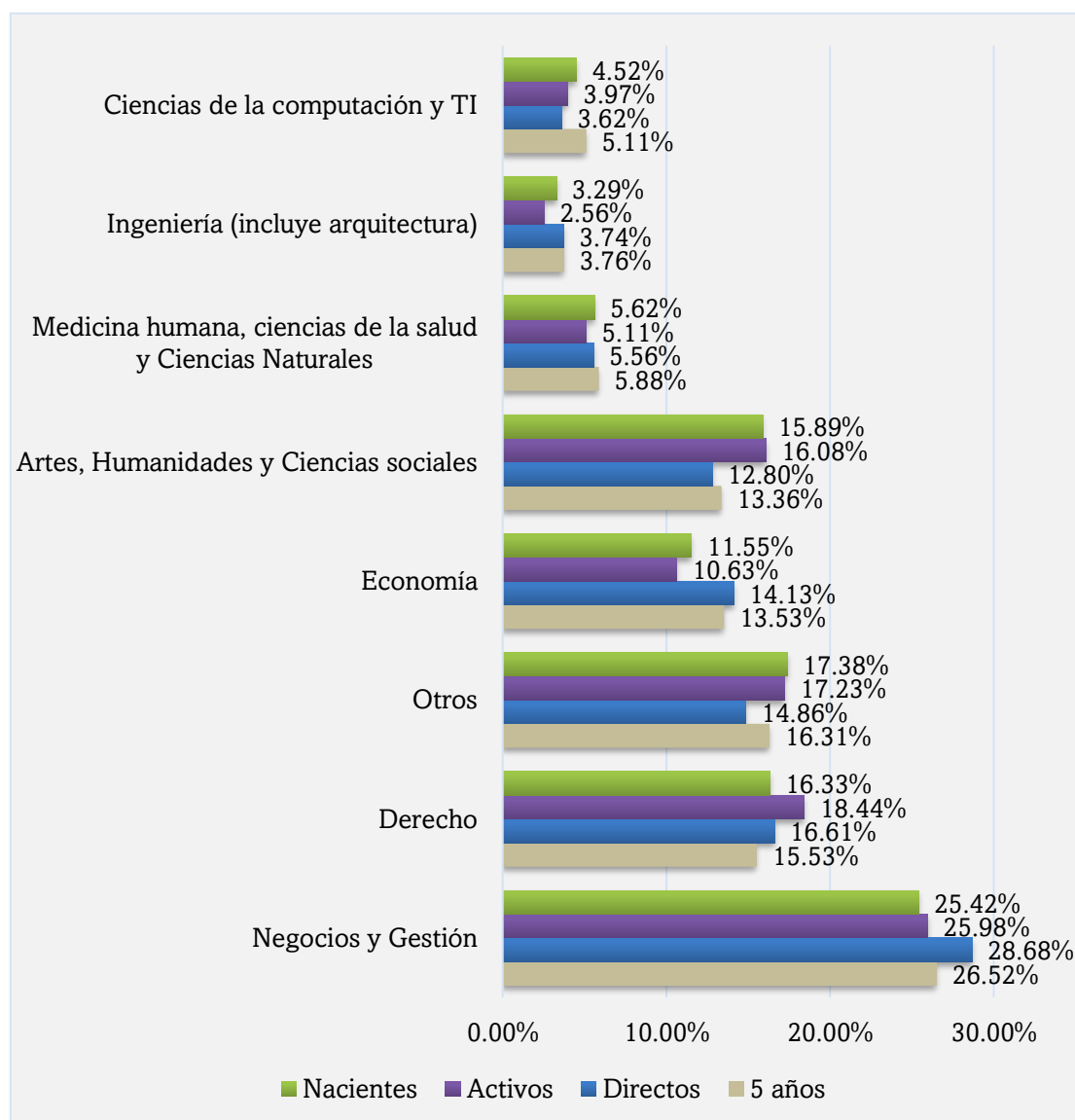


Figura 13. Intenciones emprendedoras y actividades según campo de estudio (N = 5,215)

A los cinco años de haber egresado, los estudiantes de Negocios y Gestión continúan liderando la intención de emprender, con un 26.52%, lo que evidencia una tendencia sostenida en este campo. Este patrón se mantiene también entre los emprendedores nacientes (quienes están en proceso de crear un negocio) y los emprendedores activos (quienes ya gestionan un negocio), lo que sugiere que la formación académica en determinadas áreas puede influir en la sostenibilidad y consolidación de la actividad emprendedora a lo largo del tiempo.

Los resultados reflejan que los estudiantes provenientes de carreras con un enfoque en gestión y negocios tienden a desarrollar una visión más clara sobre el emprendimiento como una opción de carrera viable, mientras que, en otras disciplinas, la intención emprendedora es menor, aunque aún significativa.

Estos hallazgos subrayan la necesidad de que las universidades fortalezcan el ecosistema emprendedor en todos los campos de estudio, ofreciendo herramientas y estrategias que fomenten la iniciativa empresarial más allá de las disciplinas tradicionalmente orientadas al emprendimiento. Promover programas interdisciplinarios, mentorías y acceso a financiamiento puede ser clave para expandir el impacto del emprendimiento en diversos sectores de la economía.

c. Género

La relación entre género y emprendimiento es un área de investigación ampliamente estudiada, con hallazgos consistentes que reflejan la existencia de una brecha de género en las intenciones y actividades emprendedoras (Sieger et al., 2019; Sieger et al., 2021). En el contexto ecuatoriano, los resultados de la encuesta GUESSS aplicada en universidades participantes revelan que un mayor porcentaje de mujeres aspira a convertirse en emprendedoras, tanto inmediatamente después de finalizar sus estudios como cinco años después de su graduación. Asimismo, se evidencia una mayor participación femenina en la actividad emprendedora en las categorías de emprendedoras nacientes y activas.

Este fenómeno sugiere que las mujeres en Ecuador están desempeñando un papel crucial en la creación de nuevas empresas y en la evolución del ecosistema emprendedor del país. Sin embargo, para maximizar este potencial, es fundamental fortalecer las iniciativas de apoyo al emprendimiento femenino. Esto implica la implementación de políticas públicas y programas institucionales que faciliten el acceso a financiamiento, el desarrollo de programas de mentoría y capacitación especializada, y la creación de redes de apoyo y espacios colaborativos que permitan a las emprendedoras superar las barreras existentes y consolidar negocios exitosos. El fortalecimiento de estas estrategias impulsará la diversificación del ecosistema empresarial y fomentará un crecimiento económico más inclusivo y equitativo en Ecuador.

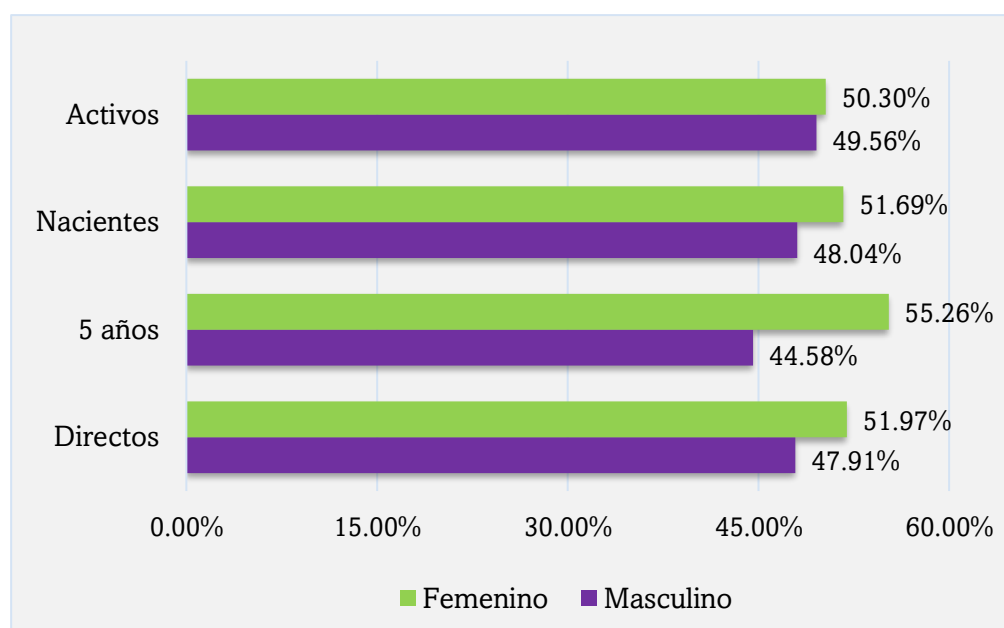


Figura 14. Emprendedores intencionales según el género (N = 5,215)

8. Bienestar Subjetivo de los Emprendedores

La teoría del bienestar subjetivo (SWB, por sus siglas en inglés) ha evolucionado en los últimos años, proporcionando una comprensión más profunda de cómo las personas evalúan y experimentan su calidad de vida mediante juicios cognitivos y emocionales. Esta teoría se compone de tres dimensiones clave: satisfacción con la vida, afecto positivo y afecto negativo. Estos elementos combinan tanto evaluaciones globales sobre la vida de una persona como sus experiencias emocionales diarias, proporcionando así una visión integral y dinámica del bienestar (Diener, Oishi, & Tay, 2018; Kushlev, Heintzelman, Lutes, & Diener (2020).

La satisfacción con la vida representa una evaluación cognitiva global en la que los individuos comparan sus circunstancias actuales con sus propios estándares y expectativas. Por otro lado, el afecto positivo y negativo se refiere a la frecuencia e intensidad de las emociones positivas y negativas que experimenta una persona en su día a día (Diener et al., 2018). Esta teoría ha sido aplicada en estudios recientes para analizar cómo diversos factores, como la personalidad, las relaciones sociales y el contexto socioeconómico, influyen en la percepción del bienestar (Kushlev et al., 2020; Steel, Schmidt, & Shultz, 2018).

En el contexto del emprendimiento, la teoría del bienestar subjetivo proporciona valiosas perspectivas sobre cómo los emprendedores y potenciales emprendedores perciben y gestionan su bienestar. Los emprendedores enfrentan desafíos únicos que pueden afectar tanto su bienestar emocional como cognitivo, incluyendo la incertidumbre financiera, la presión constante y las largas jornadas de trabajo (Uy, Foo & Aguinis, 2021).

La capacidad de gestionar el estrés y mantener un nivel adecuado de bienestar puede influir directamente en su capacidad de innovar, tomar decisiones estratégicas y sostener su negocio en el tiempo (Wach, Stephan & Weinberger, 2021). Investigaciones recientes han demostrado que los emprendedores con niveles más altos de bienestar subjetivo tienden a ser más creativos, persistentes y exitosos en sus iniciativas empresariales (Hahn, Frese, Binnewies & Schmitt (2022).

Estos hallazgos refuerzan la importancia de promover un entorno de apoyo que no solo fomente el emprendimiento, sino que también garantice la salud mental y emocional de los emprendedores. En este sentido, la teoría del bienestar subjetivo no solo ofrece una base teórica sólida para estudiar el bienestar de los emprendedores, sino que también destaca la necesidad de diseñar políticas y estrategias que minimicen los efectos negativos del emprendimiento sobre el bienestar personal. La creación de redes de apoyo, acceso a recursos financieros y programas de capacitación en gestión del estrés pueden desempeñar un papel fundamental en la promoción del bienestar emprendedor.

El promedio general del bienestar subjetivo de los estudiantes emprendedores activos fue de 5.53 en una escala de 1 a 7, lo que indica que existe un margen de mejora. De manera interesante, se observan diferencias entre los campos de estudio. Por ejemplo, los estudiantes emprendedores activos de Derecho muestran el nivel más alto de bienestar, mientras que los estudiantes de Ciencias de la Computación y TI se encuentran en la parte inferior de la lista, tal como se visualiza en la Figura 15.

En esta misma línea, al analizar el bienestar subjetivo de los emprendedores en distintas etapas de desarrollo, se observa que los emprendedores nacientes presentan un nivel de bienestar promedio de 5.38.

Mientras que, aquellos que reportan la intención de emprender inmediatamente después de finalizar sus estudios registran un promedio de 5.41. Estos resultados refuerzan la relevancia de comprender los factores que influyen en el bienestar de los emprendedores y su impacto en la sostenibilidad de los negocios.

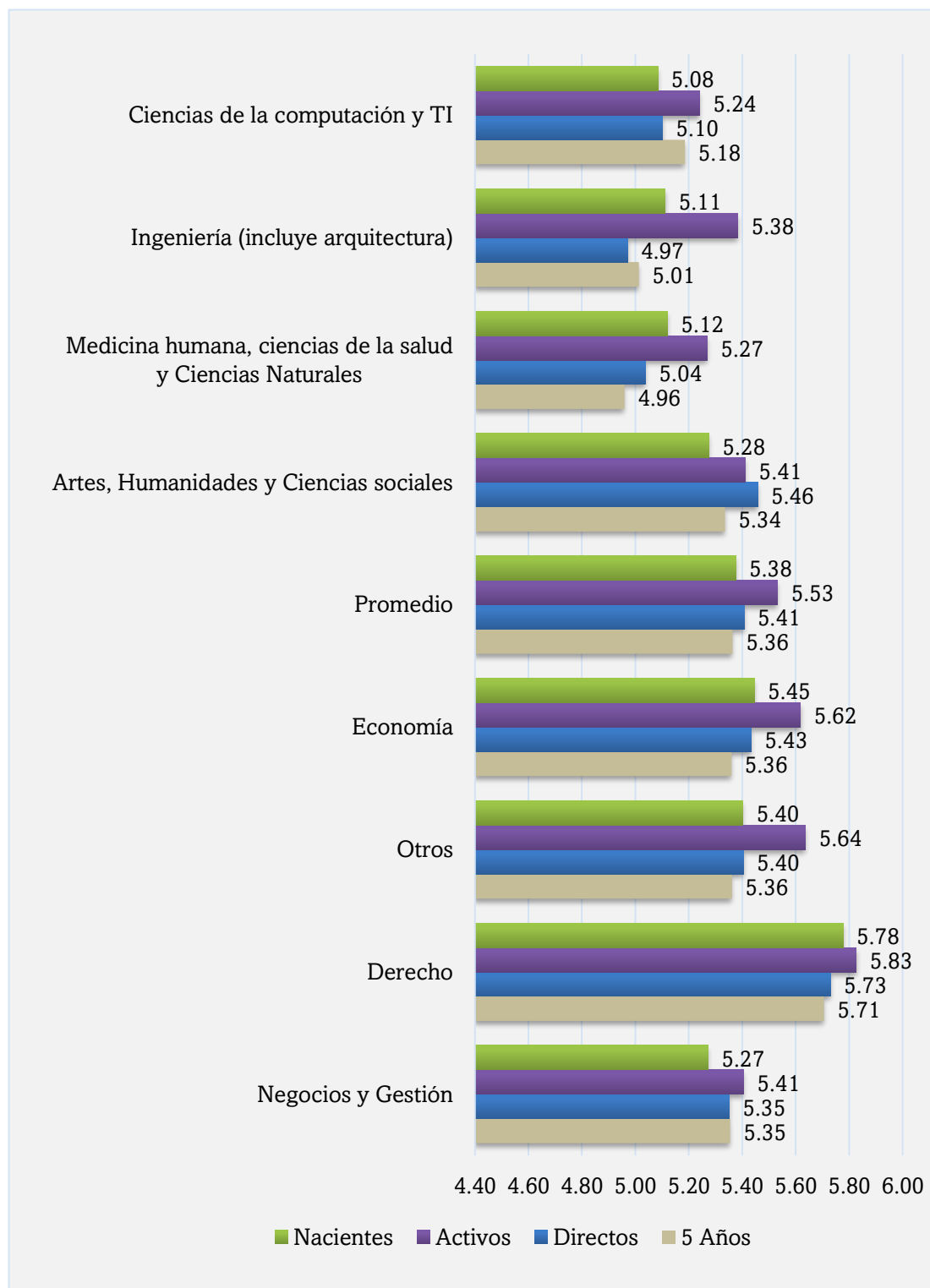


Figura 15. Bienestar Subjetivo entre emprendedores intencionales (N = 5,215)

Sieger et al. (2024) señalaron en el reporte global GUESSS 2023-2024 que los antecedentes y resultados del bienestar emprendedor han sido objeto de amplia investigación académica, con estudios que exploran tanto los factores estresantes del emprendimiento como sus beneficios potenciales (Lerman, Munyon y Williams, 2021; Stephan, 2018; Stephan, Rauch y Hatak, 2022).

La investigación de Lerman et al. (2021) ofrece una perspectiva integral sobre cómo el estrés emprendedor impacta tanto el bienestar como el rendimiento de los emprendedores. El estudio concluye que, si bien el estrés asociado con el emprendimiento puede generar efectos negativos, también puede conducir a mayor rendimiento y una mejor adaptación a largo plazo, siempre que se maneje de manera adecuada. Esta dualidad resalta la importancia de desarrollar estrategias efectivas de afrontamiento para maximizar los beneficios del estrés emprendedor y mitigar sus efectos adversos.

Por su parte, Stephan (2018) destaca la necesidad de desarrollar una teoría específica del bienestar en el trabajo emprendedor, integrando la dinámica del entorno, el contexto social y la identidad del emprendedor como factores clave. En el ámbito del emprendimiento, la identidad emprendedora juega un papel crucial, ya que, para muchos emprendedores, su trabajo y su rol empresarial no solo constituyen una actividad económica, sino que también forman parte de su autopercepción y propósito personal.

Esta relación influye directamente en su bienestar emocional, sus motivaciones y su capacidad para gestionar el estrés y los desafíos inherentes a la actividad emprendedora. De igual manera, Stephan et al. (2022) evaluaron si los individuos experimentan mayor bienestar al trabajar por cuenta propia en comparación con el trabajo asalariado.

Sus hallazgos indican que, aunque el emprendimiento puede generar mayores niveles de satisfacción y realización personal, también puede ser altamente estresante y afectar el bienestar cuando no se cuenta con un entorno favorable. Un factor clave en esta relación es el contexto institucional, particularmente el estado de derecho. El estado de derecho se define como la calidad y efectividad del sistema legal de un país, abarcando la protección de derechos, la transparencia y la estabilidad normativa.

Un entorno regulatorio sólido ofrece seguridad y previsibilidad, favoreciendo el bienestar emprendedor y fomentando la intención de emprender. En contraste, un sistema débil aumenta la incertidumbre y los riesgos, afectando tanto el bienestar de los emprendedores como la viabilidad de sus negocios.

El informe GUESSS 2023-2024, publicado por Sieger et al. (2024), identifica diferencias significativas en el bienestar subjetivo de los emprendedores en distintos países. En América Latina, países como México, Ecuador, Colombia y Costa Rica presentan promedios de bienestar superiores a 5, mientras que naciones como China, Nigeria y Japón registran valores por debajo de 4. Si bien estos datos deben interpretarse con precaución, reflejan la importancia del contexto económico y sociopolítico en la percepción del bienestar emprendedor. El bienestar subjetivo desempeña un papel fundamental en la promoción del emprendimiento entre los estudiantes universitarios.

Los hallazgos muestran que los emprendedores nacientes y activos presentan niveles de bienestar ligeramente superiores a sus pares no emprendedores. Aunque la diferencia es moderada, esto resalta la necesidad de estrategias que respalden su bienestar, como programas de salud mental, gestión del estrés y redes de apoyo. Para un ecosistema emprendedor sostenible y resiliente, es clave que las políticas públicas y universitarias no solo impulsen nuevos negocios, sino que también prioricen el bienestar de quienes los lideran.

9. Conclusiones y Recomendaciones

El informe GUESSS Ecuador 2023-2024 ha revelado hallazgos clave sobre las intenciones y comportamientos emprendedores de los estudiantes universitarios en Ecuador. Los datos muestran una fuerte inclinación hacia el emprendimiento, especialmente entre los estudiantes de Negocios y Gestión, quienes manifiestan un interés significativo en crear sus propios negocios, tanto inmediatamente después de graduarse como en el mediano y largo plazo.

Sin embargo, la transición de la intención a la acción emprendedora se ve influenciada por múltiples factores, lo que resalta la necesidad de implementar estrategias y políticas de apoyo que faciliten el desarrollo de emprendimientos sostenibles. Para aprovechar al máximo este potencial emprendedor y superar los desafíos existentes, se presentan las siguientes recomendaciones, orientadas a fortalecer el ecosistema emprendedor universitario, fomentar el emprendimiento femenino, mejorar el bienestar de los emprendedores y proporcionar incentivos para la sostenibilidad de nuevos negocios.

1. Fortalecimiento del Apoyo Universitario

- Expandir la oferta de cursos de emprendimiento, tanto obligatorios como optativos, e impulsar actividades extracurriculares que fomenten la mentalidad emprendedora.
- Mejorar la percepción del clima emprendedor universitario mediante la creación de programas de mentoría y redes de apoyo, involucrando a empresarios experimentados y exalumnos emprendedores.

2. Políticas de Fomento al Emprendimiento Femenino

- Implementar políticas específicas que faciliten el acceso a financiamiento, mentoría y capacitación para mujeres emprendedoras.
- Crear redes de apoyo y espacios colaborativos que refuercen el ecosistema emprendedor femenino.

3. Apoyo al Bienestar Emprendedor

- Establecer programas de apoyo emocional y psicológico, incluyendo talleres de manejo del estrés y resiliencia para emprendedores.

- Promover el equilibrio entre la vida personal y profesional de los estudiantes emprendedores, facilitando actividades que contribuyan a su bienestar general.

4. Incentivos para Emprendedores Nacientes y Activos

- Implementar incentivos fiscales y acceso a mercados que faciliten la formalización de negocios informales.
- Proveer apoyo financiero y técnico durante las primeras etapas del negocio, reduciendo las barreras de entrada al ecosistema emprendedor.

Estos hallazgos destacan la necesidad de acciones concretas para potenciar el espíritu emprendedor en el ámbito universitario y facilitar la consolidación de nuevos negocios. A través de la implementación de políticas de apoyo, programas de mentoría y acceso a incentivos, se puede construir un ecosistema emprendedor más dinámico, inclusivo y sostenible en Ecuador.

10. Muestra GUESSS 2023

Tabla 2. *Detalle de respuestas por país*

No.	País	Respuestas	Participación
1	Alemania (GER)	2,087	0.92%
2	Arabia Saudita (KSA)	3,746	1.65%
3	Argentina (ARG)	2,462	1.09%
4	Austria (AUT)	2,277	1.00%
5	Bélgica (BEL)	5,422	2.39%
6	Bolivia (BOL)	3,695	1.63%
7	Brasil (BRA)	7,447	3.28%
8	Bulgaria (BUL)	1,742	0.77%
9	Canadá (CAN)	4,687	2.07%
10	Catar (QAT)	132	0.06%
11	Chile (CHI)	6,164	2.72%
12	China (CHN)	6,123	2.70%
13	Colombia (COL)	13,041	5.75%
14	Corea (KOR)	1,409	0.62%
15	Costa Rica (CRC)	2,603	1.15%
16	Croacia (CRO)	1,822	0.80%
17	Ecuador (ECU)	5,215	2.30%
18	EE.UU. (USA)	2,160	0.95%
19	Emiratos Árabes Unidos (UAE)	440	0.19%
20	Eslovaquia (SVK)	5,997	2.65%
21	Eslovenia (SLO)	254	0.11%
22	España (ESP)	76,889	33.91%
23	Grecia (GRE)	416	0.18%
24	Guinea (GUI)	418	0.18%
25	Hungría (HUN)	14,720	6.49%
26	India (IND)	13,896	6.13%
27	Indonesia (INA)	1,665	0.73%
28	Inglaterra (ENG)	855	0.38%
29	Irán (IRI)	28	0.01%
30	Iraq (IRQ)	1,461	0.64%
31	Irlanda (IRL)	140	0.06%
32	Italia (ITA)	4,374	1.93%
33	Japón (JAP)	1,837	0.81%
34	Jordania (JOR)	1,765	0.78%
35	Kazajistán (KAZ)	1,841	0.81%
36	Liechtenstein (LIE)	124	0.05%
37	Lituania (LTU)	2,448	1.08%
38	Macedonia del Norte (MKD)	254	0.11%
39	Marruecos (MAR)	45	0.02%
40	México (MEX)	3,082	1.36%
41	Nigeria (NGR)	204	0.09%
42	Noruega (NOR)	8	0.00%
43	Nueva Zelanda (NZL)	1,671	0.74%
44	Países Bajos (NED)	811	0.36%
45	Pakistán (PAK)	354	0.16%
46	Panamá (PAN)	1,468	0.65%
47	Paraguay (PAR)	2,020	0.89%
48	Portugal (POR)	1,055	0.47%
49	Puerto Rico (PUR)	71	0.03%
50	República Checa (CZE)	1,407	0.62%
51	República Dominicana (DOM)	547	0.24%
52	Rusia (RUS)	4,668	2.06%
53	Suecia (SWE)	191	0.08%
54	Suiza (SUI)	5,145	2.27%
55	Túnez (TUN)	151	0.07%
56	Ucrania (UKR)	71	0.03%
57	Uruguay (URY)	1,693	0.75%

11. Equipo de Líderes GUESSS 2023 en cada país.

Tabla 3. Lista de países participantes y contactos de representantes.

#	País	Contacto Principal	Universidad
1	Alemania (GER)	Prof. 博士 (Doktor) Lena Bernhofer	International University of Applied Sciences
2	Arabia Saudita (KSA)	Dr. Safiya Mukhtar Alshibani	Princess Nourah bint Abdulrahman University
3	Argentina (ARG)	Prof. Silvia Carbonell	Austral University (IAE Business School)
4	Austria (AUT)	Prof. Alfred Gutschelhofer	University of Graz
5	Bélgica (BEL)	Prof. J. Vanderstraeten / Dr. F. Ooms	University of Antwerp / HEC Liège
6	Bolivia (BOL)	Prof. Rafael Velasquez	NUR University
7	Brasil (BRA)	Prof. Edmilson Lima	UNINOVE - Universidade Nove de Julho
8	Bulgaria (BUL)	Assoc. Prof. Juliana Vassileva	New Bulgarian University
9	Canadá (CAN)	Prof. Étienne St-Jean	Université du Québec à Trois-Rivières
10	Catar (QAT)	Dr. Allan Villegas-Mateos	HEC Paris in Qatar
11	Chile (CHI)	Prof. Gianni Romani	Universidad Católica del Norte
12	China (CHN)	Prof. L. Song / Prof. S. Jing	Shantou University / Shanghai Lixin University
13	Colombia (COL)	Prof. I. Martins / J. P. Perez	Universidad EAFIT
14	Corea (KOR)	Dr. Yeongsoo Kim	Korea Entrepreneurship Foundation
15	Costa Rica (CRC)	Prof. Juan Carlos Leiva	Instituto Tecnológico de Costa Rica
16	Croacia (CRO)	Borna Buljan	University of Zadar
17	Ecuador (ECU)	Prof. Mariella Jácome Ortega	Universidad Católica de Cuenca
18	EE.UU. (USA)	Prof. Isabel Botero	University of Louisville
19	Emiratos Arabes Unidos (UAE)	Prof. Rodrigo Basco	American University of Sharjah
20	Eslovaquia (SVK)	Prof. Marian Holienka	Comenius University Bratislava
21	Eslovenia (SLO)	Prof. Predrag Ljubotina	School of Advanced Studies in Nova Gorica
22	España (ESP)	Prof. José Ruiz Navarro	University of Cádiz
23	Grecia (GRE)	Prof. Katerina Sarri	University of Macedonia
24	Guinea (GUI)	Siba Théodore Koropogui	Université de Kindia
25	Hungría (HUN)	Dr. Andrea S. Gubik	University of Mikolc
26	India (IND)	Dr. Puran Singh	Indian Institute of Technology Mandi
27	Indonesia (INA)	Dr. Eko Suhartanto	Universitas Prasetiya Mulya
28	Inglaterra (ENG)	Dr. Bahare Afrahi	Kingston University
29	Irán (IRI)	Dr. Ehsan Salari	Ferdows University of Mashhad
30	Iraq (IRQ)	Prof. Nabaz Mohammed	University of Duhok
31	Irlanda (IRL)	Prof. Eric Clinton	Dublin City University
32	Italia (ITA)	Prof. T. Minola / Prof. D. Hahn / I. Cascavilla	University of Bergamo
33	Japón (JAP)	Prof. Noriko Taji	Hosei University
34	Jordania (JOR)	Dr. Omar Shubailat	German Jordanian University
35	Kazajistán (KAZ)	Prof. Saltanat Tamenova	Turan University
36	Liechtenstein (LIE)	Prof. Marco Furtner	University of Liechtenstein
37	Lituania (LTU)	Dr. Irina Liubertė	ISM University of Management and Economics
38	Macedonia del Norte (MKD)	Dr. Ana Tomovska Misoska	University American College Skopje
39	Marruecos (MAR)	Dr. Jose M. Sanchez	University of Cadiz
40	México (MEX)	Prof. José Ernesto Amorós	Tecnologico de Monterrey
41	Nigeria (NGR)	Prof. Isaac O. Abereijo	Obafemi Awolowo University
42	Noruega (NOR)	Prof. Marina Solesvik	Western Norway University of Applied Sciences
43	Nueva Zelanda (NZL)	Prof. Rod McNaughton	University of Auckland
44	Países Bajos (NED)	Prof. R. Harms / Prof. M. Goethner	University of Twente
45	Pakistán (PAK)	Dr. Altaf Hussain Samo	Sukkur IBA University
46	Panamá (PAN)	Dr. M. de los Angeles / O. Vergara	Universidad de Panama
47	Paraguay (PAR)	Dra. Katherin Arrua Jacquet	Universidad Americana
48	Portugal (POR)	Prof. Rui Quaresma	University of Evora
49	Puerto Rico (PUR)	Dr. Eva Cabán García	University of Puerto Rico
50	República Checa (CZE)	Prof. Klara Antlova	Technical University of Liberec
51	República Dominicana (DOM)	Prof. Guillermo van der Linde	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra
52	Rusia (RUS)	Prof. Galina Shirokova	National Research University Higher School of Economics, Saint-Petersburg
53	Suecia (SWE)	Prof. Massimo Baù	Jönköping University (JIBS)
54	Suiza (SUI)	Prof. P. Sieger / Prof. R. Baldegger	Universities of Bern & St.Gallen / HEG Fribourg
55	Túnez (TUN)	Pr. Henda El Gharbi	Sousse University / Corvinus University Budapest
56	Ucrania (UKR)	Prof. Marina Solesvik	Western Norway Univ. of Applied Sciences (NOR)
57	Uruguay (URY)	Dr. Catherine Krauss	Universidad Católica del Uruguay

12. Equipo GUESSS 2023 en Ecuador.

Tabla 4. *Lista de universidades y contactos de delegados.*

Investigador(a)	Afiliación Universitaria	Correo Electrónico
Ph.D. Mariella Johanna Jácome Ortega	Universidad Católica de Cuenca	mariella.jacome@guesssecuador.com
Ph.D. Xavier Omar Jácome Ortega	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	omar.jacome@guesssecuador.com
Ph.D. Juan Carlos Erazo Álvarez	Universidad Católica de Cuenca	jcerazo@ucacue.edu.ec
Ph.D. Cecilia Ivonne Narváez Zurita	Universidad Católica de Cuenca	inarvaez@ucacue.edu.ec
Ph.D. Diego Marcelo Cordero Guzmán	Universidad Católica de Cuenca	dcordero@ucacue.edu.ec
Ph.D. Paúl Oswaldo Sarango Lalangui	Universidad Técnica Particular de Loja - UTPL	posarango@utpl.edu.ec
Mgtr. Evelyn Vanessa García Moreira	Tecnológico Universitario ARGOS	evegarcia@tecnologicoargos.edu.ec
Mgtr. María Francisca Fernández Badillo	Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra PUCE Ibarra	mffernandez@pucesi.edu.ec
Ph.D. Silvana Vanessa Astudillo Durán	Universidad de Cuenca	silvana.astudillo@ucuenca.edu.ec
Ph.D. Karen Michel Serrano Orellana	Universidad Metropolitana UMET	kserrano@umet.edu.ec

13. Acerca de Autores

Mariella Jácome Ortega es Doctora en Administración Estratégica de Empresas por la Pontificia Universidad Católica del Perú (Lima, Perú) y docente investigadora en el Sistema de Posgrados de la Universidad Católica de Cuenca. Su trayectoria docente abarca la enseñanza de emprendimiento, marketing y planificación estratégica de negocios.

En el ámbito de la investigación, sus intereses se centran en las intenciones emprendedoras, el emprendimiento académico y la gestión de la innovación. Ha contribuido al desarrollo del conocimiento en estas áreas a través de publicaciones científicas y proyectos académicos, promoviendo el emprendimiento como un motor clave para el desarrollo económico y social.

Omar Jácome Ortega es Doctor en Administración de Empresas por la Universidad Nebrija (España) y docente en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Su experiencia académica y profesional se enfoca en el desarrollo de conocimientos y competencias en finanzas y gestión empresarial. Sus principales líneas de investigación incluyen finanzas corporativas e intenciones emprendedoras.

Ambos investigadores supervisan el estudio sobre intenciones emprendedoras en Ecuador en colaboración con la organización internacional GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey), un proyecto de investigación global dirigido por el profesor Philipp Sieger en Suiza.

Para más información, no dude en ponerse en contacto con nosotros.



Prof. Ph.D. Mariella Jácome Ortega
mariella.jacome@guessecuador.com



Prof. Ph.D. Omar Jácome Ortega
omar.jacome@guessecuador.com

14. Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Banco Mundial. (n.d.). *World Bank Country and Lending Groups*. Recuperado de <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups>
- Bergmann, H., Hundt, C., & Sternberg, R. (2016). What makes student entrepreneurs? On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups. *Small Business Economics*, 47, 53-76. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/S11187-016-9700-6>.
- Bergmann, H., Geissler, M., Hundt, C., & Grave, B. (2018). The Climate for Entrepreneurship at Higher Education Institutions. *Research Policy*, 47, 700-716. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/J.RESPOL.2018.01.018>.
- Block, J. H., Fisch, C. O., & Van Praag, M. (2018). The Schumpeterian entrepreneur: A review of the empirical evidence on the antecedents, behaviour and consequences of innovative entrepreneurship. *Industry and Innovation*, 25(3), 1-58.
- Braun, I., Sieger, P., & Bergmann, H. (2023). Going the whole nine yards: founder social identities and the nascent-active transition. *Entrepreneurship & Regional Development*, 35, 812 - 840.
- Cui, J. (2021). The Impact of Entrepreneurship Curriculum with Teaching Models on Sustainable Development of Entrepreneurial Mindset among Higher Education Students in China: The Moderating Role of the Entrepreneurial Climate at the Institution. *Sustainability*. Recuperado de <https://doi.org/10.3390/SU13147950>.
- Diener, E., Oishi, S., & Tay, L. (2018). Advances in subjective well-being research. *Nature Human Behaviour*, 2(4), 253-260.
- Edelman, L., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2020). Context matters: The importance of university and family for young nascent entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 18(2), 127-154.
- El Comercio. (2023). El emprendedor está desamparado frente a la inseguridad. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/opinion/editorial/emprendedor-esta-desamparado-inseguridad.html>
- Estrin, S., Guerrero, M., & Mickiewicz, T. (2024). A framework for investigating new firm entry: The (limited) overlap between informal-formal and necessity-opportunity entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*.39(4). <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2024.106404>
- Fairlie, R. W. (2020). *The impact of Covid-19 on small business owners: Evidence of early-stage losses from the April 2020 current population survey* (No. w27309). National Bureau of Economic Research.
- Fatoki, O. (2014a). Parental and gender effects on the entrepreneurial intention of university students in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(7), 157-162.

- Fatoki, O. (2014b). The entrepreneurial intention of undergraduate students in South Africa: the influences of entrepreneurship education and previous work experience. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(7), 294-299.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67, 663-666. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2013.11.024>.
- Hahn, V. C., Frese, M., Binnewies, C., & Schmitt, A. (2022). Happy and productive: Effects of the 10-day mental training program on psychological well-being and performance. *Journal of Business Venturing*, 37(1), 106175.
- Infobae. (2024). Ecuador: tres de cada diez empresas fueron extorsionadas en 2023 por bandas criminales. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/america-latina/2024/05/10/ecuador-tres-de-cada-diez-empresas-fueron-extorsionadas-en-2023-por-bandas-criminales/#:~:text=Esa%20percepci%C3%B3n%20no%20es%20errada,este%20fen%C3%B3meno%20delictivo%20en%20Ecuador>.
- Janeska-Iliev, A., Debarliev, S., & Drakulevski, L. (2020). Building up the Base for Entrepreneurship: The Meaning of University in the Entrepreneurial Ecosystem. Recuperado de <https://doi.org/10.47063/EBTSF.2020.0031>.
- Kushlev, K., Heintzelman, S. J., Lutes, L. D., & Diener, E. (2020). Does happiness improve health? Evidence from a randomized controlled trial. *Psychological Science*, 31(7), 807-821.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Leiva, J., Mora-Esquivel, R., & Solís, M. (2023). Nascent entrepreneurship in university students: the role of the context. *Venture Capital*, 25, 255 - 284. <https://doi.org/10.1080/13691066.2023.2171318>.
- Lerman, M. P., Munyon, T. P., & Williams, D. W. (2021). The (not so) dark side of entrepreneurship: a meta-analysis of the well-being and performance consequences of entrepreneurial stress. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 15(3), 377-402.
- Liñán, F., Nabi, G., & Krueger, N. (2013). British and Spanish Entrepreneurial Intentions: A Comparative Study. *Revista de Economía Mundial*, 33.
- Morris, M., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2017). Student entrepreneurship and the university ecosystem: a multi-country empirical exploration. *European Journal of International Management*, 11, 65-85. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2017.081251>.
- Naciones Unidas para el Desarrollo. (2023). *Informe sobre Desarrollo Humano 2023-24: El futuro del desarrollo global*. Nueva York, NY: PNUD.
- O'Gorman, C. (2019). Entrepreneurial Intentions and Entrepreneurial Behaviour. *Entrepreneurial Behaviour*. Recuperado de: https://doi.org/10.1007/978-3-030-04402-2_2.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2021). *World Employment and Social Outlook: Trends 2021*. Geneva: International Labour Office.
- Primicias. (2023). Cortes de luz: el sector comercial puede perder USD 20 millones por cada hora. Recuperado de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/cortes-luz-comercio-empresas->

- perdidas/#:~:text=El%20presidente%20de%20la%20Federaci%C3%B3n,laborar%20por%20falta%20de%20energ%C3%ADa.
- Reuters. (2023). What is happening in Ecuador? Recuperado de <https://www.reuters.com/world/americas/what-is-happening-ecuador-2024-01-10/#:~:text=The%20government%20and%20security%20experts,thirds%20on%20the%202022%20figure>.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2016). *Student Entrepreneurship 2016: Insights from 50 countries*. St. Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T., & Braun, I. (2019). *Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries*. St. Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.
- Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U., & Hatak, I. (2021). *Global Student Entrepreneurship 2021: Insights From 58 Countries*. St. Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU-U.
- Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U. & Hatak, I. (2024). *Student Entrepreneurship 2023: Insights From 57 Countries*. St. Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU-U.
- Sim, M., Galloway, J., Ramos, H., & Mustafa, M. (2021). University's support for entrepreneurship and entrepreneurial intention: the mediating role of entrepreneurial climate. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/jeee-09-2021-0354>.
- Steel, P., Schmidt, J., & Shultz, J. (2018). Refining the relationship between personality and subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 144(1), 138-161.
- Stephan, U. (2018). Entrepreneurs' mental health and well-being: A review and research agenda. *Academy of Management Perspectives*, 32(3), 290-322.
- Stephan, U., Rauch, A., & Hatak, I. (2022). Happy entrepreneurs? Everywhere? A meta-analysis of entrepreneurship and wellbeing. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 10422587211072799.
- Terjesen, S., & Amorós, J. (2010). Female entrepreneurship in Latin America and the Caribbean: Characteristics, drivers and relationship to economic development. *The European Journal of Development Research*, 22(3), 313-330.
- Tornikoski, E., & Maalaoui, A. (2019). Critical reflections – The Theory of Planned Behaviour: An interview with Icek Ajzen with implications for entrepreneurship research. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 37, 536 - 550. <https://doi.org/10.1177/0266242619829681>.
- Uy, M., Foo, M., & Aguinis, H. (2021). Using experience sampling methodology to advance entrepreneurship theory and research. *Organizational Research Methods*, 24(1), 138-192.
- Wach, D., Stephan, U., & Weinberger, E. (2021). Entrepreneurs' stressors and well-being: A recovery perspective. *Journal of Business Venturing*, 36(5), 106030.
- Williams, C., & Youssef, Y. (2014). Is informal sector entrepreneurship necessity-or opportunity-driven? Some lessons from urban Brazil. *Global Business and Economics Review*, 16(1), 79-94.

Intenciones emprendedoras: Una mirada al comportamiento de los estudiantes universitarios de Ecuador

El informe GUESSS Ecuador 2023 - 2024 presenta una radiografía completa del espíritu emprendedor entre los estudiantes universitarios ecuatorianos. A través de un análisis exhaustivo de datos recogidos en destacadas instituciones educativas del país, este reporte ofrece una visión detallada sobre las intenciones emprendedoras, el contexto universitario y los factores que impulsan o dificultan la creación de nuevos negocios.

El estudio revela que un significativo porcentaje de estudiantes muestra intenciones claras de emprender, tanto inmediatamente después de graduarse como a lo largo de su carrera profesional. Además, el informe destaca el impacto del contexto socioeconómico y académico en la consolidación de estos proyectos empresariales.

Esta publicación busca no solo analizar el panorama actual, sino también inspirar nuevas iniciativas académicas y políticas públicas que fomenten el espíritu emprendedor en Ecuador. A través de recomendaciones concretas, el informe invita a la reflexión sobre el papel de las universidades en la formación de futuros empresarios.

Sobre los Autores

Prof. Ph.D. Mariella Johanna Jácome Ortega
Universidad Católica de Cuenca / Representante GUESSS Ecuador.
Investigadora dedicada al fortalecimiento del ecosistema emprendedor estudiantil en Ecuador, con un enfoque en el desarrollo académico y la promoción del espíritu empresarial.

Prof. Ph.D. Omar Jácome Ortega
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / GUESSS Ecuador.
Docente universitario reconocido por su experiencia en finanzas corporativas y su contribución al desarrollo académico en el ámbito del emprendimiento.

