



**Tendencias y desafíos del emprendimiento digital en Ecuador: análisis del
ecosistema y su evolución reciente**

Autor: Lic. Génesis Andreina Bailón Peñafiel

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Dirección de Posgrado, Cooperación y
Relaciones Internacionales. Trabajo de Titulación, presentado como requisito para la obtención
del grado de Magíster en Administración de Empresas con mención en Innovación Empresarial y
Emprendimiento.

Tutor: Ing. Carlos Alberto Velasco Delgado Mg.

Manabí-Ecuador

19 de mayo de 2026.

TENDENCIAS Y DESAFÍOS DEL EMPRENDIMIENTO DIGITAL EN ECUADOR: ANÁLISIS DEL ECOSISTEMA Y SU EVOLUCIÓN RECIENTE

TRENDS AND CHALLENGES OF DIGITAL ENTREPRENEURSHIP IN ECUADOR: ANALYSIS OF THE ECOSYSTEM AND ITS RECENT EVOLUTION

Lcda. Génesis Andreina Bailón Peñafiel

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

genesisa.bailonp@gmail.com

ORCID: 0009-0006-6359-3255

Código clasificación JEL: L26; L86; O33; M13

RESUMEN

El presente artículo analiza las tendencias y desafíos del emprendimiento digital en Ecuador con relación al ecosistema emprendedor y la forma en que este ha evolucionado dentro del contexto histórico. Por ello se aplicó un diseño no experimental, un enfoque cualitativo, con respecto a revisión documental, integrando tanto perspectivas globales, regionales y a nivel nacional teniendo una comprensión más profunda de la problemática.

Los principales hallazgos determinan que, la digitalización, el auge del comercio electrónico y el mayor acceso a internet han facilitado el desarrollo de entornos digitales y fortalecimiento de los emprendimientos. El uso de aplicaciones móviles y plataformas innovadoras actúan como elemento estratégico dentro del ecosistema emprendedor y se convierten en una de las principales tendencias que giran en torno a la temática. No obstante, aún persisten una serie de desafíos y limitaciones de naturaleza estructural relacionadas con brechas de acceso a internet y plataformas digitales entre zonas urbanas y rurales, desconocimiento sobre las ventajas de la mayor digitalización lo que conlleva a no fortalecer las competencias dentro del área, carencia de planificación estratégica, falta de apoyo e incentivo institucional, entre otras.

De igual forma, se comprueba que, la evolución del emprendimiento digital ha estado marcado por una constante integración entre factores tanto sociales, económicos y tecnológicos. Es decir, los emprendimientos digitales y su desarrollo no actúan como un proceso aislado, sino

más bien como un proceso cohesionado que se ajusta a las exigencias, necesidades del mercado y la sociedad.

Palabras clave

Emprendimiento digital, ecosistema emprendedor, comercio electrónico, tendencias, desafíos

ABSTRACT

This article analyzes the trends and challenges of digital entrepreneurship in Ecuador, taking into account factors such as the entrepreneurial ecosystem and how it has evolved within its historical context. To this end, a non-experimental design and a qualitative approach were employed, based on a literature review that integrates global, regional, and national perspectives to provide a deeper understanding of the issue.

The main findings indicate that digitization, the rise of e-commerce, and increased internet access have facilitated the development of digital environments and strengthened entrepreneurship as a whole. The use of mobile applications and innovative platforms acts as a strategic element within the entrepreneurial ecosystem and has become one of the main trends surrounding this topic. However, a number of structural challenges and limitations persist, including gaps in internet access and digital platforms between urban and rural areas; a lack of awareness regarding the benefits of increased digitalization, which prevents the development of relevant skills; a lack of strategic planning; and a lack of institutional support and incentives, among others.

Similarly, it is evident that the evolution of digital entrepreneurship has been shaped by the constant interplay of social, economic, and technological factors. In other words, digital startups and their development do not operate as an isolated process, but rather as a cohesive process that adapts to the demands and needs of the market and society.

Keywords

Digital entrepreneurship, entrepreneurial ecosystem, e-commerce, trends, challenges

INTRODUCCIÓN

El progreso de las sociedades a lo largo de la historia ha estado marcado por profundas transformaciones económicas, sociales, culturales, políticas y tecnológicas. En particular, el desarrollo tecnológico ha impulsado cambios estructurales en la forma en que los individuos interactúan, producen y consumen bienes y servicios. En las últimas décadas, el avance acelerado de tecnologías emergentes ha propiciado procesos de digitalización de actividades económicas y sociales, así como la interconexión de sistemas y plataformas digitales que han redefinido la dinámica de los mercados y la organización de las actividades productivas. En este sentido, Pimenta et al. (2025) expresan que este progreso tecnológico ha transformado significativamente la forma en que se ejecutan los modelos de negocios, aportando mayor eficiencia en el entorno productivo y comercial.

En este escenario comienzan a surgir nuevas tendencias dentro de los emprendimientos que se ven fortalecidas ante el uso de tecnologías emergentes, especialmente a partir del año 2011. A partir de ello se reconoce una nueva fase del desarrollo económico y social donde los procesos productivos integran herramientas digitales como inteligencia artificial, automatización, robótica, computación en la nube y análisis de datos, recursos que permiten mejorar la eficiencia operativa y fortalecer la competitividad organizacional. En ese sentido, Desiderio y Cornejo (2024) esto representa una transformación donde la tecnología digital impulsa la creación de nuevos modelos de negocio basados en la innovación.

Por lo cual, el emprendimiento comienza a tener un papel relevante dentro de la economía, debido a que impulsa nuevas ideas y dinamiza los mercados, debido a que estas iniciativas surgen al identificar oportunidades en el entorno económico y luego se transforman en productos o servicios dirigidos a cubrir necesidades de los consumidores, mientras que al mismo tiempo favorecen la generación de empleo y aportan al desarrollo económico. Según Cordero et al. (2025), los emprendimientos se destacan por su adaptabilidad a cualquier entorno, apertura o en su defecto, búsqueda permanente de mejoras que permiten sostener su funcionamiento de manera competitiva.

En relación con estos cambios tecnológicos, la expansión de la industria tecnológica también ha impulsado la aparición de nuevas iniciativas emprendedoras vinculadas al uso de herramientas digitales, además, estas innovaciones han ido transformando la dinámica de los mercados y la manera en que se relacionan quienes ofrecen bienes o servicios con quienes los

demandan, de igual forma este entorno tecnológico abre paso al desarrollo de propuestas comerciales, productos y servicios que se desarrollan principalmente dentro de espacios digitales. En este sentido, Baque y Palacios (2025) señalan que la adopción de tecnologías emergentes permite a los emprendimientos incrementar su productividad, mejorar su eficiencia operativa y fortalecer su posicionamiento dentro de mercados cada vez más globalizados.

En el contexto ecuatoriano, la digitalización ha ido tomando mayor presencia durante los últimos años, aunque el país todavía convive con escenarios económicos inestables y cambios políticos que influyen en su desarrollo, aun así se observa un aumento en el acceso a internet junto con un uso cada vez más frecuente de herramientas tecnológicas y un crecimiento paulatino del comercio electrónico. En ese sentido Navarrete et al. (2025) explican que estas transformaciones han favorecido una relación más directa entre las empresas y los consumidores, además de incentivar la incorporación de estrategias digitales dentro de las actividades comerciales. De igual manera el aumento de la conectividad, el uso cotidiano de redes sociales, la modernización de procesos dentro de las organizaciones y la aplicación de políticas públicas dirigidas a fortalecer la infraestructura tecnológica han contribuido al fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento digital en el país.

A pesar de los avances en el ámbito digital, el emprendimiento digital en Ecuador aún se desarrolla dentro de un contexto donde persisten varias dificultades que limitan su crecimiento, por una parte continúan las diferencias en el acceso a tecnología entre zonas urbanas y rurales, además muchos emprendedores enfrentan obstáculos para obtener financiamiento destinado a proyectos de innovación, del mismo modo en ciertos sectores de la sociedad el manejo de herramientas digitales todavía resulta limitado, igualmente la articulación entre actores académicos, productivos y públicos continúa siendo reducida. Frente a este panorama Olvera et al. (2025) señalan que estas condiciones disminuyen la capacidad de los emprendimientos para aprovechar las oportunidades del entorno digital, situación que termina frenando el desarrollo de iniciativas innovadoras con posibilidades de mantenerse en el tiempo.

En América Latina el estudio del emprendimiento y de la transformación digital ha despertado un interés académico cada vez mayor, sin embargo al revisar el caso ecuatoriano todavía se identifica una producción científica reducida que analice con claridad el emprendimiento digital, además varios trabajos se orientan hacia visiones regionales generales,

mientras el análisis enfocado en la realidad del Ecuador sigue siendo limitado. La mayoría de investigaciones se han enfocado en estudiar el emprendimiento de forma general o en analizar los procesos de digitalización empresarial, sin profundizar en la interacción entre estos fenómenos dentro del ecosistema emprendedor nacional.

En este escenario, el emprendimiento digital se configura como un fenómeno relevante para comprender la evolución del ecosistema emprendedor ecuatoriano dentro del contexto de la transformación tecnológica global. Por ello, el objeto de estudio de la presente investigación se enfoca en el análisis del emprendimiento digital en Ecuador en el periodo 2020-2025, integrando aspectos de carácter estructural que inciden en su desarrollo asociados a la inclusión digital, el acceso a financiamiento y el desarrollo del comercio electrónico, así como las principales tendencias, escenario post pandemia, y a su vez limitaciones a las que se exponen este tipo de iniciativas en el entorno nacional.

REVISIÓN LITERARIA

La era digital y sus principales características

Con el paso del tiempo el auge de las tecnologías y especialmente la integración de tecnologías digitales en aspectos económicos, sociales y hasta de naturaleza cultural de las naciones han sido la base de acuerdo a Jiménez et al. (2025) para por una parte reconfigurar la forma en que las personas interactúan y por otra dado a que han democratizado el acceso a mercados especialmente por medio del internet dentro del manejo de negocios como ventaja competitiva, ese proceso es conocido como la era digital. En este contexto, la llamada era digital puede entenderse como un proceso de cambio profundo en la forma en que funcionan las economías y las sociedades, donde los modelos tradicionales comienzan a transformarse a partir del uso intensivo de tecnologías digitales, situación que modifica la manera en que se produce conocimiento y se desarrollan innovaciones.

A la era digital también se le conoce como la “era de la información” y logró considerarse a lo largo del tiempo en primera instancia por la revolución a nivel informático que se generó, y en siglo XX con el auge del internet, la computación en la nube, la big data, la inteligencia artificial y hasta gracias a un mayor acceso a la población de dispositivos móviles y computadoras dotando

de una serie de ecosistemas que son dinámicos y de fácil acceso (Palacios, 2025). Con dichos antecedentes, conforme a Ortega (2025) es esencial destacar que se debe aprovechar de forma estratégica las principales ventajas de la era digital, las cuales radican en:

- Alcance de economías de escala y disminución de costos
- Mayor conectividad y fomento de la globalización
- Mayor competitividad de los negocios
- Transformación de los sistemas educativos y productivos
- Generación de nuevos modelos de negocios y formas de comunicación
- Impactos en el ámbito cultural y social

Por ejemplo, en el ámbito cultural y social gracias a la era digital los ciudadanos pueden interactuar, relacionarse y consumir información de una manera más rápida y dinámica. En ese sentido, el auge de los medios digitales, redes y plataformas sociales, la creación de diversos aplicativos o programas móviles han permitido que precisamente haya un mayor acceso y se reduzca la brecha en cuanto al goce pleno de los beneficios de la era digital, aun cuando esto desde el lado negativo pueda implicar la exposición de cuestiones o datos personales.

Enfoques teóricos del emprendimiento en la era digital

Desde los aportes de Schumpeter quien es un economista austriaco referente en temas de emprendimiento se crea un concepto en donde el emprendedor definido como un ciudadano que es capaz de identificar una oportunidad en el mercado y en relación a ello poner en marcha una idea de negocio es también capaz de precisamente dentro del marco de ello romper el statu quo por medio de una serie de transformaciones dentro del mercado y procesos de innovación que reemplazan las prácticas tradicionales y hasta obsoletas y dar como resultado nuevos modelos de negocios, mecanismos de producción e interacción innovadores, a esto se le conoce como técnicamente la destrucción creativa (Díaz et al., 2025).

Es decir, a partir de la destrucción, revolución de la estructuras existentes por medio de la innovación se fomenta mayor progreso en la sociedad. A raíz de ello la visión de este autor se alinea a la generación de modelos que son disruptivos y que tienen como referencia el

fortalecimiento e las plataformas digitales, el comercio electrónico y la tecnología financiera (Fintech).

Desde la visión de Linkletter & Tabesh (2025) los postulados de autores como Peter Drucker que peculiarmente también es austriaco y considerado a la vez como el inventor y mayor referente del campo administrativo al menos del siglo XX también pueden ser adaptados y relacionados al emprendimiento digital. Dicho autor en primera instancia toma en cuenta que emprender no se materializa únicamente en poner en marcha un nuevo negocio o empresa y por ende asumir riesgos, sino también se enfoca en constantemente dentro del contexto buscar oportunidades y convertir esas oportunidades en negocios a más de rentables también sostenibles que trasciendan la parte económica a la social, todo esto teniendo de soporte la innovación.

En virtud de ello, para Párraga (2025) la era digital modifica la forma en que los ciudadanos consumen y tienen nuevas necesidades. Por ejemplo, en una era digital las oportunidades de expansión del negocio no solo se deben limitar al plano local, sino también aprovechar nuevos segmentos de mercados gracias a la reducción de barreras geográficas con mecanismos como la mayor conectividad, el comercio electrónico, redes sociales, digitalización de transacciones, etc. Es decir, una oportunidad puede convertirse en una necesidad y en una idea de negocio sostenible, probablemente anticipándose a las tendencias globales existentes mediante el diseño de soluciones que son llamativas.

Tendencias globales del emprendimiento digital

Analizar las tendencias globales en cuanto a emprendimiento digital permite comprender los patrones en cuanto a la evolución precisamente del ecosistema en donde se desenvuelven los emprendimientos, y por consiguiente su proyección y crecimiento a futuro. De modo que, una de las más importantes tendencias globales en cuanto al tema es la evidente digitalización acelerada de cada uno de los sectores de la economía, lo que implica que, existe una transformación de los modelos de negocios a raíz de que el sector empresarial hace uso de las nuevas tecnologías como una especie de complemento y elemento estratégico dentro de sus actividades (Florez et al., 2025). A esto se suma el crecimiento acelerado de la analítica avanzada (big data) lo que permite que el sector empresarial o emprendedores puedan tener de soporte datos, información sobre el nivel de demanda, preferencias de consumo, nivel de ingreso y otra serie de elementos que le permiten direccionar de forma más eficiente la estrategia comercial de su unidad de negocio.

Lo anteriormente citado también se fortalece según Villagómez et al. (2026) con la automatización de procesos y el uso de la inteligencia artificial como mecanismo para brindar atención oportuna y rápida a segmentos de mercado, aprovechar los algoritmos dentro de las redes sociales, predecir posibles tendencias de mercado, es decir, se revoluciona el emprendimiento digital por medio de este tipo de herramientas innovadoras.

No obstante, dentro del análisis de las tendencias globales en cuanto a emprendimiento surgen aun desafíos especialmente en cuanto a desarrollo de infraestructura tecnológica y reducción de brechas de conectividad, problema que se ahonda en países con débil institucionalidad y que suelen estar en vías de desarrollo, por lo que, el ecosistema emprendedor es sustancial para el desarrollo y crecimiento de emprendimientos digitales.

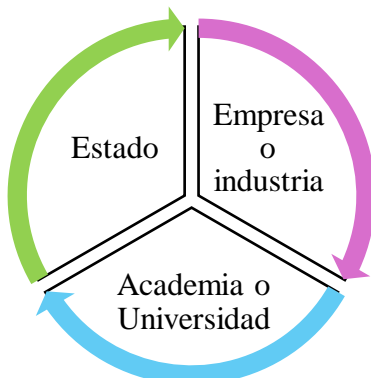
Emprendimiento digital desde el modelo de triple hélice

En los años 90 fue desarrollado este interesante modelo que se caracteriza por resaltar la importancia que tiene la interacción, cohesión, sinergia entre 3 actores dentro de la sociedad: Estado, Empresa y Academia (Universidad) como base para fomentar mayor progreso e innovación, desarrollar las economías y generar mayor conocimiento. Por lo tanto, este modelo rompe el concepto tradicional de que el desarrollo tanto económico y tecnológico de las sociedades depende de manera exclusiva del Estado o del Mercado (Ayala & Limón, 2024).

En atención a lo señalado, el Estado debe generar políticas públicas, incentivos, programas de financiación, regulación flexible, etc es decir un marco a nivel institucional fuerte para generar un entorno más favorable para el desarrollo de emprendimientos. La empresa o industria por su parte arriesga, invierte en tecnología e innovación, transforma el conocimiento en ideas de negocio, productos o servicios que satisfacen necesidades globales, a la par de que generan empleo, dinamizar las economías locales y fortalecer la productividad, competitividad. Finalmente, la Universidad es de donde parte el conocimiento científico y tienen como función formar de la manera óptima al talento humano que pondrá sus capacidades y habilidades dentro de los diversos sectores productivos. (ver ilustración 1)

Ilustración 1

Actores que forman parte del modelo de la triple hélice



Nota: Esta ilustración fue elaborada por la autora referente a la información documental, 2026

Ecosistema emprendedor en la era digital

Teniendo como antecedente que, los procesos de innovación no son aislados o individuales, sino colectivos, por lo que, aquello debe ser analizado de forma estructural e integral, realizando la colaboración estratégica de los actores que dan forma al contexto económico, social, productivo e innovador dentro de un territorio. Como su nombre lo indica, el ecosistema emprendedor de acuerdo a Mazzoni et al. (2025) hace alusión tanto a las instituciones y sus políticas públicas, actores y partícipes, recursos y financiamiento, insumos, consumidores y capital humano, regulación, todos los elementos que de una u otra forma se relacionan e interactúan al momento de poner en marcha un emprendimiento y que inciden también en su crecimiento y sostenibilidad a lo largo del tiempo.

Es decir, el ecosistema emprendedor adecuado posibilita, garantiza un mayor éxito dentro de las unidades de negocio (Vergara et al., 2025). Por ejemplo, la era digital ha fortalecido el comercio electrónico. Sin embargo, se requiere que las brechas de conectividad y acceso a internet de alta velocidad sobre todo entre zonas urbanas y rurales se reduzcan, ya que sin infraestructura adecuada es complejo que los emprendimientos digitales crezcan. Adicionalmente, los emprendimientos digitales dada su naturaleza en muchas ocasiones no requieran infraestructura física o instalaciones, representando una oportunidad estratégica para emprendimiento digital.

Por lo cual, Navarrete et al. (2025) sostienen que en el contexto ecuatoriano el avance de la digitalización ha ido transformando gradualmente la manera en que se desarrollan diversas actividades económicas. De tal manera, el acceso más amplio a internet junto con la presencia

constante de herramientas tecnológicas ha permitido que muchos emprendedores encuentren nuevas formas de presentar y comercializar sus productos y servicios, en ese mismo escenario también se observa una interacción más dinámica entre empresas y consumidores mediante plataformas virtuales, mientras tanto varios negocios han comenzado a integrar medios digitales dentro de sus estrategias comerciales, de manera que el emprendimiento apoyado en tecnología empieza a consolidarse como una alternativa cada vez más visible dentro del panorama económico del país.

De la misma manera, Camps et al. (2026) indican que en Ecuador el crecimiento del comercio electrónico acompañado por el uso frecuente de redes sociales ha generado cambios notorios en el funcionamiento de distintos emprendimientos ecuatorianos. Por ello, numerosos negocios pequeños han empezado a utilizar entornos digitales para promocionar lo que ofrecen y mantener comunicación directa con sus clientes, al mismo tiempo estas herramientas han facilitado que muchas iniciativas puedan llegar a públicos más amplios que los alcanzados por los canales tradicionales, por otra parte el uso de plataformas digitales también ha abierto oportunidades para posicionar nuevas propuestas dentro del mercado (Liu et al., 2025). En consecuencia se evidencia una transición progresiva hacia formas de emprendimiento que dependen cada vez más de la presencia digital.

Conforme a los postulados de Olvera et al. (2025) el desarrollo del emprendimiento digital dentro del contexto ecuatoriano todavía se mueve entre oportunidades y varias limitaciones que condicionan su crecimiento. Por lo cual, aparecen diferencias marcadas en el acceso a recursos tecnológicos entre ciudades y territorios rurales, donde se destaca que numerosos emprendedores encuentran dificultades para conseguir financiamiento que permita impulsar procesos de innovación, del mismo modo en distintos sectores sociales todavía existe un manejo reducido de herramientas digitales, frente a esta realidad se considera que el potencial de la economía digital no logra aprovecharse completamente en el país.

En este contexto, Ramírez y Ponce (2024) advierten que el estudio del emprendimiento digital todavía presenta vacíos importantes dentro del contexto ecuatoriano, debido a que gran parte de las investigaciones se concentran en explicar el emprendimiento de forma amplia sin profundizar en las dinámicas del entorno digital. Además señalan que el análisis de este fenómeno dentro del marco de la innovación tecnológica sigue siendo limitado en el país, por consiguiente

resaltan la necesidad de desarrollar trabajos que examinen con mayor detalle cómo evolucionan los emprendimientos digitales y qué condiciones influyen en su desarrollo dentro de la realidad ecuatoriana.

MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio se desarrolló como una investigación de revisión documental con enfoque cualitativo, considerando que el objetivo principal consiste en analizar la literatura científica existente relacionada con el emprendimiento digital en Ecuador. En ese sentido, se optó por una revisión sistemática de la literatura complementada con la interpretación crítica de distintos aportes teóricos presentes en artículos académicos, documentos especializados y otras publicaciones científicas. De esta manera, el análisis no parte de la generación de datos propios, sino de la comprensión del fenómeno a través del conocimiento acumulado en investigaciones previas, lo cual permite examinar el tema desde una perspectiva analítica (Medina, 2025).

Asimismo, este tipo de investigación resulta pertinente debido a que facilita comprender la evolución conceptual del emprendimiento digital, identificar los principales enfoques utilizados por distintos autores y reconocer las tendencias que se han desarrollado.

De igual forma, el análisis documental facilita revisar y comparar distintas interpretaciones académicas sobre el tema, mientras permite entender cómo este fenómeno ha sido estudiado en diferentes realidades, especialmente en América Latina y en el contexto ecuatoriano; además, a partir de la exploración organizada de los trabajos publicados, la revisión de literatura se convierte en el soporte central del estudio, pues ayuda a identificar con mayor claridad los retos actuales y también las oportunidades presentes en el ecosistema de los emprendimientos digitales.

Para llevar adelante la investigación se utilizaron la revisión bibliográfica sistemática y el análisis documental, métodos que facilitaron reunir, escoger y revisar distintas investigaciones relacionadas con el tema, debido a que es necesario explorar artículos científicos disponibles en revistas académicas indexadas a Scopus como *Technology in Society*, *Journal of Business Venturing Insights*, entre otras, a más de repositorios especializados como Zenodo, Latindex con la intención de reconocer aportes relevantes sobre el emprendimiento digital, además, de documentos especializados relevantes el período de análisis es entre el 2020 y 2026 en coherencia

con el marco temporal del estudio, la relevancia fue obtenida por medio de investigación directas de emprendimientos digitales, tendencias y desafíos que se presentaron en esos años y evolución respaldado en datos de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE), Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Global Entrepreneurship Monitor (GEM), StrapupBlink.

Durante la revisión de las fuentes consultadas, el uso del análisis documental y palabras clave como “digital entrepreneurship”, “ecosystem” “Ecuador” e inclusión de términos como tendencias del emprendimiento digital (modelos de negocio, tecnologías emergentes y dinámicas del mercado) desafíos (acceso a financiamiento y brechas tecnológicas). Para ordenar la información encontrada y examinar con mayor detenimiento las distintas interpretaciones presentes en la literatura académica; se hizo un proceso de dos fases: primero revisar títulos y resúmenes para destacar y la segunda fase con los artículos aprobados previamente se realizó la lectura completa. Se analizaron 50 documentos académicos de los cuales 25 fueron incluidos en esta investigación. Mediante esta lectura crítica fue posible reconocer puntos de coincidencia entre varios planteamientos, advertir diferencias en la manera en que algunos autores explican el fenómeno e identificar aspectos que aún han sido poco estudiados, situación que aporta una visión más clara sobre el estado actual del conocimiento, por consiguiente este proceso no se limitó a describir lo señalado en los documentos revisados, sino que permitió comprender, relacionar e interpretar los aportes teóricos existentes dentro del campo de estudio.

RESULTADOS

Crecimiento del comercio electrónico como principal tendencia del emprendimiento digital en Ecuador

Como su nombre lo indica, el comercio electrónico incluye aquellas transacciones de compra y venta que se efectúan por medio del internet, analiza además sistemas de pago, publicidad, para que se materialice el mismo se hace uso de redes sociales, páginas webs o diversos aplicativos (Balarezo et al., 2025). En el caso de Ecuador según Agila & Castillo (2025) gracias al comercio electrónico las formas de producción y de consumo dentro de la sociedad se han transformado, especialmente posterior a la pandemia en donde las restricciones de movilidad fortalecieron la masificación del internet y el mayor uso de dispositivos móviles, generando un incremento significativo de compras en línea.

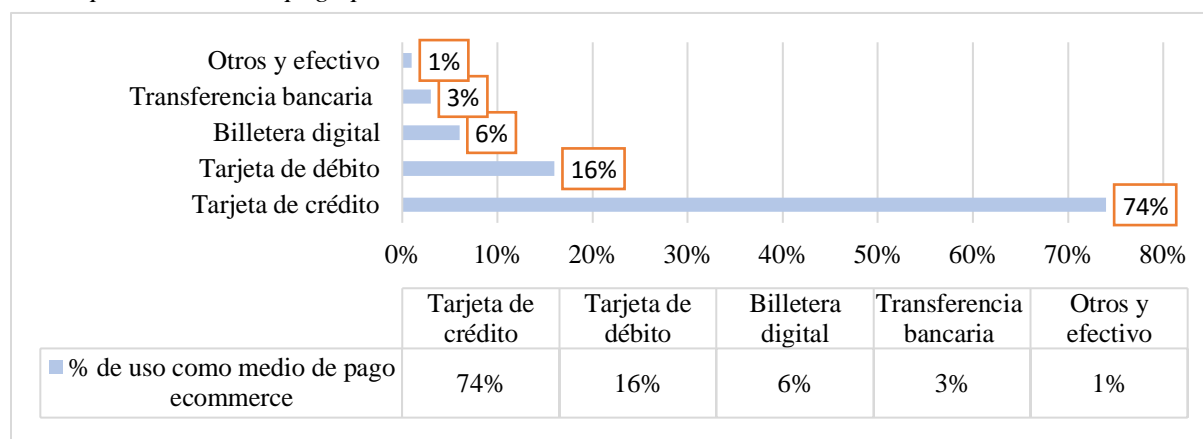
Sin embargo, y teniendo como referencia que, el comercio electrónico es una de las máximas expresiones del crecimiento de los emprendimientos digitales, según datos oficiales de la Cámara de Comercio Electrónico Ecuatoriana (CECE, 2026) para el año 2024 las ventas digitales totalizaron cerca de \$4620 MMUSD, y para el año 2025 este monto bordeó los \$6.500 MMUSD, lo que representa un incremento del 40.7%. Aquello se vio aupado especialmente por la aplicación de estrategias omnicanal, el auge de sistemas de entrega como delivery y una mayor integración de los datos.

En el caso de las estrategias omnicanal mediante ellas se logra vincular tanto los canales físicos con los de tipo digital, es decir, se puede pedir en línea y retirar en el local o tienda, o en su defecto efectuar el pedido por aplicativos y hacer uso del vínculo estratégico del delivery. Hasta el año 2027 se proyecta que las ventas digitales superen los 10 mil millones de dólares, con un crecimiento de una tasa promedio del 20% por año (Verdezoto et al., 2025).

Cabe destacar que, el comercio electrónico tiene de base el uso de plataformas o aplicativos online, pero, a la vez fomenta la diversificación el uso de medios de pago. Por lo que, conforme a Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI, 2025) la tarjeta de crédito con un 74% y de débito con un 16% se constituyen en Ecuador en los principales medio de pago para comprar en línea, esto sirve de soporte para que los emprendimientos digitales pongan en marcha sistemas digitales de pago que generen confianza y eficiencia en temas de compra-venta, esto aupado también por incrementos en los índices de bancarización e inclusión digital dentro del país. (ver ilustración 2).

Ilustración 2

Principales medios de pago por comercio electrónico, Ecuador, año 2025



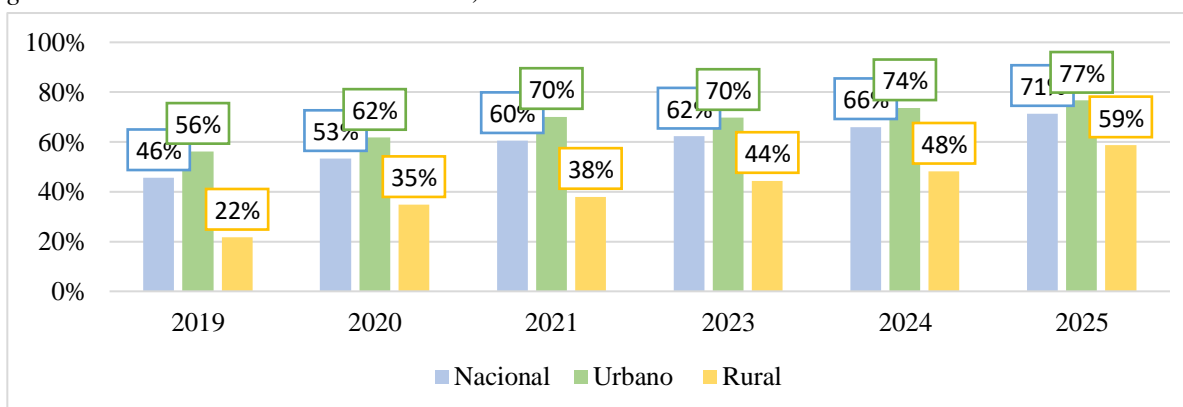
Nota: Esta ilustración fue elaborada por la autora en relación a la información de Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI, 2025)

Inclusión digital en Ecuador y su relación con el emprendimiento digital

La inclusión digital implica garantizar que todos los ciudadanos sin discriminación alguna, sin importar su género, nivel económico, edad, localidad en donde habite puedan acceder al uso de tecnologías de información y comunicación (Jaramillo, 2025). En torno a lo planteado, existen una serie de componentes que permiten comprender y evaluar de mejor forma los avances en temas de inclusión digital, uno de esos indicadores es el total de hogares con acceso a internet. En referencia Informe del INEC sobre tecnologías de información y comunicación (2025) desde el año 2019 (pre pandemia) al año 2025 la tasa de hogares con acceso a internet a nivel nacional se incrementó en 26 puntos porcentuales, y más allá de que dicha tasa a nivel rural también se haya incrementado también en 37 puntos porcentuales persisten brechas marcadas en la zona rural en cuanto al desarrollo de infraestructura y conectividad como base para una mayor penetración del internet. (ver ilustración 3).

Ilustración 3

Hogares con acceso a internet en Ecuador, año 2025



Nota: Esta ilustración fue elaborada por la autora en referencia al Informe del INEC sobre tecnologías de información y comunicación, 2025

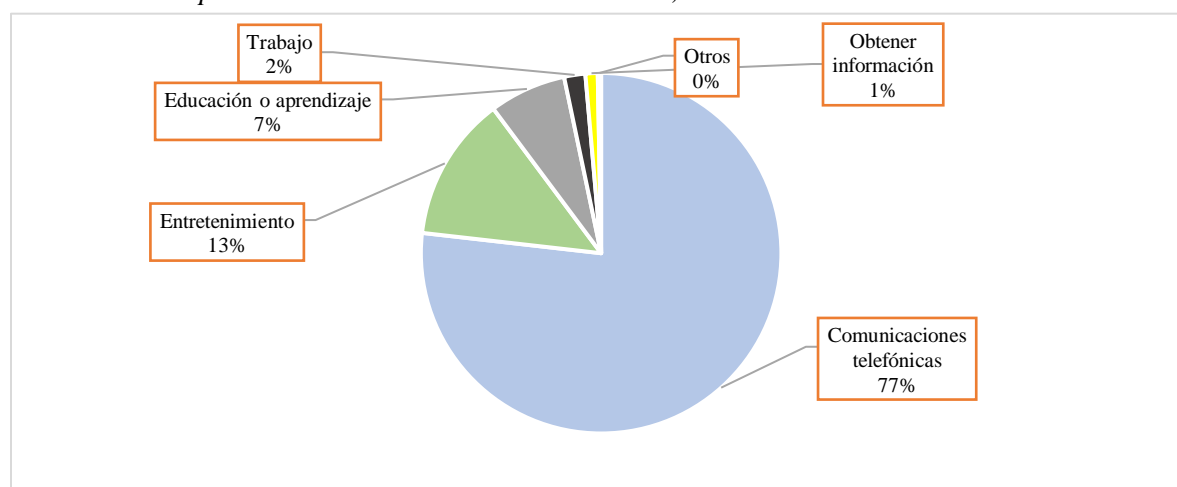
En tal sentido, para Rojas & Freire (2025) un mayor acceso a internet dentro de los hogares ecuatorianos se representa como un aliado estratégico para el desarrollo de emprendimientos digitales por varios motivos:

- en primera instancia porque amplía la base o segmentos de mercado, es decir, hay mas personas conectadas y que pueden ser clientes potenciales dentro del comercio electrónico.
- se impulsa la creación de mayores emprendimientos digitales que requieren menor inversión, entre estos negocios figuran emprendimientos en sectores como comercio electrónico, Fintech, etc.
- porque este proceso también incluye una mayor alfabetización digital de la población aupada por una mayor globalización, conectividad, lo que da paso a una transformación de tipo cultural. Estos componentes son esenciales para que los emprendimientos digitales inicien, se desarrollen y prosperen.

También conviene subrayar que, el uso de internet en Ecuador con respecto Informe del INEC sobre tecnologías de información y comunicación (2025) se direcciona en mayor proporción (76,8%) hacia comunicaciones telefónicas, un 13% a entretenimiento, entre otras cuestiones. Esto evidencia que los ciudadanos priorizan el uso de redes sociales, mensajería o llamadas, estos elementos representan fines creativos más que productivos. Por lo que, eso guarda relación con el emprendimiento digital al denotar que se valora mucho la interacción social de las personas y eso debe servir de base para establecer estrategias de marketing y ventas digitales acordes a canales y parámetros de preferencias de los consumidores. (ver ilustración 4).

Ilustración 4

Uso de internet para servicios o actividades en Ecuador, año 2025



Nota: Esta ilustración fue elaborada por la autora en relación al Informe del INEC sobre tecnologías de información y comunicación, 2025

Un detalle no menor es que, de acuerdo a Zúñiga et al., (2025) en Ecuador una buena parte de emprendimientos sean estos digitales o no nacen de manera informal lo que implica que algunos operen desde casa, no emitan facturas, no estén registrados formalmente, que no tengan RUC, etc. Esto repercute en que los emprendimientos no puedan desarrollarse y convertirse en startups o negocio más escalable e innovador. Razón de ser que, según el portal StrapupBlink (2026) en el país solo se registran 97 startups, lo que significa que solo el 1% de todas las startups registradas en Sudamérica se encuentran en Ecuador, es decir, en promedio solo existe 1 startup por cada 100 mil ciudadanos como tal.

Ecosistema emprendedor en Ecuador: análisis del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en Ecuador

Dentro de la región Ecuador se ha logrado posicionar, convertir en líder y referente en temas de emprendimiento, de hecho, conforme a datos provenientes del informe análisis del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en Ecuador al año 2024 (último dato disponible) el país posee una tasa de actividad emprendedora (TEA) del 33,37% lo que denota que más de un tercio de los habitantes está inmiscuido dentro de la creación de nuevos negocios. Cabe destacar que la TEA incluye por un lado a los emprendimientos nacientes y aquellos que tienen menos de 3,5 años de duración. La TEA de Ecuador supera el promedio regional que se ubica en 20,45%.

Hay que tomar en cuenta que el GEM (2024-2025) en Ecuador refleja un interesante dato revelador e interesante, la principal motivación para emprender es para ganarse la vida ante la carencia de fuentes de trabajo dentro del mercado laboral, seguido de aumento en la generación de ingresos y marcar la diferencia en el mundo, lo que refleja que se emprende más por necesidad y poco por ver o aprovechar una oportunidad de negocio. Aquello guarda relación con el emprendimiento digital en el sentido que las personas optan por emprender en algo que se ágil, rápido, menos costos como el emprendimiento digital, fomentando la informalidad, y es que ya que las redes sociales y creación de plataformas, páginas webs suelen no tener costos de creación.

A breves rasgos se evidencia también según los postulados de Cordero et al. (2026) que el ecosistema emprendedor se direcciona más a la supervivencia que a los procesos de innovación, esto reduce las posibilidades de aumentar la competitividad y madurez de los emprendimientos. A la par, es claro que la generación de emprendimientos fortalece el aumento de empleos y

encadenamientos productivos, pero le falta mayor impulso y apoyo institucional especialmente en acceso a financiamiento preferencial o con apoyo de capital de riesgo, además un fuerte grupo de emprendimientos digitales se concentran en comercio minorista, consumo y ciertos servicios como tal. Consecuentemente, para León et al. (2025) la débil institucionalidad, apoyo, soporte hace que muchas ideas innovadoras no puedan materializarse o en su defecto perdurar en el tiempo.

En resumidas cuentas, la calidad del ecosistema emprendedor del país se suele medir mediante un índice de contexto nacional de emprendimiento (NECI) y toma en cuenta de 12 a más parámetros sobre el entorno donde se desarrollan las ideas de negocios, parámetros como: apoyo financiero, dinámica del mercado interno, programas gubernamentales, nivel de formación, infraestructura, etc. Ecuador tiene un NECI de 1,21 lo que significa un entorno o ecosistema emprendedor débil o en condiciones desfavorables y limitaciones financieras, institucionales (desconfianza en instituciones y carencia de políticas públicas) y de mercado.

No obstante, el ecosistema de los emprendimientos netamente digitales con el paso del tiempo a pesar de que enfrenta desafíos está desarrollando una fase de consolidación que va a la par del auge de nuevas tecnologías y del comercio electrónico.

Principales desafíos y limitaciones del emprendimiento digital en Ecuador

De manera concreta son varias las limitaciones o desafíos que enfrenta en la actualidad el emprendimiento digital, se detallan a continuación:

Una de ellas es de que a pesar de la creación de formalidades o leyes como la de emprendimiento e innovación que entró en vigencia en febrero del año 2020 la falta de incentivos a nivel fiscal, los procesos engorrosos y trámites burocráticos, los altos costos para formalizar los emprendimientos y sistemas de declaración de impuestos generan desincentivos para formalizar los emprendimientos y crecimiento de los mismos (Tapia et al., 2025).

A pesar de que la penetración de internet en el país es alta, para Espinoza et al. (2025) aún existen brechas estructurales dentro de las zonas rurales que impide que miles de ciudadanos puedan hacer uso del comercio electrónico y por tanto poner en marcha emprendimientos digitales. A esto se suma de que la inteligencia artificial está en auge, pero los ciudadanos y emprendedores no se han adaptado de manera progresiva a estas nuevas tendencias que presenta amplias ventajas dentro del desarrollo de emprendimientos.

Esto deja en evidencia que el país enfrenta retos también para reducir con el paso del tiempo el analfabetismo digital. A ello se suma que, a emprendedores les hace falta capacitación y mayores conocimientos en manejo de negocios, estrategias de marketing digital y el uso de diversas herramientas tecnológicas, limitando el aprovechamiento del comercio electrónico (Olvera et al., 2025).

Sin lugar a dudas, de acuerdo a Avalos et al. (2025) en un país con una incertidumbre a nivel económico, social y político como Ecuador el temor al fracaso frena la consolidación de ideas de negocio. Además, la falta de rentabilidad según el GEM (2024-2025) es el principal factor que incide en el cierre de emprendimientos en Ecuador, seguido por la falta de financiamiento.

El uso de tecnologías aún no ha sido integrado de manera oportuna en el país por los emprendedores como una oportunidad para contar con un nuevo modelo de negocio, que dé respuesta a las exigencias actuales y que aumente los niveles de eficiencia.

Una alta tasa de actividad emprendedora pero un bajo índice de contexto nacional de emprendimiento refleja que por un lado hay mucha gente emprendiendo sea de forma digital o no, pero a la vez hay un débil entorno lo que denota desafíos estructurales.

DISCUSIÓN

En el presente apartado de manera clara y concreta se procede a contrastar los principales resultados obtenidos y evidenciados previamente, teniendo de base para ello un cúmulo de literatura especializada. La discusión de resultados por tanto consiste en el contraste de la información considerando para ello al análisis de 4 ejes: la importancia y evolución dentro de las aplicaciones móviles como tendencia dentro de los emprendimientos digitales; la expansión del comercio electrónico y su relevancia dentro del ecosistema emprendedor; el papel de las instituciones y las políticas públicas para generar un mejor ecosistema emprendedor y finalmente, los factores humanos y tecnológicos que inciden dentro del desarrollo de los entornos digitales aliados a los sectores productivos.

Por su parte, autores de alto relieve dentro de la temática como Vásquez et al. (2024) señalan que el uso de aplicaciones móviles dentro de los emprendimientos digitales en Ecuador se ha convertido en una herramienta estratégica para fortalecer su posicionamiento y mejorar la relación con los clientes, puesto que estas plataformas permiten una comunicación más directa y

dinámica con los usuarios. En correspondencia con estos planteamientos, los resultados analizados en el presente estudio también evidencian que la digitalización constituye un elemento clave para el crecimiento de los emprendimientos digitales, especialmente en lo relacionado con la promoción de los productos, la interacción con los consumidores y la mejora de los procesos internos. Sin embargo, al comparar estos hallazgos con la literatura revisada se observa que todavía persisten limitaciones asociadas al acceso desigual a infraestructura tecnológica y dispositivos inteligentes, lo cual restringe el aprovechamiento pleno de estas herramientas en determinados sectores del país.

Desde el análisis realizado se evidencia que aunque hay un avance significativo en temas de uso de aplicaciones móviles en el sector productivo a nivel de sociedad aun persisten brechas, desigualdades estructurales que requieren de atención por parte de los diversos agentes económicos y el poder político representando por la diversas instituciones del Estado.

Por otra parte, Monzón et al. (2025) diversos análisis sobre economía digital indican que la venta mediante internet se ha convertido en un impulso importante para los emprendimientos digitales, porque permite ofrecer productos y servicios a públicos más amplios sin depender únicamente de espacios físicos. A la vez, los resultados del estudio muestran que las plataformas digitales facilitan que los emprendimientos lleguen a nuevos clientes y mantengan una relación más directa con los consumidores dentro del entorno digital. No obstante, al contrastar ambos enfoques también se identifican ciertas discrepancias, puesto que mientras algunos estudios destacan el potencial expansivo del comercio electrónico, en el contexto ecuatoriano todavía se observan obstáculos vinculados con la falta de capacitación en herramientas digitales, limitaciones financieras y una escasa planificación estratégica dentro de varios emprendimientos.

Sin lugar a dudas, esto amplía el debate sobre la importancia que la planificación estratégica, así como los planes de capacitación tienen para que el comercio electrónico no se convierta en una herramienta hasta cierto punto subutilizada.

En cuanto al ecosistema emprendedor, Trujillo et al. (2024) establecen que el acceso que surge del financiamiento se determina como un aspecto esencial para el desarrollo de los emprendimientos, principalmente aquellos que son de carácter tecnológico. Asimismo, al contrastar los hallazgos del estudio con lo expuesto en la literatura sobre emprendimiento digital, se aprecia que el respaldo institucional y las políticas públicas influyen de forma importante en el desarrollo de estas iniciativas dentro del país. A su vez, el análisis evidencia que programas de

apoyo empresarial, acceso a financiamiento inicial y uso de herramientas tecnológicas generan condiciones más favorables para que los emprendimientos digitales surjan, crezcan y se mantengan activos dentro del ecosistema emprendedor ecuatoriano.

Por lo que, en ese mismo orden de ideas la evidencia y revisión literaria se debe evaluar y repensar sobre el nivel de efectividad de los programas y políticas actuales puestas en marcha para fortalecer el ecosistema emprendedor, es decir, los programas deben ser más inclusivos y estar ajustados a las necesidades de la sociedad y sectores productivos.

Zamora et al. (2025) explican que las decisiones de compra dentro de entornos digitales se relacionan con distintos factores que influyen en la confianza del usuario al interactuar con plataformas en línea, entre ellos aspectos sociales, psicológicos y tecnológicos. Bajo esta misma idea, los resultados del estudio permiten comprender que el crecimiento de los emprendimientos digitales no depende únicamente de incorporar herramientas tecnológicas; al mismo tiempo interviene la forma en que los consumidores interpretan y utilizan estos espacios digitales. De igual manera, el análisis realizado deja ver que el desarrollo del emprendimiento digital en Ecuador se encuentra ligado a varios elementos que actúan de manera conjunta, mientras la digitalización avanza también se vuelve necesario fortalecer el ecosistema emprendedor y comprender con mayor claridad el comportamiento del consumidor dentro de la economía digital.

A partir de ello, está claro que, el emprendimiento y la adaptación de los entornos digitales dependen tanto de factores humanos (incluso psicológicos centrados en el comportamiento de los consumidores) como tecnológicos.

Esto amplía el enfoque tradicional centrado en la tecnología, al evidenciar que el comportamiento del consumidor constituye un elemento determinante en el éxito del emprendimiento digital.

CONCLUSIONES

El análisis realizado permite concluir que el emprendimiento digital en Ecuador se desarrolla en estrecha relación con los procesos de digitalización que caracterizan a la economía contemporánea, contexto dentro del cual las tecnologías digitales se convierten en un recurso fundamental para ampliar la presencia de los negocios en el mercado y fortalecer la interacción con los consumidores. A partir de la revisión de la literatura se evidencia que herramientas como

las plataformas digitales, las aplicaciones móviles y el comercio electrónico han transformado las dinámicas tradicionales del emprendimiento, permitiendo que las iniciativas de negocio operen en entornos más amplios y competitivos.

Los resultados permiten observar que el desarrollo del emprendimiento digital en Ecuador depende de distintas condiciones presentes en el entorno donde surgen estas iniciativas, a su vez, en ciertos espacios existe mayor acceso a tecnología y conectividad, en otros todavía aparecen limitaciones que dificultan su uso. Estas situaciones terminan influyendo en la forma en que los emprendimientos digitales logran avanzar dentro del contexto económico del país, debido a esta combinación de condiciones, aunque la economía digital abre nuevas oportunidades de negocio, el fortalecimiento del emprendimiento Digital dentro del país avanza con ritmos diferentes entre territorios y realidades sociales.

Al final, los resultados permiten entender que el crecimiento del emprendimiento digital surge de la interacción de varios factores que actúan dentro del entorno emprendedor. Por un lado influyen las habilidades empresariales de quienes desarrollan las iniciativas; a su vez intervienen condiciones como el acceso a recursos económicos, el acompañamiento de instituciones y las oportunidades que brindan los entornos tecnológicos; del mismo modo también pesa la manera en que los usuarios se relacionan con las plataformas digitales. En conjunto, esta relación entre elementos explica con mayor claridad cómo se forma y se fortalece el emprendimiento digital dentro de la realidad ecuatoriana.

LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES

Resulta conveniente ampliar los espacios de formación orientados al manejo de herramientas digitales aplicadas al emprendimiento, los cuales permiten impulsar iniciativas de negocio con la finalidad de comprender mejor el uso de plataformas de venta en línea, estrategias de promoción digital y gestión de contenidos en internet, aumentando las posibilidades de acrecentamiento del emprendimiento, lo cual es esencial para facilitar que la ejecución de proyectos se integren de forma rápida a las transformaciones tecnológicas asociadas a la económica digital, y al entorno empresarial.

Asimismo, también se reconoce la importancia de ampliar las formas de apoyo para quienes desarrollan iniciativas digitales, puesto que muchas propuestas nacen con ideas novedosas; aun así, con frecuencia encuentran obstáculos para avanzar. En varios casos estas dificultades aparecen por la falta de recursos económicos; en otros, por la escasa orientación especializada que permita guiar el crecimiento de estos proyectos dentro del entorno emprendedor. En este contexto, cuando existen programas que brindan acompañamiento técnico, facilitan el acceso a financiamiento inicial o proporcionan respaldo institucional, los proyectos emprendedores encuentran condiciones más favorables para sostenerse en el mercado, fortalecerse progresivamente y consolidar su presencia dentro del ecosistema empresarial ecuatoriano.

De igual manera, aún se reconoce la necesidad de disminuir las diferencias que existen entre varias zonas del país en relación con el acceso a tecnología, conectividad y formación digital, puesto que en determinados territorios continúan presentes limitaciones vinculadas con infraestructura y disponibilidad de herramientas tecnológicas. Bajo esta realidad, mientras estas condiciones se mantengan, muchas personas permanecen alejadas de las oportunidades que ofrece el entorno digital; en cambio, al ampliarse el acceso tecnológico y fortalecerse las capacidades digitales, más ciudadanos podrían incorporarse a iniciativas de emprendimiento digital, favoreciendo así un desarrollo más equilibrado del ecosistema emprendedor ecuatoriano dentro de las transformaciones asociadas al sector.

BIBLIOGRAFÍA

- Agila-Valdiviezo, R. M., & Castillo-Montesdeoca, E. A. (2025). Comercio virtual y comportamiento del consumidor online en PYMEs. *Journal of Economic and Social Science Research*, 5(3), 93-113. <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v5/n3/208>
- Avalos, M. B. B., Álvarez, L. F. A., González, M., & Zurita, M. (2025). El Rol de los emprendimientos y las empresas emergentes en la transformación económica. *Revista Científica Multidisciplinaria InvestiGo*, 6(16), 75-85. <https://doi.org/10.56519/6r8zf365>
- Ayala, L. R., & Limón, M. L. S. (2024). Evolución y tendencias emergentes en la investigación sobre Triple Hélice y Emprendimiento: Una perspectiva global. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v12i.4474>

- Camps, C., Kraus, S., Thomas, A., Tiberius, V., & Jones, P. (2026). Digital Entrepreneurship: A review, research synthesis, and development of a framework. *Technology in Society*, 84, 103124. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.103124>
- Cordero, C. R. Z., Hernández, S. D. P., Llontop, B. A. C., Odar, S. M. M., & Carpio, L. E. A. D. (2026). Emprendimiento en el siglo XXI: Una revisión integrativa sobre desafíos contemporáneos y perspectivas emergentes. *Revista InveCom / ISSN en línea: 2739-0063*, 6(3), 1-9. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17613957>
- Díaz Rodríguez, H. E., Sosa Castro, M. M., Díaz Rodríguez, H. E., & Sosa Castro, M. M. (2025). La teoría de la innovación: De la destrucción creativa a la innovación sostenible y sustentable. *Análisis económico*, 40(104), 153-174. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2025v40n104/diaz>
- Espinoza Delgado, A. A., Cueva Pacheco, R. S., Chinchay Ávila, C. de J., Vásquez Morales, P. F., & López García, A. M. (2025). Brecha digital y equidad: Análisis de acceso y uso de recursos tecnológicos en zonas rurales pospandemia. *ARANDU UTIC*, 12(3), 1-22.
- Florez Cueva, M. Y., Sulca Rojas, J. C., & García Soller, T. M. (2025). Implicancias del emprendimiento digital: Una revisión sistemática. *Revista InveCom*, 6(1), 46.
- Jaramillo Obando, J. M. (2025). Poder y exclusión en la Política Digital de Ecuador 2025-2030. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (159), 273-290.
- Jiménez, M. M. J., Véliz, D. C. M., Méndez, Y. X. O., Aguilar, L. M. R., Miranda, D. I. C., & Macías, S. C. M. (2025a). Emprendimiento digital, oportunidades y desafíos en la era tecnológica. *South Florida Journal of Development*, 6(1), e4920-e4920. <https://doi.org/10.46932/sfjdv6n1-020>
- León Balarezo, O. Y., Rojas Chacón, V. H., Rios Vera, K. J., Ruiz Villavicencio, G. E., León Balarezo, O. Y., Rojas Chacón, V. H., Rios Vera, K. J., & Ruiz Villavicencio, G. E. (2025). Impacto del comercio electrónico en la competitividad de las PYMES: Factores clave y barreras tecnológicas. *Revista InveCom*, 5(4). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14816581>
- Leon, V. G. M., Saldarriaga, A. O. L., Aymme, G. V. M., Moreno, F. X. N., & Peñafiel, M. J. R. (2025). Acceso a Financiamiento y Desarrollo Empresarial para Emprendedores Sociales en Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(1), 3243-3257. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.16081

- Linkletter, K., & Tabesh, P. (2025). A historical evaluation of Peter Drucker's contribution to decision-making thought. *Journal of Management History*. <https://doi.org/10.1108/JMH-09-2024-0140>
- Liu, H., Yu, J., Wu, B., Ren, Y., & Liu, Q. (2025). Bibliometric analysis and content analysis of digital entrepreneurship: Utilizing the WoS and Scopus databases. *Humanities and Social Sciences Communications*, *12*(1), 474. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04440-8>
- Mazzoni, L., Naudé, W., & Innocenti, N. (2025). The myth of entrepreneurship as a tool: Reorienting business venturing as a goal in itself in a post-growth society. *Journal of Business Venturing Insights*, *23*, e00512. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2024.e00512>
- Olvera-Vera, L. A., Peñarreta-Barrera, E. E., Alvear-Dávalos, J. M., & Yáñez-Escobar, A. H. (2025). Emprendimiento, innovación y desafíos tecnológicos en las PYMES ecuatorianas: Análisis de su resiliencia ante crisis múltiples (2020–2024): Entrepreneurship, innovation and technological challenges in Ecuadorian SMEs: analysis of their resilience to multiple crises (2020-2024). *Multidisciplinary Latin American Journal (MLAJ)*, *3*(2), 45-64. <https://doi.org/10.62131/MLAJ-V3-N2-003>
- Ortega, M. (2025). Importancia de la Tecnología de la Información en la Sociedad. *Revista Científica de Salud y Desarrollo Humano*, *6*(4), 925-939. <https://doi.org/10.61368/r.s.d.h.v6i4.922>
- Palacios, A. H. V. (2025). El impacto de la Inteligencia Artificial en la Sociedad: Una Revisión Sistemática de su Influencia en Ámbitos Sociales, Económicos y Tecnológicos. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, *9*(1), 8150-8172. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.16468
- Párraga, S. D. T. (2025). Marketing digital y comportamiento del consumidor en la era post-covid. *Visión Académica*, *3*(3), 23-33. <https://doi.org/10.70577/2qpbkf46>
- Rojas, J. S. V., & Freire, J. L. A. (2025). Transformación Digital y Modelos de Negocio. *Polo del Conocimiento*, *10*(1), 2899-2919. <https://doi.org/10.23857/pc.v10i1.8871>
- Tapia, E. B., Guachamin, S. M. Q., Ramírez, M. Y. N., & Salgado, M. V. R. (2025). Viabilidad financiera y cumplimiento legal para el desarrollo de emprendimientos educativos digitales en Ecuador bajo el marco de la ley de emprendimiento e innovación. *Revista Científica de Innovación Educativa y Sociedad Actual «ALCON»*, *5*(3), 431-441. <https://doi.org/10.62305/alcon.v5i3.628>

- Verdezoto, G. W. M., Bazán, L. J. N., Bayas, T. R. F., & Ochoa, L. J. Z. (2025). La influencia del comercio digital en las estrategias de marketing. *Magazine de las Ciencias: Revista de Investigación e Innovación*, 10(V CICACI). <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/magazine/article/view/4046>
- Vergara Torres, C., Vizúete Negrete, W. L., Barreth González, A. R., & Constante Vergara, M. J. (2025). Ecosistema emprendedor como factor empírico para desarrollar la economía popular social comunitaria generando plazas de trabajo informal ecuatoriano. *ARANDU UTIC*, 12(2), 1943-1956.
- Villagómez, K. V. M., Montalvo, A. M. R., Larrea, R. N. L., & Villagómez, M. W. M. (2026). Emprendimiento internacional y transformación digital: Un análisis sistemático del impacto de la innovación tecnológica en la expansión de nuevos negocios internacionales. *Ciencia y Educación*, 7(1.1), 134-150. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18181823>
- Zúñiga, E. D. B., Guerrero, J. M. Q., & Tiban, C. I. D. (2025). Adaptación a la evolución digital en los negocios pequeños y medianos (PYMES) del sector norte de la ciudad de Quito, Ecuador. *Horizon International Journal*, 3(2), 119-135. <https://doi.org/10.63380/hij.v3n2.2025.154>