

Innovación y Emprendimiento

Desarrollo del
emprendimiento

Clase 2



INTRODUCCIÓN

El emprendimiento se establece como un pilar fundamental en la sociedad; actúa como un motor clave para el desarrollo económico y la diferenciación indispensable en los mercados dinámicos y altamente competitivos de la actualidad. En un entorno globalizado, caracterizado por el cambio constante y la saturación de ofertas tradicionales, la capacidad de innovar y lanzar nuevas iniciativas empresariales es lo que permite a las economías generar empleo, atraer inversión y diversificar su matriz productiva.

Múltiples casos empresariales de éxito a nivel nacional, desde startups tecnológicas hasta empresas sociales, ilustran cómo la visión emprendedora no solo satisface una demanda, sino que a menudo crea nuevos nichos de mercado, rompe paradigmas establecidos y ofrece soluciones disruptivas. Este proceso continuo de creación y renovación impulsa a las industrias hacia adelante, obligando a los actores existentes a evolucionar o arriesgarse a ser superados por modelos de negocio más ágiles y con mayor proyección de futuro.

Clase 2. RDA 1: Comprende los principios básicos de innovación y emprendimiento para identificar sus aplicaciones en el campo de la negociación y ventas.

2. Desarrollo del emprendimiento

2.1. Entorno del emprendimiento

El entorno del emprendimiento o ecosistema emprendedor es el conjunto de personas, organizaciones y recursos que, a través de su gestión, promueven la creación, desarrollo y crecimiento de nuevos negocios, en cuya realidad influyen factores sociales, políticos, económicos y tecnológicos.

El entorno en el que se gesta una iniciativa empresarial, conocido como el ecosistema emprendedor, es mucho más que la simple suma de sus partes; representa un entramado complejo de actores interdependientes y condiciones que potencian o limitan el desarrollo de nuevos negocios. Para que el emprendimiento actúe efectivamente como un motor de desarrollo económico y diferenciación, es indispensable que este ecosistema se sustente en pilares sólidos.

Existen varios pilares en el ecosistema emprendedor, los más cruciales son la cultura (disminución del miedo al fracaso), la formación (talento humano capacitado), la inversión (acceso a capital) y el ambiente regulatorio (reducción de trabas). La calidad y cantidad de estos componentes son directamente proporcionales al éxito del ecosistema, donde la promoción de programas específicos para emprendedores y la colaboración efectiva entre la academia, el sector privado y el gobierno son factores sistémicos que transforman la visión individual en un impacto colectivo (AEI, 2024).

Figura 1

Entorno del emprendimiento



Nota. Imagen referente al entorno del emprendimiento. Tomado de <https://www.freepik.es/>

Un ecosistema maduro no solo facilita la creación de empresas, también fomenta la escalabilidad y la consolidación exitosa de los negocios, garantizando que el conocimiento generado se traduzca rápidamente en valor económico y social (Espinosa et al., 2025).

2.1.1. El emprendimiento como motor de desarrollo y diferenciación en mercados dinámicos

El emprendimiento se establece como el impulsor de la economía en las naciones. Es un motor que promueve la innovación estratégica como un factor clave de diferenciación, indispensable para hacer frente a los mercados dinámicos y cada vez más competitivos. Para Morales et al. (2024), la fuerza emprendedora promueve el desarrollo de comunidades, crea nuevas fuentes de trabajo y genera crecimiento económico.

Según Espinosa et al. (2025), en el reporte del Global Entrepreneurship Monitor en el ámbito ecuatoriano, los emprendedores se enfrentan a varios desafíos, como políticas, ambiente y barreras que obstaculizan dicho proceso. Este informe revela que el 59 % de los ecuatorianos considera al emprendimiento como una elección de carrera profesional, el 55 % de ellos asegura que un emprendedor exitoso es respetado y tiene un status superior a los demás. Asimismo, cuatro de cada 5 emprendedores creen poseer habilidades para iniciar un negocio, aunque dos de cada cinco consideran que en el país existen condiciones para hacerlo.

Figura 2

Emprendedor que enfrenta desafíos

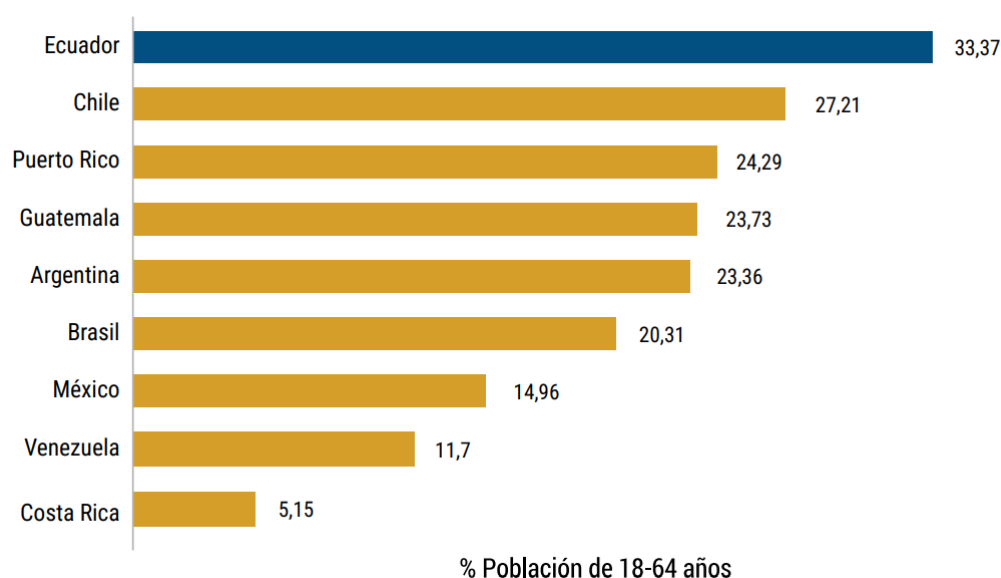


Nota. Imagen referente a los desafíos que enfrenta un emprendedor. Tomado de <https://www.freepik.es/>

La tasa de actividad emprendedora temprana (TEA), en Ecuador, revela que en comparación al año anterior registra un incremento del 2,21 %; esto significa que más de un tercio de la población ecuatoriana está involucrada en la creación de nuevos emprendimientos. Ecuador, en comparación con otros países de Latinoamérica, se sitúa en el primer lugar como líder de la actividad emprendedora, como se ilustra en la Figura 3.

Figura 3

TEA Ecuador



Nota. Tasa de actividad emprendedora temprana en Ecuador, en comparación con otros países. Fuente: Espinosa et al. (2025)

Respecto de este análisis, se pudo determinar además que la TEA masculina se sitúa en el 34,84 %, mientras que la femenina es del 32,02 %, lo cual muestra una distribución casi igualitaria.

Figura 4

Emprendimiento hombres y mujeres



Nota. Imagen referente al emprendimiento desarrollado por hombres y mujeres.

Tomado de <https://www.freepik.es/>

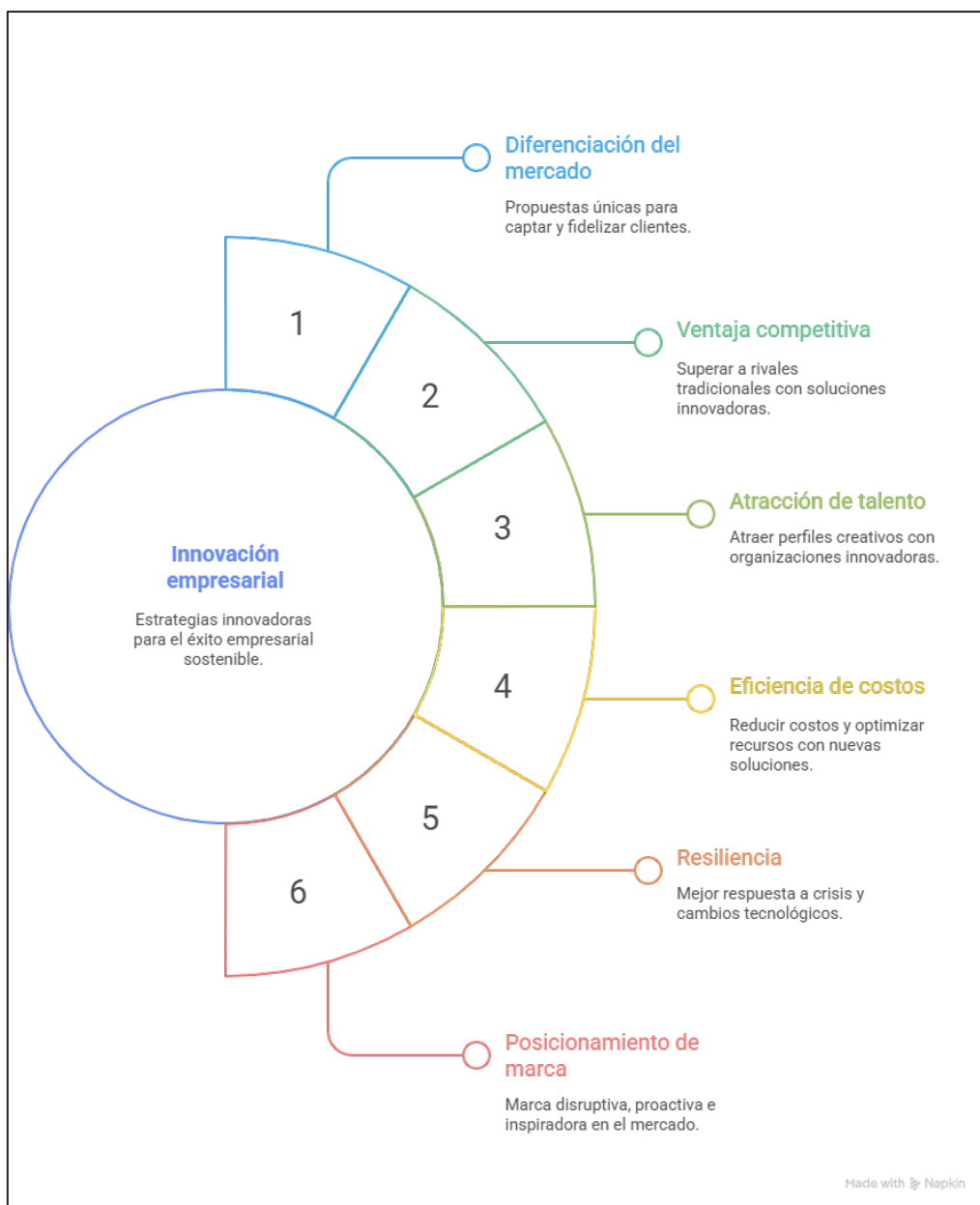
2.1.2. Impacto de la creatividad y la propuesta de valor en los negocios.

La creatividad y la innovación son conceptos que no pueden estar desligados del emprendimiento. Para Esteban (2025), estos dos aspectos no son un lujo sino una necesidad estratégica. Las empresas que adoptan pensamientos enfocados en dichos elementos son más ágiles, adaptables eficientes y competitivas. Además, el crear ideas disruptivas puede generar soluciones reales y que sean aplicables en mercados cada vez más exigentes y requieran modelos de negocio sostenibles.

La creatividad y la innovación, como elementos de una propuesta de valor, deben centrar su accionar en diversos aspectos para destacarse en la industria altamente competitiva. En la Figura 5 se exponen algunos aspectos importantes que se deben tomar en cuenta.

Figura 5

Innovación y creatividad en los negocios



Nota. En la figura se pueden observar los seis aspectos importantes de la creatividad e innovación en los negocios. Fuente: Esteban (2025)

La innovación empresarial no es una opción, sino una necesidad estratégica que configura la arquitectura del éxito sostenido en el siglo XXI, tal como lo ilustran los seis pilares interconectados de la figura. El argumento central es que una estrategia de innovación bien ejecutada y continua es el único camino viable para transitar de la mera supervivencia a la posición de liderazgo, en mercados cada vez más saturados y cambiantes.



El primer y más evidente beneficio es la diferenciación del mercado. En un entorno globalizado, donde los productos y servicios se estandarizan rápidamente, la innovación permite a las empresas crear propuestas de valor únicas, que no solo satisfacen las necesidades existentes de los clientes, sino que a menudo las anticipan o incluso las crean. Esta singularidad es crucial para captar y, más importante aún, fidelizar a los clientes, elevando el valor percibido de la marca por encima del precio.

Directamente ligado a la diferenciación, el segundo pilar es el logro de una sólida ventaja competitiva. Innovar significa superar a los rivales a través de soluciones novedosas. Mientras que la competencia se enfoca en replicar procesos o reducir márgenes, la empresa innovadora utiliza la tecnología, el diseño o un modelo de negocio disruptivo para establecer barreras de entrada. Esta ventaja no es estática; debe ser alimentada constantemente para evitar que los competidores la neutralicen.

En tercer lugar, la innovación es un imán para la atracción de talento. Los profesionales más creativos y ambiciosos buscan organizaciones que no solo valoren sus ideas, sino también que les ofrezcan un campo fértil para materializarlas. Una cultura de innovación robusta actúa como un incentivo poderoso que atrae perfiles de alto valor; mientras que las empresas tradicionales corren el riesgo de perder a sus mentes más brillantes en favor de organizaciones que les prometan mayor proyección y relevancia en el futuro.

Los pilares 4 y 5 se enfocan en la eficiencia interna y la durabilidad del negocio. La eficiencia de costos es, a menudo, el resultado de innovaciones en procesos (cómo se hace algo), no solo en productos (qué se hace).

Reducir costos y optimizar recursos con nuevas soluciones, como la automatización o la logística avanzada, se traduce directamente en una mejor posición financiera. Paralelamente, la resiliencia es la capacidad de gestionar momentos difíciles y adaptarse a crisis (sean estas tecnológicas, económicas o sanitarias) la cual es directamente proporcional a la flexibilidad y mentalidad de la empresa. Una organización innovadora tiene una mejor respuesta a los cambios tecnológicos, porque ya está acostumbrada al ciclo continuo de prueba, error y adaptación.

Finalmente, todos estos esfuerzos convergen en el posicionamiento de marca. Una marca disruptiva, proactiva e inspiradora se convierte en un ícono de la industria. Este posicionamiento no solo se logra con publicidad, sino con acciones consistentes de innovación, que demuestren un compromiso con el futuro y con la creación de valor real. En resumen, la innovación empresarial es el proceso integral que transforma la incertidumbre del mercado en una hoja de ruta hacia el éxito sostenible.

La gestión de la innovación es un elemento central para la competitividad en mercados dinámicos; las empresas deben elegir estratégicamente entre la innovación incremental y la disruptiva, o adoptar una combinación de ambas. Por un lado, la innovación incremental se enfoca en la mejora continua de productos, servicios o procesos existentes, buscando optimizar costos, aumentar la eficiencia o añadir características menores, lo cual es vital para el mantenimiento de la ventaja competitiva (Lab Focus, 2025). Este enfoque de bajo riesgo asegura la rentabilidad a corto plazo. Sin embargo, para lograr un crecimiento exponencial y transformar la matriz productiva de un sector, la innovación disruptiva se vuelve indispensable.

Este tipo de innovación introduce cambios radicales al redefinir métodos o modelos de negocio, creando nuevos mercados o alterando radicalmente los existentes y, en muchos casos, volviendo obsoletas las soluciones tradicionales (Lab Focus, 2025). Según Minnity y Peretto (2025), el dilema corporativo reside en equilibrar la seguridad de las mejoras incrementales, que refuerzan la dominancia en el mercado, con el alto riesgo y la gran recompensa potencial de la disrupción, siendo clave para el éxito sostenido comprender cómo ambas innovaciones interactúan para impulsar el crecimiento económico.

ENLACES DE COMPLEMENTO

- ✓ **Título del enlace relacionado:** 5 sectores económicos que tendrán una elevada demanda en el futuro según el Foro Económico Mundial
- ✓ **Descripción del enlace relacionado:** YouTube – Video en español que explica los 5 sectores económicos que tendrán una elevada demanda en el futuro según el Foro Económico Mundial. Publicado por: BBC News Mundo, 2024.
- ✓ **Enlace:** <https://www.youtube.com/watch?v=9X9l6bLGLXk>

- ✓ **Título del enlace relacionado:** 5 tendencias de emprendimiento que marcarán la segunda mitad de 2025
- ✓ **Descripción del enlace relacionado:** Publicación en el sitio web de IMPAQTO (publicada el 1 de julio de 2025) que habla acerca de las tendencias que pueden impactar el rumbo de los negocios en 2025.
- ✓ **Enlace:** <https://impaqto.net/5-tendencias-de-emprendimiento-que-marcaran-la-segunda-mitad-de-2025/>

Referencias citadas en la Clase 2

- AEI. (2024). *AEI*. Retrieved from <https://www.aei.ec/analisis-del-gem-y-geial-2023-2024/>
- Espinosa, M., Armas, R., Alicia, R., Fernández, M., Mahauad, M., & Espinoza, M. (2025). Global Entrepreneurship Monitor 2025. *Proyecto GEM*, 1-88. Retrieved from <https://uees.edu.ec/wp-content/uploads/2025/04/Proyecto-GEM-abril-2025.pdf>
- Esteban, Í. (2025). *Qonto Blog*. Retrieved from <https://qonto.com/es/blog/actualidad/negocios-finanzas/el-impacto-de-la-creatividad-y-la-innovacion-en-los-negocios>
- Lab Focus. (2025). *Lab University of applied sciences*. Retrieved from <https://blogit.lab.fi/labfocus/en/innovation-types-from-open-to-disruptive/>
- Minnity, A., & Peretto, P. (2025). Incremental Innovation, Disruptive Innovation and Economic Growth. *Universidad de Duke*, 1-65. Retrieved from <https://public.econ.duke.edu/~peretto/Peretto%20Minniti%20May%202025.pdf>
- Morales, Á., Elizondo, A., López, C., & Ayala, F. (2024). *El emprendimiento como crecimiento sostenible de la economía. Revista científica internacional Universidad Tecnológica intercontinental*, 11(2). Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/10343560.pdf>

DEFINICIÓN DE TÉRMINOS – CLASE 2

- **Entorno emprendedor.** Es el conjunto de personas, organizaciones, recursos y factores externos (políticos, económicos, sociales, legales y tecnológicos), que influyen en la creación de nuevos negocios.
- **Idea disruptiva.** Es aquella que rompe los patrones establecidos a través de una innovación radical, que resuelve problemas o crea nuevas oportunidades

RECURSOS DE PROFUNDIZACIÓN

- ✓ **Título del recurso relacionado:** Caso práctico empresarial: **Wipala Snacks**
- ✓ **Descripción del recurso:** este recurso presenta un caso práctico empresarial en el cual, se verifica una propuesta de innovación en sus productos libres de gluten, lactosa y conservantes. Este recurso permitirá profundizar acerca de los tipos de innovación y la propuesta de valor de la compañía.

Desarrollo del caso de estudio

Caso de estudio: Wipala Snacks – Un emprendimiento ecuatoriano con propósito

Wipala Snacks nació en Ecuador como el resultado de un proyecto de tesis universitaria de **Jaime Santillán y Mario Torres**, dos jóvenes estudiantes de la Universidad Casa Grande, en Guayaquil. La idea surgió a partir de una pregunta simple pero poderosa: *¿podría un trabajo académico convertirse en un producto real con impacto social y ambiental positivo?* A partir de esa inquietud, decidieron crear una barra energética natural que representara la diversidad del Ecuador, incorporando ingredientes provenientes de sus cuatro regiones —la Costa, la Sierra, la Amazonía y las Islas Galápagos—. Así nació **Wipala**, nombre que proviene del símbolo andino que representa la unión de los pueblos, reflejando su filosofía de sostenibilidad, identidad cultural y conexión con la tierra.

Al inicio, los emprendedores enfrentaron grandes desafíos: desde obtener permisos sanitarios y financiamiento, hasta aprender sobre procesos industriales y exportación. Con una inversión inicial modesta y mucha perseverancia, comenzaron a producir sus primeras barras en una pequeña planta en **Milagro**, y las vendían en ferias locales. Con

el tiempo, su visión los llevó a escalar la producción y a incorporar un equipo de trabajo comprometido con la calidad, la innovación y la sostenibilidad. Su propuesta se basó en crear productos **libres de gluten, lactosa y conservantes**, hechos con **ingredientes andinos** como quinua, chocho, amaranto, cacao y frutas tropicales, lo que los posicionó dentro del creciente mercado de alimentos saludables.

El crecimiento fue constante. De las ventas en ferias pasaron a los supermercados nacionales y posteriormente a la **exportación**, alcanzando mercados exigentes como **Estados Unidos, España, Alemania, Chile y Panamá**. Hoy, sus productos se venden en cadenas internacionales como **Walmart y CVS Pharmacy**, y también en plataformas digitales como **Amazon**. Cerca del 75 % de sus ventas proviene del mercado internacional, respaldado por certificaciones como **USDA Organic y HACCP**, que garantizan su calidad y sostenibilidad. Además, Wipala ha diversificado su portafolio con nuevos productos como cereales, geles energéticos y snacks veganos, manteniendo siempre su esencia natural y ecuatoriana.

El camino, sin embargo, no ha sido fácil. La empresa ha enfrentado obstáculos como **inundaciones que afectaron su planta de producción**, pérdidas de maquinaria y materia prima, así como los retos logísticos y regulatorios propios de la exportación. A pesar de ello, la resiliencia de sus fundadores y la fortaleza del equipo han sido claves para superar cada crisis. Su éxito se explica por la calidad del producto, la innovación constante, el aprovechamiento de ingredientes locales y el compromiso con el desarrollo sostenible y el comercio justo.

Hoy, **Wipala Snacks** es reconocida como una de las **pymes ecuatorianas más destacadas en exportación**, ha recibido el reconocimiento de **ProEcuador** y del **Banco Mundial** como emprendimiento ejemplar, y representa un modelo inspirador de cómo un proyecto académico puede transformarse en una empresa con impacto global. Su historia es una lección sobre visión, perseverancia y propósito: disfrutar el proceso, aprender de los errores y nunca perder la conexión con las raíces que dieron origen al sueño.

Preguntas para resolver del caso de estudio

1. ¿Qué factores internos y externos contribuyeron al crecimiento y éxito de Wipala Snacks desde su inicio como proyecto universitario hasta su internacionalización?

- 
2. ¿Cómo logra Wipala diferenciarse en el mercado de alimentos saludables y qué papel juegan los ingredientes locales en su propuesta de valor?
 3. ¿Qué desafíos enfrentaron los fundadores en el proceso de formalizar y expandir su emprendimiento, y cómo los superaron?
 4. ¿De qué manera Wipala aplica principios de sostenibilidad y comercio justo en su modelo de negocio?
 5. Si tú fueras parte del equipo directivo de Wipala, ¿qué propuesta de innovación disruptiva harías para fortalecer su presencia en el mercado nacional sin perder competitividad internacional?



La excelencia no se improvisa

síguenos

