



Organización  
Internacional  
del Trabajo

► **Análisis comprensivo de la situación de los trabajadores independientes en Ecuador y recomendaciones para extender su cobertura de seguridad social**



► **OIT Países Andinos**





Organización  
Internacional  
del Trabajo

- ▶ **Análisis comprensivo de la situación de los trabajadores independientes en Ecuador** y recomendaciones para extender su cobertura de seguridad social

Copyright © Organización Internacional del Trabajo 2022

Primera edición: marzo 2022

Las publicaciones de la Oficina Internacional del Trabajo gozan de la protección de los derechos de propiedad intelectual en virtud del protocolo 2 anexo a la Convención Universal sobre Derecho de Autor. No obstante, ciertos extractos breves de estas publicaciones pueden reproducirse sin autorización, con la condición de que se mencione la fuente. Para obtener los derechos de reproducción o de traducción, deben formularse las correspondientes solicitudes a Publicaciones de la OIT (Derechos de autor y licencias), Oficina Internacional del Trabajo, CH-1211 Ginebra 22, Suiza, o por correo electrónico a [rights@ilo.org](mailto:rights@ilo.org), solicitudes que serán bien acogidas.

Las bibliotecas, instituciones y otros usuarios registrados ante una organización de derechos de reproducción pueden hacer copias de acuerdo con las licencias que se les hayan expedido con ese fin. En [www.ifrro.org](http://www.ifrro.org) puede encontrar la organización de derechos de reproducción de su país.

---

OIT

Análisis comprehensivo de la situación de los trabajadores independientes en Ecuador y recomendaciones para extender su cobertura de seguridad social. OIT / Oficina de la OIT para los Países Andinos, 2022.

ISBN: 9789220368107 (impreso)

ISBN: 9789220368114 (pdf web)

*Datos de catalogación de la OIT*

---

Las denominaciones empleadas, en concordancia con la práctica seguida en las Naciones Unidas, y la forma en que aparecen presentados los datos en las publicaciones de la OIT no implican juicio alguno por parte de la Oficina Internacional del Trabajo sobre la condición jurídica de ninguno de los países, zonas o territorios citados o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras.

La responsabilidad de las opiniones expresadas en los artículos, estudios y otras colaboraciones firmados incumbe exclusivamente a sus autores, y su publicación no significa que la OIT las sancione.

Las referencias a firmas o a procesos o productos comerciales no implican aprobación alguna por la Oficina Internacional del Trabajo, y el hecho de que no se mencionen firmas o procesos o productos comerciales no implica desaprobación alguna.

Las publicaciones y los productos digitales de la OIT pueden obtenerse en las principales librerías y redes de distribución digital, u ordenándose a: [ilo@turpin-distribution.com](mailto:ilo@turpin-distribution.com). Para más información, visite nuestro sitio web: [ilo.org/publns](http://ilo.org/publns) o escríbanos a: [biblioteca\\_regional@ilo.org](mailto:biblioteca_regional@ilo.org).

## Advertencia

El uso de un lenguaje que no discrimine ni marque diferencias entre hombres y mujeres es una de las preocupaciones de nuestra Organización. Sin embargo, no hay acuerdo entre los lingüistas sobre la manera de hacerlo en nuestro idioma. En tal sentido, y con el fin de evitar la sobrecarga gráfica que supondría utilizar en español o/a para marcar la existencia de ambos sexos, hemos optado por emplear el masculino genérico clásico, entendiendo que todas las menciones en tal género representan siempre a mujeres y hombres.

Este documento ha sido elaborado en el marco del Programa de Asistencia Técnica para la Seguridad Social (PATSS) que la Oficina de la OIT para los Países Andinos lleva a cabo en Ecuador con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). La coordinación y supervisión de este informe estuvo a cargo de Pablo Casalí, Especialista en Seguridad Social, David Jaramillo y Fabián Vallejo, Oficiales de la Oficina Andina de la OIT. Su ejecución estuvo a cargo de Valeria Jácome (caracterización cuantitativa), Caviar (caracterización cualitativa) y Elisa Lanas (edición general).

Resulta importante destacar los comentarios y revisiones que el equipo del IESS, en particular de la Dirección Nacional de Afiliación y Cobertura, ha realizado sobre el documento, contribuyendo así a los principales hallazgos del informe.

## ► Índice

Índice de cuadros	ix
Índice de gráficos	x
Índice de esquemas	xi
Abreviaturas y acrónimos	xii
Resumen ejecutivo	1
Introducción	3
<b>► CAPÍTULO 1. CARACTERIZACIÓN CUANTITATIVA</b>	
1. Análisis de conglomerados	6
2. Magnitud, composición y características de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social	46
<b>► CAPÍTULO 2. CARACTERIZACIÓN CUALITATIVA</b>	
1. Investigación	57
2. Puntos claves	90
3. Públicos objetivos	94
<b>► CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA DE SENSIBILIZACIÓN</b>	
1. Grupo objetivo	103
2. Concepto estratégico	112
3. Tono de comunicación	118
4. Plataformas y medios	118
5. Rol de medios, cobertura y alcance	119
6. Ejemplos de creatividad	123
<b>► CONCLUSIONES</b>	131
<b>► RECOMENDACIONES</b>	134
<b>► BIBLIOGRAFÍA</b>	137
<b>► ANEXOS</b>	138

## ► Índice de cuadros

► Cuadro 1.	Variables Sociodemográficas	7
► Cuadro 2.	Variables sociodemográficas 2	8
► Cuadro 3.	Cuadro 3. Variables de dinámica familiar	9
► Cuadro 4.	Variables territoriales	10
► Cuadro 5.	Variables educativas 1	11
► Cuadro 6.	Variables educativas 2	12
► Cuadro 7.	Variables de trabajo 1	12
► Cuadro 8.	Variables de trabajo 2	14
► Cuadro 9.	Variables de trabajo 3	15
► Cuadro 10.	Rama de Actividad a un dígito	16
► Cuadro 11.	Grupo 1: rama de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	17
► Cuadro 12.	Grupo 2: ramas de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, y comercio, reparación vehículos	18
► Cuadro 13.	Grupo 3: ramas de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; comercio, reparación vehículos, y actividades de alojamiento y servicios de comida	18
► Cuadro 14.	Grupo 4: ramas de industrias manufactureras; comercio, reparación vehículos, y transporte y almacenamiento	19
► Cuadro 15.	Variables sociodemográficas	26
► Cuadro 16.	Variables sociodemográficas 2	27
► Cuadro 17.	Variables de dinámica familiar	28
► Cuadro 18.	Variables territoriales	29
► Cuadro 19.	Variables educativas 1	30
► Cuadro 20.	Variables educativas 2	31
► Cuadro 21.	Variables del trabajo 1	31
► Cuadro 22.	Variables del trabajo 2	32
► Cuadro 23.	Variables del trabajo 3	33
► Cuadro 24.	Rama de actividad a un dígito	35
► Cuadro 25.	Grupo 1: rama de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	36
► Cuadro 26.	Grupo 2: ramas de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; comercio, reparación vehículos, y actividades de alojamiento y servicios de comida	37
► Cuadro 27.	Grupo 3: ramas de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; industrias manufactureras y comercio, reparación vehículos	38

► Cuadro 28.	Grupo 4: ramas de industrias manufactureras; comercio, reparación vehículos, y transporte y almacenamiento	38
► Cuadro 29.	Afiliación y/o cobertura a la seguridad social por categoría de ocupación	47
► Cuadro 30.	Trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, por sector	47
► Cuadro 31.	Características de los trabajadores independientes no cotizantes a la SS	49
► Cuadro 32.	Promedio de miembros por hogar	50
► Cuadro 33.	Promedio de miembros dependientes por hogar	50
► Cuadro 34.	Promedio de perceptores de ingreso laboral	50
► Cuadro 35.	Características de los trabajadores independientes no cotizantes SS. Ámbito geográfico	51
► Cuadro 36.	Tasa de analfabetismo	52
► Cuadro 37.	Años promedio de escolaridad	52
► Cuadro 38.	Educación General Básica (EGB) completa	53
► Cuadro 39.	Nivel de instrucción, trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social	53
► Cuadro 40.	Promedio de horas de trabajo habituales a la semana	54
► Cuadro 41.	Características de los trabajadores independientes no cotizantes SS. Ambito del trabajo	54
► Cuadro 42.	Ingresos de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social	56
► Cuadro 43.	Medios principales	121

## ► Índice de gráficos

► Gráfico 1.	Evolución de la tasa de ocupados por categoría de ocupación	46
► Gráfico 2.	Evolución de la pobreza por ingresos	48
► Gráfico 3.	Evolución de la extrema pobreza por ingresos	48
► Gráfico 4.	El IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) existe para dar cobertura de salud	90
► Gráfico 5.	En Ecuador es obligatorio estar afiliado al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social únicamente si...	91



► **Análisis comprensivo de la situación de los trabajadores independientes en Ecuador** y recomendaciones para extender su cobertura de seguridad social

► Gráfico 6.	Hoy no me afilio al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social porque...	91
► Gráfico 7.	Actualmente, si necesitas averiguar información del IESS busca en...	92
► Gráfico 8.	¿Hoy en día está pensando en su jubilación?	92
► Gráfico 9.	¿Cuál es su percepción acerca del BIESS (Banco Ecuatoriano de Seguridad Social)?	93
► Gráfico 10.	¿Cómo está pensando resolver su futuro cercano?	93
► Gráfico 11.	Prueba de concepto ( <i>A/B Testing</i> )	113
► Gráfico 12.	¿Qué se midió y qué resultados se obtuvieron?	115
► Gráfico 13.	Anuncio que fue utilizado en el experimento	115
► Gráfico 14.	Resultados de interacción por edad	116
► Gráfico 15.	Resultados de uso de CTA	116
► Gráfico 16.	Distribución de clics en CTA	117
► Gráfico 17.	Distribución geográfica de los usuarios	117

## ► Índice de anexos

► Anexo 1.	Variables territoriales: análisis de conglomerado, ENEMDU 2017	138
► Anexo 2.	Evolución de la tasa de ocupados por categoría de ocupación	139
► Anexo 3.	Cuestionarios para actores	139
► Anexo 4.	Cuestionarios para usuarios	141
► Anexo 5.	Mapa de experiencia	164

## ► **Abreviaturas y acrónimos**

---

<b>CEDOCUT:</b>	Confederación Ecuatoriana de Organizaciones Clasistas Unitarias de Trabajadores
<b>CT:</b>	Código del Trabajo
<b>CUCOMITAE:</b>	Confederación Unitaria de Comerciantes Minoristas y Trabajadores Autónomos del Ecuador
<b>IESS:</b>	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
<b>IEPS:</b>	Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria
<b>INEC:</b>	Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos
<b>LGSS:</b>	Ley General de Seguridad Social
<b>MDT:</b>	Ministerio del Trabajo
<b>PATSS:</b>	Programa de Asistencia Técnica para la Seguridad Social
<b>SEPS:</b>	Superintendencia de Economía Popular y Solidaria
<b>SS:</b>	Seguridad Social

## ► Resumen ejecutivo

Plantear recomendaciones de política para promover la ampliación de cobertura a trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social requiere de una visión integral. Para ello, conocer a detalle las características, desafíos y vulnerabilidades que esta población enfrenta, y que limita su inclusión al sistema, se torna un aspecto fundamental. Así, el presente estudio ofrece una caracterización cuantitativa y cualitativa de este colectivo, que se expone de forma resumida a continuación, a fin de promover la inserción de estos trabajadores al sistema de seguridad social contributivo. El documento finaliza con una estrategia de sensibilización para este acometido, que es solo una de las dimensiones de una visión integral de ampliación de cobertura del sistema de protección social.

Para realizar una caracterización cuantitativa de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, es importante partir de entender qué tan grande es su participación dentro de la población ocupada. Así, durante el período de análisis (2014–2019<sup>1</sup>) la participación de los trabajadores independientes<sup>2</sup> ha fluctuado entre el 34,6 por ciento y el 38,6 por ciento, evidenciándose en los tres últimos años un incremento sin caídas en su participación durante todo el período.

En cuanto a la afiliación y/o cobertura de la Seguridad Social de la población ocupada, más del 70 por ciento de los trabajadores dependientes son cotizantes a la seguridad social, mientras que en los trabajadores independientes la afiliación y/o cobertura no es mayor al 22 por ciento durante todo el período. De ese 78 por ciento de trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, más del 75 por ciento se encuentra en el sector informal, lo que equivale a que esta población tenga una doble vulnerabilidad.

En el ámbito sociodemográfico, al analizar la evolución de la incidencia de la pobreza por ingresos, tanto a nivel nacional como respecto de los ocupados y trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, se observa que este último grupo tiene una incidencia mayor. Al analizar la extrema pobreza por ingresos, esta también es mayor en los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social que en el total de ocupados.

Si bien los datos nacionales antes mencionados permiten tener una inmersión en las características de los trabajadores objeto de análisis, este grupo se caracteriza por una alta heterogeneidad, por lo que generalizar su realidad podría limitar la toma de decisiones que respondan efectivamente a sus necesidades específicas. En tal sentido, el estudio diseñó cuatro arquetipos que serán presentados en detalle más adelante, y que en resumen se caracterizan de la siguiente manera.

- El arquetipo 1 está formado mayoritariamente por personas indígenas, que son pobres por ingresos y se concentran en el área rural, realizando principalmente actividades vinculadas al campo. El jefe de hogar de este grupo trabaja en promedio casi 40 horas a la semana y percibe un ingreso un poco superior a la mitad del salario básico mensual.

---

1. Al tiempo de redacción de este informe, la última información disponible con resultados representativos y comparables con años anteriores era la Encuesta nacional de empleo, subempleo y desempleo de 2019. De momento, el INEC ha actualizado sus bases de datos para promover la comparabilidad y representatividad de los resultados de las encuestas en el contexto de la pandemia. Los resultados acá presentados, en términos de sus trayectorias, no distan de lo que se observa en las últimas encuestas para los años 2020 y 2021.

2. Los trabajadores independientes se han calculado agregando las categorías de patronos y cuenta propia, según el formulario de la Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo (ENEMDU).

- ▶ El arquetipo 2 está formado por población mestiza, también pobre por ingresos, pero con mayor capacidad adquisitiva que el arquetipo 1. Este grupo se concentra en zonas urbanas de las ciudades más pobladas del país. El número promedio de horas de trabajo que realiza el jefe de familia es menor de 30 a la semana, por lo que percibe en promedio un ingreso de aproximadamente el 60 por ciento del salario básico mensual.
- ▶ El arquetipo 3 también está formado por población mestiza, que ya no se considera pobre por ingresos. Se concentra también en el sector urbano. La jefatura de hogar está a cargo de mujeres, que trabajan en promedio un poco más de 30 horas a la semana y perciben ingresos un poco superiores al anterior arquetipo.
- ▶ Finalmente, el arquetipo 4 está formado por población mestiza, no pobre por ingresos, que vive en el área urbana de ciudades grandes. El jefe de hogar trabaja en promedio casi 50 horas a la semana y percibe un ingreso promedio mensual del 130 por ciento de la remuneración básica mensual.

La caracterización cualitativa de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, basada en los cuatro arquetipos, significó la comprensión de lo que para cada grupo representa la seguridad social, a fin de preparar una estrategia apropiada, que logre motivar al grupo respecto de las ventajas de la afiliación a la seguridad social.

De las principales ideas acerca del IESS, recogidas a los entrevistados, el estudio se enfoca en lo relativo a la falta de comunicación entre la institución y la población, a lo que se suma que la prensa y las redes sociales ponen en evidencia los aspectos negativos de la institución, y esto activa la preocupación de las personas sobre el verdadero valor de estar afiliado.

Como parte de la política que busca alcanzar mayores niveles de afiliación entre los trabajadores independientes, se ha visto la necesidad de concienciar a los grupos objetivo acerca de la importancia de estar protegidos, pero no solo eso, sino que se ha trabajado en niveles diferenciados de sensibilización para cada arquetipo, a través de acciones concretas en las que puedan participar activamente.

Como estrategia de sensibilización, se propone dar la vuelta al concepto de solidaridad que el IESS tiene en su ADN como organización, y que el contexto del COVID-19 potenció, premiando acciones que buscaban ser solidarias con personas, establecimientos y/o causas. Dicha identificación con el otro trae un efecto multiplicador en cadena, que les hace caer en cuenta que cada aporte se constituye en un apoyo para aquellas personas que necesitan hoy de su contribución.

Se propone un concepto comunicacional paraguas que tiene la función esencial de ser la base estructural y los pilares de la campaña de sensibilización a lo largo y ancho de todas las piezas y materiales que forman la estrategia. Se considera como prioridad, a partir de los resultados de la caracterización del grupo objetivo o audiencia, establecer un vínculo emocional con los distintos arquetipos y apelar a un mensaje positivo de encuentro, que de la sensación a las personas de que son parte de algo que los excede, que les da un propósito dentro de todo un engranaje social, donde ellos son tanto protagonistas como beneficiarios del mensaje que se les está transmitiendo.

## ► Introducción

---

Este documento presenta una caracterización tanto cuantitativa como cualitativa de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social de Ecuador, con el objeto de proponer una estrategia de sensibilización para ampliar la cobertura del sistema de seguridad social a este grupo poblacional. El documento que a continuación se presenta, forma parte del Programa de Asistencia Técnica para la Seguridad Social (PATSS) que la Oficina de la Organización Internacional del Trabajo para los Países Andinos lleva a cabo con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, en el marco un Convenio de Cooperación Interinstitucional entre ambas instituciones.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) establece que la protección social, o seguridad social, entendida como un grupo de políticas y programas diseñados con el objetivo de prevenir y reducir la pobreza y la vulnerabilidad para toda la población durante el ciclo de vida es un derecho universal, ya que la carencia de seguridad social representa un obstáculo importante para el desarrollo económico y social de la población y, por ende, de un país, al estar las personas expuestas a situaciones de pobreza, desigualdad y exclusión social, factores que de estar presentes durante todo el ciclo de vida empeoran la vulnerabilidad de la población (OIT 2017).

Así, en el Convenio sobre la seguridad social (norma mínima), 1952 (núm. 102), se establece que este derecho comprende las siguientes ramas: asistencia médica; beneficios monetarios de enfermedad; asignaciones familiares y por hijo; beneficio de maternidad; desempleo; accidentes del trabajo y de enfermedad profesional, y las pensiones de vejez, invalidez y sobrevivientes (OIT 1952). En un sistema de protección social, estas contingencias se gestionan mediante una combinación de regímenes o programas contributivos (seguro social) y de prestaciones no contributivas financiadas mediante impuestos, incluida la asistencia social (OIT 2017).

Además, la Recomendación sobre los pisos de protección social, 2012 (núm. 202) proporciona orientaciones para establecer y mantener este conjunto de garantías básicas de seguridad social como un elemento fundamental de los sistemas nacionales de seguridad social; así como también para implementar estas herramientas como estrategias de extensión de la seguridad social que aseguren progresivamente niveles más elevados de seguridad social para el mayor número de personas posible.

De esta forma, «los pisos de protección social constituyen garantías básicas de seguridad social definidos a nivel nacional que aseguran una protección destinada a prevenir o aliviar la pobreza, la vulnerabilidad o la exclusión social» (OIT 2012).

En la misma recomendación se establece que los pisos de protección social deberían contemplar al menos cuatro garantías básicas (OIT 2012):

1. acceso a un conjunto de bienes y servicios definido a nivel nacional —que constituyen la atención de salud esencial, incluida la atención de la maternidad— que cumpla los criterios de disponibilidad, accesibilidad, aceptabilidad y calidad;
2. seguridad básica del ingreso para los niños, por lo menos equivalente a un nivel mínimo definido en el plano nacional, que asegure el acceso a la alimentación, la educación, los cuidados y cualesquiera otros bienes y servicios necesarios;
3. seguridad básica del ingreso, por lo menos equivalente a un nivel mínimo definido en el plano nacional, para las personas en edad activa que no puedan obtener ingresos suficientes, en particular en caso de enfermedad, desempleo, maternidad e invalidez, y
4. seguridad básica del ingreso para las personas de edad, por lo menos equivalente a un nivel mínimo definido en el plano nacional.

En concordancia con los convenios internacionales, la normativa de Ecuador garantiza la seguridad social como un derecho y uno de los deberes primordiales del Estado. En el artículo 34 de la Constitución de la República se establece que el derecho a la seguridad social es irrenunciable para toda la población, debiendo regirse por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, tanto para la atención de las necesidades individuales como de las colectivas.

Además, en el artículo 367 de la Carta Magna se establece que el sistema de seguridad social es público y universal, por lo que no podrá privatizarse, y su objetivo es atender las necesidades contingentes que tiene la población, proceso que se hará efectivo a través del Seguro Universal Obligatorio (SUO) y sus regímenes especiales. En el párrafo 2 del citado artículo se precisa que el sistema de seguridad social se guiará por los principios del sistema nacional de inclusión y equidad social, así como por los de obligatoriedad, suficiencia, integración, solidaridad y subsidiaridad.

En Ecuador, la prestación de las contingencias del Seguro Universal Obligatorio a sus afiliados está a cargo del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), que es una entidad autónoma regulada por la ley (Constitución del Ecuador, artículo 370), esto comprende el Régimen General, el Régimen del Seguro Social Campesino y el Régimen de afiliación Voluntaria.

En el artículo 2 de la Ley General de Seguridad Social de Ecuador, se determina que todas las personas que perciban ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella, son sujetos de protección del Seguro General Obligatorio. En general se puede citar dentro de este grupo a trabajadores en relación de dependencia, trabajadores autónomos, profesionales en libre ejercicio, administradores o patronos de un negocio, dueños de una empresa unipersonal, trabajadores independientes, personas que realicen trabajo del hogar no remunerado y las demás personas obligadas a la afiliación a este régimen en virtud de leyes o decretos especiales.

Además, en el segundo párrafo del mismo artículo, se establece que los trabajadores que se dedican a la pesca artesanal y los habitantes rurales que laboran en el campo, por cuenta propia o de la comunidad a la que pertenecen, que no reciben remuneraciones de un empleador público o privado y tampoco contratan a personas extrañas a la comunidad o a terceros para que realicen actividades económicas bajo su dependencia, son sujetos de protección del régimen especial del Seguro Social Campesino.

En lo relativo al Seguro Voluntario, el IESS acepta la afiliación voluntaria de toda persona mayor de edad que no esté afiliada al Seguro General ni al Seguro Campesino, y que manifieste su voluntad de acogerse a este régimen, debiendo cumplir los requisitos y condiciones específicas (Ley de Seguridad Social, artículo 152).

A partir de este contexto, la población objeto de esta caracterización la constituyen los trabajadores independientes que no acceden al sistema de seguridad social. Cabe resaltar que el presente documento no tiene por objetivo medir el empleo informal en Ecuador, sino caracterizar particularmente a los trabajadores independientes que no se encuentran protegidos por la seguridad social, a fin de plantear una estrategia de sensibilización para su afiliación.

El análisis se divide en tres capítulos. El primero presenta la caracterización cuantitativa, con base en la información de la Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo (ENEMDU). Esta encuesta se utiliza en dos momentos: a) las ENEMDU de 2017 y 2019, para el análisis de conglomerados, y b) las ENEMDU del período 2014-2019, para la caracterización cuantitativa que dará como resultado la clasificación en cuatro arquetipos. Se precisa el análisis de conglomerados de 2017 porque es el último año en el que la variable de provincia tiene representatividad. Si bien esta encuesta posee información de hace cinco años, conocer cómo era la distribución de los trabajadores independientes informales a nivel territorial puede direccionar las futuras estrategias a implementar.

El segundo capítulo presenta una caracterización cualitativa de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, tomando como insumo los arquetipos clasificados en el capítulo primero. En esta caracterización se indagó acerca de su estilo de vida, entorno, comportamiento y motivaciones, así como sus percepciones y aspiraciones respecto de la seguridad social.

Finalmente, en el tercer capítulo se propone una estrategia de sensibilización, con base en la clasificación de los cuatro arquetipos diseñados, teniendo en cuenta el consumo de medios que realizan. Estos perfiles se diseñaron en función de la información obtenida en la caracterización cuantitativa y cualitativa, y, por lo tanto, arrojan pistas de la estrategia de medios a utilizar para implementar la campaña de sensibilización.

La estrategia de sensibilización presentada en este documento debe ser analizada como un elemento adicional de una política ampliada e integral para la extensión de la cobertura de los trabajadores independientes, que complementada con otras políticas públicas, tanto sociales como económicas, puedan encaminar la extensión de la cobertura de la protección social para toda la población ecuatoriana, y así alcanzar mayores niveles de aseguramiento, conforme a los mandatos constitucionales y a la responsabilidad adquirida por el Estado ecuatoriano como suscriptor de los instrumentos internacionales en la materia.

## ► **CAPÍTULO 1. CARACTERIZACIÓN CUANTITATIVA**

---

La caracterización cuantitativa se realizó con base en la información de la Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo (ENEMDU) de diciembre de cada año, que es una operación estadística que está a cargo del Instituto Nacional de Estadística y Censos, y es uno de los instrumentos estadísticos más importantes para estudiar la situación de empleo, la caracterización del mercado de trabajo, la actividad económica y las fuentes de ingresos de la población; así como también permite identificar la magnitud de ciertos fenómenos sociodemográficos.

El capítulo está organizado de la siguiente forma: en el apartado 1 se realiza el análisis de conglomerados (clúster) mediante el cual se obtienen cuatro arquetipos de la población en estudio, tanto para el año 2017 como para 2019. En el apartado 2 se presenta la magnitud, composición y características de la población objetivo durante el período 2014-2019; las características se detallan con base en los siguientes ámbitos: sociodemográficos, de dinámica familiar, geográficos, educativos y de trabajo. El acápite 2 recoge los principales resultados del capítulo.

### **1. Análisis de conglomerados**

Para el análisis de conglomerados que permita generar grupos de trabajadores independientes que no cotizan a la seguridad social, y que sean heterogéneos entre ellos y homogéneos dentro del grupo, se realizó como primer paso un análisis de componentes principales (ACP) no lineales. Una vez que se obtuvieron los factores que reducen las dimensiones, es decir, hasta donde se explica la mayor cantidad de varianza, se realizó el análisis de conglomerados con k-medias. Se escogió este método de agrupamiento pues es el más robusto frente a la violación de supuestos.

Las variables utilizadas para el análisis de componentes principales se detallan a continuación:

- quintiles de ingreso;
- área;
- jefatura del hogar;
- sexo;
- edad;
- etnia;
- estado civil;
- analfabetismo;
- nivel de instrucción;
- escolaridad;
- número de personas en el hogar;
- número de personas dependientes<sup>3</sup> en el hogar;
- condición de actividad;
- lugar de trabajo, y
- horas de trabajo habituales a la semana.

---

3. Se considera como personas dependientes a niños menores de 15 años, personas adultas mayores (65 años y más) y personas con discapacidad.

### 1.1 Análisis de conglomerados - Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, diciembre 2019

En este apartado se presentan los resultados de los cuatro grupos en los que se dividió a la población independiente no cotizante a la seguridad social, producto del proceso metodológico detallado previamente.

#### a) Ámbito sociodemográfico

► Cuadro 1. Variables sociodemográficas.

		Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3		Grupo 4		Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social	
		Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
Pobreza por ingresos	Dato perdido	3 158	,9 %	7 113	,8 %	2 967	,6 %	4 036	,5 %	17 274	,7 %
	Pobre	170 936	<b>51,4 %</b>	265 560	<b>30 %</b>	103 368	20,9 %	80 673	9,8 %	620 537	24,4 %
	No pobre	158 757	47,7 %	613 866	69,2 %	388 152	<b>78,5 %</b>	741 334	<b>89,7 %</b>	1 902 108	74,9 %
Extrema pobreza por ingresos	Dato perdido	3 158	,9 %	7 113	,8 %	2 967	,6 %	4 036	,5 %	17 274	,7 %
	Indigente	83 314	25 %	88 831	10 %	22 457	4,5 %	12 873	1,6 %	207 475	8,2 %
	No indigente	246 378	74 %	790 595	89,2 %	469 063	94,9 %	809 134	98 %	2 315 171	91,2 %
Quintiles de ingreso per cápita	Dato perdido	3 158	,9 %	7 113	,8 %	2 967	,6 %	4 036	,5 %	17 274	,7 %
	Quintil 1	1 444 459	<b>43,4 %</b>	218 629	24,7 %	78 063	15,8 %	50 743	6,1 %	491 893	19,4 %
	Quintil 2	86 486	26 %	185 035	20,9 %	106 389	21,5 %	116 665	14,1 %	494 575	19,5 %
	Quintil 3	52 480	15,8 %	180 045	20,3 %	115 141	23,3 %	151 298	18,3 %	498 964	19,6 %
	Quintil 4	32 768	9,8 %	180 473	20,4 %	113 203	22,9 %	237 313	28,7 %	563 757	22,2 %
	Quintil 5	13 500	4,1 %	115 244	13 %	78 724	15,9 %	265 988	<b>32,2 %</b>	473 456	18,6 %
Etnia	Indígena	305 634	<b>91,8 %</b>	3 727	,4 %	4 515	,9 %	20 548	2,5 %	334 425	13,2 %
	Afroecuatoriana	5 355	1,6 %	48 372	5,5 %	31 709	6,4 %	49 687	6 %	135 123	5,3 %
	Montubia	14 402	4,3 %	82 478	9,3 %	31 434	6,4 %	44 665	5,4 %	172 979	6,8 %
	Otros	168	,1 %	12 459	1,4 %	8 687	1,8 %	25 317	3,1 %	46 630	1,8 %
	Mestiza	7 292	2,2 %	739 502	<b>83,4 %</b>	418 143	<b>84,6 %</b>	685 825	<b>83 %</b>	1 850 761	72,9 %
Sexo	Mujer	108 856	32,7 %	393 107	44,3 %	418 685	<b>84,7 %</b>	147 575	17,9 %	1 068 223	42,1 %
	Hombre	223 995	<b>67,3 %</b>	493 431	55,7 %	75 802	15,3 %	678 468	<b>82,1 %</b>	1 471 696	57,9 %
Jefatura del hogar	Femenina	59 586	17,9 %	29 858	3,4 %	467 892	<b>94,6 %</b>	75 644	9,2 %	632 979	24,9 %
	Masculina	273 265	<b>82,1 %</b>	856 681	<b>96,6 %</b>	26 595	5,4 %	750 399	<b>90,8 %</b>	1 906 939	75,1 %
Estado civil	Casado (a)	218 125	<b>65,5 %</b>	437 596	<b>49,4 %</b>	19 003	3,8 %	372 292	<b>45,1 %</b>	1 047 017	41,2 %
	Separado (a)	12 656	3,8 %	27 961	3,2 %	161 705	<b>32,7 %</b>	45 587	5,5 %	247 910	9,8 %
	Divorciado (a)	3 904	1,2 %	6 573	,7 %	49 763	10,1 %	11 713	1,4 %	71 953	2,8 %
	Viudo (a)	32 183	9,7 %	21 577	2,4 %	78 884	16 %	9 957	1,2 %	142 601	5,6 %
	Unión libre	41 648	12,5 %	282 085	31,8 %	35 082	7,1 %	274 844	33,3 %	633 658	24,9 %
	Soltero (a)	24 335	7,3 %	110 747	12,5 %	150 050	<b>30,3 %</b>	111 649	13,5 %	396 780	15,6 %

Fuente: INEC Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

Como se puede apreciar en el cuadro 1, el grupo 1 se caracteriza principalmente por ser indígena (91,8 por ciento), los otros grupos son en su mayoría mestizos. El grupo 1 es pobre por ingresos (51,4 por ciento), concentran al 43,4 por ciento de las personas en el quintil 1 de ingreso per cápita, en su mayoría masculina (67,3 por ciento), con miembros cuyos hogares son de jefatura del hogar del mismo sexo (82,1 por ciento), y con el 65,5 por ciento de su población casada.

El grupo 2 se caracteriza principalmente por ser mestizo (83,4 por ciento) y estar conformado por personas cuya jefatura del hogar es masculina (96,6 por ciento), aunque la distribución por sexo no presenta diferencias marcadas entre hombres y mujeres. El 49,4 por ciento de la población de este grupo está casada y el 30 por ciento es pobre por ingresos.

La principal característica del grupo 3 es que tiene una presencia marcada de mujeres (84,7 por ciento), además está conformado por miembros que viven en hogares con jefatura del hogar femenina (94,6 por ciento); siendo el único grupo que presenta estas particularidades. El 84,6 por ciento de las personas en este grupo son mestizas y el 78,5 por ciento son no pobres por ingresos. En lo que se refiere al estado civil, este grupo se caracteriza por estar conformado por mujeres separadas (32,7 por ciento) y solteras (30,3 por ciento).

El grupo 4 claramente es no pobre por ingresos (89,7 por ciento) y concentra a la mayoría de su población en el quintil 5 de ingresos per cápita (32,2 por ciento). En su mayoría mestiza (83 por ciento), conformada por hombres (82,1 por ciento), con personas que viven en hogares con jefatura del hogar masculina (90,8 por ciento) y casadas (45,1 por ciento).

► **Cuadro 2. Variables sociodemográficas 2.**

	Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3		Grupo 4		Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social	
Edad (promedio)	Promedio 48,7		Promedio 48,1		Promedio 47,4		Promedio 45,5		Promedio 47,2	
Grupos de edad	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
De 15 a 29 años	31 775	9,5 %	120 890	13,6 %	67 898	13,7 %	94 247	11,4 %	314 810	12,4 %
De 30 a 44 años	125 033	<b>37,6 %</b>	282 532	<b>31,9 %</b>	158 414	<b>32 %</b>	313 441	<b>37,9 %</b>	879 420	34,6 %
De 45 a 49 años	35 369	10,6 %	84 416	9,5 %	57 834	11,7 %	101 975	12,3 %	279 594	11 %
De 50 a 64 años	74 916	<b>22,5 %</b>	228 538	<b>25,8 %</b>	128 184	<b>25,9 %</b>	239 153	<b>29 %</b>	670 792	26,4 %
De 65 años y más	65 758	19,8 %	170 161	19,2 %	82 156	16,6 %	77 227	9,3 %	395 303	15,6 %

Fuente: INEC Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

En lo que se refiere a la edad promedio, el grupo 4 se caracteriza por ser el más joven, mientras que el grupo 1 tiene en promedio la edad más alta. Sin embargo, al observar la concentración de la población independiente no cotizante a la seguridad social por grupos de edad, se puede evidenciar que para todos los grupos estos trabajadores están principalmente en dos rangos de edad: de 30 a 44 años, y de 50 a 64 años; manteniendo la importancia de participación similar en todos los grupos (cuadro 2).

### b) Ámbito de dinámica familiar

► **Cuadro 3. Variables de dinámica familiar.**

		Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3		Grupo 4		Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social	
		Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
<b>Número de personas en el hogar</b>	1 miembro	27 592	8,3 %	50 060	5,6 %	76 006	15,4 %	54 096	6,5 %	207 754	8,2 %
	2 miembros	46 384	13,9 %	127 118	14,3 %	90 064	18,2 %	90 468	11 %	354 033	13,9 %
	3 miembros	36 218	10,9 %	139 203	15,7 %	106 184	<b>21,5 %</b>	144 530	17,5 %	426 135	16,8 %
	4 miembros	53 433	16,1 %	198 535	<b>22,4 %</b>	85 718	17,3 %	192 355	<b>23,3 %</b>	530 041	20,9 %
	5 miembros o más	169 224	<b>50,8 %</b>	371 623	<b>41,9 %</b>	136 514	<b>27,6 %</b>	344 594	<b>41,7 %</b>	1 021 955	40,2 %
<b>Número de personas dependientes del hogar</b>	Sin miembros dependientes	59 105	17,8 %	156 479	17,7 %	117 240	<b>23,7 %</b>	209 686	<b>25,4 %</b>	542 509	21,4 %
	1 miembro dependiente	79 238	<b>23,8 %</b>	251 951	<b>28,4 %</b>	185 125	<b>37,4 %</b>	235 836	<b>28,6 %</b>	752 150	29,6 %
	2 miembros dependientes	70 261	<b>21,1 %</b>	277 097	<b>31,3 %</b>	95 080	19,2 %	206 767	<b>25 %</b>	649 205	25,6 %
	3 miembros dependientes	52 770	15,9 %	100 990	11,4 %	50 713	10,3 %	101 596	12,3 %	306 068	12,1 %
	4 miembros dependientes	31 362	9,4 %	64 569	7,3 %	29 961	6,1 %	43 445	5,3 %	169 337	6,7 %
	5 miembros dependientes o más	40 115	12,1 %	35 452	4 %	16 368	3,3 %	28 714	3,5 %	120 649	4,8 %
<b>Número de perceptores de ingreso laboral en el hogar</b>	Sin perceptores de ingreso laboral	16 394	4,9 %	21 057	2,4 %	5 234	1,1 %	5 701	,7 %	48 386	1,9 %
	1 perceptor de ingreso laboral	195 339	<b>58,7 %</b>	298 972	33,7 %	248 512	<b>50,3 %</b>	299 991	36,3 %	1 042 814	41,1 %
	2 perceptores de ingreso laboral	90 498	27,2 %	370 912	<b>41,8 %</b>	144 66	29,3 %	326 545	<b>39,5 %</b>	932 622	36,7 %
	3 perceptores de ingreso laboral	21 299	6,4 %	128 313	14,5 %	65 263	13,2 %	140 350	17 %	355 226	14 %
	4 perceptores de ingreso laboral o más	9 321	2,8 %	67 284	7,6 %	30 812	6,2 %	53 455	6,5 %	160 871	6,3 %

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

En lo relacionado al número de miembros del hogar, las personas de los grupos 1, 2 y 4 viven en su mayoría (más del 40 por ciento) en hogares con más de cinco miembros, aspecto que guarda relación con el promedio nacional<sup>4</sup>, solo la gente del grupo 3 tiene una participación más equitativa entre hogares con tres miembros (21,5 por ciento) y hogares con cinco personas o más (27,6 por ciento).

En cuanto al número de personas dependientes en el hogar, los individuos de los 4 grupos viven en su mayoría (23,8 por ciento) en hogares con un miembro dependiente; sin embargo, la mayoría de personas de los diferentes conglomerados se distribuyen entre hogares que no tienen miembros independientes o que tienen hasta dos personas con estas características.

Si se analiza el número de perceptores de ingreso laboral en el hogar, se puede observar que más del 50 por ciento de las personas del grupo 1 (58,7 por ciento) y del grupo 3 (50,3 por ciento) viven en hogares con solo un perceptor de ingreso laboral. Los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social que se encuentran en el conglomerado 2 y 4, respectivamente, viven en su mayoría en hogares que tienen dos perceptores de ingreso laboral (cuadro 3).

### c) Ámbito geográfico

► **Cuadro 4. Variables territoriales.**

		Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3		Grupo 4		Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social	
Área		Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
Área	Rural	290 332	87,2 %	320 411	36,1 %	93 316	18,9 %	104 617	12,7 %	808 676	31,8 %
	Urbano	42 519	12,8 %	566 127	63,9 %	401 171	81,1 %	721 426	87,3 %	1 731 243	68,2 %
Región natural	Sierra urbana	25 843	7,8 %	200 806	22,7 %	140 227	28,4 %	279 139	33,8 %	646 015	25,4 %
	Sierra rural	210 822	63,3 %	172 737	19,5 %	64 560	13,1 %	64 586	7,8 %	512 705	20,2 %
	Costa urbana	13 845	4,2 %	347 889	39,2 %	246 590	49,9 %	414 752	50,2 %	1 023 076	40,3 %
	Costa rural	20 717	6,2 %	122 809	13,9 %	23 387	4,7 %	30 420	3,7 %	197 334	7,8 %
	Amazonía urbana	2 831	,9 %	17 168	1,9 %	14 028	2,8 %	25 755	3,1 %	59 783	2,4 %
	Amazonía rural	58 504	17,6 %	24 493	2,8 %	5 109	1 %	8 589	1 %	96 696	3,8 %
	Ínsular urbana	0	0 %	264	0 %	325	,1 %	1 780	,2 %	2 369	,1 %
	Ínsular rural	288	,1 %	371	0 %	260	,1 %	1 022	,1 %	1 942	,1 %
Ciudades autorepresentadas	Quito	11 563	51,1 %	62 180	26,1 %	44 402	23,3 %	112 107	32,3 %	230 252	28,8 %
	Guayaquil	9 500	41,9 %	142 314	59,6 %	114 990	60,3 %	182 114	52,4 %	448 919	56,1 %
	Cuenca	580	2,6 %	11 490	4,8 %	14 526	7,6 %	25 133	7,2 %	51 729	6,5 %
	Machala	0	0 %	12 280	5,1 %	10 760	5,6 %	15 903	4,6 %	38 943	4,9 %
	Ambato	1 006	4,2 %	10 411	4,4 %	6 079	3,2 %	12 331	3,5 %	29 827	3,7 %

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

4. Para los fines de este apartado del estudio, se entiende como datos nacionales a los totales únicamente de la población independiente no cotizante a la seguridad social.

En cuanto a la distribución geográfica de la población de cada uno de los grupos, se puede observar en el cuadro 4 que el primer grupo mayoritariamente vive en el área rural (87,2 por ciento). En lo que se refiere a las regiones naturales, el 63,3 por ciento se encuentra en la Sierra rural y el 17,6 por ciento en la Amazonía rural. Respecto a la distribución por ciudades autorepresentadas, de manera casi equitativa la población de este grupo se localiza en Quito y Guayaquil.

El 63,9 por ciento de la población del grupo 2 habita en el área urbana. El 95 por ciento de las personas en este grupo se encuentran en las regiones Sierra y Costa, en su mayoría en las áreas urbanas de cada una de las mismas, y el 59,6 por ciento se encuentra en la ciudad de Guayaquil. El grupo 3 tiene una presencia marcada en el área urbana (81,1 por ciento), en la Costa urbana (49,9 por ciento) y en la ciudad de Guayaquil (60,3 por ciento).

Finalmente, el grupo 4 se localiza también en el área urbana (87,3 por ciento). El 50,2 por ciento se encuentra en la Costa urbana, mientras que el 33,8 por ciento en la Sierra urbana. El 52,4 por ciento vive en Guayaquil y el 32,3 por ciento se localiza en Quito.

#### d) **Ámbito educativo**

► **Cuadro 5. Variables educativas 1.**

		Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3		Grupo 4		Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social	
		Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
<b>Tasa de alfabetismo</b>	Analfabeta	105 840	<b>31,8 %</b>	37 247	4,2 %	42 437	8,6 %	17 045	2,1 %	202 569	8 %
	Alfabeta	227 011	68,2 %	849 292	<b>95,8 %</b>	452 050	<b>91,4 %</b>	808 998	<b>97,9 %</b>	2 337 350	92 %
<b>Nivel de instrucción</b>	Ninguno	80 002	24 %	21 519	2,4 %	26 111	5,3 %	8 916	1,1 %	136 548	5,4 %
	Centro de alfabetización	8 071	2,4 %	2 910	,3 %	1 888	,4 %	327	0 %	13 197	,5 %
	Educación básica	203 259	<b>61,1 %</b>	506 854	<b>57,2 %</b>	235 179	<b>47,6 %</b>	394 718	<b>47,8 %</b>	1 340 010	52,8 %
	Educación media/ bachillerato	34 516	10,4 %	244 971	27,6 %	163 232	33 %	269 364	32,6 %	712 083	28 %
	Superior	7 002	2,1 %	110 284	12,4 %	68 077	13,8 %	152 718	18,5 %	338 081	13,3 %
<b>Educación General Básica (EGB) completa</b>	Sin EGB completa	279 897	<b>84,1 %</b>	488 856	<b>55,1 %</b>	236 361	47,8 %	338 431	41 %	1 343 544	52,9 %
	Con EGB completa	52 954	15,9 %	397 683	44,9 %	258 126	<b>52,2 %</b>	487 612	<b>59 %</b>	1 196 374	47,1 %

**Fuente:** INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

Al observar el cuadro 5 se puede evidenciar que el grupo 1 tiene las características educativas más precarias. El 31,8 por ciento de su población es analfabeta, mientras que los otros grupos se caracterizan por tener una población en su mayoría alfabeta (más del 90 por ciento de las personas en cada grupo sabe leer y escribir, y entiende un texto sencillo y corto sobre su vida cotidiana).

En cuanto al nivel de instrucción, en todos los grupos el nivel más alto que la población aprobó es la educación básica. Sin embargo, la población tanto del grupo 1 como del grupo 2 no llegan al año más alto aprobado dentro de ese nivel de instrucción, pues como se puede apreciar en el indicador de Educación General Básica completa<sup>5</sup>, más del 50 por ciento de la población de cada uno de los grupos no han completado este nivel, 84,1 por ciento y 55,1 por ciento respectivamente. Por otra parte, el 52,2 por ciento de la población del grupo 3 y el 59 por ciento de la población del grupo 4 sí tienen los diez años de Educación General Básica.

► **Cuadro 6. Variables educativas 2.**

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social
<b>Años promedio de escolaridad</b>	5,5	9,4	9,6	10,8	9,4

Fuente: INEC Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

En el cuadro 6 se puede apreciar que los años promedio de escolaridad del grupo 1 son 3,9 menos que el grupo 2. Entre los grupos 2, 3 y 4 no existe una diferencia tan marcada como la presentada por la población del grupo 1, cuyos años promedio de escolaridad también presentan una brecha considerable con el dato que reporta toda la población independiente no cotizante a la seguridad social. Por otra parte, los años promedio de escolaridad de los grupos 3 y 4 están por encima de la media nacional.

### e) **Ámbito del trabajo**

► **Cuadro 7. Variables de trabajo 1.**

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social
<b>Promedio de horas de trabajo habituales a la semana</b>	39,2	26,5	31,4	48,7	36,3

Fuente: INEC Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

5. Este indicador se calculó para la población de 15 años y más, para tener información educativa de todo el grupo en caracterización. Ministerio de Educación de Ecuador, «La Educación General Básica en el Ecuador abarca desde primer hasta décimo grado», en Educación General Básica, [https://educacion.gob.ec/educacion\\_general\\_basica/](https://educacion.gob.ec/educacion_general_basica/).

En la legislación laboral vigente en Ecuador se establece que la «jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales» (Código de Trabajo, artículo 47). Con esta premisa se puede apreciar que existe una heterogeneidad en la información sobre las horas de trabajo habituales a la semana que se presenta en cada conglomerado. El grupo que más se acerca a lo legalmente establecido es el número 1, cuya población en promedio trabaja habitualmente 39,2 horas semanales, mientras que la población del grupo 4 es la que más trabaja, en promedio 48,7 horas de trabajo habituales a la semana (cuadro 7).

En lo que se refiere al ingreso laboral<sup>6</sup>, el grupo 2 presenta el promedio más bajo, 124 dólares menos que el promedio de toda la población independiente no cotizante a la seguridad social, lo que equivale a decir que la población de este grupo gana 40,52 por ciento menos que la población total; en contraste con el ingreso laboral promedio que tiene la población del grupo 4, quienes ganan 223 dólares más que el promedio de la población total; es decir, ganan el 72,9 por ciento más (cuadro 8).

Al comparar la media (promedio) y la mediana del ingreso laboral de cada conglomerado, en todos los casos la media es mayor que la mediana (distribución asimétrica sesgada a la derecha); además, el 50 dólares de cada una de las poblaciones de los grupos 1, 2 y 3 recibieron en 2019 un ingreso laboral igual o menor a 150 dólares, mientras que el 50 por ciento de las personas del grupo 4 recibieron un ingreso laboral igual o menor a 415 dólares en el mismo año (cuadro 8).

Si se considera los valores máximos de ingreso laboral que presenta cada grupo, se evidencia que el grupo 3 tiene el ingreso laboral máximo más bajo; sin embargo, existe una brecha considerable entre los ingresos laborales máximos de los grupos 1, 2 y 3 en comparación con el presentado por el grupo 4, las personas de estos grupos ganan respectivamente 67,12 por ciento, 67,96 por ciento y 75,55 por ciento menos que las del grupo 4 (cuadro 8).

Por otra parte, en todos los grupos y para el total de la población sujeto de esta caracterización, el ingreso laboral promedio (media) de los hombres es mayor que el de las mujeres; sin embargo, la brecha es más corta en el grupo 3: 13,5 dólares. Además, la tendencia del ingreso laboral por sexo se mantiene similar a la del ingreso laboral: hombres y mujeres de los grupos 1, 2 y 3 ganan menos que la media nacional, y hombres y mujeres del grupo 4 ganan más que el promedio nacional (cuadro 8).

Resulta interesante analizar los ingresos laborales máximos entre hombres y mujeres. En general, tanto para hombres como para mujeres, la población del grupo 4 tiene los ingresos laborales máximos más altos. Sin embargo, en el grupo 3 las mujeres tienen un ingreso laboral máximo que es 600 dólares más que el ingreso laboral máximo de los hombres, en los otros conglomerados la relación es inversa pero, además, en el grupo 4 los hombres tienen un ingreso laboral máximo que es casi tres veces más que el de las mujeres, 8 440 dólares de diferencia (cuadro 8).

En el caso del ingreso laboral promedio del jefe de hogar, las personas que conforman el grupo 3 viven en hogares donde el ingreso laboral promedio del jefe de hogar es menor en comparación con los otros conglomerados, si se analiza el ingreso laboral máximo del jefe de hogar se evidencia que la población del grupo 1 pertenece a hogares en donde este indicador es menor en comparación con la población de los otros grupos. Las características de los trabajadores independientes informales del grupo 4 contrastan con las presentadas previamente, pues se distinguen porque los ingresos laborales promedio y máximo de sus jefes de hogar son los más altos de todos los conglomerados (cuadro 8).

Finalmente, al analizar el ingreso total promedio y el ingreso total máximo del hogar, la población del grupo 1 vive en hogares donde los ingresos son los más bajos, a diferencia de las personas del grupo 4 y del grupo 2, quienes tienen el ingreso total promedio del hogar y el ingreso total máximo del hogar más alto, respectivamente (cuadro 8).

6. El ingreso laboral se entiende como cualquier retribución a las actividades productivas en forma de pagos en metálico, en especie o en servicios. Se descartan los ingresos provenientes de otras fuentes de ingresos, tales como rentas del capital, pensiones y jubilaciones, transferencias, etc. Para los trabajadores independientes, se considera los ingresos monetarios netos, es decir, descontado los gastos para el funcionamiento del negocio. Para los trabajadores asalariados el ingreso monetario incluye las remuneraciones, más los impuestos directos y los aportes a la seguridad social. En ambos casos se consideran los ingresos tanto de la actividad principal como de la secundaria (INEC 2015).

► **Cuadro 8. Variables de trabajo 2.**

	Grupo 1				Grupo 2				Grupo 3				Grupo 4				Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social			
	Mínimo	Máximo	Media	Mediana	Mínimo	Máximo	Media	Mediana	Mínimo	Máximo	Media	Mediana	Mínimo	Máximo	Media	Mediana	Mínimo	Máximo	Media	Mediana
Ingreso laboral	0	3 900	201,4	150	0	3 800	181,9	150	0	2 900	213,4	150	0	11 860	528,7	415	0	11 860	305,8	415
Ingreso laboral de hombres	8	3 900	221,8	168	3	3 900	218,2	200	10	2 300	229,2	170	15	11 860	536,3	410	3	11 860	370,5	410
Ingreso laboral de mujeres	2	1 480	163,3	110	2	2 200	145,1	100	1	2 900	215,7	155	30	3 420	503,5	420	1	3 420	225,6	420
Ingreso laboral del jefe de hogar	1	3 900	212,9	160	1	22 435	291,3	200	1	4 000	191,1	130	1	11 860	513,1	400	1	22 435	333,7	400
Ingreso total del hogar	1	4 071	422,2	302	1	22 807	677,4	500	1	8 170	645,6	461	1	16 680	1 097,4	880	1	22 807	774,4	880

Fuente: INEC Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

► **Cuadro 9. Variables de trabajo 3.**

		Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3		Grupo 4		Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social	
		Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
<b>Condición de actividad</b>	Empleo no clasificado	2 087	,6 %	3 760	,4 %	1 823	,4 %	5 389	,7 %	13 059	,5 %
	Empleo no remunerado	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
	Otro empleo no pleno	226 159	<b>67,9 %</b>	496 039	<b>56 %</b>	278 824	<b>56,4 %</b>	291 974	<b>35,3 %</b>	1 292 996	50,9 %
	Subempleo	72 123	<b>21,7 %</b>	363 074	<b>41 %</b>	168 065	<b>34 %</b>	48 410	5,9 %	651 672	25,7 %
	Empleo adecuado	32 481	9,8 %	23 665	2,7 %	45 774	9,3 %	480 271	<b>58,1 %</b>	582 191	22,9 %
<b>Lugar de trabajo</b>	Local propio o arrendado	18 952	5,7 %	37 742	4,3 %	76 966	15,6 %	286 142	<b>34,6 %</b>	419 802	16,5 %
	Su vivienda	18 937	5,7 %	302 503	<b>34,1 %</b>	167 381	<b>33,8 %</b>	84 421	10,2 %	573 242	22,6 %
	Finca o terreno	251 574	<b>75,6 %</b>	259 888	29,3 %	65 010	13,1 %	46 399	5,6 %	622 871	24,5 %
	Otros	43 388	13 %	286 405	32,3 %	185 129	37,4 %	409 081	49,5 %	924 003	36,4 %

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

En cuanto a la condición de actividad, más del 50 por ciento de las personas del grupo 1, 2 y 3 se ubican en la categoría de otro empleo no pleno<sup>7</sup>: 67,9 por ciento, 56 por ciento y 56,4 por ciento respectivamente. Así también, la categoría que le sigue en importancia en los tres grupos es el subempleo<sup>8</sup>; 21,7 por ciento, 41 por ciento y 34 por ciento, respectivamente. Este comportamiento se contrapone con lo que se evidencia con la población del grupo 4, en donde el 58,1 por ciento de la población tiene empleo adecuado/pleno<sup>9</sup> (cuadro 9).

Al analizar el lugar de trabajo que tiene la población independiente no cotizante a la seguridad social, se puede observar que para la población del grupo 2 y del grupo 3 es su vivienda el sitio que las personas tienen para realizar sus labores. En el caso del grupo 1, el 75,6 por ciento de la población trabaja en una finca o terreno, mientras que el 34,6 por ciento de la población del grupo 4 trabaja en un local propio o arrendado (cuadro 9).

Por otra parte, para analizar la Rama de actividad, teniendo en cuenta que esta variable a tres dígitos tiene 236 categorías, se procede de la siguiente manera: en la desagregación a un dígito se identifica la o las ramas que concentran a la mayor parte de la población de cada uno de los grupos, y sobre esas ramas se estudia la desagregación a tres dígitos para ese grupo en específico. La distribución de la población independiente no cotizante a la seguridad social por rama de actividad a un dígito se presenta en el cuadro 10.

7. Personas con empleo que, durante la semana de referencia, percibieron ingresos inferiores al salario mínimo y/o trabajaron menos de la jornada legal y no tienen el deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales (INEC 2015).

8. Personas con empleo que, durante la semana de referencia, percibieron ingresos inferiores al salario mínimo y/o trabajaron menos de la jornada legal y tienen el deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. Es la sumatoria del subempleo por insuficiencia de tiempo de trabajo y por insuficiencia de ingresos (INEC 2015).

9. Personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan igual o más de 40 horas a la semana, independientemente del deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. También forman parte de esta categoría, las personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan menos de 40 horas, pero no desean trabajar horas adicionales (INEC 2015).

► **Cuadro 10. Rama de actividad a un dígito.**

	Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3		Grupo 4		Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social	
	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
a. Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	255 378	<b>76,7 %</b>	296 414	<b>33,4 %</b>	75 776	<b>15,3 %</b>	65 109	7,9 %	692 677	27,3 %
b. Explotación de minas y canteras	69	0 %	701	,1 %	452	,1 %	506	,1 %	1 728	,1 %
c. Industrias manufactureras	7 918	2,4 %	103 180	11,6 %	45 425	9,2 %	86 546	<b>10,5 %</b>	243 069	9,6 %
d. Suministros de electricidad, gas, aire acondicionado	0	0 %	4 124	,5 %	15	0 %	0	0 %	4 139	,2 %
e. Distribución de agua alcantarillado	0	0 %	0	0 %	581	,1 %	944	,1 %	1 525	,1 %
f. Construcción	4 034	1,2 %	40 380	4,6 %	6 918	1,4 %	56 515	6,8 %	107 847	4,2 %
g. Comercio, reparación vehículos	32 715	9,8 %	191 471	<b>21,6 %</b>	164 284	<b>33,2 %</b>	264 773	<b>32,1 %</b>	653 243	25,7 %
h. Transporte y almacenamiento	13 315	4 %	45 845	5,2 %	18 167	3,7 %	187 273	<b>22,7 %</b>	264 600	10,4 %
i. Actividades de alojamiento y servicios de comida	9 490	2,9 %	54 103	6,1 %	61 388	<b>12,4 %</b>	59 105	7,2 %	184 086	7,2 %
j. Información y comunicación	434	,1 %	3 130	,4 %	2 034	,4 %	8 689	1,1 %	14 287	,6 %
k. Actividades financieras y de seguros	0	0 %	808	,1 %	0	0 %	959	,1 %	1 766	,1 %
l. Actividades inmobiliarias	0	0 %	1 505	,2 %	543	,1 %	890	,1 %	2 938	,1 %
m. Actividades profesionales, científicas y técnicas	332	,1 %	20 293	2,3 %	12 601	2,5 %	33 460	4,1 %	66 686	2,6 %
n. Actividades y servicios administrativos y de apoyo	1 163	,3 %	34 422	3,9 %	27 871	5,6 %	8 681	1,1 %	72 137	2,8 %
o. Administración pública, defensa y seguridad social	0	0 %	5 010	,6 %	139	0 %	1 058	,1 %	6 297	,2 %
p. Enseñanza	752	,2 %	8 719	1 %	10 983	2,2 %	5 033	0,6 %	25 487	1 %
q. Actividades, servicios sociales y de salud	586	,2 %	17 803	2 %	11 058	2,2 %	9 981	1,2 %	39 427	1,6 %
r. Artes, entretenimiento y creación	427	,1 %	10 509	1,2 %	3 389	,7 %	3 135	,4 %	17 460	,7 %
s. Otras actividades de servicios	6 237	1,9 %	48 122	5,4 %	52 862	10,7 %	33 385	4 %	140 606	5,5 %
t. Actividades en hogares privados con servicio doméstico	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
u. Actividades de organizaciones extraterritoriales	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
No especificado	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

Así, el 76,7 por ciento de la población del grupo 1 se concentra en la rama de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca. Es sobre esta rama de actividad que se profundiza en el análisis a tres dígitos para las personas de este grupo (cuadro 10).

El 67,8 por ciento de la población del grupo 1, de la rama de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, se dedica al cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta). Le sigue en importancia el cultivo de plantas no perennes (16,7 por ciento). Esta participación se mantiene para mujeres y hombres (cuadro 11).

► **Cuadro 11. Grupo 1: rama de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca.**

Rama de actividad actividad a tres dígitos	Personas	%	Sexo			
			Mujer		Hombre	
			Personas	%	Personas	%
Cultivo de plantas no perennes	42 760	16,7 %	11 260	13,7 %	31 499	18,2 %
Cultivo de plantas perennes	22 488	8,8 %	4 170	5,1 %	18 319	10,6 %
Propagación de plantas	139	,1 %			139	,1 %
Ganadería	15 806	6,2 %	10 979	13,4 %	4 828	2,8 %
Cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta)	173 077	<b>67,8 %</b>	55 735	<b>67,9 %</b>	117 342	<b>67,7 %</b>
Extracción de madera	973	,4 %			973	,6 %
Pesca	135	,1 %			135	,1 %
<b>Total</b>	<b>255 378</b>	<b>100 %</b>	<b>82 144</b>	<b>100 %</b>	<b>173 234</b>	<b>100 %</b>

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

Para el grupo 2, con la rama de actividad a un dígito, el 33,4 por ciento de las personas se dedica a la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; y, el 21,6 por ciento trabaja en la rama de comercio, reparación vehículos. Así, para el grupo 2 se analiza la desagregación a tres dígitos de las mencionadas ramas de actividad (cuadro 10).

El 19,4 por ciento de la población del grupo 2, de las ramas de actividad de "agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, y comercio, reparación vehículos se dedica al cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta), categoría que se mantiene como la más importante para los hombres; sin embargo, se puede observar que el 26,2 por ciento de las mujeres se dedica a la ganadería (cuadro 12).

► **Cuadro 12. Grupo 2: ramas de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, y comercio, reparación vehículos.**

Rama de actividad actividad a tres dígitos	Personas	%	Sexo			
			Mujer		Hombre	
			Personas	%	Personas	%
Cultivo de plantas no perennes	60 150	12,3 %	7 470	3,4 %	52 680	19,6 %
Cultivo de plantas perennes	55 068	11,3 %	2 017	,9 %	53 051	19,7 %
Ganadería	79 988	16,4 %	57 413	<b>26,2 %</b>	22 575	8,4 %
Cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta)	94 849	<b>19,4 %</b>	30 470	13,9 %	64 378	<b>23,9 %</b>
Venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados	77 291	15,8 %	52 279	23,9 %	25 011	9,3 %
Otros	120 540	24,7 %	69 258	31,6 %	51 281	19,1 %
<b>Total</b>	<b>487 885</b>	<b>100 %</b>	<b>218 908</b>	<b>100 %</b>	<b>268 976</b>	<b>100 %</b>

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

En el caso del grupo 3, el 33,2 por ciento de la población se dedica al comercio, reparación de vehículos; el 15,3 por ciento trabaja en la rama de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, y el 12,4 por ciento realiza actividades de alojamiento y servicios de comida (cuadro 10). De esta forma, sobre estas tres ramas de actividad, que son las más importantes para este grupo, se presenta el análisis a tres dígitos.

Para este grupo, el 18,3 por ciento de la población se dedica a la venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados; en la misma categoría están los hombres (40,4 por ciento); y el 19,4 por ciento de las mujeres se dedica a las actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (cuadro 13).

► **Cuadro 13. Grupo 3: ramas de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; comercio, reparación vehículos, y actividades de alojamiento y servicios de comida.**

Rama de actividad actividad a tres dígitos	Personas	%	Sexo			
			Mujer		Hombre	
			Personas	%	Personas	%
Ganadería	25 534	8,5 %	24 433	9,2 %	1 101	3,1 %
Cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta)	29 789	9,9 %	28 059	10,5 %	1 730	4,9 %
Venta al por menor en comercios no especializados	34 580	11,5 %	33 628	12,6 %	952	2,7 %
Venta al por menor en puestos de venta y mercados	38 280	12,7 %	36 608	13,7 %	1 672	4,8 %
Venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados	55 246	<b>18,3 %</b>	40 955	15,4 %	14 291	<b>40,7 %</b>
Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas	53 371	17,7 %	51 671	<b>19,4 %</b>	1 699	4,8 %
Otros	64 649	21,4 %	51 008	19,1 %	13 641	38,9 %
<b>Total</b>	<b>301 448</b>	<b>100 %</b>	<b>266 362</b>	<b>100 %</b>	<b>35 086</b>	<b>100 %</b>

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

Finalmente, el 32,1 por ciento de la población del grupo 4 se dedica al comercio, reparación de vehículos, el 22,7 por ciento trabaja en transporte y almacenamiento, y el 10,5 por ciento realiza actividades de las industrias manufactureras (cuadro 10). Con estas especificaciones, en el cuadro 14 se presenta la caracterización de la rama de actividad a tres dígitos.

► **Cuadro 14. Grupo 4: ramas de industrias manufactureras; comercio, reparación vehículos, y transporte y almacenamiento.**

Rama de actividad actividad a tres dígitos	Personas		Sexo			
			Mujer		Hombre	
	Personas	%	Personas	%	Personas	%
Fabricación de productos metálicos para uso estructural, tanques, depósitos, recipientes de metal y generadores de vapor	21 711	4 %			21 711	4,9 %
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores	32 179	6 %			32 179	7,2 %
Venta al por menor en comercios no especializados	53 995	10 %	31 839	<b>34 %</b>	22 156	5 %
Venta al por menor en puestos de venta y mercados	38 276	7,1 %	15 594	16,7 %	22 682	5,1 %
Venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados	62 672	11,6 %	8 325	8,9 %	54 347	12,2 %
Otras actividades de transporte por vía terrestre	171 425	<b>31,8 %</b>	3 815	4,1 %	167 610	<b>37,7 %</b>
Otros	158 335	29,4 %	33 948	36,6 %	124 387	27,9 %
<b>Total</b>	<b>538 592</b>	<b>100 %</b>	<b>93.521</b>	<b>100 %</b>	<b>445.071</b>	<b>100 %</b>

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

El 31,8 por ciento de la población del grupo 4 se dedica a otras actividades de transporte por vía terrestre, categoría que también es la más importante para los hombres (37,7 por ciento); por su parte, el 34 por ciento de las mujeres de este grupo se dedica a la venta al por menor en comercios no especializados.

## 1.2. Arquetipo por grupo

### a) Arquetipo grupo 1

<b>Variables sociodemográficas</b>	Indígena
	Pobre por ingresos
	Jefatura del hogar masculina
	Mayoritariamente hombres
	Casada
	48,7 años promedio de edad
	Población concentrada en dos grupos de edad: de 30 a 44 años, y de 50 a 64 años
	50 por ciento de las personas vive en hogares con más de cinco miembros.
23,8 por ciento de la gente vive en hogares con un miembro dependiente.	
58 por ciento de la población vive en hogares con un perceptor de ingreso laboral.	
<b>Variables territoriales</b>	Área rural
	Sierra y Amazonía, rurales
	Quito y Guayaquil
<b>Variables educativas</b>	Analfabeta
	Sin Educación General Básica completa
	5,5 años promedio de escolaridad

**Variables del trabajo**

39,2 horas de trabajo habituales promedio a la semana
201,4 dólares ingreso laboral promedio
3 900 dólares ingreso laboral máximo
221,8 dólares ingreso laboral promedio de hombres
3 900 dólares ingreso laboral máximo de hombres
163,3 dólares ingreso laboral promedio de mujeres
1 480 dólares ingreso laboral máximo de mujeres
212,9 dólares ingreso laboral promedio del jefe de hogar
3 900 dólares ingreso laboral máximo del jefe de hogar
422,2 dólares ingreso total promedio del hogar
4 071 dólares ingreso total máximo del hogar
Tiene otro empleo no pleno.
Trabaja en una finca o terreno.
Trabaja en el sector de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, en el cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta).

**b) Arquetipo grupo 2**

**Variables sociodemográficas**

Mestiza
Pobre por ingresos
Jefatura del hogar masculina
Con participación similar de hombres y mujeres
Casada
48,1 años promedio de edad
Población concentrada en dos grupos de edad: de 30 a 44 años, y de 50 a 64 años
42 por ciento de las personas vive en hogares con más de cinco miembros.
31 por ciento de la gente vive en hogares con dos miembros dependientes.
42 por ciento de la población vive en hogares con dos perceptores de ingreso laboral.

<b>Variables territoriales</b>	Área rural
	Sierra y Costa, urbanas
	Guayaquil
<b>Variables educativas</b>	Alfabeta
	Sin Educación General Básica completa
	9,4 años promedio de escolaridad
<b>Variables del trabajo</b>	26,5 horas de trabajo habituales promedio a la semana
	181,9 dólares ingreso laboral promedio
	3 800 dólares ingreso laboral máximo
	218,2 dólares ingreso laboral promedio de hombres
	3 800 dólares ingreso laboral máximo de hombres
	145,1 dólares ingreso laboral promedio de mujeres
	2 200 dólares ingreso laboral máximo de mujeres
	291,3 dólares ingreso laboral promedio del jefe de hogar
	677,4 dólares ingreso total promedio del hogar
	22 807 dólares ingreso total máximo del hogar
	Tiene otro empleo no pleno.
	Trabaja en su vivienda.
	Trabaja en el sector de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, y en comercio y reparación de vehículos; en el cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta) y en la ganadería.

**b) Arquetipo grupo 3**

**Variables sociodemográficas**

---

Mestiza
No pobre por ingresos
Jefatura del hogar femenina
Mayoritariamente mujeres
Separada y soltera
47,4 años promedio de edad
Población concentrada en dos grupos de edad: de 30 a 44 años, y de 50 a 64 años
28 por ciento de las personas vive en hogares con más de cinco miembros.
37 por ciento de la gente vive en hogares con un miembro dependiente.
50 por ciento de la población vive en hogares con un perceptor de ingreso laboral.

---

**Variables territoriales**

---

Área rural
Costa urbana
Guayaquil

---

**Variables educativas**

---

Alfabeta
Con Educación General Básica completa
9,6 años promedio de escolaridad

---

### Variables del trabajo

31,4 horas de trabajo habituales promedio a la semana
213,4 dólares ingreso laboral promedio
2 900 dólares ingreso laboral máximo
229,2 dólares ingreso laboral promedio de hombres
2 300 dólares ingreso laboral máximo de hombres
215,7 dólares ingreso laboral promedio de mujeres
2 900 dólares ingreso laboral máximo de mujeres
191,1 dólares ingreso laboral promedio del jefe de hogar
4 000 dólares ingreso laboral máximo del jefe de hogar
645,6 dólares ingreso total promedio del hogar
8 170 dólares ingreso total máximo del hogar
Tiene otro empleo no pleno.
Trabaja en su vivienda.
Trabaja en el sector de comercio y reparación de vehículos; en agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, en actividades de alojamiento y servicios de comida, y en la venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados.

### b) Arquetipo grupo 4

### Variables sociodemográficas

Mestiza
No pobre por ingresos
Jefatura del hogar masculina
Mayoritariamente hombres
Casada
45,5 años promedio de edad
Población concentrada en dos grupos de edad: de 30 a 44 años, y de 50 a 64 años
42 por ciento de las personas vive en hogares con más de cinco miembros.
29 por ciento de la gente vive en hogares con un miembro dependiente.
40 por ciento de la población vive en hogares con dos perceptores de ingreso laboral.

<b>Variables territoriales</b>	Área urbana
	Sierra y Costa, urbanas
	Quito y Guayaquil
<b>Variables educativas</b>	Alfabeta
	Con Educación General Básica completa
	10,8 años promedio de escolaridad
<b>Variables del trabajo</b>	48,7 horas de trabajo habituales promedio a la semana
	528,7 dólares ingreso laboral promedio
	11 860 dólares ingreso laboral máximo
	536,3 dólares ingreso laboral promedio de hombres
	11 860 dólares ingreso laboral máximo de hombres
	503,5 dólares ingreso laboral promedio de mujeres
	3 420 dólares ingreso laboral máximo de mujeres
	513,1 dólares ingreso laboral promedio del jefe de hogar
	11 860 dólares ingreso laboral máximo del jefe de hogar
	1 097,4 dólares ingreso total promedio del hogar
	16 680 dólares ingreso total máximo del hogar
	Tiene empleo adecuado/pleno.
	Trabaja en local propio o arrendado.
	Trabaja en el sector de comercio y reparación de vehículos; en transporte y almacenamiento y en industrias manufactureras; en Otras actividades de transporte por vía terrestre.

### 1.3. Análisis de conglomerados – Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, diciembre 2017

En este apartado se presentan los resultados de los cuatro grupos en los que se dividió a la población independiente no cotizante a la seguridad social, producto del proceso metodológico implementado.

#### a) Ámbito sociodemográfico

► **Cuadro 15. Variables sociodemográficas.**

		Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3		Grupo 4		Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social	
		Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
Pobreza por ingresos	Dato perdido	4 060	1,1 %	2 854	,6 %	5 930	,8 %	2 964	,4 %	16 352	,7 %
	Pobre	244 127	<b>59,7 %</b>	118 024	<b>25 %</b>	108 464	14,5 %	46 395	6,6 %	517 009	22,2 %
	No pobre	160 123	39,2 %	352 108	74,4 %	632 747	<b>84,7 %</b>	649 916	<b>92,9 %</b>	1 794 894	77,1 %
Extrema pobreza por ingresos	Dato perdido	4 064	1,1 %	2 854	,6 %	5 930	,8 %	2 964	,4 %	16 352	,7 %
	Indigente	120 861	29,6 %	42 160	8,9 %	31 530	4,2 %	9 783	1,4 %	204 335	8,8 %
	No indigente	283 388	<b>69,3 %</b>	427 972	<b>90,5 %</b>	709 680	<b>95 %</b>	686 528	<b>98,2 %</b>	2 107 568	90,5 %
Quintiles de ingreso per cápita	Dato perdido	4 604	1,1 %	2 854	,6 %	5 930	,8 %	2 964	,4 %	16 352	,7 %
	Quintil 1	236 308	<b>57,8 %</b>	111 392	<b>23,6 %</b>	96 402	12,9 %	40 574	5,8 %	484 677	20,8 %
	Quintil 2	96 263	23,5 %	107 651	22,8 %	144 923	19,4 %	104 046	14,9 %	452 884	19,5 %
	Quintil 3	47 773	11,7 %	93 854	19,8 %	169 096	22,6 %	137 597	19,7 %	448 319	19,3 %
	Quintil 4	20 361	5 %	83 741	17,7 %	183 669	<b>24,6 %</b>	180 754	25,8 %	468 525	20,1 %
	Quintil 5	3 545	,9 %	73 493	15,5 %	147 122	19,7 %	233 340	<b>33,4 %</b>	457 500	19,7 %
Etnia	Indígena	183 955	<b>45 %</b>	41 014	8,7 %	18 149	2,4 %	29 006	4,1 %	272 123	11,7 %
	Afroecuatoriana	13 198	3,2 %	27 252	5,8 %	34 499	4,6 %	22 643	3,2 %	97 593	4,2 %
	Montubia	19 080	4,7 %	15 137	3,2 %	46 030	6,2 %	24 492	3,5 %	104 739	4,5 %
	Otros	2 445	,6 %	9 734	2,1 %	16 793	2,2 %	11 782	1,7 %	40 754	1,8 %
	Mestiza	190 176	<b>46,5 %</b>	379 849	<b>80,3 %</b>	631 670	<b>84,5 %</b>	611 352	<b>87,4 %</b>	1 813 046	77,9 %
Sexo	Mujer	131 045	32,1 %	428 385	<b>90,6 %</b>	338 462	45,3 %	141 963	20,3 %	1 039 855	44,7 %
	Hombre	277 809	<b>67,9 %</b>	44 601	9,4 %	408 678	<b>54,7 %</b>	557 312	<b>79,7 %</b>	1 288 400	55,3 %
Jefatura del hogar	Femenina	26 217	6,4 %	455 944	96,4 %	27 483	3,7 %	61 742	8,8 %	571 386	24,5 %
	Masculina	382 637	<b>93,6 %</b>	17 042	3,6 %	719 657	<b>96,3 %</b>	637 533	<b>91,2 %</b>	1 756 869	75,5 %
Estado civil	Casado (a)	228 184	<b>55,8 %</b>	27 304	5,8 %	363 529	<b>48,7 %</b>	354 650	<b>50,7 %</b>	973 667	41,8 %
	Separado (a)	5 316	1,3 %	145 052	<b>30,7 %</b>	37 444	5 %	24 041	3,4 %	211 853	9,1 %
	Divorciado (a)	644	,2 %	42 913	9,1 %	12 101	1,6 %	13 138	1,9 %	68 796	3 %
	Viudo (a)	4 936	1,2 %	84 870	17,9 %	19 696	2,6 %	8 917	1,3 %	118 418	5,1 %
	Unión libre	132 282	32,4 %	31 771	6,7 %	228 302	30,6 %	228 146	32,6 %	620 501	26,7 %
	Soltero (a)	37 493	9,2 %	141 075	<b>29,8 %</b>	86 068	11,5 %	70 384	10,1 %	335 020	14,4 %

Fuente: INEC Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

El conglomerado 1 se caracteriza porque el 59,7 por ciento de su población es pobre por ingresos; con el 57,8 por ciento de sus miembros en el quintil 1 de ingreso per cápita; con personas que se autoidentifican como indígenas (45 por ciento) y mestizos (46,5 por ciento); casados (55,8 por ciento); en su mayoría hombres (67,9 por ciento), y que además viven en hogares de jefatura predominantemente masculina.

En el grupo 2, el 25 por ciento de sus miembros es pobre por ingresos, se caracteriza principalmente por estar conformado por mujeres (90,6 por ciento), mestizas (80,3 por ciento), en su mayoría separadas (30,7 por ciento) o solteras (29,8 por ciento) y que también viven en hogares de jefatura mayoritariamente femenina.

La población del grupo 3 es no pobre por ingresos (84,7 por ciento), mestiza (84,5 por ciento), casada (48,7 por ciento), con relativa igualdad en la participación de hombres y mujeres, pero que viven en hogares donde claramente existe una jefatura masculina.

Finalmente, las personas que conforman el grupo 4 guardan las mismas características de las del conglomerado 3, aunque con magnitudes diferentes: el 92,9 por ciento de los individuos del grupo son no pobres por ingreso, en su mayoría hombres (79,7 por ciento), mestizos (87,4 por ciento), casados (50,7 por ciento) y que viven en hogares con jefatura masculina (cuadro 15).

► **Tabla 16. Variables sociodemográficas 2.**

Edad (promedio)	Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3		Grupo 4		Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social	
	Promedio 39,2		Promedio 46,4		Promedio 50,1		Promedio 43,7		Promedio 45,5	
Grupos de edad	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
De 15 a 29 años	106 391	26,0 %	73 158	15,5 %	87 932	11,8 %	91 905	13,1 %	359 386	15,4 %
De 30 a 44 años	182 897	<b>44,7 %</b>	148 144	<b>31,3 %</b>	188 498	25,2 %	289 420	<b>41,4 %</b>	808 959	34,7 %
De 45 a 49 años	30 802	7,5 %	51 097	10,8 %	83 578	11,2 %	93 206	13,3 %	258 683	11,1 %
De 50 a 64 años	63 444	15,5 %	135 906	28,7 %	249 903	<b>33,4 %</b>	187 661	26,8 %	636 914	27,4 %
De 65 años y más	25 320	6,2 %	64 681	13,7 %	137 229	18,4 %	37 083	5,3 %	264 313	11,4 %

Fuente: INEC Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

Si se analiza la edad promedio de los miembros de cada uno de los grupos se puede observar que la población del grupo 3 es la que presenta la media más alta, incluso el 33,4 por ciento de sus miembros están en un rango de edad entre los 50 y 64 años. Lo contrario ocurre con los individuos de los otros grupos que, si bien presentan edades promedio no tan similares, la mayoría de su población se ubica en el grupo de edad de entre 30 y 44 años, aspecto que guarda relación con el dato nacional (cuadro 16).

## b) Dinámica familiar

► **Cuadro 17. Variables de dinámica familiar.**

		Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3		Grupo 4		Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social	
		Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
Número de personas en el hogar	1 miembro	2 652	,6 %	57 915	12,2 %	76 195	10,2 %	26 607	3,8 %	163 369	7 %
	2 miembros	16 114	3,9 %	104 189	22 %	141 314	18,9 %	54 660	7,8 %	316 278	13,6 %
	3 miembros	31 337	7,7 %	95 603	20,2 %	187 216	<b>25,1 %</b>	117 702	16,8 %	431 858	18,5 %
	4 miembros	72 599	17,8 %	79 986	16,9 %	158 803	21,3 %	194 312	<b>27,8 %</b>	505 700	21,7 %
	5 miembros o más	286 151	<b>70,0 %</b>	135 292	<b>28,6 %</b>	183 613	24,6 %	305 994	43,8 %	911 050	39,1 %
Número de personas dependientes del hogar	Sin miembros dependientes	17 313	4,2 %	126 255	26,7 %	241 551	32,3 %	164 319	23,5 %	549 438	23,6 %
	1 miembro dependiente	59 818	14,6 %	164 852	<b>34,9 %</b>	271 796	<b>36,4 %</b>	213 308	<b>30,5 %</b>	709 774	30,5 %
	2 miembros dependientes	119 064	<b>29,1 %</b>	91 289	19,3 %	186 464	25 %	193 159	27,6 %	589 976	25,3 %
	3 miembros dependientes	105 180	25,7 %	54 077	11,4 %	33 355	4,5 %	95 867	13,7 %	288 479	12,4 %
	4 miembros dependientes	58 397	14,3 %	27 279	5,8 %	9 934	1,3 %	24 008	3,4 %	119 618	5,1 %
	5 miembros dependientes o más	49 083	12 %	9 234	2 %	4 039	,5 %	8 615	1,2 %	70 970	3 %
Número de perceptores de ingreso laboral en el hogar	Sin perceptores de ingreso laboral	14 119	3,5 %	9 658	2 %	12 371	1,7 %	3 836	,5 %	39 985	1,7 %
	1 perceptor de ingreso laboral	174 254	<b>42,6 %</b>	232 654	<b>49,2 %</b>	226 483	30,3 %	235 794	33,7 %	869 185	37,3 %
	2 perceptores de ingreso laboral	150 531	36,8 %	134 010	28,3 %	341 557	<b>45,7 %</b>	282 059	<b>40,3 %</b>	908 157	39 %
	3 perceptores de ingreso laboral	44 721	10,9 %	67 169	14,2 %	112 960	15,1 %	112 988	16,2 %	337 838	14,5 %
	4 perceptores de ingreso laboral o más	25 110	6,1 %	29 495	6,2 %	53 769	7,2 %	64 517	9,2 %	172 890	7,4 %

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

El 70 por ciento de la población del grupo 1 habita en hogares de cinco miembros o más, además el 29 por ciento de sus integrantes tienen hogares con dos personas dependientes, y el 43,6 por ciento de los individuos de este grupo son parte de un hogar que tiene solo un perceptor de ingreso laboral.

En cuanto a las características de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social que se encuentran en el conglomerado 2, el 28,6 por ciento vive en hogares conformados por cinco miembros o más; el 34,9 por ciento pertenece a hogares que tienen un miembro independiente, y el 49,2 por ciento es integrante de hogares con un perceptor de ingreso laboral.

Las características de la población sujeto de esta caracterización que se encuentra en el grupo 3 son, principalmente, que viven en hogares con tres miembros (25 por ciento), con un miembro independiente (36,4 por ciento) y con dos perceptores de ingreso laboral (45,7 por ciento).

Finalmente, de las personas que se encuentran en el grupo 4, el 27,8 por ciento vive en hogares que tienen cuatro miembros, el 30,5 por ciento es parte de un hogar que tiene un miembro dependiente, y el 40,3 por ciento de los individuos viven en hogares que tienen dos perceptores de ingreso laboral (cuadro 17).

### c) **Ámbito geográfico**

#### ► **Cuadro 18. Variables territoriales.**

		Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3		Grupo 4		Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social	
		Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
<b>Área</b>	Rural	322 223	<b>78,8 %</b>	128 635	27,2 %	216 378	29 %	91 670	13,1 %	758 906	32,6 %
	Urbano	86 631	21,2 %	344 351	<b>72,8 %</b>	530 763	<b>71 %</b>	607 606	<b>86,9 %</b>	1 569 350	67,4 %
<b>Región natural</b>	Sierra Urbana	32 325	7,9 %	117 182	24,8 %	179 566	24 %	257 635	36,8 %	586 707	25,2 %
	Sierra Rural	185 187	<b>45,3 %</b>	85 229	18 %	115 264	15,4 %	57 245	8,2 %	442 926	19,0 %
	Costa Urbana	50 431	12,3 %	218 452	<b>46,2 %</b>	338 419	<b>45,3 %</b>	329 616	<b>47,1 %</b>	936 917	40,2 %
	Costa Rural	76 918	18,8 %	32 435	6,9 %	86 461	11,6 %	25 896	3,7 %	221 710	9,5 %
	Amazonía Urbana	3 817	,9 %	8 211	1,7 %	11 993	1,6 %	17 974	2,6 %	41 994	1,8 %
	Amazonía Rural	59 985	14,7 %	10 807	2,3 %	14 395	1,9 %	8 020	1,1 %	93 208	4 %
	Insular Urbana	59	,0 %	505	,1 %	785	,1 %	2 381	,3 %	3 731	,2 %
	Insular Rural	132	,0 %	163	,0 %	257	,0 %	509	,1 %	1 062	,0 %
<b>Provincia</b>	Azuay	25 256	<b>6,2 %</b>	36 119	<b>7,6 %</b>	45 096	<b>6 %</b>	37 909	<b>5,4 %</b>	144 380	6,2 %
	Cotopaxi	37 511	<b>9,2 %</b>	17 871	3,8 %	25 751	3,4 %	20 467	2,9 %	101 600	4,4 %
	Chimborazo	35 622	<b>8,7 %</b>	10 938	2,3 %	12 014	1,6 %	13 067	1,9 %	71 642	3,1 %
	El oro	7 404	1,8 %	25 654	<b>5,4 %</b>	35 873	4,8 %	36 106	5,2 %	105 037	4,5 %
	Esmeraldas	29 665	<b>7,3 %</b>	19 856	4,2 %	31 730	4,2 %	22 932	3,3 %	104 183	4,5 %
	Guayas	39 268	<b>9,6 %</b>	133 557	<b>28,2 %</b>	210 175	<b>28,1 %</b>	191 272	<b>27,4 %</b>	574 272	24,7 %
	Manabí	25 810	<b>6,3 %</b>	29 180	6,2 %	70 482	<b>9,4 %</b>	53 872	7,7 %	179 344	7,7 %
	Pichincha	26 727	6,5 %	51 055	<b>10,8 %</b>	79 438	<b>10,6 %</b>	132 657	<b>19,0%</b>	289 877	12,5 %
	Tungurahua	29 931	<b>7,3 %</b>	21 107	4,5 %	32 619	4,4 %	29 790	4,3 %	113 446	4,9 %
	Otras	151 662	37,1 %	127 649	27 %	203 962	27,3 %	161 203	23,1 %	644 476	27,7 %
<b>Ciudades autorepresentadas</b>	Quito	6 900	22,9 %	36 608	22,3 %	51 733	22,2 %	100 480	34,8 %	195 721	27,3 %
	Guayaquil	17 343	<b>57,6 %</b>	101 273	<b>61,7 %</b>	147 290	<b>63,1 %</b>	141 205	<b>48,9 %</b>	407 111	56,8 %
	Cuenca	975	3,2 %	11 363	6,9 %	14 867	6,4 %	19 726	6,8 %	46 931	6,6 %
	Machala	3 191	10,6 %	8 211	5 %	11 513	4,9 %	16 468	5,7 %	39 383	5,5 %
	Ambato	1 705	5,7 %	6 585	4 %	8 000	3,4 %	10 749	3,7 %	27 038	3,8 %

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

Si se analiza la distribución geográfica de los trabajadores independientes informales no cotizantes a la seguridad social, se puede observar que la población del grupo 1 se caracteriza principalmente por estar en el área rural (78,8 por ciento), además el 45,3 por ciento de las personas de este grupo se encuentran en la Sierra rural; principalmente se ubican en las provincias de Guayas (9,6 por ciento), Cotopaxi (9,2 por ciento) y Chimborazo (8,7 por ciento); y dentro de las ciudades autorepresentadas los individuos de este grupo se encuentran principalmente en Guayaquil.

Por el contrario, la gente que se encuentra agrupada en el conglomerado 2 vive en su mayoría en el área urbana (72,8 por ciento), en la Costa urbana (46,2 por ciento), en la provincia del Guayas (28,2 por ciento) y en la ciudad de Guayaquil (61,7 por ciento).

Como se puede apreciar en el cuadro 18, las personas que se encuentran en los grupos 3 y 4 tienen la misma característica de distribución a nivel territorial que los individuos del grupo 2, es decir, están en el área urbana, en la Costa urbana, en la provincia del Guayas y en la ciudad de Guayaquil (cuadro 18). En el anexo 1 se detalla la distribución de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social en todas las provincias.

#### d) **Ámbito educativo**

#### ► **Cuadro 19. Variables educativas 1.**

		Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3		Grupo 4		Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social	
		Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
<b>Tasa de alfabetismo</b>	Analfabeta	47 656	11,7 %	59 618	12,6 %	50 533	6,8 %	17 106	2,4 %	174 913	7,5 %
	Alfabeta	361 198	88,3 %	413 368	87,4 %	696 607	93,2 %	682 170	97,6 %	2 153 342	92,5 %
<b>Nivel de instrucción</b>	Ninguno	36 990	9 %	44 670	9,4 %	36 774	4,9 %	12 120	1,7 %	130 554	5,6 %
	Centro de alfabetización	4 847	1,2 %	4 461	,9 %	4 801	,6 %	1 547	,2 %	15 656	,7 %
	Educación Básica	243 843	59,6 %	239 815	50,7 %	419 189	56,1 %	314 369	45 %	1 217 216	52,3 %
	Educación Media/ Bachillerato	108 629	26,6 %	124 787	26,4 %	199 306	26,7 %	252 164	36,1 %	684 886	29,4 %
	Superior	14 545	3,6 %	59 253	12,5 %	87 070	11,7 %	119 075	17 %	279 943	12 %
<b>Educación General Básica (EGB) completa</b>	Sin EGB completa	264 543	64,7 %	259 433	54,9 %	417 614	55,9 %	276 048	39,5 %	1 217 638	52,3 %
	Con EGB completa	144 311	35,3 %	213 553	45,1 %	329 526	44,1 %	423 227	60,5 %	1 110 617	47,1 %

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

Al observar el cuadro 19 se evidencia que la población del grupo 1 y 2 tiene una tasa de analfabetismo mayor que la de los otros dos grupos, incluso es más alta que el dato nacional. En lo relacionado al nivel de instrucción, la mayor parte de la población de cada grupo tiene Educación Básica; sin embargo, es la mayoría de la población del grupo 4 la que han terminado el ciclo (cuadro 19).

► **Cuadro 20. Variables educativas 2.**

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social
<b>Años promedio de escolaridad</b>	8	8,8	9,1	10,7	9,3

**Fuente:** INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

En cuanto a los años promedio de escolaridad, la población del grupo 1 tiene la escolaridad más baja, 1,3 años promedio menos que el dato nacional y 2,7 años promedio menos que la escolaridad más alta. Los años promedio de escolaridad de la población del grupo 3 guardan mucha relación con el dato del total de trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, y la escolaridad de los individuos del grupo 4 es la más alta de todas (cuadro 20).

**e) Ámbito del trabajo**

► **Cuadro 21. Variables del trabajo 1.**

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social
<b>Promedio de horas de trabajo habituales a la semana</b>	36,5	31,6	26,6	50,7	36,6

**Fuente:** INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

En el cuadro 21 se presenta el promedio de horas de trabajo habituales a la semana, los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social del grupo 3 son los que presentan el promedio más bajo: diez horas menos que la media nacional, mientras que las personas del grupo 4 son las que en promedio trabajan más horas a la semana.

► **Cuadro 22. Variables del trabajo 2.**

	Grupo 1				Grupo 2				Grupo 3				Grupo 4				Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad nacional			
	Mínimo	Máximo	Media	Mediana	Mínimo	Máximo	Media	Mediana	Mínimo	Máximo	Media	Mediana	Mínimo	Máximo	Media	Mediana	Mínimo	Máximo	Media	Mediana
Ingreso laboral	0	3 900	183,6	150	0	49 800	228	140	0	5 300	196,8	150	0	31 700	598,8	456	0	49 800	324,8	215
Ingreso laboral de hombres	2	3 900	213,7	200	10	910	193,2	160	1	5 300	253,2	200	5	31 700	626,4	480	1	31 700	410,1	300
Ingreso laboral de mujeres	2	1 200	135,6	101	2	49 800	237,3	140	1	2 350	140,7	100	5	5 600	502,2	420	1	49 800	232	140
Ingreso laboral del jefe de hogar	1	3 900	232,6	200	1	49 800	217,5	118	1	19 000	337,6	250	1	31 700	591,2	450	1	49 800	370,9	270
Ingreso total del hogar	1	4 514	473,7	370	1	50 260	633,2	460	1	19 045	759,4	555	1	34 700	1 215,2	960	1	50 260	820,5	600

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

En lo que se refiere al ingreso laboral, en el cuadro 22 se muestra las diferentes desagregaciones. Así, en lo relacionado al ingreso laboral promedio, las personas del grupo 1 tienen este ingreso más bajo, ganan 141,3 dólares menos que el promedio nacional (43,5 por ciento); en contraste está la población del grupo 4, quienes ganan 274,13 dólares más que el promedio del total de trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social (84,4 por ciento).

Sin embargo, si se analiza la mediana de la distribución del ingreso laboral, son los sujetos del grupo 2 quienes tienen el ingreso más bajo: el 50 por ciento de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social ganan hasta 140 dólares. El grupo 4 sigue teniendo el ingreso más alto.

Al comparar el ingreso laboral máximo entre los diferentes conglomerados, los trabajadores de los grupos 1 y 3 tienen un ingreso laboral máximo abismalmente bajo si se contrarresta con los valores presentados en los grupos 2 y 4.

En lo que se refiere al ingreso laboral de hombres y mujeres, en los 4 grupos el percentil 50 de hombres gana más que el de mujeres. Al analizar entre conglomerados, para el caso de los hombres el grupo 2 tiene la mediana del ingreso laboral más baja, mientras que en el caso de las mujeres es el grupo 1.

Respecto del ingreso laboral del jefe de hogar, las personas del grupo 2 viven en hogares cuyo jefe tiene en promedio el ingreso laboral más bajo, así como el ingreso total del hogar más bajo también.

► **Cuadro 23. Variables del trabajo 3.**

		Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3		Grupo 4		Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social	
		Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
<b>Condición de actividad</b>	Empleo no clasificado	116	0 %	215	0 %	1 399	,2 %	1 538	,2 %	3 267	,1 %
	Empleo no remunerado	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
	Otro empleo no pleno	256 108	<b>62,6 %</b>	234 377	<b>49,6 %</b>	385 498	<b>51,6 %</b>	184 989	<b>26,5 %</b>	1 060 973	45,6 %
	Subempleo	127 869	31,3 %	178 486	37,7 %	340 746	45,6 %	36 114	5,2 %	683 216	29,3 %
	Empleo adecuado	24 761	6,1 %	59 908	12,7 %	19 496	2,6 %	476 634	<b>68,2 %</b>	580 799	24,9 %
<b>Lugar de trabajo</b>	Se desplaza	33 550	8,2 %	48 587	10,3 %	99 074	13,3 %	204 216	29,2 %	385 427	16,6 %
	Local propio o arrendado	19 473	4,8 %	71 372	15,1 %	65 294	8,7 %	283 011	<b>40,5 %</b>	439 149	18,9 %
	Vivienda distinta a la suya	24 259	5,9 %	91 174	19,3 %	122 735	16,4 %	27 851	4 %	266 019	11,4 %
	Su vivienda	65 479	16 %	152 643	<b>32,3 %</b>	234 121	<b>31,3 %</b>	82 383	11,8 %	534 626	23 %
	Finca o terreno	221 528	<b>54,2 %</b>	70 950	15 %	162 204	21,7 %	34 691	5 %	489 374	21 %
	Otros	44 565	10,9 %	38 260	8,1 %	63 711	8,5 %	67 123	9,6 %	213 660	9,2 %

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

Al analizar la condición de actividad que tienen los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, en el cuadro 23 se puede observar que más del 50 por ciento de las personas de los grupos 1, 2 y 3, respectivamente, tiene otro empleo no pleno, y solo en el grupo 4 la mayoría de la población tiene un empleo adecuado (68,2 por ciento).

Respecto del lugar de trabajo que tiene la población sujeto de la presente caracterización, el 54,2 por ciento de la población del conglomerado 1 realiza sus actividades en una finca o terreno, el 32,2 por ciento de los individuos del grupo 2 trabajan en su vivienda, con un porcentaje similar de participación se encuentra la gente del grupo 3, y, finalmente, la mayoría de la población del grupo 4 realiza sus actividades en un local propio o arrendado.

Por otra parte, se procede a realizar el análisis del sector económico en el que los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social realizan sus actividades. Para cumplir con este objetivo se realiza el mismo procedimiento que en el acápite previo, es decir, en la rama de actividad a un dígito se selecciona, por grupo, la rama o ramas que concentran a la mayor cantidad de población, y sobre esas ramas se realiza el análisis a tres dígitos. En el cuadro 24 se presenta la distribución de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, en las ramas de actividad a un dígito.

► **Cuadro 24. Rama de actividad a un dígito.**

	Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3		Grupo 4		Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social	
	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
a. Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	252 663	<b>61,8 %</b>	95 019	<b>20,1 %</b>	206 546	<b>27,6 %</b>	50 862	7,3%	605 091	26 %
b. Explotación de minas y canteras	796	,2 %	194	0 %	474	,1 %	1 036	,1%	2 500	,1%
c. Industrias manufactureras	32 778	8 %	52 357	11,1 %	88 882	<b>11,9 %</b>	85 519	<b>12,2 %</b>	259 537	11,1 %
d. Suministros de electricidad, gas, aire acondicionado	0	0 %	907	,2 %	2 118	,3 %	0	0 %	3 025	,1 %
e. Distribución de agua alcantarillado	53	0 %	233	0 %	479	,1 %	215	0 %	979	0 %
f. Construcción	13 894	3,4 %	6 589	1,4 %	32 762	4,4 %	44 155	6,3 %	97 399	4,2 %
g. Comercio, reparación vehículos	49 938	12,2 %	165 745	<b>35 %</b>	206 697	<b>27,7 %</b>	236 921	<b>33,9 %</b>	659 301	28,3 %
h. Transporte y almacenamiento	25 876	6,3 %	9 165	1,9 %	52 645	7 %	149 585	<b>21,4 %</b>	237 271	10,2 %
i. Actividades de alojamiento y servicios de comida	11 562	2,8 %	57 697	<b>12,2 %</b>	42 013	5,6 %	54 862	7,8 %	166 134	7,1 %
j. Información y comunicación	794	,2 %	1 449	,3 %	3.260	,4 %	9 405	1,3 %	14 908	,6 %
k. Actividades financieras y de seguros	0	0 %	440	,1 %	440	,1 %	291	0 %	1 171	,1 %
l. Actividades inmobiliarias	36	0 %	253	,1 %	581	,1 %	2 031	,3 %	2 900	,1 %
m. Actividades profesionales, científicas y técnicas	923	,2 %	3 964	,8 %	14 140	1,9 %	24 326	3,5 %	43 353	1,9 %
n. Actividades y servicios administrativos y de apoyo	5 600	1,4 %	23 243	4,9 %	21 835	2,9 %	7 098	1 %	57 777	2,5 %
o. Administración pública, defensa y seguridad social	0	0 %	269	,1 %	62	0 %	0	0 %	331	0 %
p. Enseñanza	1 752	,4 %	3 885	,8 %	8 991	1,2 %	2 761	,4 %	17 389	,7 %
q. Actividades, servicios sociales y de salud	1 748	,4 %	9 126	1,9 %	9 057	1,2 %	3 957	,6 %	23 887	1 %
r. Artes, entretenimiento y creación	2 051	,5 %	1 468	,3 %	6 572	,9 %	3. 10	,5 %	13 900	,6 %
s. Otras actividades de servicios	8 392	2,1 %	40 984	8,7 %	49 586	6,6 %	22 441	3,2 %	121 403	5,2 %
t. Actividades en hogares privados con servicio doméstico	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
u. Actividades de organizaciones extraterritoriales	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
No especificado	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

De esta forma, el 67,8 por ciento de la población del grupo 1 se concentra en la rama de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, siendo esta rama de actividad la que se profundiza en el análisis a tres dígitos (cuadro 24).

El 31,3 por ciento de la población del grupo 1, de la rama de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, se dedica al cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta). Le sigue en importancia el cultivo de plantas no perennes (31 por ciento) y el cultivo de plantas perennes con el 20,9 por ciento. Las mujeres, por su parte, se dedican principalmente a la ganadería (34 por ciento), mientras que los hombres trabajan en el cultivo de plantas no perennes (32,9 por ciento) (cuadro 25).

► **Cuadro 25. Grupo 1: rama de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca.**

Rama de actividad actividad a tres dígitos	Personas	%	Sexo			
			Mujer		Hombre	
			Personas	%	Personas	%
Cultivo de plantas no perennes	78 202	31 %	18 731	26,1 %	59 472	<b>32,9 %</b>
Cultivo de plantas perennes	52 867	20,9 %	6 141	8,6 %	46 726	25,8 %
Ganadería	32 571	12,9 %	24 374	<b>34 %</b>	8 197	4,5 %
Cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta)	79 144	<b>31,3 %</b>	21 970	30,6 %	57 174	31,6 %
Otros	9 879	3,9 %	483	<b>,7 %</b>	9 396	5,2 %
<b>Total</b>	<b>252 663</b>	<b>100 %</b>	<b>71 699</b>	<b>100 %</b>	<b>180 964</b>	<b>100 %</b>

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

Los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social del grupo 2 se dedican principalmente al comercio, reparación de vehículos (35 por ciento), a la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (20,1 por ciento), y, a las actividades de alojamiento y servicios de comida (12,2 por ciento) (cuadro 24). En el cuadro 26 se presenta el análisis de la rama de actividad a tres dígitos de esta población.

Así, el 21,8 por ciento de las personas del grupo de 2 que trabajan en el comercio, reparación de vehículos; en la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; y, a las actividades de alojamiento y servicios de comida, se dedican a la venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados, rama que también es la más importante para mujeres (21,2 por ciento) y hombres (30,9 por ciento) (cuadro 26).

► Cuadro 26. Grupo 2: ramas de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; comercio, reparación vehículos, y actividades de alojamiento y servicios de comida.

Rama de actividad actividad a tres dígitos	Personas	%	Sexo			
			Mujer		Hombre	
			Personas	%	Personas	%
Cultivo de plantas no perennes	18 546	5,8 %	17 019	5,7 %	1 527	7,8 %
Ganadería	27 723	8,7 %	27 272	9,1 %	451	2,3 %
Cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta)	32 782	10,3 %	32 154	10,8 %	628	3,2 %
Venta al por menor en comercios no especializados	38 742	12,2 %	38 220	12,8 %	522	2,7 %
Venta al por menor en puestos de venta y mercados	26 953	8,5 %	24 465	8,2 %	2 488	12,7 %
Venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados	69 488	<b>21,8 %</b>	63 448	<b>21,2 %</b>	6 040	<b>30,9 %</b>
Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas	52 250	16,4 %	50 777	17 %	1 473	7,5 %
Otros	51 977	16,3 %	45 553	15,2 %	6 424	32,9 %
<b>Total</b>	<b>318 461</b>	<b>100 %</b>	<b>298 908</b>	<b>100 %</b>	<b>19 553</b>	<b>100 %</b>

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

Respecto a las personas del grupo 3, el 27,7 por ciento se dedica al comercio, reparación vehículos; el 27,6 por ciento a la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, y el 11,9 por ciento trabaja en las industrias manufactureras. Con la población de estas características se profundiza en el análisis de la rama de actividad a tres dígitos (cuadro 24).

En este contexto, el 19,3 por ciento de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social que trabajan en el comercio, reparación vehículos; en la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; y en las industrias manufactureras, se dedica a la venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados, rama que también es la más importante para las mujeres (25,6 por ciento). Los hombres, por su parte, se dedican principalmente al cultivo de plantas no perennes (17,9 por ciento) (cuadro 27).

► **Cuadro 27. Grupo 3: ramas de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; industrias manufactureras y comercio, reparación vehículos.**

Rama de actividad actividad a tres dígitos	Personas	%	Sexo			
			Mujer		Hombre	
			Personas	%	Personas	%
Cultivo de plantas no perennes	55 658	11,1 %	9 858	4 %	45 799	17,9 %
Cultivo de plantas perennes	39 651	7,9 %	4 311	1,7 %	35 339	13,8 %
Ganadería	57 049	11,4 %	40 091	16,3 %	16 957	6,6 %
Cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta)	46 582	9,3 %	14 639	5,9 %	31 943	12,5 %
Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel	32 452	6,5 %	27 983	11,4 %	4 469	1,7 %
Venta al por menor en comercios no especializados	29 742	5,9 %	22 616	9,2 %	7 126	2,8 %
Venta al por menor en comercios no especializados	40 319	8 %	26 234	10,6 %	14 085	5,5 %
Venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados	96 693	<b>19,3 %</b>	63 216	<b>25,6 %</b>	33 478	13,1 %
Otros	103 980	20,7 %	37 557	15,2 %	66 422	26 %
<b>Total</b>	<b>502 126</b>	<b>100 %</b>	<b>246 507</b>	<b>100 %</b>	<b>255 619</b>	<b>100 %</b>

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

En el caso de la población del grupo 4, el 33,9 por ciento se dedica al comercio, reparación de vehículo, el 21,4 por ciento trabaja en el sector de transporte y almacenamiento, y el 12,2 por ciento en las industrias manufactureras. Con estas características se realiza el análisis de la rama de actividad a tres dígitos de esta población (cuadro 24).

► **Cuadro 28. Grupo 4: ramas de industrias manufactureras; comercio, reparación vehículos, y transporte y almacenamiento.**

Rama de actividad actividad a tres dígitos	Personas	%	Sexo			
			Mujer		Hombre	
			Personas	%	Personas	%
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores	24 561	5,2 %			24 561	6,5 %
Venta al por menor en comercios no especializados	61 403	13 %	36 997	<b>39,8 %</b>	24 406	6,4 %
Venta al por menor de otros productos en comercios especializados	23 432	5 %	8 194	8,8 %	15 238	4 %
Venta al por menor en puestos de venta y mercados	30 987	6,6 %	13 846	14,9 %	17 141	4,5 %
Venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados	46 462	9,8 %	4 635	5 %	41 828	11 %
Otras actividades de transporte por vía terrestre	136 184	<b>28,9 %</b>	1 546	1,7 %	134 638	<b>35,5 %</b>
Otros	148 996	31,6 %	27 670	29,8 %	121 327	32 %
<b>Total</b>	<b>472 025</b>	<b>100 %</b>	<b>92 887</b>	<b>100 %</b>	<b>379 139</b>	<b>100 %</b>

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

Así, para las personas del grupo 4 que trabajan en el comercio, reparación de vehículos, en el transporte y almacenamiento, y en las industrias manufactureras, el 28,9 por ciento se dedica a otras actividades de transporte por vía terrestre, categoría que también es la más importante para los hombres (35,5 por ciento). Las mujeres, en cambio, se dedican especialmente a la venta al por menor en comercios no especializados (39,8 por ciento).

#### 1.4. Arquetipo por grupo

##### a) Arquetipo grupo 1

<b>Variables sociodemográficas</b>	Mestiza e indígena
	Pobre por ingresos
	Jefatura del hogar masculina
	Mayoritariamente hombres
	Casada
	39,2 años promedio de edad
	Población concentrada en dos grupos de edad: de 30 a 44 años
	70 por ciento de las personas vive en hogares con más de cinco miembros.
	29,1 por ciento de la gente vive en hogares con dos miembros dependientes.
	43 por ciento de la población vive en hogares con un perceptor de ingreso laboral.
<b>Variables territoriales</b>	Área rural
	Provincias de Guayas, Cotopaxi, Chimborazo
	Guayaquil
<b>Variables educativas</b>	Analfabeta
	Sin Educación General Básica completa
	Ocho años promedio de escolaridad

### Variables del trabajo

36,5 horas de trabajo habituales promedio a la semana
183,6 dólares ingreso laboral promedio
3 990 dólares ingreso laboral máximo
213,7 dólares ingreso laboral promedio de hombres
3 990 dólares ingreso laboral máximo de hombres
135,6 dólares ingreso laboral promedio de mujeres
1 200 dólares ingreso laboral máximo de mujeres
232,6 dólares ingreso laboral promedio del jefe de hogar
3 990 dólares ingreso laboral máximo del jefe de hogar
473,7 dólares ingreso total promedio del hogar
4 514 dólares ingreso total máximo del hogar
Tiene otro empleo no pleno.
Trabaja en una finca o terreno.
Trabaja en el sector de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, en el cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta).

### b) Arquetipo grupo 2

### Variables sociodemográficas

Mestiza
Pobre por ingresos
Jefatura del hogar femenina
Con participación mayoritaria de mujeres
Separadas y solteras
46,4 años promedio de edad
Población concentrada en un grupo de edad: de 30 a 44 años
29 por ciento de las personas vive en hogares con más de cinco miembros.
35 por ciento de la gente vive en hogares con un miembro dependiente.
49 por ciento de la población vive en hogares con un perceptor de ingreso laboral.

<b>Variables territoriales</b>	Área urbana
	Costa urbana
	Provincia del Guayas
	Guayaquil
<b>Variables educativas</b>	Analfabeta
	Sin educación general básica completa
	8,8 años promedio de escolaridad
<b>Variables del trabajo</b>	31,6 horas de trabajo habituales promedio a la semana
	228 dólares ingreso laboral promedio
	49 800 dólares ingreso laboral máximo
	193,2 dólares ingreso laboral promedio de hombres
	910 dólares ingreso laboral máximo de hombres
	237,3 dólares ingreso laboral promedio de mujeres
	49 800 dólares ingreso laboral máximo de mujeres
	217,5 dólares ingreso laboral promedio del jefe de hogar
	49 800 dólares ingreso laboral máximo del jefe de hogar
	633,2 dólares ingreso total promedio del hogar
	50 260 dólares ingreso total máximo del hogar
	Tiene otro empleo no pleno.
	Trabaja en su vivienda.
	Trabaja en el sector de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, en comercio y reparación de vehículos, y en actividades de alojamiento y servicios de comida; en la venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados.

### b) Arquetipo grupo 3

#### Variables sociodemográficas

Mestiza
No pobre por ingresos
Jefatura del hogar masculina
Con participación mayoritaria de hombres
Casada
50,1 años promedio de edad
Población concentrada en un grupo de edad: de 50 a 64 años
25 por ciento de las personas vive en hogares con tres miembros
36 por ciento de la gente vive en hogares con un miembro dependiente.
46 por ciento de la población vive en hogares con dos perceptores de ingreso laboral.

#### Variables territoriales

Área urbana
Costa urbana
Provincia del Guayas
Guayaquil

#### Variables educativas

Alfabeta
Sin educación general básica completa
9,1 años promedio de escolaridad

**Variables del trabajo**

26,6 horas de trabajo habituales promedio a la semana
196,8 dólares ingreso laboral promedio
5 300 dólares ingreso laboral máximo
253,2 dólares ingreso laboral promedio de hombres
5 300 dólares ingreso laboral máximo de hombres
140,7 dólares ingreso laboral promedio de mujeres
2 350 dólares ingreso laboral máximo de mujeres
337,6 dólares ingreso laboral promedio del jefe de hogar
19 000 dólares ingreso laboral máximo del jefe de hogar
759,4 dólares ingreso total promedio del hogar
19 045 dólares ingreso total máximo del hogar
Tiene otro empleo no pleno.
Trabaja en su vivienda.
Trabaja en el sector de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, industrias manufactureras y comercio y reparación de vehículos; en la venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados.

**b) Arquetipo grupo 4**

**Variables sociodemográficas**

Mestiza
No pobre por ingresos
Jefatura del hogar masculina
Mayoritaria hombres
Casada
43,7 años promedio de edad
Población concentrada en un grupo de edad: de 30 a 44 años
28 por ciento de las personas vive en hogares con cuatro miembros.
31 por ciento de la gente vive en hogares con un miembro dependiente.
40 por ciento de la población vive en hogares con dos perceptores de ingreso laboral.

<b>Variables territoriales</b>	Área urbana
	Costa urbana
	Provincia del Guayas
	Guayaquil
<b>Variables educativas</b>	Alfabeta
	Con educación general básica completa
	10,7 años promedio de escolaridad
<b>Variables del trabajo</b>	50,7 horas de trabajo habituales promedio a la semana
	598,8 dólares ingreso laboral promedio
	31 700 dólares ingreso laboral máximo
	626,4 dólares ingreso laboral promedio de hombres
	31 700 dólares ingreso laboral máximo de hombres
	502,2 dólares ingreso laboral promedio de mujeres
	5 600 dólares ingreso laboral máximo de mujeres
	591,2 dólares ingreso laboral promedio del jefe de hogar
	31 700 dólares ingreso laboral máximo del jefe de hogar
	1 215,2 dólares ingreso total promedio del hogar
	34 700 dólares ingreso total máximo del hogar
	Tiene empleo adecuado/pleno.
	Trabaja en local propio o arrendado.
Trabaja en el sector de industrias manufactureras, comercio y reparación de vehículos; y en transporte y almacenamiento y en; en otras actividades de transporte por vía terrestre.	

### **1.5. Resumen del análisis de conglomerados**

Realizar un análisis de conglomerados permite agrupar a la población objetivo, en este caso los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, sobre la base de sus similitudes y, a su vez, se busca la mayor diferencia entre grupos. En este contexto es importante precisar que los cuatro arquetipos generados para 2017 no son comparables con los cuatro arquetipos generados para 2019; es decir, las características de la población del grupo 1 en 2017 no son comparables con las presentadas por la población del grupo 1 en 2019, y así respectivamente con los otros grupos. Esto se debe básicamente a que los grupos se generan con base en las características individuales de los sujetos de estudio en esa encuesta específicamente.

En el contexto de esta puntualización, sí se puede precisar hallazgos que se consideran importantes: en los dos años existe un grupo exclusivamente de mujeres, cuyos miembros viven en hogares con jefatura femenina y que además en su mayoría están solteras o separadas.

Por otra parte, se denota un deterioro en las condiciones de trabajo de los independientes no cotizantes a la seguridad social que se autoidentifican como indígenas, pues en los conglomerados de 2017 ningún grupo presenta una presencia marcada de trabajadores con estas características, lo cual se revierte en 2019, en donde existe un grupo que está claramente conformado por población indígena. Además, tanto para 2017 como para 2019, los grupos que en su mayoría están conformados por trabajadores indígenas viven en el área rural, tienen como principal actividad económica la agricultura, trabajan en una finca o terreno, son más pobres por ingresos que la población de los otros grupos y presentan los años promedio de escolaridad más bajos.

## 2. Magnitud, composición y características de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social

En este apartado se presenta el análisis de la magnitud, composición y características de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social en Ecuador. Este análisis se hace con base en la información de la ENEMDU para el período 2014-2019, con cierre a diciembre de cada año.

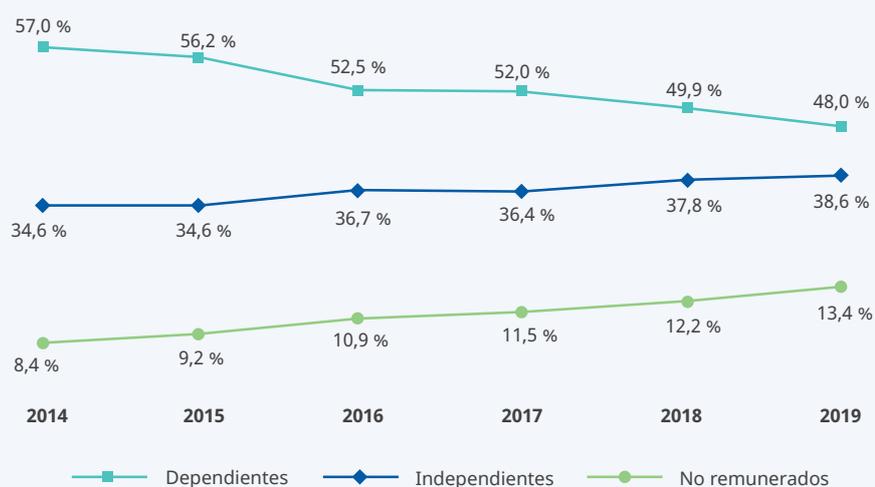
### 2.1. Magnitud y composición

Para realizar una caracterización de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social es importante partir de entender qué tan grande es su participación dentro de la población ocupada. Con este objetivo se analiza la evolución de la tasa de ocupados por categoría de ocupación.

En el gráfico 1 se puede observar que, durante el período de análisis, los trabajadores dependientes o asalariados han tenido una participación mayor que los trabajadores independientes o no asalariados (patrones y trabajadores por cuenta propia) y que los trabajadores familiares auxiliares no remunerados. Sin embargo, desde el año 2016 se observa una caída en la participación de este grupo y se visibiliza un ligero incremento en la participación tanto de los trabajadores independientes como de los no remunerados.

Así, durante el período de análisis la participación de los trabajadores independientes ha fluctuado entre el 34,6 por ciento y el 38,6 por ciento, evidenciándose en los tres últimos años un incremento en la participación y sin presentar caídas durante todo el período.

► **Gráfico 1. Evolución de la tasa de ocupados por categoría de ocupación.**



Fuente: INEC encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

En cuanto a la afiliación y/o cobertura de la seguridad social de la población ocupada, en el cuadro 29 se observa que más del 70 por ciento de los trabajadores dependientes son cotizantes a la seguridad social, mientras que en los trabajadores independientes la afiliación y/o cobertura no es mayor al 22 por ciento durante todo el período.

Es precisamente esta realidad la que motiva realizar la presente caracterización sobre la población independiente que no cotiza a la seguridad social, es decir alrededor del 78 por ciento de los trabajadores independientes, con miras a entender aspectos que permitan desarrollar propuestas de política para que esta población pueda contar con este derecho constitucional.

► **Cuadro 29. Afiliación y/o cobertura a la seguridad social por categoría de ocupación.**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Dependientes afiliados y/o cubiertos SS	78 %	77,2 %	74,8 %	74,5 %	71,4 %	70,8 %
Independientes afiliados y/o cubiertos	18,1 %	18,2 %	19,7 %	20 %	22,2 %	22,1 %
No remunerados afiliados y/o cubiertos SS	3,9 %	4,6 %	5,5 %	5,5 %	6,4 %	7,2 %
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
<b>Total de ocupados afiliados y/o cubiertos (SS)</b>	<b>3 062 399</b>	<b>3 158 926</b>	<b>3 145 859</b>	<b>3 125 307</b>	<b>3 121 678</b>	<b>3 009 942</b>

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

En este contexto, se puede analizar la sectorización de la población objetivo en sus cuatro categorías: formal, informal, empleo doméstico y no clasificado, siendo históricamente las dos primeras las que abarcan más del 85 por ciento de la población económicamente activa (PEA) ocupada.

Así, más del 75 por ciento de la población independiente no cotizante a la seguridad social se encuentra en el sector informal, lo que equivale a que esta población tenga una doble vulnerabilidad (cuadro 30).

► **Cuadro 30. Trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, por sector.**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Independientes no cotizantes SS, sector formal	23,1 %	21,9 %	20,3 %	23 %	23,3 %	23,1 %
Independientes no cotizantes SS, sector informal	75,3 %	76,4 %	77,7 %	75,3 %	75,5 %	75,9 %
Independientes no cotizantes SS, no clasificado	1,6 %	1,7 %	2 %	1,7 %	1,2 %	1 %
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
<b>Total trabajadores independientes no cotizantes SS</b>	<b>1 838 589</b>	<b>1 896 992</b>	<b>2 117 208</b>	<b>2 185 032</b>	<b>2 233 508</b>	<b>2 338 853</b>

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

## 2.2 Características: ámbito sociodemográfico

Al analizar la evolución de la incidencia de la pobreza por ingresos, tanto a nivel nacional como para los ocupados y trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, se observa que este último grupo tiene una incidencia mayor, llegando a los niveles nacionales en 2018 y 2019 (gráfico 2).

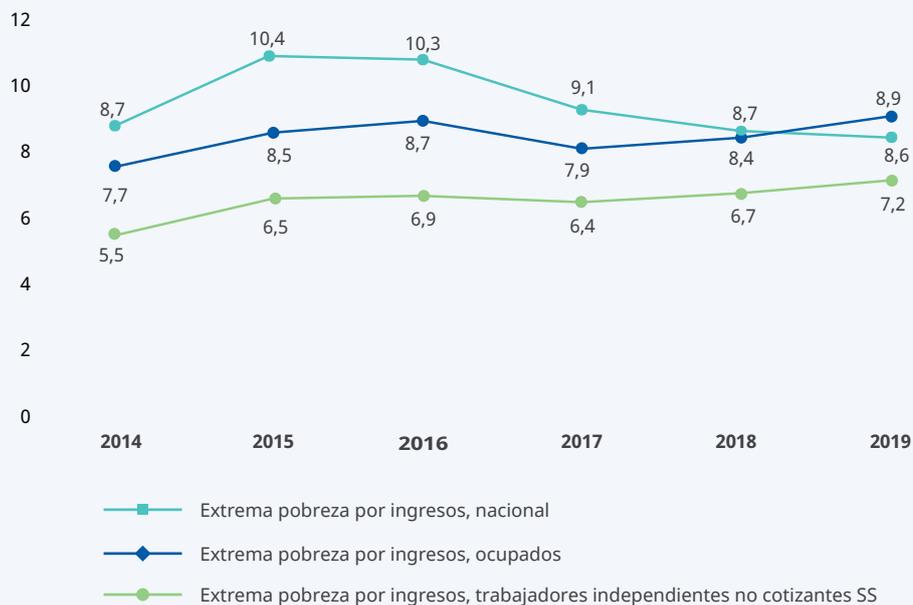
► **Gráfico 2. Evolución de la pobreza por ingresos.**



Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

Al analizar la extrema pobreza por ingresos, esta es mayor en los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social que en el total de ocupados y que a nivel nacional.

► **Gráfico 3. Evolución de la extrema pobreza por ingresos.**



Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

► **Cuadro 31. Características de los trabajadores independientes no cotizantes a la SS.**

		2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Pobreza por ingresos</b>	No pobre	75,8 %	74,9 %	74,3 %	76,9 %	76,7 %	74,6 %
	Pobre	24,2 %	25,1 %	25,7 %	23,1 %	23,3 %	25,4 %
<b>Extrema pobreza por ingresos</b>	No indigente	91,3 %	89,6 %	89,7 %	90,9 %	91,3 %	91,4 %
	Indigente	8,7 %	10,4 %	10,3 %	9,1 %	8,7 %	8,6 %
<b>Quintiles de ingreso per cápita</b>	Quintil 1	21,7 %	21,9 %	22,8 %	21,6 %	19,9 %	20,2 %
	Quintil 2	19,9 %	19,8 %	20,1 %	19,7 %	19,9 %	20 %
	Quintil 3	19 %	20,2 %	21,6 %	19,5 %	21,4 %	20 %
	Quintil 4	21,2 %	20,9 %	20,4 %	20,4 %	21,5 %	22,4 %
	Quintil 5	18,2 %	17,1 %	15,1 %	18,8 %	17,2 %	17,4 %
<b>Etnia</b>	Indígena	9,7 %	11,7 %	11,3 %	12 %	11,3 %	13,6 %
	Afroecuatoriana	3,3 %	4,3 %	4,1 %	4,3 %	3,7 %	5,4 %
	Montubia	3,5 %	4,9 %	3,9 %	4,3 %	4,6 %	6,3 %
	Mestiza	81,8 %	76,9 %	79,1 %	77,7 %	79,3 %	72,9 %
	Blanca y otra	1,8 %	2,2 %	1,6 %	1,7 %	1,2 %	1,8 %
<b>Sexo</b>	Hombre	55,2 %	56 %	56,3 %	55,9 %	58 %	58,2 %
	Mujer	44,8 %	44 %	43,7 %	44,1 %	42 %	41,8 %
<b>Estado civil</b>	Casado (a)	41,6 %	42,5 %	41,3 %	41,1 %	39,8 %	40 %
	Soltero (a)	13,7 %	13,5 %	14,4 %	14,7 %	15,7 %	16,4 %
	Unión libre	26 %	25,1 %	26,1 %	27,1 %	26,3 %	25,6 %
	Otros	18,7 %	18,9 %	18,2 %	17 %	18,1 %	18 %
<b>Grupos de edad</b>	De 15 a 29 años	15 %	15,4 %	16,2 %	16 %	13,7 %	13,2 %
	De 30 a 44 años	37,1 %	36,7 %	36,8 %	35,8 %	36,7 %	36,1 %
	De 45 a 4 años	12,4 %	12 %	11 %	11,4 %	11,1 %	11,5 %
	De 50 a 64 años	24,9 %	25,3 %	25,3 %	27,2 %	26,8 %	26,8 %
	De 65 años y más	10,5 %	10,6 %	10,6 %	9,7 %	11,7 %	12,4 %
		100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
<b>Total trabajadores independientes no cotizantes SS</b>		<b>1 838 589</b>	<b>1 896 992</b>	<b>2 117 208</b>	<b>2 185 032</b>	<b>2 233 508</b>	<b>2 338 853</b>

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

En cuanto a la autoidentificación étnica, más del 70 por ciento de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social se consideran mestizos, participación que se mantiene durante todo el período. Además, la mayoría de la población en caracterización está casada, en su mayoría hombres, y en su mayoría dentro del rango de edad de 30 a 44 años (cuadro 31).

#### a) **Ámbito de dinámica familiar**

A nivel nacional, el promedio de personas por hogar se ubica en 3,7 miembros en 2019, sin embargo, el promedio de personas por hogar, de hogares con jefatura de un trabajador independiente no cotizante a la seguridad social es mayor: cuatro miembros en 2019 (cuadro 32).

► **Cuadro 32. Promedio de miembros por hogar.**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Promedios de personas en el hogar	3,9	3,7	3,8	3,7	3,7	3,7
Promedio de miembros de hogares con jefatura de independientes no cotizantes SS	4	3,9	3,9	3,9	3,9	4

**Fuente:** INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

Además, el promedio de personas dependientes por hogar también es mayor en los hogares con jefatura de trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social que el promedio nacional (cuadro 33).

► **Cuadro 33. Promedio de miembros dependientes por hogar.**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Promedio de miembros dependientes del hogar	1,6	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Promedio de miembros dependientes de hogares con jefatura de independientes no cotizantes SS	1,6	1,5	1,5	1,5	1,6	1,7

**Fuente:** INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

En cuanto al promedio de perceptores de ingreso laboral, este es mayor tanto en los hogares con al menos un independiente no cotizante a la seguridad social, así como en los hogares cuyo jefe es independiente no cotizante a la seguridad social, en comparación con la media nacional (cuadro 34).

► **Cuadro 34. Promedio de perceptores de ingreso laboral.**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Promedio de perceptores de ingreso laboral en el hogar, nacional	1,5	1,5	1,5	1,5	1,4	1,4
Promedio de perceptores de ingreso laboral en hogares con al menos un independiente no cotizante a la SS	1,8	1,7	1,7	1,8	1,7	1,7
Promedio de perceptores de ingreso laboral del hogar con jefe de hogar independiente no cotizantes SS	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6

**Fuente:** INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

**b) Ámbito geográfico**

► **Cuadro 35. Características de los trabajadores independientes no cotizantes SS. Ámbito geográfico<sup>10</sup>.**

		2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Región natural</b>	Sierra urbana	24,8 %	24,1 %	25,3 %	25,2 %	24,4 %	25,4 %
	Sierra rural	20,5 %	19,9 %	19,3 %	18,9 %	18,9 %	19,7 %
	Costa urbana	42,3 %	43,1 %	42,2 %	41 %	42,5 %	41,3 %
	Costa rural	7 %	7 %	7,5 %	8,8 %	7,9 %	7 %
	Amazonía urbana	1,7 %	1,7 %	1,7 %	1,9 %	2,2 %	2,5 %
	Amazonía rural	3,5 %	4 %	3,9 %	4 %	4,2 %	3,9 %
	Insular urbana	,1 %	,1 %	,1 %	,2 %		,1 %
	Insular rural	0 %	0 %	0 %	0 %		,1 %
<b>Área</b>	Urbano	69 %	69 %	69,3 %	68,2 %	69 %	69,3 %
	Rural	31 %	31 %	30,7 %	31,8 %	31 %	30,7 %
<b>Provincia</b>	Azuay	6,4 %	5,1 %	5,6 %	6 %		
	Bolívar	1,3 %	1,2 %	1,1 %	1,5 %		
	Cañar	1,5 %	1,5 %	1,3 %	1,8 %		
	Carchi	1,1 %	1,1 %	,9 %	1,6 %		
	Cotopaxi	3,4 %	3,4 %	3,2 %	4,4 %		
	Chimborazo	4,3 %	4,3 %	3,9 %	3 %		
	El oro	4,4 %	4,1 %	3,8 %	4,7 %		
	Esmeraldas	2,8 %	3 %	3 %	4,5 %		
	Guayas	27,2 %	28 %	26,6 %	25,1 %		
	Imbabura	2,9 %	2,8 %	2,6 %	2,7 %		
	Loja	3,1 %	3 %	2,8 %	2,6 %		
	Los Ríos	5,1 %	5 %	5,2 %	5,5 %		
	Manabí	7,2 %	7,5 %	8,6 %	7 %		
	Morona Santiago	1,3 %	1,4 %	1,4 %	1,5 %		
	Napo	,6 %	,7 %	,8 %	,9 %		
	Pastaza	,7 %	,7 %	,7 %	,9 %		
	Pichincha	13,3 %	13,6 %	15,4 %	12,5 %		
	Tungurahua	5,6 %	5,1 %	4,9 %	5 %		
	Zamora Chinchipe	,7 %	,8 %	,7 %	,6 %		
	Galápagos	,2 %	,2 %	,1 %	,2 %		
Sucumbíos	1,1 %	1,1 %	1,1 %	1 %			
Orellana	,8 %	1 %	1 %	1 %			
Santo Domingo	2,5 %	3,1 %	2,8 %	2,9 %			
Santa Elena	2,3 %	2,3 %	2,3 %	2,7 %			
No delimitado	,2 %	,2 %	,2 %	,3 %			
<b>Ciudades autorepresentadas</b>	Quito	26,6 %	24,1 %	28,8 %	27,2 %	27,5 %	28,5 %
	Guayaquil	56 %	60,2 %	55,5 %	57,1 %	57,3 %	56,6 %
	Cuenca	8,3 %	6,4 %	6,9 %	6,3 %	6,3 %	6,2 %
	Machala	5,6 %	5,4 %	4,8 %	5,6 %	5,3 %	5 %
	Ambato	3,5 %	3,9 %	3,9 %	3,7 %	3,6 %	3,7 %
		100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
<b>Total trabajadores independientes no cotizantes SS</b>		<b>1 838 589</b>	<b>1896 992</b>	<b>2 117 208</b>	<b>2 185 032</b>	<b>2 233 508</b>	<b>2 338 853</b>

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

10. La variable de provincia es representativa hasta 2017.

Durante todo el período de análisis, los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social se ubican principalmente en el área urbana, en la Costa urbana, en las provincias de Guayas y Pichincha y en la ciudad de Guayaquil (cuadro 35).

### c) **Ámbito educativo**

La tasa de analfabetismo en trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social es mayor que la presentada por la población ocupada y que el dato nacional, característica que se mantiene a lo largo del período de análisis (cuadro 36).

#### ► **Cuadro 36. Tasa de analfabetismo.**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Analfabetismo, nacional	5,8	5,5	5,6	5,9	6,5	6,5
Analfabetismo, ocupados	4,6	4,7	4,9	5	5,8	5,8
Analfabetismo, trabajadores independientes no cotizantes SS	7,3	7,3	6,9	7,3	8,3	7,6

**Fuente:** INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

En lo relacionado con los años promedio de escolaridad, la población ocupada presenta el promedio más alto, incluso que la media nacional; por otro lado, durante el período 2014-2019 los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social presentan los años promedio de escolaridad más bajos (cuadro 37).

#### ► **Cuadro 37. Años promedio de escolaridad.**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Escolaridad, nacional	9,8	10,1	10,1	10,2	10,1	10,1
Escolaridad, ocupados	10,3	10,6	10,5	10,5	10,4	10,5
Escolaridad, independientes no cotizantes SS	8,8	9	9	9,2	9,2	9,3

**Fuente:** INEC Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

En cuanto a haber completado la Educación General Básica, un mayor porcentaje de los ocupados a nivel nacional han cerrado este ciclo, mientras que en los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social el porcentaje es menor (cuadro 38).

► **Cuadro 38. Educación General Básica (EGB) completa.**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
EGB completa, nacional	54,8	57,6	57,9	58,8	57,7	58,2
EGB completa, ocupados	55,3	57,7	57,5	58,9	57	58,1
EGB completa, trabajadores independientes no cotizantes SS	42,8	45,6	46,1	48,1	46,7	47,8

**Fuente:** INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

En lo referente al nivel de instrucción, más del 50 por ciento de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social tienen educación básica (cuadro 39).

► **Cuadro 39. Nivel de instrucción, trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social.**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ninguno/centro alfabetización	6,2 %	6,4 %	5,6 %	6,2 %	6,2 %	5,7 %
Educación básica	58,6 %	55 %	55,9 %	52 %	52,7 %	52,4 %
Educación media/bachillerato	25,4 %	26,6 %	27,3 %	30,1 %	28,6 %	28,9 %
Superior	9,8 %	11,9 %	11,2 %	11,6 %	12,6 %	12,9 %
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Total trabajadores independientes no cotizantes SS	1 838 589	1 896 992	2 117 208	2 185 032	2 233 508	2 338 853

**Fuente:** INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

**d) Ámbito del trabajo**

El promedio de horas de trabajo habituales a la semana es mayor en la población ocupada que en los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, la diferencia mayor se tiene en 2016, año en el que los ocupados trabajaron 2,4 horas más que los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social (cuadro 40).

► **Cuadro 40. Promedio de horas de trabajo habituales a la semana.**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Promedio de horas de trabajo habituales a la semana, ocupados	39,9	39,2	38,3	38,5	37,9	37,9
Promedio de horas de trabajo habituales a la semana, independientes no cotizantes SS	38	37,2	35,9	36,9	36,7	36,9

**Fuente:** INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

La condición de actividad en la que tienen mayor participación los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social es la de otro empleo inadecuado. Así también la mayoría de esta población trabaja en una finca o terreno, y en sectores económicos de baja productividad<sup>11</sup> (cuadro 41).

► **Cuadro 41. Características de los trabajadores independientes no cotizantes SS. Ámbito del trabajo.**

		2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Condición de actividad</b>	Empleo adecuado	26,7 %	25,9 %	20,6 %	25,3 %	23,9 %	23,1 %
	Subempleo	21,3 %	23 %	31,5 %	29,7 %	24,2 %	26,6 %
	Otro empleo inadecuado	51,9 %	50,8 %	47,7 %	44,9 %	51,6 %	49,9 %
	Empleo no clasificado	,2 %	,3 %	,2 %	,1 %	,3 %	,4 %
<b>Lugar de trabajo</b>	Finca o terreno	20,5 %	20,5 %	21 %	20,5 %	22 %	23,3 %
	Su vivienda	20,4 %	19,3 %	22,3 %	22,7 %	21,9 %	22,4 %
	Local propio o arrendado	19,8 %	18,9 %	18,3 %	18,9 %	18,7 %	16,5 %
	Otros	39,4 %	41,3 %	38,4 %	37,9 %	37,4 %	37,8 %
<b>Productividad</b>	Alta	1,6 %	2,1 %	2,4 %	2 %	2,7 %	3 %
	Media	26,4 %	26 %	25,9 %	27,5 %	27,9 %	27,6 %
	Baja	72 %	71,9 %	71,7 %	70,5 %	69,4 %	69,4 %
		100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
<b>Total trabajadores independientes no cotizantes SS</b>		<b>1 838 589</b>	<b>1 896 992</b>	<b>2 117 208</b>	<b>2 185 032</b>	<b>2 233 508</b>	<b>2 338 853</b>

**Fuente:** INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

11. La clasificación de los sectores económicos en sectores de alta, media o baja productividad se realizó con base en la clasificación de CEPA (Bielschowsky y Torres 2018).

En lo relacionado con el ingreso laboral promedio de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, este ha oscilado entre 288 dólares y 327 dólares durante el período de análisis. Además, la mitad de los hombres ganan hasta 300 dólares (ingreso más alto durante todo el período), ingreso que en la mayoría de los casos es el doble del ingreso percibido por la mitad de las mujeres.

En cuanto al ingreso laboral promedio del jefe de hogar, este ha fluctuado entre 340 dólares y 383 dólares durante el período 2014-2019. Respecto al ingreso total del hogar se hace dos puntualizaciones: el ingreso de hogares con al menos un trabajador independiente no cotizante a la seguridad social, y el ingreso de hogares cuyo jefe es un trabajador independiente no cotizante a la seguridad social. Así, en el primer caso, los hogares presentan un ingreso promedio de 774 dólares en 2017; en el segundo caso, los hogares registraron un ingreso promedio de 693 dólares en el mismo periodo (año en el que se registra el ingreso promedio del hogar más alto para las dos especificaciones) (cuadro 42).

► **Cuadro 42. Ingresos de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social.**

	Ingreso laboral				Ingreso laboral de hombres				Ingreso laboral de mujeres				Ingreso laboral del jefe de hogar				Ingreso total del hogar con al menos 1				Ingreso total del hogar con jefe de hogar			
	Máximo	Mínimo	Promedio	Mediana	Máximo	Mínimo	Promedio	Mediana	Máximo	Mínimo	Promedio	Mediana	Máximo	Mínimo	Promedio	Mediana	Máximo	Mínimo	Promedio	Mediana	Máximo	Mínimo	Promedio	Mediana
<b>2014</b>	40 000	0	321,5	220	40 000	2	410,9	300	5 996	1	219,7	150	40 000	1	378,5	260	45 040	3	740,6	533	45 040	3	673,4	455
<b>2015</b>	20 012	0	318,1	206	20 012	1	412,2	300	9 000	1	226,2	150	20 012	1	370,9	253	20 956	1	723,1	520	20 956	1	649,4	450
<b>2016</b>	100 000	0	288	200	16 400	1	361,9	269	100 000	1	204,6	125	100 000	1	340,1	236	100 150	1	700,9	520	100 150	1	625,9	449
<b>2017</b>	49 800	0	327,5	220	31 700	1	411,2	300	49 800	1	234	147	49 800	1	383,6	274	50 260	3	774,9	560	50 260	3	693,7	486
<b>2018</b>	12 000	0	323,1	220	12 000	1	395,2	290	3 500	1	234,7	150	12 000	1	370,9	250	17 880	2	748	546	15 862	2	659,1	463
<b>2019</b>	11 860	0	306,4	220	11 860	3	370,6	280	3 420	1	224,9	150	11 860	0	342,7	250	16 680	1	718,8	524	11 860	1	631,4	450

Fuente: INEC Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

## ► **CAPÍTULO 2. CARACTERIZACIÓN CUALITATIVA**

---

La metodología implementada para la caracterización cualitativa, consistió en trabajar en tres etapas principales. En cada una se usó diferentes técnicas con el apoyo de distintas herramientas que ayudaron a lograr cada objetivo planteado. Las tres etapas fueron: inmersión, entendimiento de usuarios y aprendizajes.

La etapa de inmersión permitió conocer a fondo la problemática a través de sesiones de trabajo colaborativo con todos los actores involucrados, con la revisión previa de material impreso, indagación y exploración con distintas organizaciones, como el MDT, SEPS, IEPS, IESS y CUCOMITAE. El entendimiento de usuarios reforzó la primera etapa mediante sesiones de trabajo para conocer las distintas aristas y puntos de vista, a través de la escucha, observación y realización de entrevistas a profundidad y encuestas en redes sociales, para generar un diálogo directo con los usuarios. Finalmente, los aprendizajes permitieron presentar una caracterización cualitativa de la población objetivo del estudio, e identificar las áreas de oportunidad para construir una comunicación efectiva y diseñar estrategias de incentivos a potenciales afiliados a la seguridad social en el país, que se muestran en el tercer capítulo.

### **1. Investigación**

#### **1.1. Entrevistas con usuarios**

##### **Desafío**

- Conocer qué piensan, dicen, hacen y sienten los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social de Quito y Guayaquil, con base en la caracterización por arquetipos planteada en el primer capítulo de documento.

##### **Reclutamiento**

- El proceso de reclutamiento se hizo a través de herramientas y medios digitales, tanto en la selección como en el contacto con los entrevistados. Varias plataformas digitales fueron usadas, especialmente las redes sociales, donde se colocaron anuncios (banners) de la convocatoria, logrando obtener la respuesta de los usuarios que se buscaban.

## ► Arquetipos

---

La muestra se compone de 26 participantes repartidos de la siguiente forma:

### ► Arquetipo 1

- 5 hombres
- 3 mujeres
- Entre 25-40 y 40-65 años
- Quito, Guayaquil
- Ingresos entre 30 y 200 dólares
- Pobres por ingresos
- Jefatura del hogar mayoritariamente masculina, casados

### ► Arquetipo 2

- 3 hombres
- 3 mujeres
- Entre 25-40 y 40-65 años
- Quito, Guayaquil
- Ingresos entre 201 y 400 dólares
- Pobres por ingresos
- Jefatura del hogar con participación similar de hombres y mujeres, casados

### ► Arquetipo 3

- 4 mujeres
- 2 hombres
- Entre 25-40 y 40-65 años
- Quito, Guayaquil
- Ingresos entre 401 y 700 dólares
- No pobres por ingresos
- Jefatura del hogar mayoritariamente femenina, solteras

### ► Arquetipo 4

- 4 hombres
- 2 mujeres
- Entre 25-40 y 40-65 años
- Quito, Guayaquil
- Ingresos entre 701 y 1 200 dólares
- Pobres por ingresos
- Jefatura del hogar mayoritariamente masculina, casados

## ▶ Participantes:

A continuación, se muestran imágenes de cada uno de ellos durante las entrevistas realizadas.

### ▶ Arquetipo 1:



Adrián A.



Cristina I.



Gustavo V.



Jesús E.



Mónica A.



Soraya P.

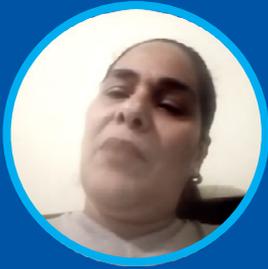


Stalin C.



Walter L.

▶ Arquetipo 2:



Elisa S.



Gabriel S.



Angélica C.



Estela S.



Diego S.



Andrea R.

▶ Arquetipo 3:



Gina C.



Jessica P.



Christian M.



Edwin L.

▶ Arquetipo 4:



Iván A.



Miguel M.



Michel C.



Holger C.



María J.



Mónica G.

## 1.2. Hallazgos. Mapa de empatía

La información de campo se ha estructurado usando la herramienta mapa de empatía, la cual pone al usuario en el centro y, a partir de ahí, se analizan cuatro grandes dimensiones de ellos:

- ¿qué hablan y qué hacen en relación con un tema?;
- ¿qué piensan y sienten los trabajadores independientes informales con relación al tema?;
- ¿qué escuchan sobre la problemática?, y
- ¿qué ven a su alrededor?

A continuación, se enumera una serie de reflexiones como resultado de los hallazgos, así como también algunas frases o *verbatim*s mencionados por los usuarios entrevistados y que no representan la posición o criterios oficiales ni de la OIT ni del IESS.

### a) ¿Qué hablan y qué hacen en relación con un tema?

Las personas entrevistadas se encuentran actualmente en una situación laboral informal. Para los arquetipos 1 y 2 gran parte de su vida fue así; en los arquetipos 3 y 4 declaran haber vivido la experiencia de afiliación por algunos trabajos temporales en su vida, y solo un grupo pequeño tuvo la experiencia de afiliación por haber estado en un trabajo en relación de dependencia.

La pandemia afectó severamente a todos estos trabajadores independientes. En el segmento amplio de adultos de 25 a 65 años podemos concluir que el ingreso económico se ha visto fuertemente afectado y modificado. Y como trabajadores informales, no tienen protección legal en la que ampararse para proteger su ya complicada situación laboral, sobre todo en los arquetipos 1 y 2 que han recibido menos información, educación y capacitación para adaptarse a este cambio.



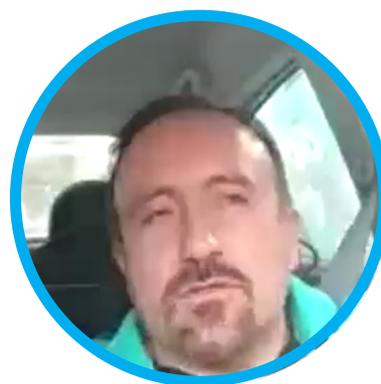
- **«Soy trabajador independiente, ambulante; me defiendo como puedo, vendo lo que sea. Toca seguir como sea en este contexto, hay que seguir pagando gastos fijos» Walter (arquetipo 1).**
-

Para los **arquetipos 1 y 2 sobrevivir es parte de su día a día** porque sus ingresos, además de inestables, son muy bajos. Esto significa que a veces no se llega ni siquiera al mínimo esperado convirtiéndolos en los arquetipos más vulnerables. Y para los **arquetipos 3 y 4** también significó tener que **ajustar sus consumos** debido a los efectos de la pandemia. Ahora todos buscan maneras para poder cubrir las necesidades básicas, haciendo ajustes en sus ya acotados presupuestos: eliminan suscripciones de televisión por cable, servicios de *streaming*, salidas y hasta alimentos.



- **«Antes de la pandemia apenas nos arreglábamos, pero con la pandemia me quedé sin trabajo y hay veces que por más que trabajemos con mi esposa, queda la sensación de que no alcanza para lo básico»** Jesús (arquetipo 1).
- 

- **«Con este nuevo trabajo independiente los ingresos dejaron de ser fijos, es complicado adaptarse a esta nueva realidad, el sueldo de docente no era malo, pude adaptarme, pero tuve que cambiar el estilo de vida, antes viajaba, salía más, ahora es muy limitado»** Miguel (arquetipo 4).
- 



Todos los entrevistados de los cuatro arquetipos **saben de la existencia del IESS** y, en línea con lo conversado con los actores previamente, se puede confirmar que las personas entrevistadas coinciden en que se trata principalmente de un **seguro de salud público**. También mencionan en su mayoría los beneficios de préstamos y seguro jubilatorio, aunque no es lo primero que indican espontáneamente.

Vinculan principalmente al **IESS con un servicio de salud de atención gratuita, que brinda medicina, exámenes médicos e internamientos en casas de salud**. Se valora especialmente en estos segmentos la atención médica a los hijos menores de edad, esta es una consideración muy relevante para todos, aunque no hayan experimentado en carne propia el beneficio. La prioridad para estos segmentos es **tener la tranquilidad que implica la cobertura extendida para los hijos**, un servicio que el IESS presta y debería seguir capitalizando.



- **«Es un seguro de protección social. No es tanto para uno, es más para los hijos: les cubre atención de salud hasta que cumplen la mayoría de edad. Si te pasa algo, el seguro queda para tus hijos y familia. Es una de las cosas por las que estaría afiliado»**  
Jesús (arquetipo 1).
- 

- **«Te cubren la atención de tu hijo si es menor de 18 años, eso me parece bien. Antes no era así, solo te beneficiabas tú, y esto es importante porque en la familia siempre se está priorizando la salud de nuestros hijos»**  
Jessica (arquetipo 3).
- 



Sin embargo, hay una **percepción del servicio de salud bastante negativa** y generalizada, en la que se destacan la mala atención, largas esperas por turnos (hablan de meses), poco personal disponible, falta de medicina, falta de especialistas y en general de personal de salud. **Los arquetipos 1 y 2 son quizás los que más «disculpan»** estas fallas de sistema, porque tienen más experiencias con la salud pública y saben lo que es la atención desorganizada, **pero los arquetipos 3 y 4 comparan el servicio del IESS con su propia experiencia con seguros de salud privados**, donde el IESS claramente pierde.



- **«Antes era peor la atención, ahora se demoran, pero atienden. Antes era malo y ahora es bueno. En el sistema público además se paga. En la práctica, se paga o se paga»**  
Jesús (arquetipo 1).
- 

- **«Peor es nada, porque la salud pública no es buena, y también hay que pagar»**  
Gustavo (arquetipo 1).
- 

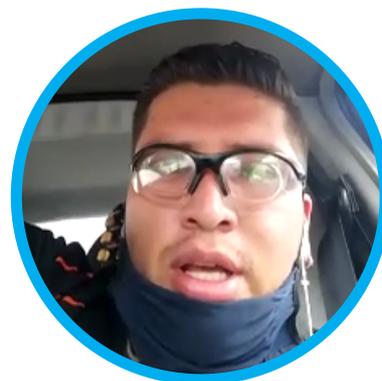


Algo coincidente en todos los arquetipos es que el **IESS pareciera responder solo ante una emergencia**, dejando de lado quizás otras dolencias «menores». Esta falta de agilidad y atención les hace sentir ignorados, no escuchados, por más grande o pequeña que sea la dolencia de cada persona.



- **«Solía ser mejor y se derrumbó con el tiempo. Hay que estar echado de dolor para que te atiendan»**  
Walter (arquetipo 1).
- 

- **«Si uno llega por emergencia atienden; pero emergencia, porque si tengo fiebre o un seguimiento el seguro me da la cita dos o tres meses después, mucho tiempo de espera»**  
Michel (arquetipo 4).
- 



En línea con las conclusiones obtenidas en las conversaciones con los actores clave, en el segmento consideran que económicamente **el precio de afiliación es muy elevado**. Además, el IESS es inaccesible para la mayoría: **los trabajadores independientes viven de ingresos variables y no pueden comprometerse a un aporte fijo** tan elevado en comparación con sus ingresos. En este sentido, aportar al seguro social se percibe como un gasto complejo de afrontar.

Muchos con menor capacidad económica, en los arquetipos 1 y 2, aspiran acceder a un seguro de salud, sea el IESS o uno privado, pero las tarifas son muy altas para sus ingresos. En algunos casos, se suma el hecho de usar el sistema de salud solo cuando es inevitable y la dolencia no se puede controlar por otros medios (medicina curativa versus medicina preventiva) lo que le hace verse como «un gasto versus una inversión», que es una perspectiva característica de las personas con recursos limitados.



► **«A mí me parece que es un gasto fuerte para los servicios que te dan ahora, no le veo lo práctico, yo hoy no lo haría, ni siquiera si fuera menos el monto»** Jessica (arquetipo 3).

---

► **«Hay una opción que puedes aportar voluntariamente, pero no lo veo tan bueno porque es bastante caro comparado al salario básico actual, uno puede ganar menos. Y encima no se puede usar como quisiera (por el mal funcionamiento)»** Adrián (arquetipo 1).

---



Estarían más dispuestos a un compromiso de afiliación si existiera una **afiliación que se ajuste a sus ingresos variables**.

La realidad detrás de cada sujeto es muy diferente, por lo que es difícil entender qué parámetros manejar para hablar de una tarifa adecuada, pero creemos que se debería comprender la dinámica de ingresos de los hogares, para poder categorizar a estos trabajadores informales y ofrecerles algo que se adecue a su realidad particular.

Esto nos deja ver un claro pedido de un modelo de afiliación con diferentes alternativas con respecto al valor del aporte, es decir, **un sistema que esté diseñado por y para sus necesidades y contextos**. Otro aspecto comentado por los actores entrevistados es la importancia de pensar en la posibilidad de realizar aportes al seguro social de forma bimestral o incluso trimestral.



- «Estaría dispuesto a afiliarme, 20 dólares tope, más ya no alcanza, falta sustento fijo. Podrían crear una afiliación con un mínimo, de cinco dólares al mes que sería el éxito con ese precio, que te dé al menos solo acceso a salud» Walter (arquetipo 1).
- 

- «En este tiempo es muy difícil poder pagarlo, no sabes si tu trabajo es seguro y es fijo con esto de la pandemia. Por eso no me afilio voluntariamente, porque mañana si no me siguen pagando en mi trabajo, paso a mora, quedo endeudada, y quieras o no quieras tiene que pagar el IESS» Gina (arquetipo 3).
- 



**Del Seguro Social Campesino tienen escaso conocimiento.** Saben de su existencia, y que es exclusivo para personas que laboran en el sector rural. Consideran que es positivo que exista esa ayuda, **pero no saben específicamente a qué beneficios se puede acceder o el valor del aporte, solo que es un monto pequeño.**

Por eso, también existe la percepción negativa de que pueden acceder a un limitado número de beneficios, a lo que se suma la dificultad de tener que desplazarse grandes distancias cuando un beneficiario del seguro campesino debe hacerse atender en dispensarios de la ciudad. En los arquetipos 3 y 4 hay apenas un conocimiento muy limitado de este seguro, que los lleva a cuestionar lo limitante de la afiliación al mismo.

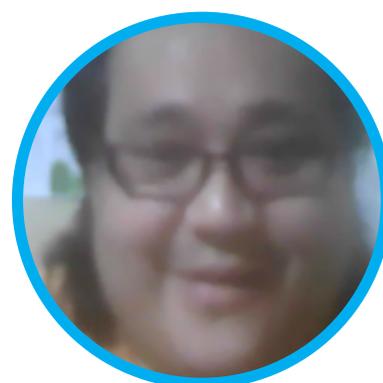


► **«No sé bien cómo funciona, creo que es similar al voluntario pero más económico y para la gente del campo»**  
Gustavo (arquetipo 1).

---

► **«El Seguro Campesino cuesta cerca de 20 dólares, solo cubre al campesino, todavía no cubre a la familia, solo te da cobertura de salud, no préstamos porque ganan muy poco para que les presten, pero pagando poco acceden a lo básico»**  
Christian (arquetipo 3).

---





- «El seguro campesino se acaba si te casas, porque solamente paga uno del hogar. Es un mínimo de tres o seis dólares. Mi mamá es jubilada y lo que recibe del seguro campesino son 100 dólares máximo. A ella le sirve y le alcanza, compra medicina, comida. Pero para una familia como la mía sería poquísimos eso» Mónica (arquetipo 4).
- 

En los **arquetipos con ingresos más altos y establecidos**, lo que resulta relevante en el arquetipo 3 pero fundamentalmente en el 4, **no se percibe el valor de estar afiliado al IESS**. Ellos optan por pagar seguros privados para garantizar una respuesta rápida, que les brinde tranquilidad, además de acceso a mayor cantidad de especialistas que el IESS, que ofrece un portafolio más limitado. Un reducido número de estos entrevistados de ingresos más altos también busca cubrir otros servicios que presta el IESS a través de asociaciones privadas (fondos jubilatorios, préstamos).

- «No es lo que necesito ahora en salud o emergencias, es caro, tiene mala respuesta, un seguro privado me atendería con más rapidez» Edwin (arquetipo 3).
- 



- «Otro punto favorable es poder jubilarse, tener fondos de pensión. Sin embargo, algunos seguros privados también lo ofrecen, con montos más elevados. Pero con lo que está pasando ahora uno no sabe si al final del día va a poder jubilarse» Iván (arquetipo 4).
-

Todos tienen una generalizada **visión positiva del BIESS**. Sobre el **BIESS** se habla de **confianza, tranquilidad y seguridad**, son pocas las noticias negativas asociadas al mismo. Tal y como comentaban las organizaciones previamente entrevistadas, aquí reside una oportunidad de capitalizar la buena imagen y el buen servicio brindado que quizás el IESS hoy no tiene.

En su mayoría, los entrevistados consideran las prestaciones financieras de manera positiva: valoran la oportunidad que se brinda a las personas de acceder a un mejor estilo de vida a través de los distintos productos financieros. Los arquetipos más bajos ven como una aspiración el acceso a créditos convenientes, para así lograr mayor bienestar y seguridad en el futuro. En definitiva, perciben al **BIESS como una institución que ofrece prestaciones que se adaptan a distintos perfiles y necesidades**.

La mayoría dice que los productos financieros son buenos, lo que constituye una mirada casi opuesta al seguro de salud. Se mencionan sobre todo los préstamos quirografarios y prendarios que se adaptan más a sus ingresos y posibilidades de pago, respuesta que no tienen de la banca tradicional. En un reducido porcentaje, los trabajadores independientes de ingresos más altos mencionan los préstamos para viajes.



► **«También es un beneficio que puedas acceder a préstamos con una tasa de interés más baja que la banca. El BIESS te da préstamos para acceder a tu propiedad. Está mejor manejado, es serio y bien eficiente, nunca se oyeron problemas del BIESS. Estoy proyectando pedir un préstamo para propiedad»** Gustavo (arquetipo 1).

---

► **«Como prestamista, es lo mejor que tiene el IESS. He visto a compañeros sacar préstamos, que dan acceso a viviendas públicas con interés bajo, y esto es útil»** Esthela (arquetipo 2).

---



No obstante, el valor del BIESS está en riesgo por el mal manejo de los fondos de la institución en su totalidad. Esto genera desconfianza, y muchos de los entrevistados incluso consideran que es un despropósito aportar si no hay garantías de recibir la pensión de jubilación cuando sea el momento.



- **«El tema de la jubilación está en riesgo en este país, se cogieron los fondos de los jubilados y nadie estaba seguro. Es una ruleta rusa meter todo tu dinero y que dependa del gobierno de turno. Que el IESS sea manejado por el gobierno de turno es grave, debería ser manejado por los propios afiliados»**  
Esthela (arquetipo 2).
- 

- **«Con todo lo que está pasando en Ecuador, dicen que a lo mejor el seguro se va a perder, demasiada corrupción, estafas y tanta cosa pasando que prefiero resolverlo por mi cuenta»**  
Michel (arquetipo 4).
- 



Existe una **percepción errónea y generalizada entre estos trabajadores independientes acerca de que no es obligatorio estar afiliado**, inclusive de aquellos que han estado circunstancialmente afiliados. En línea con lo mencionado por los actores entrevistados, la población no interpreta que la afiliación sea obligatoria y los números de personas afiliadas de forma voluntaria así lo reflejan.

Por un lado, **creen que es obligatorio solamente para empresas, para patronos y trabajadores en relación de dependencia**. La responsabilidad de afiliarse es compartida y se descuenta del salario (que sea percibido ese impacto en el salario final no causa tanto agrado). Por el otro, para **los trabajadores independientes y sin empleados a cargo se percibe como opcional**, es decir, si no tienen a cargo ningún empleado, no tienen responsabilidad de afiliarse.

Se conoce acerca de la **afiliación voluntaria**, y por su nombre los entrevistados asumen que sería la que les corresponde. Además, tienen una leve percepción de que esta afiliación **no permite acceder a los mismos beneficios y servicios que la afiliación obligatoria**.



- «La obligatoriedad es para empresas, para la gente en relación de dependencia. La afiliación voluntaria es para independientes, tiene menos beneficios, es obligatoria solo si tienes empleados» Soraya (arquetipo 1).
- 

- «Si no trabajas en empresa bajo dependencia puedes afiliarte voluntariamente si tú quieres, sino no. Es obligatorio bajo dependencia, si tienes tu propia empresa no, pero puedes hacerlo voluntariamente» Gina (arquetipo 3).
- 



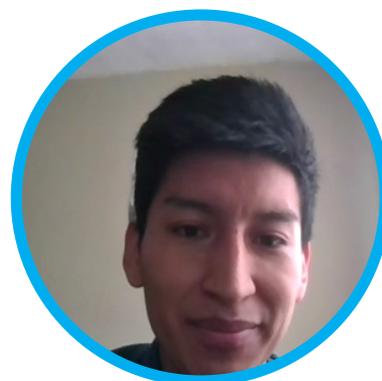
- «Si quiero puedo afiliarme, pero no es obligatorio para mí, eso es para empresas privadas. Yo trabajo sin tener jefe» Holguer (arquetipo 4).
-

Profundizando en la percepción con respecto a la afiliación voluntaria, se presupone que tiene un costo elevado, monto que asume enteramente el trabajador, frente a la responsabilidad compartida entre trabajador y empleador en el caso de los trabajadores en relación de dependencia. Todo esto desalienta a estos trabajadores a considerar afiliarse bajo esta modalidad.



- **«La salud es lo primero en seguridad social, pero el IESS es muy caro, complejo y mal servicio. Es una aportación alta en comparación al sueldo, mucho más alta que un seguro privado y encima accedes a menos cosas» Soraya (arquetipo 1).**
- 

- **«Es muy caro para lo poco eficaz y veloz que es, para los tiempos de espera que uno tiene que aguantar» Diego (arquetipo 2).**
- 



- **«No le veo sentido al precio tan alto, más si soy mi propio patrono y el voluntario es de 90 dólares» Iván (arquetipo 4).**
-

### b) ¿Qué piensan y qué sienten?

Todos los entrevistados piensan que el **IESS es una valiosa idea mal ejecutada, un servicio mal gestionado y abusado por el poder político de turno**, lo que genera enorme descontento y, sobre todo, desconfianza en su funcionamiento.

Desconfían del seguro de salud porque a través de experiencias propias o de conocidos, consideran que el IESS no responde ante la necesidad de los afiliados, sobre todo por falta de comunicación del personal, falta de camas y largas esperas por turnos, que profundizan la desconfianza y aumentan la imagen de la mala atención.

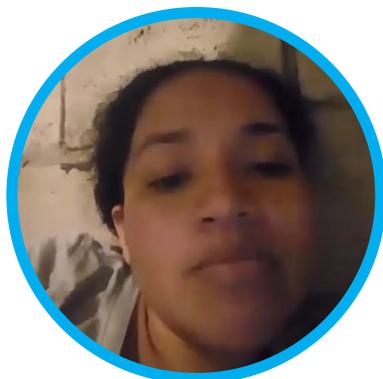


- «La obligatoriedad es para empresas, para la gente en relación de dependencia. La afiliación voluntaria es para independientes, tiene menos beneficios, es obligatoria solo si tienes empleados» Soraya (arquetipo 1).
- 

- «Si no trabajas en empresa bajo dependencia puedes afiliarte voluntariamente si tú quieres, sino no. Es obligatorio bajo dependencia, si tienes tu propia empresa no, pero puedes hacerlo voluntariamente» Gina (arquetipo 3).
- 



Los entrevistados saben que la salud pública está colapsada, sobre todo como resultado de la pandemia, y que atender su salud y la de su familia con sus escasos recursos va a ser más complicado que antes. Por esta razón, **algunos consideran hoy en día la posibilidad de afiliarse por una suma reducida de dinero**, que solo les permita acceder a salud, siendo esta una propuesta sobre todo de los arquetipos 1 y 2, que son los que más necesitan de la ayuda del sistema para sostenerse, y en el mejor de los casos, progresar.



- «Ahora no estoy afiliada y me da miedo no estar protegida con salud. Yo converso con mis hijos para que lo paguen, es importante que piensen en su futuro, en la jubilación, además de capacitarse» Cristina (arquetipo 1).
- 

La mayoría de los entrevistados se encuentra actualmente en una situación laboral informal. Para los arquetipos 1 y 2 gran parte de su vida fue así. En los arquetipos 3 y 4 observamos que han tenido la experiencia de afiliación por algunos trabajos temporales, y solo un grupo minoritario tuvo la experiencia de afiliación por relación de dependencia.

La mayoría también considera que la **falta de transparencia de la institución puso en riesgo el seguro de pensiones (jubilación), que es un seguro muy valorado** por este segmento sin importar el arquetipo al que pertenecen. Hoy se cuestionan cuál es la razón de aportar si no tienen garantías a futuro: conocen historias de personas que han aportado y hoy no pueden jubilarse por falta de fondos, sumado a la sensación que tienen los entrevistados de que se ha extendido la edad de jubilación. Un punto también destacado por parte de los actores, quienes mencionan la suposición generalizada entre los trabajadores informales sobre el peligro latente que existe de que los aportes de los afiliados al IESS se utilicen en otras finalidades que no sean la prestación de los servicios, en el tiempo y la forma ofrecidos, a los afiliados y jubilados.

- «Si se respetara como una compensación por lo ya trabajado y aportado, se podría vivir dignamente cuando llegas a la edad de jubilarte, para dejar de vivir apretado. Hoy mucha gente no puede jubilarse porque el estado no puede cubrir esa parte, así han usado esa plata» Jessica (arquetipo 3).
- 





- «Deberían aplacar el miedo generalizado de que van a desaparecer los aportes como ya pasó, la inestabilidad político económica y el aumento de la edad jubilatoria generan esto» Diego (arquetipo 2).
- 

- «Me da miedo que el IESS se quede sin plata, prefiero sacar un seguro de vida, en USA son buenos y existen. Lo haría pensando en el retiro, muchos piensan que van a pasar estos próximos años, será una etapa complicada»  
María (arquetipo 4).
- 



En los segmentos que han tenido experiencias dentro del trabajo formal, y también entre aquellos que entran y salen de la informalidad, **surgen dudas y molestias sobre el destino de sus aportaciones.**

En los arquetipos 3 y 4, algunos entrevistados se preguntan qué será de sus aportaciones, interrumpidas por haber dejado de estar en relación de dependencia. En su opinión, el sistema parece no contemplar la suspensión de las aportaciones, lo que genera aún más intranquilidad al público objetivo, y visibiliza la falta de información que tienen los usuarios respecto a las políticas de la institución.



- «Estuve afiliada varios años, y esos aportes siguen ahí hasta que me vuelva a afiliar. Si no vuelvo a afiliarme me imagino que se pierden, no conozco qué pasa» Jessica (arquetipo 3).
-

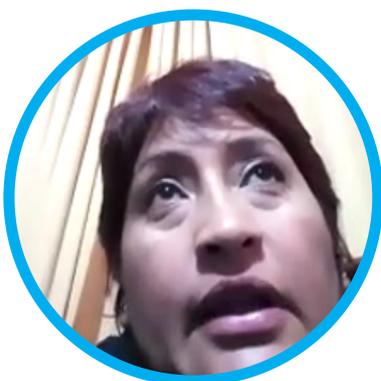


- «He aportado, pero nunca supe que existían periodos de aportación cuando lo hacía, entre periodos trabajados deberían quedarme solo seis años, pero no sé si vuelvo» María (arquetipo 4).
- 

La intranquilidad también se acrecienta por la existente **discriminación laboral por edad**, mencionada por distintos arquetipos. Los entrevistados de mayor edad se ven con más dificultades para conseguir trabajo, ya que el sistema los rechaza porque busca personas más jóvenes.

Esto significa que se ven más limitados de aportar regularmente, al no poder generar ingresos estables, algo que se profundiza en los arquetipos 1 y 2, que son grupos de menores oportunidades laborales.

- «Me molesta la inestabilidad que se vive trabajando así, sobre todo porque es difícil que pueda conseguir empleo más estable, es difícil conseguir trabajo fijo después de los 35 años en Ecuador» Walter (arquetipo 1).
- 



- «Hace tres años me quedé sin trabajo y ahora estoy cuidando a una persona mayor, primera vez que lo hago y es difícil. Fueron años difíciles, después de los 40 años es difícil conseguir trabajo, hay que agarrar lo que aparezca» Gina (arquetipo 3).
-

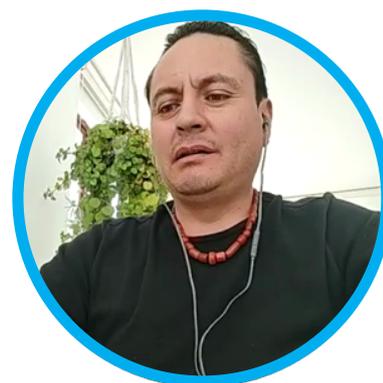
Todo esto presenta una oportunidad de generar alternativas en el sistema y entender las realidades actuales de cada uno de los afiliados (por ejemplo, una persona a la que le faltan pocos años de aportes para poder jubilarse, pero una vez que deja de trabajar en relación de dependencia, por su edad, le resulta muy complicado volver a insertarse en el mercado laboral).

Por otro lado, hay una opinión generalizada de que el **IESS reúne demasiado poder como institución**, lo que provoca una demanda por parte de la sociedad de que dicha institución sea gestionada de forma clara y transparente. Cuando se profundiza respecto a las características que deben estar presentes cuando se administra los seguros de salud, pensiones y riesgos de trabajo, se dimensiona la necesidad de un manejo adecuado de la institución. Esto provoca que el IESS sea observado por la sociedad con mucha atención: se trata de manejo de los fondos de afiliados y jubilados.



- **«No está mal todo lo que ofrece, pero se presta a corrupción, reúne demasiado poder y se usa la caja, hay desvío de dinero. Concentra demasiadas cosas, demasiado ingreso y se presta para la corrupción y malversación»** María (arquetipo 4).
- 

- **«Sí me parece una maravilla, pero el problema es su mal manejo, la enorme corrupción política que ha empeorado su calidad y (los políticos corruptos) son los que tienen la culpa. Es importante y valioso porque el futuro es incierto, no sabemos lo que va a pasar»** Iván (arquetipo 4).
- 



Cuando hablan de posibles soluciones, soñando en diseñar una mejor institución, **demandan un modelo más colaborativo, transparente, horizontal y democrático, que reste el poder y control de los políticos de turno**. Entre los entrevistados más informados se proponen modelos similares a países como Alemania, donde hay intervención de empresas privadas en la gestión de este tipo de instituciones.

También hablan de modelos colaborativos con mayor participación de los trabajadores en la toma de decisiones (afiliados, grupos laborales que no han estado representados, entre otros).



- «Que no tenga nada que ver con el gobierno porque no puede estar dirigida por un funcionario, debería ser una directiva independiente, porque ese tipo de intromisiones es lo que le ha dejado el déficit que tiene ahora, los contribuyentes no son tenidos en cuenta, no tienen ni voz ni voto»  
Gina (arquetipo 3).
- 

- «Pondría la dirección del IESS en manos de representantes de afiliados, mitad de cámara dirigente, más representantes de empresas, gremios de trabajadores no sindicales, cámaras de producción»  
Miguel (arquetipo 4).



- «Frenar la corrupción, limpiar al organismo, controlarlo más, la transparencia es necesaria; controlar los gastos que el afiliado pueda confirmar que se hace bien la labor: recibir informes de gastos, porque como afiliados no sabemos lo que pasa, deja mal sabor en la boca»  
María (arquetipo 4).
-

A la hora de pensar en el futuro, **todos los entrevistados están preocupados por la situación del país y tienen una visión negativa del futuro**. Resulta difícil proyectar cuando el contexto actual no permite garantizar seguridad y trabajo a corto plazo, percepción que cruza a todos los segmentos.

Esta visión también les hace buscar diferentes recursos para subsistir por sus propios medios: el trabajo no cesa nunca, sobre todo para aquellos de ingresos más variables o con la responsabilidad del hogar a cargo.

Aquellos que son padres **están preocupados fundamentalmente por el futuro de sus hijos**, y están enfocados en brindarles todas las herramientas para que puedan subsistir en este mundo incierto. Educación y trabajo son las principales aspiraciones. Consideran que la capacitación para un acceso digno al trabajo es la mejor herencia que podrán dejarles (en especial entre los segmentos de bajos ingresos). Además, en los arquetipos de ingresos más bajos hay conciencia de los límites a sus aspiraciones, pero estas se abordan como grandes objetivos. **Pensar en el futuro es demasiado incierto para aquellos que no saben cómo termina su mes.**

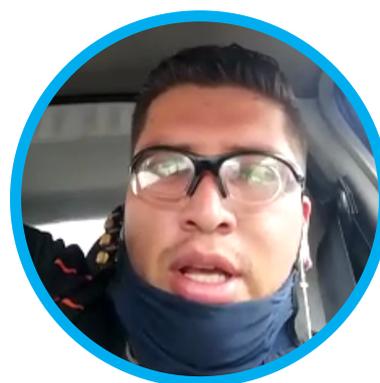


► **«Me preocupa la inestabilidad que se vive en mi país, la falta de empleo, de oportunidades»** Walter (arquetipo 1).

---

► **«La falta de trabajo, la corrupción, la inseguridad del país: esto me preocupa mucho del futuro»** Michel (arquetipo 4).

---

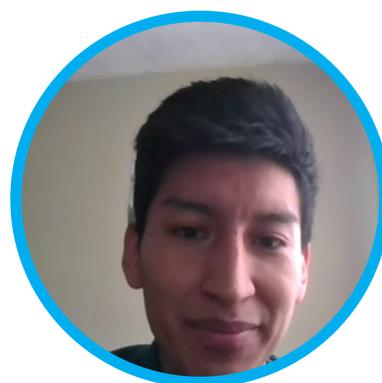


En los **arquetipos 1 y 2** la lucha es por subsistir, por no seguir marginados. Se preocupan por el impacto del presente en la vida de sus hijos. Entre los entrevistados más informados existe una sensación de que nada va a cambiar y **hay que prepararse lo mejor posible para afrontar esta realidad**. Entre los entrevistados de mayores ingresos, en el **arquetipo 3** y sobre todo en el **arquetipo 4**, hay una visión más negativa del futuro y se **considera la decisión de migrar a otro país**.



- «Está complejo el panorama laboral, la gente se prepara cada vez más y no quiero quedarme atrás, quiero escalar y buscar vacantes» Gustavo (arquetipo 1).
- 

- «Me preocupa la falta de empleo a nivel mundial y en Ecuador, que es evidente; también la inseguridad, hacia dónde va todo, es por eso que busco capacitarme, tomo cursos. Quiero un negocio propio por eso, para poder garantizar mi propio trabajo» Diego (arquetipo 2).
- 



- «Me preocupa la educación de mi hija, ella quiere estudiar contabilidad, si estudia va a poder defenderse de cualquier cosa» Holger (arquetipo 4).
- 

- «Me preocupa qué va a pasar en este país, me da miedo que Correa quite la dolarización y que los precios dejen de ser estables; me preocupa qué vayamos a hacer nosotros, la escuela, si planeamos irnos a EE. UU.»  
María (arquetipo 4).
- 



La seguridad de los entrevistados se prevé alcanzar mediante el cumplimiento de sus sueños y proyectos personales, tales como: establecerse en un **hogar propio**, **mejorar la casa** (mejorar los materiales de construcción, una ampliación de la vivienda, entre otros), **comprar un terreno** para construir algo y arrendarlo, invertir en un **negocio propio**, **capacitarse**, y **ocuparse de los estudios de los hijos**.

Estas se convierten en sus estrategias para garantizar sus propias certezas en un futuro tan incierto.



- «Pensamos en que mi hijo vaya a la universidad, que mi hija también llegué a eso, mientras nosotros estamos en segundo plano. Así ellos se pueden defender en los próximos años y su futuro» Angélica (arquetipo 3).
- 

- «Sueño con un trabajo propio, emprender, hacer algo nuevo, aprender. Quiero invertir en la bolsa y estoy estudiando sobre eso actualmente» Edwin (arquetipo 3).
- 



- «Me gustaría poder invertir en mi futuro de alguna manera, para estar más tranquilo. Estamos construyendo departamentos para poder arrendarlos y tener un ingreso fijo y vivir de eso y la tienda» Holger (arquetipo 4).
-

Muchos expresan que **las instituciones están muy desconectadas de la situación que se vive actualmente en el país, y de los esfuerzos de la gente por sobrevivir.**

Se sienten **abandonados**, ya que nadie les escucha ni les entiende, y es por eso fundamentalmente que desarrollan tal resiliencia y flexibilidad.



► «Hay gente que piensa que los que trabajamos así no progresamos porque no queremos, pero el sistema no te deja. Te piden demasiados requisitos, todo lo hacen complicado» Jesús (arquetipo 1).

---

► «Siempre falta plata, nadie ayuda al emprendedor a generar. No se otorga crédito y los chulqueros tienen intereses muy altos, los bancos también. Hay mucho racismo y el crédito es solo para un sector» Iván (arquetipo 4).

---



► «Fue difícil llevar la situación actual adelante, pero lo logramos, darlo a conocer fue complicado, pero estamos llevándolo adelante. Las pymes la tienen difícil en Ecuador, no hay apoyo de la banca, no como al sector agrícola o minería» María (arquetipo 4).

---

**c) ¿Qué escuchan sobre la problemática?**

**El IESS no es un tema de conversación entre amigos.** Se habla sobre las malas noticias relacionadas con la institución, pero no es un tópico de conversación habitual. La información que reciben del IESS es, fundamentalmente, una transmisión que va de lo informal a lo formal entre colegas laborales. **No tienen claro cómo funciona la institución y sobre el tema se conversa en sus círculos sociales (familia, colegas y amigos).**

Las primeras menciones del IESS provienen del círculo familiar, cuando eran más pequeños, y las opiniones de familiares que han vivido sus propias experiencias, algunas negativas, pero otras de carácter positivo. Lo que resuena contrastando estas experiencias con el presente, es que **«el IESS ya no es lo que era»** y que su futuro es incierto.

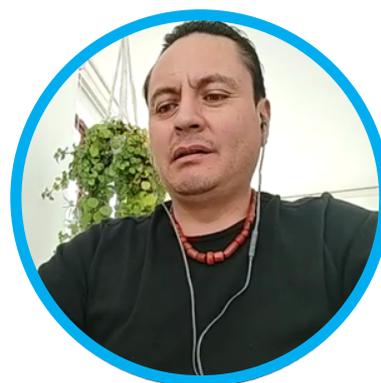


► **«El IESS no es un tema de conversación, más bien se presta para la broma. Nos enviamos memes con amigos sobre lo que está pasando con el IESS»** Edwin (arquetipo 3).

---

► **«La gente habla de cómo han chupado la plata del gobierno, no va a durar mucho más así, ya no es lo que era y ha perdido valor. Ya no es lo que defendía mi abuela»** Iván (arquetipo 4).

---



Tienen poca experiencia personal con el IESS, pero aprenden a través de la experiencia de otros colegas que son o eran afiliados, sea en relación de dependencia o de forma voluntaria.

Además, tienen conocimiento de que existen formas de acceder a mucha de la información institucional que no reciben de primera mano: se mencionan **los «expertos callejeros» que ofrecen el servicio de asistencia en trámites del IESS, entre otros.**



- «La plataforma tiene palabras difíciles, no se entienden, no hay nadie que te explique. Los videos de YouTube no te explican nada o no están las cosas que dicen en el video. Si quieres hacerlo solo puedes pasarte un día entero y sin lograr resolverlo. Es por eso que afuera de los IESS existen negocios con carteles que dicen ‘se hacen trámites del IESS’, que cobran por la ayuda, por indicarme cómo» Adrián (arquetipo 1).
- 

- «Tú tienes un problema y te dicen ‘entra a la página web’ y mucha gente no sabe hacer eso, vas a la gente que te ayuda, pero te cobran dinero, afuera del edificio central del IESS, aquí en Quito. Mucha gente no entiende qué tiene que hacer, y a muchas les han estafado, porque entregan su clave y le pueden estafar» Jessica (arquetipo 3).
- 



**Los compañeros de trabajo, colegas y otros trabajadores también proveen información acerca del IESS.** Dichos informantes hablan por sus experiencias personales. Esta información complementa la escasa comunicación de la institución.

Se menciona un rol poco activo de las áreas de Recursos Humanos para educar a los trabajadores sobre los beneficios de estar afiliado. En opinión de los entrevistados, parecería no haber responsabilidad de los empleadores en esto. Así, la afiliación se convierte en un trámite automático, del que desconocen por completo las características, obligaciones y derechos en general, igual que el proceso de desafiliación.



- «Era un tema semanal entre los compañeros del trabajo, nunca para bien, todas anécdotas malas: ‘no sabes lo que me pasó’, ‘estuvo pésimo’ y te recomiendan ‘no tienes que ir a esa hora’, ‘tienes que hablar con tal’, ‘no hay que ir a ese centro’» Adrián (arquetipo 1).
- 

- «Se conversa con colegas que es una vaina, la gran mayoría de la gente piensa que no sirve para nada»  
Walter (arquetipo 1).
- 



- «Me enteré que existía cuando trabajé hace 12 años en McDonald's. Recuerdo que me hicieron el trámite desde Recursos Humanos, pero nunca me explicaron qué beneficios tenía»  
Gabriel (arquetipo 2).
- 

- «Recursos Humanos solo te explica que te tienes que afiliar, te hace firmar y dado el alta no hace más por ti»  
Gustavo (arquetipo 1).
- 



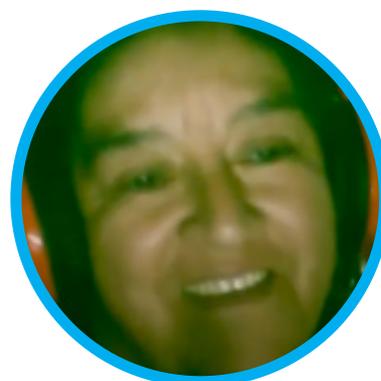


- **El primer día de trabajo te afilia personal de la empresa, te notifican que vas a estar afiliado, pero los Recursos Humanos deberían explicar qué significa la afiliación y no lo hacen, no te informan qué pasa si te atrasas en aportes. Además, a veces las empresas ponen condiciones, anotan menos años, así aportan menos a los empleados» Edwin (arquetipo 3).**
- 

Tanto los periódicos como la televisión se hacen eco de las malas noticias sobre del IESS. Estas noticias sobre el mal manejo de recursos de los afiliados y jubilados generan enojo y más desconfianza respecto a la institución y quienes la administran. Se conoce del IESS por compras de medicinas e insumos de salud con sobreprecio. Circula en redes sociales, Facebook y grupos de WhatsApp, información que refleja el sentir de la población sobre la actual situación de la institución, y las implicaciones de malos manejos, tales como la descapitalización del IESS, que significa reducción en la capacidad de atención en salud, o no poder afrontar el pago de las pensiones de jubilación, entre otros.

**Los medios y las redes ponen en evidencia los problemas del IESS, y activan la preocupación de las personas sobre la verdadera efectividad de la institución: se cuestiona si será capaz de satisfacer las necesidades de los afiliados cuando llegue el momento de retirarse, si parece no responder frente a los requerimientos de los afiliados cuando existe mayor presión por usar los servicios de salud, por ejemplo.**

- **«Los medios de comunicación hablan de que mucha gente dejó de estar afiliada, que mucha gente no puede pagarlo porque no hay dinero y porque los hospitales están saturados. La corrupción es lo que ha salido perjudicando al IESS» Mónica (arquetipo 4).**
- 





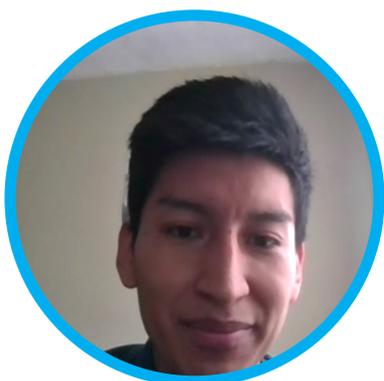
- **«Quejas del IESS: hay una página con muchos likes que se llama así en Facebook, donde la gente hace todo el tiempo quejas, reclamos, preguntas de trámites y condiciones»**  
Adrián (arquetipo 1).
- 

**d) ¿Qué ven a su alrededor?**

**Ninguno recuerda una comunicación oficial del IESS.** Todo lo que recuerdan de la institución es lo que se menciona en los medios de comunicación, en gran mayoría noticias sobre malos manejos y escándalos. Esto profundiza aún más la desconfianza, incluso en aquellos que no saben bien las características y alcance de la afiliación.

Los entrevistados no han recibido información oficial del IESS, solo reconstruyen lo que saben de la institución a través de las vivencias de sus conocidos, lo que aparece en los medios, y lo que han vivido en alguna oportunidad en carne propia. Se repite la sensación de un colapso del sistema de salud que demora en dar turnos o medicinas, y que pone en riesgo los aportes de los afiliados.

- **«Se habla del IESS en las noticias por cosas malas, solemos conversar con amigos de la situación actual»**  
Gustavo (arquetipo 1).
- 



- **«No tiene campañas y debería, porque hacen cosas buenas y sería bueno para los trabajadores independientes entender el beneficio del costo del aporte»** Diego (arquetipo 2).
-

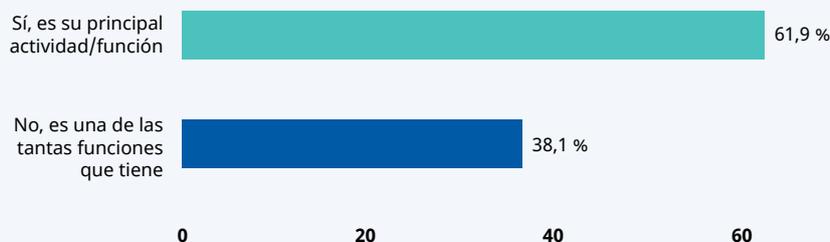
## ► 2. Puntos claves

Teniendo en cuenta los patrones más significativos mencionados anteriormente, se ha validado la representatividad de dichos patrones en plataformas sociales y en sitios web relevantes para los cuatro arquetipos objeto del estudio. Dicha validación no persigue tener una lógica de representatividad estadística; sino que su objetivo es validar y amplificar los hallazgos cualitativos de la investigación. En total se obtuvo un volumen de información de 728 respuestas, un número suficiente para la metodología, permitiendo obtener conclusiones que reflejan el sentimiento del segmento sobre las diferentes cuestiones.

- **Las personas vinculan al IESS ante todo con salud.**

En línea con las conclusiones encontradas en la investigación de campo cualitativa, se puede concluir que más de un 60 por ciento<sup>12</sup> de la población objetivo del estudio considera que la principal actividad o función del IESS es dar cobertura de salud.

### ► Gráfico 4. El IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) existe para dar cobertura de salud.



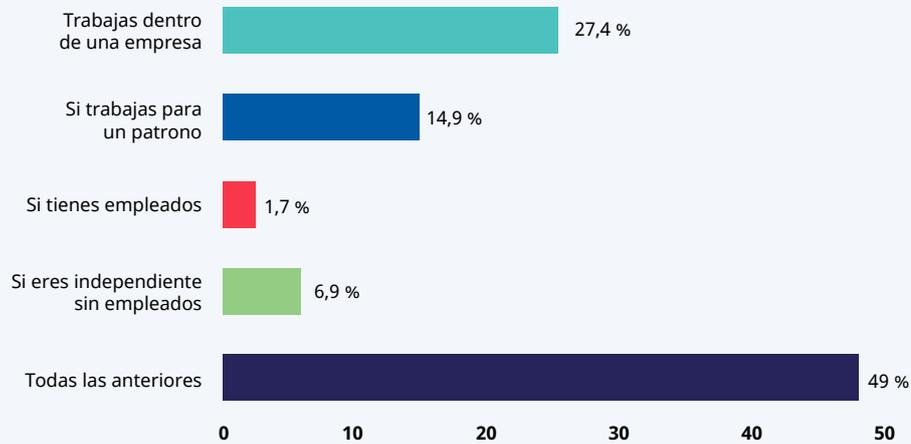
Fuente: Elaboración propia OIT.

- **Se percibe que la obligatoriedad de afiliación es solo para los trabajadores en relación de dependencia.**

Si bien hay un 49 por ciento de las personas que afirma que la obligatoriedad de estar afiliado responde a todas las opciones presentadas, es significativo darse cuenta que hay un 41 por ciento que lo atribuye a estar trabajando dentro de una empresa, o si se trabaja para alguien.

12. Si bien los datos mostrados en la presente sección no persiguen una lógica de representatividad estadística, son insumos importantes para consolidar la percepción de los trabajadores independientes que no se encuentran en el IESS

► **Gráfico 5. En Ecuador es obligatorio estar afiliado al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social únicamente si...**

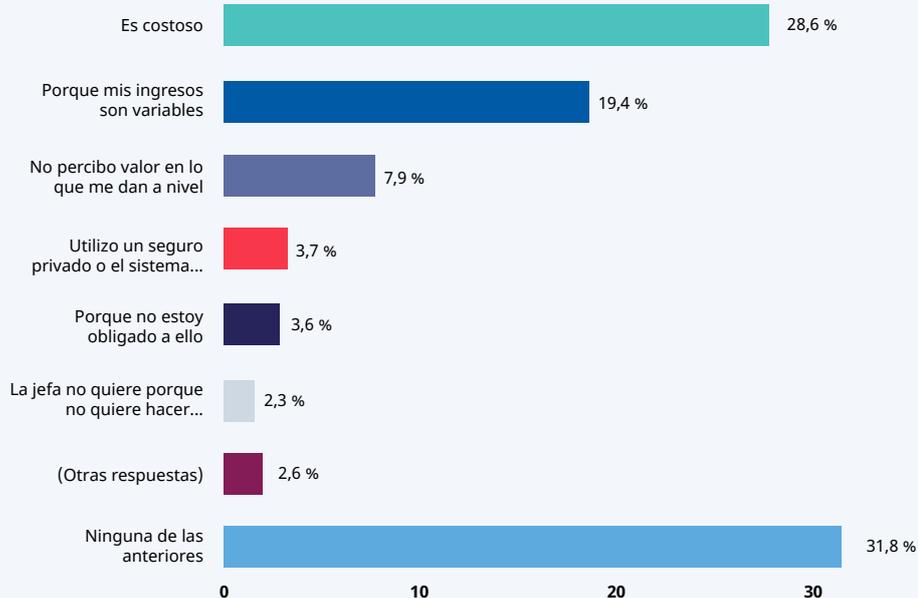


Fuente: Elaboración propia OIT.

- **El costo de afiliación es demasiado alto en relación con el salario básico, demasiado alto para los independientes de ingresos variables, y las personas de ingresos más altos sienten que es una pérdida de dinero porque no perciben el beneficio de estar afiliados.**

Las barreras detectadas a lo largo de la investigación se pueden confirmar en el gráfico, con un 67 por ciento de las respuestas que confirma alguna de las variables encontradas, siendo el tema económico una gran barrera para afiliarse.

► **Gráfico 6. Hoy no me afilio al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social porque...**

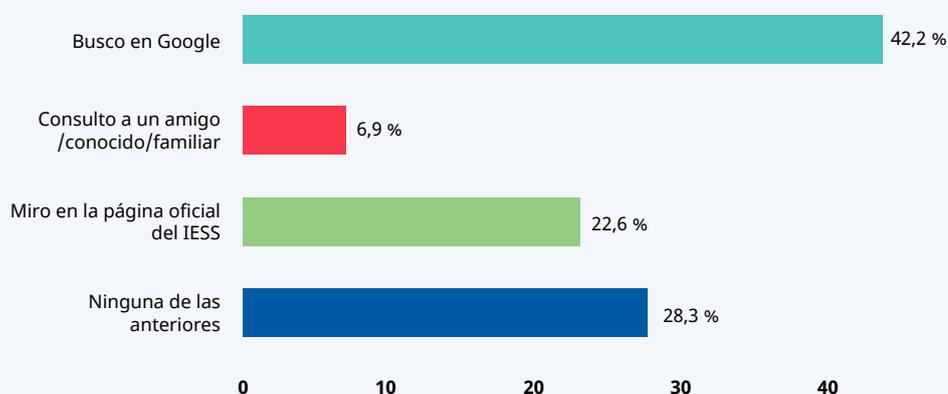


Fuente: Elaboración propia OIT.

- **Es difícil acceder a la información relevante del IESS a través de la propia institución.**

A la hora de averiguar las fuentes de búsqueda que utiliza el público objetivo para buscar información acerca del IESS, podemos confirmar que tan solo un 22,6 por ciento utiliza la página oficial de la institución, siendo Google uno de los principales medios de acceso. Es importante tener en cuenta el «boca a boca» (la experiencia de otro genera realidad y opinión) y la presencia en redes sociales donde hoy ya están hablando sobre el tema, como se revisó anteriormente.

► **Gráfico 7. Actualmente, si necesitas averiguar información del IESS busca en...**



Fuente: Elaboración propia OIT.

- **La jubilación está ligeramente presente pero la inestabilidad actual se lleva toda la atención.**

Si bien el segmento discursivamente declara que constituye una aspiración tener una jubilación en su futuro, la preocupación por la inestabilidad del país, todo lo que acarrea la situación de pandemia, la falta de ingresos estables y las noticias que llegan acerca de la malversación de fondos hacen que la jubilación pase a un segundo plano.

► **Gráfico 8. ¿Hoy en día está pensando en su jubilación?**

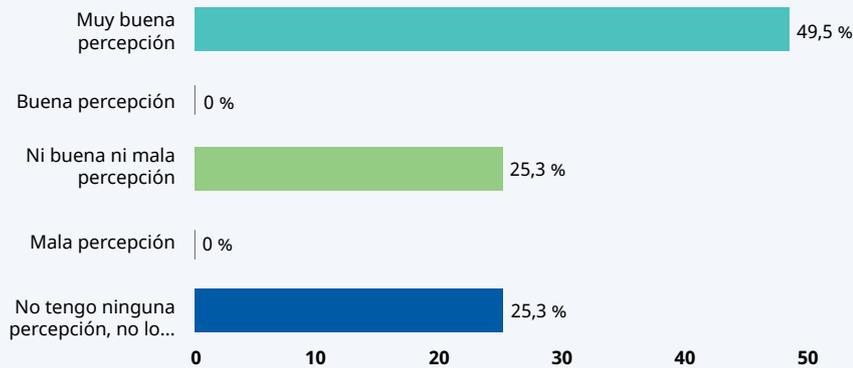


Fuente: Elaboración propia OIT.

- **El BIESS tiene muy buena imagen dentro del público objetivo.**

El Banco Ecuatoriano de Seguridad Social tiene una percepción muy positiva dentro de este segmento poblacional, lo que se debe aprovechar. Asimismo, debe buscarse la forma de hacer conocer esta institución financiera al restante 25 por ciento que declara que no la conoce, y usar esta información para apalancar el ingreso de este grupo al sistema de seguridad social.

► **Gráfico 9. ¿Cuál es su percepción acerca del BIESS (Banco Ecuatoriano de Seguridad Social)?.**

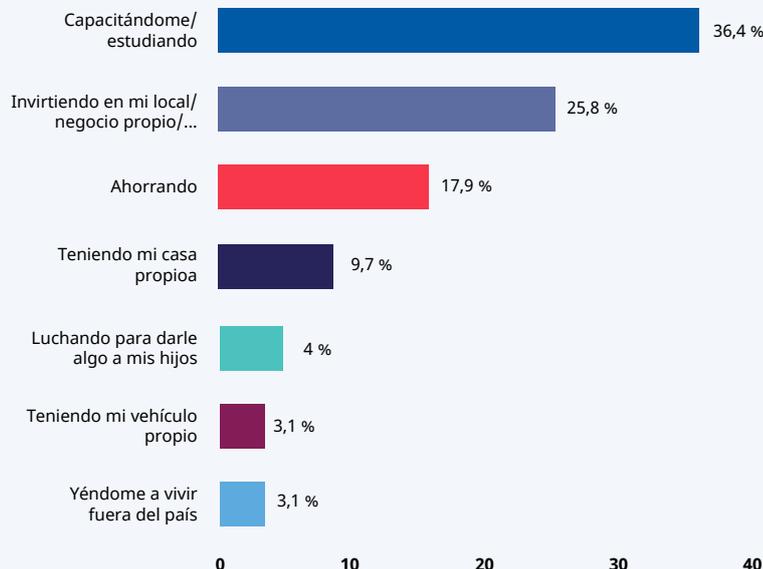


Fuente: Elaboración propia OIT.

- **La situación actual es compleja y de tanta incertidumbre que pocos están pensando en el futuro. Muchos hablan del presente y de sus sueños de tal forma que les garantizan en el futuro cercano estar más tranquilos.**

Hablar del futuro asociado a la jubilación se vuelve irrelevante dado el contexto actual, pero existe la oportunidad de hablar de un futuro cercano, de metas más a corto plazo, conectadas con los sueños y deseos del público. Acompañarlos a que cumplan sus metas es un desafío que debe aprovecharse.

► **Gráfico 10. ¿Cómo está pensando resolver su futuro cercano?.**



Fuente: Elaboración propia OIT.

### ► 3. Públicos objetivos

Además de las entrevistas a profundidad, se realizó una observación de campo del público objetivo en sus diferentes contextos.

Esta información permitió ampliar la información obtenida a través de las entrevistas, y, además, sirvió de insumo a la hora realizar el diseño de los diferentes tipos de personas objeto de la investigación.

La construcción de estos perfiles sirve, entre otras cosas, para desarrollar conceptos y materiales de comunicación más efectivos, al acercarse más al público objetivo.

Las personas creadas son ideales, pero no por ello menos reales, y ayudan a transmitir la información relevante dentro de las audiencias y a predecir sus reacciones, deseos y motivaciones.

Esta forma de describir al público objetivo es una herramienta altamente efectiva que va a permitir crear una estrategia de comunicación alrededor de los cuatro arquetipos.

Vale recalcar que son entes ideales, contruidos a partir de las conversaciones en profundidad con adultos reales entre 25 y 65 años, teniendo en cuenta los hallazgos y los patrones obtenidos en la investigación.



### ▶ Arquetipo 1: los que viven al día con chauchas

- 46 años de edad en promedio
- Vive con su esposa e hijos.
- Vive de «chauchas».
- Es poco crítico del IESS, tiene aspiración de alcanzar protección.
- Desea alcanzar estabilidad económica.
- No puede asumir una cuota mensual fija de afiliación.

### ¿Cuáles son sus principales características?

- **Ocupación:** vende productos de distintas categorías (electrónica, limpieza, belleza) en la vía pública, que confecciona en su hogar. Pasa mucho tiempo en la calle y vive al día en cuanto a sus ingresos y egresos. Es el responsable de los ingresos del hogar y su pareja se encarga de atender la casa, pero cuando tienen necesidad salen los dos a vender artículos varios (belleza, limpieza). Le resulta muy difícil proyectar ingresos, ya que las ventas callejeras varían semana a semana, por eso no siempre puede cubrir los gastos del hogar. Siente que a su edad es muy difícil encontrar algo más estable, ya que escasean las oportunidades laborales, lo que hace más difícil lograr estabilidad económica.
- **Vive con su esposa y dos hijos menores,** arriendan una vivienda pequeña y precaria que comparte terreno con la vivienda de su suegra.
- **Actividades y ocio:** pasar los fines de semana en familia extendida (primos, sobrinos, tíos), preparar parrillada en casa. Algunos paseos al aire libre en parques.
- **Necesidades no satisfechas:** dado que sus ingresos son exigüos, no alcanza a cubrir las necesidades básicas. Aspira poder vivir en un lugar un poco más cómodo, y adquirir algún dispositivo electrónico para el hogar.

### ¿Cómo pueden conectar con el IESS?

- **Motivaciones:** es menos crítico con el IESS, institución a la que aspira pertenecer, con el fin de acceder a varios beneficios sin tener que desembolsar dinero, como sí debe hacerlo en la salud pública (atención médica, medicinas, internaciones en centros de salud e intervenciones quirúrgicas). Además, busca mejorar su estilo de vida y proteger a sus hijos pensando en el presente hostil y el futuro incierto. Sus aspiraciones no son pequeñas, pero su forma de encararlas es más modesta. Está consciente que solo puede avanzar de forma muy limitada. Quiere aprender nociones básicas impositivas y de finanzas para evitar pasos en falso y prever cualquier inconveniente. También quiere aprender cómo acceder a pequeños préstamos en caso de necesitar salir de un apuro económico.
- **Principales objetivos:** busca tener la capacidad de dejarle a sus hijos más de lo que tuvo para que puedan desarrollarse personalmente y tengan un futuro más seguro. Quiere alcanzar la mínima estabilidad económica para sentirse menos presionado. Aspira dejar de vivir al día. Añora una casa propia y/o hacer mejoras en la actual: reemplazar la caña por chapa o cemento, por ejemplo.
- **Barreras:** hay falta de ingresos para afiliarse y comprometerse mensualmente. No tiene la capacidad económica de asumir un compromiso de pago mensual fijo y obligatorio, porque no puede cumplirlo. No puede acarrear deudas porque no cuenta con un ingreso que le permita organizarse mejor, ni a corto plazo con sus gastos fijos, ni a largo plazo: no se puede imaginar asumir un compromiso y arriesgarse a generar una deuda que no cree poder pagar.



▶ **Arquetipo 2: los que hacen de todo para generar estabilidad**

- 42 años de edad en promedio
- Vive con su pareja e hijos menores.
- Vive de realizar un oficio.
- Desea una vivienda más confortable.
- Tuvo malas experiencias con el IESS.
- Accede al sistema público de salud.

### ¿Cuáles son sus principales características?

- **Ocupación:** es costurera y hace muchos años tiene montado un precario taller textil dentro de su casa. Su esposo también es trabajador informal, pero tiene un trabajo más estable. El taller lo lleva adelante sola, pero los hijos y el marido colaboran con el trabajo cuando llegan pedidos especiales. Trabaja para un cliente fijo que gentilmente le adelanta dinero cuando escasea. La rutina laboral arranca muy temprano y es muy exigente, por lo que debe cumplir los horarios autofijados. Ocuparse de su hogar y del taller le lleva el día entero y termina bastante cansada cada jornada. No tiene muchas pretensiones, solamente aumentar un poco sus ingresos, ya que sabe que hay mucha competencia de precios en su rubro.
- **Vive con su esposo y sus tres hijos menores, uno ya casi adolescente.** Su vivienda es una casa de paja prestada por unos conocidos, que espera poder mejorar cuando haya más ingresos (muchas goteras). Pasa mucho tiempo en familia, no tiene tantos amigos, sino solo algunos conocidos del barrio.
- **Actividades y ocio:** le gusta quedarse en su casa descansando, visitar a la mamá y pasar tiempo con ella, ir al malecón.
- **Necesidades no satisfechas:** una vivienda más confortable, con techo, paredes y suelo rígido que «soporten las lluvias». A veces escasea el alimento, pero se las ingenian para que nunca falte una comida, y a veces reciben ayudas de buenos vecinos.

### ¿Cómo pueden conectar con el IESS?

- **Motivaciones:** poder mejorar el hogar, dejarle algo más estable a sus hijos. Sostener el negocio y alcanzar cierta tranquilidad en la madurez. Es crítica con el IESS, pero se preocupa por la salud de sus hijos, ya que ha experimentado positivamente con un hijo que fue atendido por urgencia cuando su esposo estuvo asegurado temporariamente. Aspira aprender nociones básicas impositivas y de finanzas para evitar pasos en falso y prever cualquier inconveniente. Quiere aprender cómo acceder a pequeños préstamos para mejorar el hogar y la maquinaria.
- **Principales objetivos:** establecer el negocio, lograr estabilidad económica con el taller, aumentar las ganancias de sus negocios y mejorar la maquinaria. Busca mejorar el hogar por uno menos precario y que sea propio. Dejarle algo a sus hijos como herencia (una vivienda, su negocio, fondos).
- **Barreras:** un costo demasiado elevado para la mala atención que se conoce brinda el IESS (medicina vencida, citas o turnos hasta luego de tres meses o más). La mala experiencia de sus padres le hace desconfiar de la efectividad de estar afiliada al IESS, pero tuvo buena experiencia con sus hijos. Tiene una percepción «aceptable» del sistema de salud público, y mientras no pueda pagar un seguro privado se atenderá allí.



▶ **Arquetipo 3: los micro emprendedores que buscan crecer**

- 35 años de edad en promedio
- Tuvo empleos formales.
- Divorciada, vive con sus hijos.
- Carece de tiempo para capacitarse y pasar tiempo en familia.
- Quiere crecer profesionalmente.
- Su sueño es tener una casa propia.
- Percibe poco valor en el IESS.

### ¿Cuáles son sus principales características?

- **Ocupación:** tuvo una experiencia con la formalidad en un empleo que mantuvo dos años hasta que fue despedida en 2017. Desde entonces ha trabajado como secretaria, limpiando casas o cuidando mayores. Desde que se separó de su pareja, empezó por necesidad a preparar alimentos en su casa para vender. Ahora trabaja en su propio emprendimiento de cocina y pastelería, lo hace en su domicilio de forma autónoma y generalmente sin ayuda. Su negocio fue creciendo gracias a vecinos y comercios del barrio, y ahora cuenta con clientes establecidos, otros referidos, y atiende eventos en ciertas ocasiones. Pocas veces recibe ayuda de su mamá cuando necesita entregar pedidos grandes. Se fue incorporando en esta ocupación y ahora busca mejorar el negocio. Quiere capacitarse a través de videos o buscando recetas en internet, pero carece de tiempo suficiente para hacerlo continuamente.
- **Vive con sus hijos.** Está divorciada. Su expareja también trabaja informalmente y colabora en la satisfacción de algunas necesidades del hogar, como la compra de alimentos y la educación de los hijos. El resto de gastos del hogar los asume ella.
- **Actividades y ocio:** sobre todo con sus hijos, le gusta pasar tiempo al aire libre, hacer paseos a centros comerciales, comer pizza en algún restaurante. También visitar a familiares, e ir a los valles cercanos a su domicilio. Además, le gusta salir al centro urbano con amigas a merendar o almorzar cuando hay tiempo.
- **Necesidades no satisfechas:** requiere tiempo para poder organizarse en su casa, para estudiar y capacitarse, para pasar con su hija. No obstante, elige estar ocupada. Le falta capital para ampliar su negocio (mejorar algunas herramientas de cocina).

### ¿Cómo pueden conectar con el IESS?

- **Motivaciones:** busca desarrollar su bienestar, crecer profesionalmente y personalmente. Tiene ambiciones limitadas sin ser tan básicas: quiere mejorar su casa, hacer ampliaciones. Quiere abrir su propia tienda física, sueña con abrir un café y ofrecer allí su pastelería. Busca generar ingresos estables con su negocio y piensa en la seguridad que eso va a darle a su futuro. Tiene interés por aprender cómo administrar su patrimonio, cómo empujar su negocio y potenciarse a su escala.
- **Principal objetivo:** quiere cumplir el sueño de una casa propia o hacer expansiones del hogar o negocio. Necesita apoyo enfocado en emprendimientos pequeños como el suyo. También saber que sus esfuerzos tienen su fruto.
- **Barreras:** percibe escaso valor en la afiliación al IESS, tiene mala percepción del servicio de salud (mala atención, falta de turnos); siente que un seguro privado económico puede dejarla más tranquila en temas de salud porque no confía en la respuesta del seguro social y tampoco en la salud pública. Desconfía porque tiene una representación negativa del IESS, y cree entender dónde está fallando a los afiliados. La falta de estabilidad económica no le permite afiliarse a un monto inflexible tan alto como trabajadora independiente, solicita una afiliación para emprendedores que buscan ingresar al sistema y beneficiarse (en su caso, financieramente, sobre todo) de estar afiliada. Le interesa la medicina natural y homeopática, pero sabe que el IESS no cubre ese tipo de enfoque de la salud.



▶ **Arquetipo 4: los independientes que quieren disfrutar**

- 55 años de edad en promedio
- Tiene pareja e hijos universitarios.
- Desea dedicar más tiempo al ocio.
- Le preocupa la inestabilidad del país.
- Quiero mantener segura a su familia en contextos desfavorables.
- Desea reducir la carga laboral.
- No ve valor en el IESS.

### ¿Cuáles son sus principales características?

- **Ocupación:** fue docente unos años, y después de ser despedido, volvió a ejercer independientemente su profesión de abogado. Tiene su propia oficina privada en el centro de Quito. Le gustaba ejercer la docencia, pero siempre se preguntaba cómo sería ejercer y aprovechó la oportunidad. Tuvo el capital para cumplir ese anhelo, ya que su salario le permitió generar ahorros y aprovechó para invertir en su profesión. Por ahora se maneja con pocos clientes, mayormente referidos. Pasa mucho tiempo en la calle y comunicándose a través del celular.
- **Vive con su pareja y una de sus hijas,** la más pequeña, de 22 años, que estudia en la universidad. Su hija mayor, de 25, ya se casó y se fue a vivir a Estados Unidos, donde estudia y trabaja; la extraña pero cree que allá está mejor. Tiene una casa comfortable que ha podido acondicionar a su gusto y con su capacidad económica más estable y alta.
- **Actividades y ocio:** pasar tiempo con amigos en el club, jugar al tenis, salir a comer en familia, visitar matrimonios amigos y disfrutar de cenas en casa, salir al centro a pasear.
- **Necesidades no satisfechas:** tranquilidad, seguridad. Le gustaría sentir que todo lo que le costó armar y tener no se pone en juego por la inestabilidad que se vive en el país. Tal vez piensa irse a vivir a Estados Unidos, porque tiene la posibilidad de hacerlo, aunque no es su primera opción.

### ¿Cómo pueden conectar con el IESS?

- **Motivaciones:** velar por el interés de sus hijos, su futuro, su seguridad. Poder retirarse y disfrutar de los años que estuvo trabajando, sin la preocupación de generar más ingresos. Proteger la salud de toda la familia, sobre todo en el contexto de pandemia.
- **Principal objetivo:** invertir en su futuro para estar más tranquilo, e ir disminuyendo la carga el trabajo. Poder vivir de un arriendo. Ocuparse financieramente de la educación de sus hijos.
- **Barreras:** no tiene confianza en el IESS. Siente que perdió su credibilidad por la mala administración que ha recibido. Está más informado y es crítico, sabe en qué funciones falla la institución frente a los objetivos que tiene. La evidencia dice que no puede contar con jubilarse a través de sus aportes. Considera que son demasiados años de aportación para no tener certezas de si van o no a recibir los beneficios ofrecidos por la institución. Además, en su opinión, el costo es elevado. En salud, cree que el IESS no responde, que se trata mal a los afiliados, y que ni en emergencia atienden eficazmente. Prefiere invertir en un seguro privado de salud que sea ágil y le dé la certeza de una atención efectiva. Tiene acceso a la banca tradicional y también invierte su dinero pensando en retirarse a futuro.

## ► **CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA DE SENSIBILIZACIÓN**

---

Concienciar a un público acerca de algún tema puede ser crucial a la hora de crear un ambiente en el que el cambio es posible. Sensibilizar es un paso necesario para el cambio social, pero, para hacer un cambio real, una campaña tiene que proponer al público una acción concreta en la que pueda participar activamente.

Incluir elementos de motivación y sensibilización en una campaña invita a pensar a un grupo o comunidad sobre un problema y cómo pueden contribuir, o qué efectos puede tener este problema en su vida.

El concepto es un mensaje de encuentro, un punto en común que intenta construir un vínculo emocional con los distintos arquetipos y apelar a un mensaje positivo de encuentro. Que permita a las personas sentir que son parte de algo que los excede, que les da un propósito dentro de todo un engranaje social, donde ellos son tanto protagonistas como beneficiarios del mensaje que se les está dando.

### **1. Grupo objetivo**

#### ► **¿Qué aprendimos de las personas y su comportamiento en los medios?**

En consumo de medios, son bastante tradicionales. Los periódicos de consulta que más consumen son El Comercio y El Universo. En menor proporción, mencionaron otros medios alternativos como La Posta, sobre todo en los arquetipos más informados y educados (3 y 4).

Sobre medios digitales, todos los entrevistados en los distintos arquetipos **son muy conscientes de la existencia de las noticias falsas que circulan en plataformas como Facebook y WhatsApp**. Saben que es importante chequear fuentes para dejar de circular información tergiversada o falsa.

**Facebook es la red social por antonomasia**. La digitalización todavía es incipiente en estos segmentos, fundamentalmente en los arquetipos 1 y 2, y es allí donde se encuentran sus contactos cercanos, donde aún se sienten cómodos. Participan de grupos, y en compra-venta en Marketplace, y es en la única red donde son realmente activos.

**Instagram es incipiente**, genera cierta falta de interés para los más adultos. Facebook reúne hoy mucho de lo que se encuentra aquí, pero la curiosidad (qué pasa con sus contactos, en menor porcentaje, validar ciertas noticias, o información de fuentes confiables) los trae a esta red.

**Twitter es la menos mencionada**, y quienes lo mencionan son aquellos que cuestionan aún más la veracidad de las noticias, o la polarización que existe en los medios de comunicación hegemónicos (los segmentos más informados). También lo hacen para profundizar en información sobre ciertos tópicos de interés, y para leer conversaciones de la gente (pulso social).

A continuación, se muestran los cuatro arquetipos diseñados, teniendo en cuenta el consumo de medios que hacen. Estos perfiles se diseñaron con la información obtenida en la investigación de campo, y, por lo tanto, nos arrojan pistas de la estrategia de medios a utilizar para lanzar la campaña de sensibilización.



### ► Arquetipo 1: los que viven al día con chauchas

- 46 años de edad en promedio
- Vive con su esposa e hijos.
- Vive de «chauchas».
- Es poco crítico del IESS, tiene aspiración de alcanzar protección.
- Desea alcanzar estabilidad económica.
- No puede asumir una cuota mensual fija de afiliación.

## Medios de comunicación

- ▶ Redes sociales: principalmente Facebook para enterarse de sus familiares y amigos, para ver noticias de medios oficiales. Sabe que es un canal que puede servir para potenciar sus ingresos, pero pasa aún poco tiempo en este ecosistema porque ocupa buena parte del mismo, caminando en la calle.
- ▶ Periódicos: El Comercio y El Universo, que son considerados los más tradicionales por su trayectoria. No los compra, sino que mira noticias a través de Facebook. No mira noticias de medios no confiables porque tiene temor por la falsa información que abunda en redes. Ocasionalmente lee El Metro.
- ▶ Televisión: mira televisión abierta: RTS Noticias de la Mañana. Tiene poco alcance a los canales abiertos desde su propiedad.
- ▶ Radio: HCJB

## Digitalización

- ▶ Grado de digitalización: 20 por ciento, que es muy bajo. Tiene conexión a internet en su hogar, producto de la pandemia, para dar acceso a las clases digitales de los hijos.
- ▶ Pantallas en el hogar: televisión y celular. Con la pandemia estuvo viendo cómo adquirir una computadora para las clases digitales de sus hijos, pero no alcanza a reunir el dinero todavía.
- ▶ Mayor uso: celular, tiene el personal y uno para las clases de sus hijos.
- ▶ Usos y comportamientos: mira noticias, actualizaciones de familiares, pasa poco tiempo conectado.
- ▶ Laboralmente: contacta a sus clientes por WhatsApp, mira Marketplace para entrar en grupos de compra-venta y publicar sus productos y servicios. Es un nuevo comportamiento que empezó a adquirir junto a su digitalización; de forma incipiente está comenzando a experimentar los espacios más informales y populares, que aprovecha para potenciar su negocio digitalmente.



► **Arquetipo 2: los que hacen de todo para generar estabilidad**

- 42 años de edad en promedio
- Vive con su pareja e hijos menores.
- Vive de realizar un oficio.
- Desea una vivienda más confortable.
- Tuvo malas experiencias con el IESS.
- Accede al sistema público de salud.

## Medios de comunicación

- ▶ Redes sociales: sobre todo Facebook, pero ni siquiera mira noticias. No consume noticias fuera de los medios conocidos, salvo pocas veces en Instagram, pero de fuentes oficiales.
- ▶ Periódicos: los consume a través de Facebook, y principalmente El Comercio, El Universo y El Extra.
- ▶ Televisión: por la mañana para empezar el día informada, mira noticieros en horario de 07:00 a 08:00, como 24 Horas y La Noticia. Mientras trabaja se pone contenidos de fondo de programas como Manos a la obra, y El Noticiero. Los canales que mira son Teleamazonas y Ecuavisa.
- ▶ Radio: no consume medios radiales.

## Digitalización

- ▶ Grado de digitalización: 40 por ciento, que es bajo. Tiene internet hace aproximadamente dos años, y en el contexto de la pandemia se vio forzado a ampliar su acceso y consumo digital. Recibió en préstamo una computadora para la educación digital de sus hijos.
- ▶ Pantallas en el hogar: televisión, solía tener por cable, pero por el costo, canceló el servicio en la pandemia. La pareja compró un dispositivo llamado VOX para poder descargar canales y ver la programación que se ofrece por cable.
- ▶ Mayor uso: televisión y celular (fundamentalmente WhatsApp).
- ▶ Usos y comportamientos: mira videos, programas de televisión y películas con sus hijos (YouTube, Facebook, Watch Party). Utiliza WhatsApp para comunicarse con la familia y es el medio para recibir pedidos de algunos clientes de fuera de su jurisdicción, o que son derivados de conocidos o familiares.
- ▶ Laboralmente: le sirve para recibir pedidos de clientes, y para comunicarles cuando están listos para ser retirados, nada más.



▶ **Arquetipo 3: los micro emprendedores que buscan crecer**

- 35 años de edad en promedio
- Tuvo empleos formales.
- Divorciada, vive con sus hijos.
- Carece de tiempo para capacitarse y pasar tiempo en familia.
- Quiere crecer profesionalmente.
- Su sueño es tener una casa propia.
- Percibe poco valor en el IESS.

## Medios de comunicación

- Redes sociales: principalmente Facebook para ver información de los medios tradicionales (periódicos tradicionales, titulares de noticias, Marketplace para ofrecer su trabajo), googlea información relacionada con su trabajo, investiga, busca recetas nuevas para preparar. Utiliza Instagram para ver fotos de familiares y amigos, o información de cocina de personas que sigue. Usa Twitter para ver algunas noticias o tópicos.
- Periódicos: no compra en papel, lee digitalmente pocas noticias al día porque se repiten y es agotador. Revisa El Comercio y El Universo, pero sabe que son tendenciosos. También ve La Posta (medio independiente digital), porque considera que es menos amarillista. A veces busca noticias en Twitter sin sesgo ideológico o político.
- Televisión: no mira casi nada, solo noticieros como Televistazo, El Noticiero (programas), y 24 Horas a veces.
- Radio: no consume medios radiales.

## Digitalización

- Grado de digitalización: 50 por ciento, que es medio. Hace ya unos cinco años tiene internet en su domicilio y mantuvo el hábito al separarse, a pesar de que sea bastante costoso. Lo empezó a usar mucho para su trabajo, ya que le sirve para conectar con posibles clientes y capacitarse. Lo usa con límites (sin exceso de pantalla).
- Pantallas en el hogar: televisión abierta (el cable lo mira por YouTube), computadora y celular. La computadora se volvió necesaria por la pandemia, entre otras cosas, para que sus hijos puedan consumir algunos contenidos.
- Mayor uso: celular, para contactar con la familia, conectar con clientes, e informarse.
- Usos y comportamientos: no mira muchas noticias para no saturarse de negatividad. A veces busca videos divertidos y recetas, principalmente en YouTube y Netflix.
- Laboralmente revisa páginas especializadas que le interesan por su negocio, para aprender. Busca instituciones para poder capacitarse, ya sea presencial o digitalmente.



▶ **Arquetipo 4: los independientes que quieren disfrutar**

- 55 años de edad en promedio
- Tiene pareja e hijos universitarios.
- Desea dedicar más tiempo al ocio.
- Le preocupa la inestabilidad del país.
- Quiero mantener segura a su familia en contextos desfavorables.
- Desea reducir la carga laboral.
- No ve valor en el IESS.

## Medios de comunicación

- ▶ Redes sociales: Facebook para ver qué pasa con sus contactos, revisar fotos, historias y videos. También para ver titulares de noticias, aunque prefiere no mirar nada desde allí porque circulan falsas noticias. Utiliza Twitter para leer algunas noticias. Los contenidos de interés están relacionados con el ejercicio del derecho, *coaching* y viajes.
- ▶ Periódicos: El Comercio, El Universo, y en buena medida, La Posta. También El Telégrafo, BBC en español y, a veces, CNN, pero es más sesgado.
- ▶ Televisión: Ecuavisa, principalmente para mirar noticias. También, aunque menos, Teleamazonas.
- ▶ Radio: cuando está conduciendo el vehículo, escucha Radio Visión, en especial el programa Noticiero Mañanero.

## Digitalización

- ▶ Grado de digitalización: 60 por ciento, que es medio alto. Tiene internet desde hace diez años, principalmente impulsado por su trabajo anterior que le demandaba tareas digitales (reuniones en Zoom, correo electrónico, manejo de programas), pero en sus actividades personales es más analógico (prefiere salir al aire libre, los deportes y paseos). No se considera tan digital (fue por necesidad y por seguir las tendencias). No obstante, le gustan las redes sociales para conectar con amigos y familiares, pero no le agrada publicar contenido. Disfruta del entretenimiento digital (cine y música).
- ▶ Pantallas en el hogar: televisión, computadora tipo *laptop* y celular.
- ▶ Mayor uso: el celular y la computadora. No obstante que pasa mucho tiempo en la calle, contactando con clientes, la computadora es su herramienta para realizar el trabajo.
- ▶ Usos y comportamientos: mira series y películas, escucha música, se capacita, conecta con conocidos y familia. Lee noticias. Utiliza Spotify y Netflix.
- ▶ Laboralmente: ahora lo usa para impulsar su negocio, conectar con personas, capacitarse para fortalecer su profesión. Se vincula a redes sociales laborales, también Marketplace, y grupos de Facebook para contactar clientes de la ciudad, así experimenta los espacios más informales y populares, y aprovecha para potenciar su negocio digitalmente.

## 2. Concepto estratégico

El IESS se define como una entidad cuya organización y funcionamiento se fundamenta en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia. Un sistema que busca proteger al afiliado ante determinadas eventualidades que pueden suceder a lo largo de sus vidas. Es por ello que es fundamental que la población de trabajadores independientes se afilie al IESS para estar protegida hoy y mañana, asegurando además la sostenibilidad de la seguridad social para las próximas generaciones.

A la vista de lo anterior, y analizando los comportamientos y motivaciones del público objetivo, se detecta que el concepto de solidaridad es una idea que está muy presente en las personas. Sin embargo, los entrevistados se sienten interpelados ante una solidaridad que es próxima y cercana a su radio de acción. Una solidaridad a la que le puedan poner cara y que ponga un significado y valor a su contribución. Es aquí donde reside una oportunidad para anclar la estrategia de sensibilización: se propone dar la vuelta al concepto de solidaridad que el IESS tiene en su ADN como organización y que el contexto del COVID-19 potenció, premiando acciones que buscaban ser solidarias con personas, establecimientos y/o causas.

Los ecuatorianos son solidarios y se sienten interpelados ante una solidaridad que sienten próxima y cercana a su radio de acción. Sin importar si el beneficiario es un familiar, un vecino o una persona del barrio, se observa que los ecuatorianos son solidarios siempre y cuando sientan que la causa es cercana. Dicha identificación con el otro, trae un efecto multiplicador en cadena, que les hace darse cuenta de que cualquier esfuerzo cuenta, y que su aporte sirve de ayuda para aquellas personas que necesitan de su contribución.

Por ello, se recomienda la elaboración de un concepto comunicacional paraguas que transmita este mensaje, por ejemplo, como la siguiente frase:

- **Por todas aquellas personas que conoces y muchos otros que hoy te necesitan sin que tú lo sepas.**

Ayer por Grace, dueña de la tienda cerca de la casa donde creciste.

Hoy por Manuel, el taxista que te enseñó a montar en bicicleta.

Mañana por Víctor, el plomero de tu padre hace más de 30 años.

**Para ti, para todos:  
tu aporte se siente cerca.**

---

Por consiguiente, se va a trabajar sobre un concepto comunicacional paraguas que tiene la función esencial de ser la base estructural y pilar de la campaña de sensibilización, en todas las piezas y materiales que forman la estrategia.

Se considera como prioridad, a partir de los resultados de la caracterización del grupo objetivo o audiencia, establecer un vínculo emocional con los distintos arquetipos, y apelar a un mensaje positivo de encuentro, que dé la sensación a las personas de que son parte de algo que les excede, que les da un propósito dentro de todo un engranaje social, donde ellos son tanto protagonistas como beneficiarios del mensaje que se les está dando.

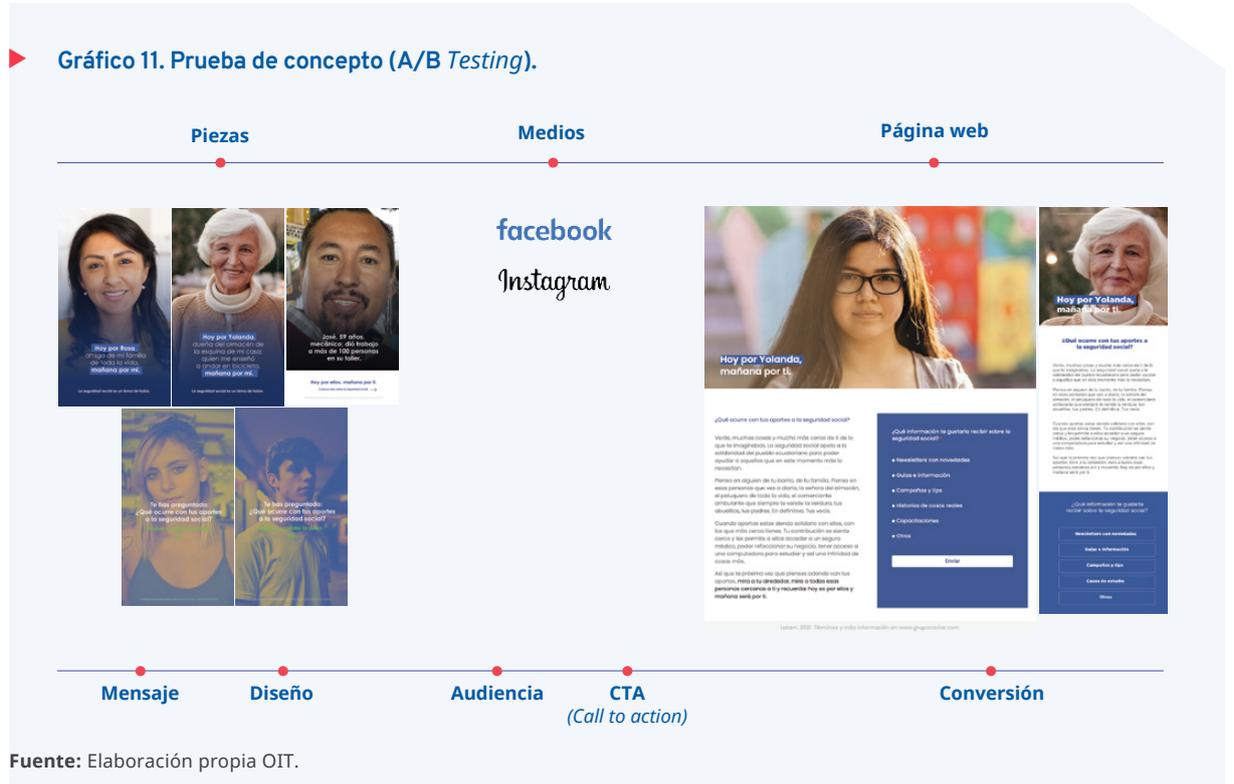
**2.1. Prueba de concepto (A/B Testing)**

Con el objetivo de poner a prueba y validar el concepto estratégico anteriormente presentado, se ha realizado pruebas de concepto, es decir, experimentos con el fin de testear ciertos mensajes con los distintos públicos objetivo, de tal forma que sirva para comprender si los mensajes logran su cometido a nivel comunicacional.

El proceso de este experimento ha sido la realización de una campaña *online* A/B test en un grupo reducido a través de redes sociales, la cual dejó unos resultados de más de 140 000 personas que vieron alguno de los anuncios con CPC (costo por clic), lo que es muy óptimo.

De esta forma, se han probado diferentes combinaciones, con diferentes audiencias, mensajes, fotografías y llamados a la acción. Se han capturado resultados y medido el impacto de cada una de las variantes, y, por último, se analizaron hallazgos u oportunidades que permitieron validar el concepto estratégico propuesto.

En definitiva, el objetivo era conocer qué mensajes generan más impacto en qué tipo de audiencia, qué «llamado a la acción» invita más a hacer clic y qué incentivo o contenido genera mayor conversión.



Para llevar a cabo estas pruebas se han realizado las siguientes acciones.

### **Creación y diseño de diferentes piezas creativas**

Se diseñaron tres tipos de ejemplos creativos para conectar con las diferentes audiencias y se probaron distintos mensajes que permitieran validar cómo reaccionaba cada uno de ellos. En cada mensaje se combinaron diferentes cuestiones de diseño y formatos.

Los mensajes probados fueron los siguientes.

- Mensaje 1. Hoy por (nombre), mañana por mí.
- Mensaje 2. Hoy por ellos, mañana por ti.
- Mensaje 3. ¿Qué ocurre con tus aportes?

### **Pauta de las piezas creativas en redes sociales**

Para probar los mensajes se pautaron las piezas creativas en Facebook e Instagram, en todo el territorio ecuatoriano, con especial énfasis en la variedad de edades.

De esta forma, se crearon dos tipos de audiencias: la **Audiencia A**, conformada por jóvenes de 20 a 34 años, y la **Audiencia B**, conformada por adultos de 35 a 55 años.

### **Creación de una página web como destino final**

Como variable de cierre del test, se ha diseñado una página web con información ampliada sobre la seguridad social y un formulario para que el usuario decida qué cuestiones le aportarían más valor a la hora de recibir contenidos sobre la temática. Las variables que se midieron son:

- novedades;
- guías e información;
- campañas y consejos;
- historias de casos reales, y
- capacitaciones.

### **¿Qué se midió y qué resultados se obtuvieron?**

En cada una de las acciones se han medido las variables mencionadas y organizadas de la siguiente manera.

- **Mensaje:** qué mensajes generan más impacto en la audiencia.
- **Audiencia:** qué perfiles generan mejor impacto en el público.
- **Call to action:** qué llamada a la acción genera mejor impacto y mayor número de clics.
- **Conversión:** qué incentivo o contenido genera mejor impacto para que hagan clic.

Con estas cuatro métricas en consideración, los resultados del experimento fueron los siguientes<sup>13</sup>.

---

13. Cabe aclarar que en los experimentos no se ha contado con una afiliación a una organización o marca, ni tampoco un incentivo concreto para con los usuarios que participaron en el testeo. Estas cuestiones seguramente mejoren los resultados obtenidos en una campaña real.

► Los mensajes en primera persona tienen mejor impacto en comparación con los mensajes generales en tercera persona.

► Esto permite ver que aquellas ejecuciones creativas que interpelen a la audiencia de forma directa y por medio de una historia real tendrán mayor impacto y llegada con el público objetivo.

► El público adulto consume mayormente medios *offline*, esto queda demostrado por la mayor participación del segmento joven, tanto en términos de alcance como en porcentaje de interacción, con las piezas y los mensajes creativos.

► Si bien la campaña ha sido probada en espacios digitales, los cuales son más afines a un público joven, se puede confirmar la necesidad de estar presente en medios más *offline* de cara a poder llegar a los segmentos menos digitales, tal y como la investigación cualitativa reflejaba.

► Gráfico 12. ¿Qué se midió y qué resultados se obtuvieron?



**Hoy por x,  
mañana por mí.**

**Alcance: 54 400  
Clics: 208**

**Hoy por ellos,  
mañana por ti.**

**Alcance: 98 869  
Clics: 1 210**



**¿Qué ocurre con  
tus aportes?**

**Alcance: 23 878  
Clics: 97**

Fuente: Elaboración propia OIT.

► Gráfico 13. Anuncio que fue utilizado en el experimento.

Te has preguntado:  
¿Qué ocurre con tus aportes  
a la seguridad social?

Desliza y quítate la duda.



\* Investigación de mercado de índole privada realizada por Caviar, Agencia I+D+I Latinoamérica.

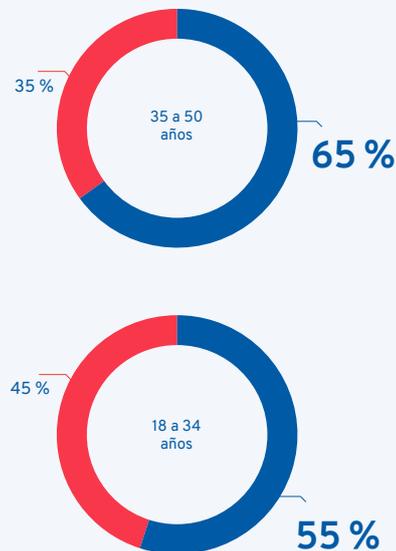
▶ Sin importar la edad, los hombres se han mostrado más interesados por la temática de la seguridad social que las mujeres.

▶ Si bien la campaña ha sido probada en espacios digitales, los cuales son más afines a un público joven, se puede confirmar la necesidad de estar presente en medios más offline de cara a poder llegar a los segmentos menos digitales, tal y como la investigación cualitativa reflejaba.

▶ Las piezas creativas que contenían un llamado a la acción (CTA), que invitaban a las personas a saber más sobre la seguridad social, dieron mejores resultados que aquellas piezas publicitarias que no lo contenían.

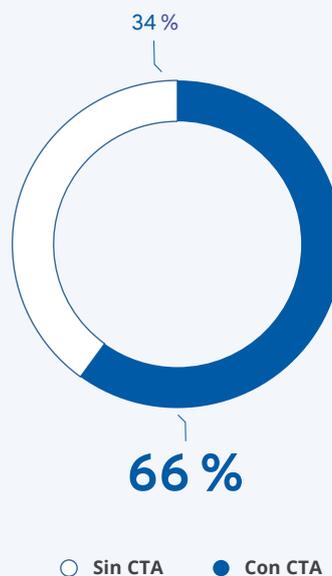
▶ Esto prueba el interés por parte de la población de recibir mayor información sobre la temática, volviéndose clave trabajar con mensajes simples e información clara y accesible para todas las personas.

▶ Gráfico 14. Resultados de interacción por edad.



Fuente: Elaboración propia OIT.

▶ Gráfico 15. Resultados de uso de CTA.



Fuente: Elaboración propia OIT.

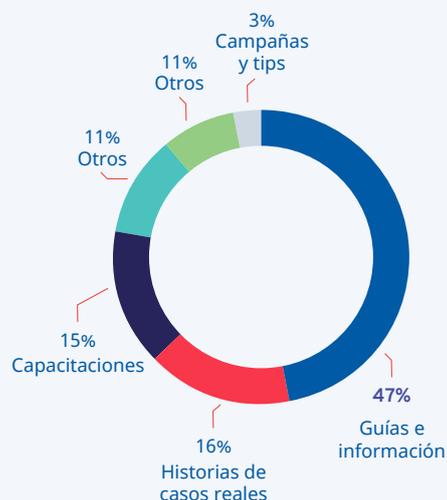
► Las personas quieren saber más sobre guías e información acerca de la seguridad social, sobre historias reales de personas similares a ellos, y sobre capacitaciones que permitan potenciar sus habilidades.

► Es relevante destacar la baja preferencia por parte de los usuarios a querer recibir emails con novedades o campañas con información no relevante para ellos. Este punto se vuelve clave a la hora del diseño de la estrategia que conecte con los usuarios, para que se sientan los protagonistas de la misma.

► Las zonas geográficas donde mejor repercusión tuvo la campaña fueron Guayaquil, Quito y Cuenca.

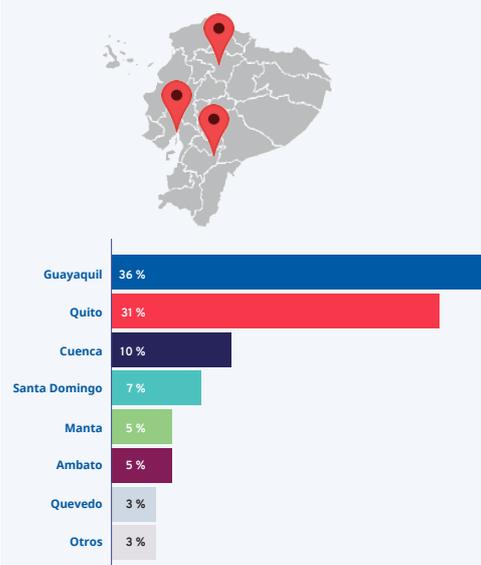
► Se puede confirmar que los experimentos han dado muy buenos resultados preliminares, logrando llamar la atención del público objetivo en las ciudades de mayor población, donde despertaron el interés por querer saber más.

► Gráfico 16. Distribución de clics en CTA.



Fuente: Elaboración propia OIT.

► Gráfico 17. Distribución geográfica de los usuarios



Fuente: Elaboración propia OIT.

### ► 3. Tono de comunicación

A la hora de plantear cómo debe ser la comunicación, es muy importante no solo definir qué se va a decir, sino, sobre todo, cómo se va a decir, para que impacte positivamente en la audiencia y se logre el objetivo marcado. Por este motivo, y a la vista de las características establecidas para los distintos arquetipos, es importante tener en cuenta las siguientes recomendaciones.

- **El mensaje debe ser simple.**

La campaña debe usar un lenguaje accesible para todos los públicos objetivo y, a su vez, directo y específico en lo que se va a comunicar.

- **El tono debe ser informativo y cálido.**

Es fundamental conseguir que los mensajes se perciban cercanos para romper el imaginario de que las instituciones públicas «no hablan mi idioma» o «lo hacen todo difícil».

- **Crear una campaña personalizada por medio de historias reales.**

Recomendamos usar un tono emocional, pero basado en las necesidades y motivaciones puntuales de las personas para captar la atención y el interés. De esta forma, y usando como guía al concepto general, recomendamos personalizar los mensajes en función de los distintos arquetipos para que les resulten relevantes a cada uno.

### ► 4. Plataformas y medios

A nivel de plataformas y medios de comunicación, y en función de las oportunidades detectadas a lo largo de las diferentes instancias de la caracterización cualitativa, sumado a los resultados de los experimentos de prueba de conceptos y mensajes, se recomienda distribuir la comunicación tanto en medios tradicionales como medios o plataformas en línea.

El público objetivo se encuentra distribuido en diferentes medios según sus características, algunos con mayor acceso y mostrando más comportamientos digitales que otros; aunque todos los arquetipos, en mayor o menor medida, están presentes en el mundo digital, consumiendo contenidos, tanto en medios en línea como en plataformas, principalmente en redes sociales.

Por lo cual, la estrategia recomendada es accionar todo tipo de comunicación en los medios y plataformas sociales en línea, a través de contenidos que promuevan la interacción y participación activa de las audiencias.

Otra recomendación es que la difusión de los contenidos y acciones allí realizadas se complementen con esfuerzos comunicacionales producidos para el ecosistema de medios tradicionales, debido a que el público objetivo sigue consumiendo este tipo de medios con habitualidad.

Según el objetivo de cada campaña, y el o los conceptos comunicacionales específicos, una de las claves será la realización de campañas micro segmentadas, para lograr identificación, empatía y participación de los distintos arquetipos, al combinar las variables que permitan presentar el mensaje indicado, a la persona indicada, en el momento indicado.

De esta forma, se podrá capitalizar la versatilidad del concepto y la estrategia, en función de los diferentes arquetipos y objetivos particulares para cada grupo.

### ► **5. Rol de medios, cobertura y alcance**

Se ha demostrado, a través de la caracterización, que los arquetipos tienen diferentes tipos de percepción acerca del IESS. Si bien todos conocen a la institución y poseen algún tipo de información formal e informal, la valoración es más alta en los arquetipos 1 y 2, y por el contrario no tan bien percibido o valorado entre los arquetipos 3 y 4.

Por eso se recomienda, a nivel de medios, enfocarse no solo en la creación y desarrollo de distintos contenidos, sino que los mismos sean ubicados de forma estratégica para los diferentes medios, con el fin de llegar a los distintos arquetipos con mensajes particulares para cada grupo. Así se logrará que los esfuerzos comunicacionales tengan una cobertura y alcance segmentado por cada arquetipo a lo largo del tiempo, y no de una sola vez. La idea es interpelar al público objetivo con incentivos que resulten de valor para cada grupo, no solo por el mensaje, sino también por el medio y el formato usado con ese fin.

Sobre el rol particular de cada medio, se recomienda evaluar el contexto y el objetivo particular de cada campaña o mensaje que se desee difundir.

Para esto, se plantea la siguiente distribución mixta de medios, organizados en dos aspectos.

- **Medios principales**

Aquellas plataformas y medios donde se enfocará la implementación de la campaña o acción comunicacional.

- **Redes sociales:**

- Facebook;
- Instagram, y
- YouTube.

- **Tradicional:**

- Televisión;
- Radio;
- Vía pública (vallas, pantallas led, tótems, murales, rótulos y afiches, así como también publicidad en transporte público y mobiliario urbano)
- Impresos (diarios, revistas, *flyers*, etc.).

- ▶ **Análisis comprensivo de la situación de los trabajadores independientes en Ecuador** y recomendaciones para extender su cobertura de seguridad social

- ▶ **Google Ad Network:**

- La red de búsqueda (Search Network): páginas de resultados de búsqueda de Google, otros sitios de Google como Maps y Shopping, y sitios de búsqueda que se asocian con Google para mostrar anuncios, y
- La red de *display* (Display Network): sitios de Google como YouTube, Blogger y Gmail, además de miles de sitios web asociados en internet.

- **Medios principales**

Aquellas plataformas y medios donde se amplificará la campaña o ciertos mensajes particulares.

- ▶ **Activaciones**

- ▶ **Influenciadores (personas reconocidas en las redes sociales)**

- ▶ **PR (acciones de prensa)**

Tanto, para los medios principales como para los medios complementarios, su rol dependerá del tipo de mensaje y objetivo particular de cada acción comunicacional.

Se recomienda establecer objetivos claros para cada campaña, siendo de crucial importancia, entender que el público objetivo hoy necesita reconectar e interesarse en los mensajes del IESS. Esto se comprende como la necesidad de seducir y captar la atención de los distintos arquetipos, usando mensajes que los interpelen desde sus diversas realidades, y que esos incentivos comunicacionales les generen interés, conexión y curiosidad por saber más.

En el siguiente cuadro se describen varias posibilidades de pautas que hoy se ofrecen en los medios principales y medios complementarios, y en los que se recomienda hacer foco e incluir en futuras tareas de planificación de medios, previo a la creación e implementación de una campaña de comunicación dirigida a estas audiencias.

► **Cuadro 43. Medios principales.**

Medios principales	Rol	Recomendación
<b>Redes sociales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>► Facebook</li> <li>► Instagram</li> <li>► YouTube</li> </ul>	Pauta y contenidos orgánicos, usando los diferentes formatos que estas plataformas permiten.	Campañas en redes sociales a usuarios del público objetivo, segmentadas por arquetipos e intereses.
<b>Tradicional</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>► Televisión</li> <li>► Radio</li> <li>► Vía pública y medios impresos</li> </ul>	Pauta de comerciales y cuñas radiales, además de pauta de publicidad no tradicional (auspicio o menciones especiales en programas o contenidos relevantes al público objetivo).	Campañas masivas de gran alcance geográfico para generar interés en mensajes especiales, que puedan ser recordados entre los arquetipos.
<b>Google Ad Network</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>► Google Adwords</li> <li>► Google Display Ads</li> </ul>	Pauta SEO en buscadores y anuncios, usando la red de anunciantes de Google en medios en línea masivos, como portales de noticias, música, deportes, actualidad, etc.	Campañas dirigidas a usuarios que navegan en línea en sus dispositivos de escritorio y móviles, segmentadas por los intereses detectados para cada arquetipo. Hay que tener presencia con mensajes y contenidos, en diferentes formatos, cuando las personas busquen información o estén visitando páginas o portales, donde se hable de temas relacionados, directa e indirectamente, con las prestaciones o actividades del IESS. Así se logrará mejor posicionamiento en los motores de búsqueda y presencia en línea en sitios relevantes para la audiencia.

**Fuente:** Elaboración propia OIT.

A continuación, se enuncia, a modo de recomendaciones generales, algunos criterios para el proceso de planificación y selección de los medios, cobertura y alcance.

Estas recomendaciones son pertinentes tanto para los medios principales como para los medios complementarios, y su análisis dependerá del tipo de campaña, mensaje y objetivo particular de cada acción comunicacional.

- **Alcance y cobertura:** analizar y crear un balance de la combinación de medios teniendo en cuenta el alcance de estos para cada arquetipo. Por ejemplo, basarse en datos de rating para televisión o radio, o de número de usuarios y alcance geográfico de una red social; inclusive tener en cuenta el porcentaje de acceso y digitalización de cada arquetipo a la hora de elegir formatos, en especial acciones comunicacionales a través de dispositivos móviles.
- **Actividad y frecuencia:** diseñar un plan de medios que comprenda un esquema de presencia y repetición de mensajes a mediano y largo plazo. Las campañas de corta duración no son tan recomendables, debido a que esta audiencia en particular necesita estar constantemente informada, para así captar su atención e interpellarla para lograr su acción.
- **Afinidad y coherencia:** elegir medios donde las personas de los diferentes arquetipos no solo tengan acceso, sino que tengan una presencia activa y constante. Analizar cuáles son los medios donde estos usuarios estén más activos, ya sea creando contenidos propios, replicando contenidos de terceros, o intercambiando opiniones y comentarios de forma recurrente, idealmente a diario. Se recomienda elegir medios que resulten no solo apropiados, sino coherentes con el mensaje a transmitir.

Adicionalmente, es importante que se tenga en cuenta los criterios principales y directrices sobre el tono y el estilo de comunicación del vocero de la campaña. El IESS tiene un tono formal, informativo y muchas veces técnico, que debe ser respetado en las campañas para dar legitimidad a los mensajes, y que no debería ser descuidado al momento de comunicar y de elegir los medios. El BIESS, por el contrario, en su última campaña, se ha permitido asignar a sus comunicaciones un tono más informal, fresco y no tan técnico, logrando de esta forma hablarles a distintos grupos etarios sobre sus servicios, de forma unificada y coherente.

Además de los ítems mencionados, la planificación de medios debe contemplar una segmentación geográfica para las cuatro localidades principales, que coinciden con la caracterización de los arquetipos y las pruebas de concepto. Esencialmente se debe pensar en los medios que tengan mayor alcance y cobertura a nivel de todo el territorio nacional, poniendo especial foco en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca y las zonas urbanas de la Costa y Amazonía, donde se registra la mayor población objetivo. No se debe descartar la contratación de medios locales en las zonas urbanas de las principales provincias del país, donde también se encuentra, en menor porcentaje, parte de la audiencia a la que deben impactar los mensajes y las campañas, pudiendo llegar a zonas donde el acceso o conexión a plataformas digitales puede resultar ineficaz. Por eso, se recomienda hacer uso de medios tradicionales, como la televisión y las frecuencias de radio AM y FM, como soporte para que los mensajes alcancen a los pobladores de esas zonas geográficas.

Es importante destacar que el IESS deberá usar sus propios medios, tanto digitales como analógicos, para impactar adecuadamente a los diferentes arquetipos, segmentando la información, para que resulte clara, sencilla y se brinde de forma concreta. En definitiva, debe ofrecerse una comunicación dirigida a responder inquietudes e intereses particulares de cada arquetipo.

El rol de medios, su cobertura y alcance debe ser revisado, validado y, en todo caso, reforzado, por el o los voceros de una eventual campaña dirigida a cualquiera de los cuatro arquetipos. Tarea en la cual se recomienda evaluar los recursos, plazos y presupuestos con los que se cuenta, así como el alcance deseado.

## ► 6. Ejemplos de creatividad

Para la creación de una campaña, se debe determinar por adelantado un conjunto de pasos a seguir por el vocero y la agencia encargada de producir e implementar los contenidos que formarán parte de la misma.

Previo a que la estrategia de sensibilización sea efectuada, se recomienda que sea contemplado un período a ser dedicado para las tareas de definición del objetivo comunicacional, planificación y creación del documento de brief de campaña, asignación de presupuestos, desarrollo de propuestas creativas, producción, y demás tareas que deberán ser estimadas y no pueden ser soslayadas.

A continuación, y para fines estrictamente ilustrativos, se proponen algunas ideas de contenidos creativos que toman como punto de partida el concepto estratégico propuesto en la estrategia de sensibilización, el mismo concepto que fue usado en los experimentos y pruebas de concepto.

Este ejercicio libre de creatividad intenta, a través de ideas, acciones y contenidos, explicar cómo se podría dar vida, en forma de mensajes o campaña, partiendo del concepto **Tu aporte se siente cerca**.

### **Comerciales para televisión**

Al ser uno de los medios más consumidos por los cuatro arquetipos, se propone la creación de una campaña de comerciales televisivos en los que se relate de una forma emotiva el concepto.

En estos videos, usando el recurso de viñetas, veremos y escucharemos a distintas personas que representan a cada uno de los arquetipos, que, a través de su relato, nos cuentan y reviven historias humanas, reales, sencillas; situaciones cotidianas en donde los televidentes puedan verse reflejados y sentirse parte de las historias, como si fueran propias.

El siguiente texto es una sugerencia de guion, donde se ejemplifica cómo sería uno de estos comerciales.

## “Para ti, para todos”

### **Sinopsis:**

En este comercial vemos una secuencia de viñetas que retratan imágenes cotidianas, auténticas, del quehacer de personas comunes de nuestra sociedad, que representan a cada uno de los arquetipos.

**Pieza:** comercial para televisión

**Duración:** 60 segundos

**Audiencia:** todos los arquetipos



### **Locución:**

Todos nos hemos preguntado: ¿qué ocurre con mis aportes a la seguridad social?; en serio, ¿qué ocurre cuando eres parte de algo tan grande?

En realidad, suceden muchas cosas. Muchas más de las que te imaginas. Y todas muy cerca de ti.

La seguridad social es la solidaridad de todos los ecuatorianos. Ayuda a todos aquellos que en este mismo momento más te necesitan. También a ti y tu familia.

Pero ahora quiero que pienses en alguien más, quizás en un familiar o un amigo de la infancia. Piensa en esas personas que ves a diario cuando vas a tu trabajo. Puede ser la veci de la tienda, tu peluquero de confianza, el plomero de tu edificio o el chofer del taxi. Piensa en tus abuelitos y en tus padres. Y ahora mira a tu lado, mira a tu pareja y a tus hijos. Mira tu reflejo en el espejo.

Cuando tú aportas, recibes tus beneficios, pero también estás siendo solidario con los que tienes más cerca de ti.

Tu aporte te permite acceder a la atención médica, a un seguro de desempleo o un préstamo para comprar tu primera vivienda, y muchas cosas más. Y lo mismo para todos ellos.

Así que, ahora, cuando te preguntes a dónde van tus aportes, es simple: solo mira a tu alrededor.

Por todas aquellas personas que conoces y tantos otros que hoy te agradecen sin que tú lo sepas.

Para ti, para todos.

Tu aporte se siente cerca.

## Cuñas radiales

Se recomienda la creación de una serie de comerciales radiales en los que un locutor cuenta historias reales, cotidianas, con ejemplos simples con los que los radioescuchas puedan sentirse interpelados, como si les estuviesen hablando a ellos.

## “Para ti, para todos”

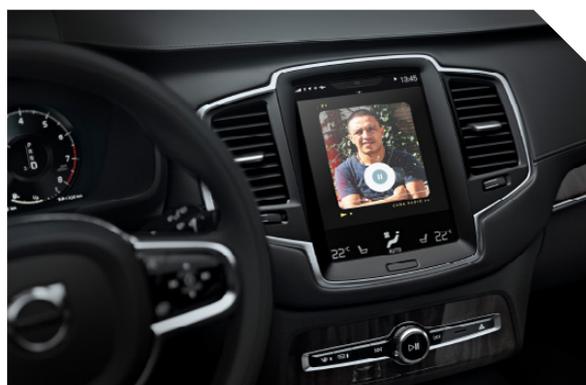
### Sinopsis:

En estos comerciales de radio escuchamos a un locutor relatar una situación donde observa a otras personas y nos cuenta quiénes son y cómo están relacionadas con los radioescuchas.

**Pieza:** comercial radial

**Duración:** 30 segundos

**Audiencia:** arquetipo 3 y 4



### Radio 1: Pedro, Mario y José

**Efecto de sonido:** se escucha el sonido de un local de venta de almuerzos ejecutivos de una ciudad. Se escucha también entrar y salir gente, pasar autos y buses, gente hablando de fondo, platos y cubiertos.

### Locutor:

¿Quieres saber a quién ayudas cuando aportas a la seguridad social?

Primero a ti, te beneficias porque te proteges ante cualquier contingencia de salud o económica.

Pero con tus aportes también beneficias a Pedro, Mario y José, tres emprendedores que van a lanzar un programa de radio por internet y que gracias a tu solidaridad van a acceder a un préstamo para acondicionar un estudio de grabación y cumplir su sueño.

Pedro, Mario y José están muy cerca de ti.

Los aportes que tú o ellos hacen a la seguridad social llegan a muchas más personas de las que se imaginan.

Así que si te preguntabas a dónde van tus aportes, es simple: solo mira a tu alrededor.

Aporta por todas aquellas personas que conoces y tantos otros que hoy te agradecen sin que tú lo sepas.

Para ti, para todos.

Tu aporte se siente cerca

### Radio 2: Marta

**Efecto de sonido:** se escucha el sonido de un típico barrio de ciudad, autos y buses, gente hablando de fondo, perros ladrando a lo lejos, niños jugando.

**Locutor:**

¿Quieres saber a quién ayudas cuando aportas a la seguridad social?

Con tus aportes te estás protegiendo a ti y tu familia. Pero también ayudas a Marta, esa mujer que está esperando en la parada del bus para ir al hospital a su primer control prenatal. Gracias a tu solidaridad, ella va a recibir atención médica durante todo su embarazo y cuando su hija nazca ella también estará protegida hasta los 18 años.

Cada aporte que haces a la seguridad social llega a muchas más personas de las que imaginas.

Así que si te preguntabas a dónde van tus aportes, es simple: solo mira a tu alrededor.

Por todas esas Martas, el chofer del bus o tus hijos. Por todas aquellas personas que conoces y tantos otros que hoy te agradecen sin que tú lo sepas.

Para ti, para todos.

Tu aporte se siente cerca.

## Videos en redes sociales

Proponemos la creación de una serie de cápsulas audiovisuales, donde personas reales que representen a cada uno de los cuatro arquetipos, cuenten historias propias acerca de cómo la seguridad social ayudó a alguien que ellos conocen.

En estos videos vamos a tener un abanico de testimonios, contados en tercera persona, que abarcan diferentes realidades, pero con algo en común, la seguridad social como elemento positivo que cambia vidas de las personas que tenemos cerca.

## “Para ti, para todos”

### Sinopsis:

En estas videocapsulas, vemos y escuchamos a una persona que relata un testimonio en tercera persona de alguien cercano al protagonista, que representa a cada uno de los arquetipos.

**Pieza:** videos redes sociales

**Duración:** 90 segundos

**Audiencia:** arquetipo 1 y 2



### Video 1: Hija

#### Locución protagonista:

Es difícil imaginar lo que es tener un hijo. Por lo menos eso me pasó a mí.

Me resultaba complicado hacerme a la idea.

Hasta que hace unos meses, Sandra me dijo que seríamos padres, y todo el mundo me cambió para siempre.

Sentí muchísima alegría, también nervios y hasta un poco de miedo, porque me di cuenta de que ahora eran dos personas que me necesitaban. Sandra y nuestra futura hija.

Y así, como mi hija tiene a su madre, ellas me tienen a mí, y aunque nunca antes lo había pensado, me di cuenta de que yo no estoy solo.

Tengo la protección de la seguridad social, pero, sobretodo, tengo cerca a millones de ecuatorianos que ni siquiera conozco, y que gracias a su solidaridad y sus aportes, hoy se convirtieron en algo así como los padrinos y madrinas de mi hija.

Ahora, Sandra y yo estamos tranquilos, porque ella y nuestra hija recibirán atención médica durante toda la maternidad. Como lo harán otros miles de parejas en todo el país, con el aporte que yo hago.

Hoy es para mí Sandra y mi hija. Mañana será para todos.

Así que ahora, cuando pienso a dónde van mis aportes, es simple; solo miro a mi alrededor.

Aporta por todas aquellas personas que conoces y tantos otros que hoy, como yo, te agradecen sin que tú te enteres.

Para ti, para todos.

Tu aporte se siente cerca.

## Video 2: Amiga

### Locución protagonista:

Laura siempre fue mi mejor amiga. Nos conocemos prácticamente desde que nacimos. No solo porque nacimos el mismo año, sino porque nuestros padres eran vecinos.

Todo lo que hicimos, lo hicimos juntas. Kindergarten, primaria y secundaria; y obvio todas las fiestas, juegos, cumpleaños, viajes, chismes, secretos, ¡todo!

Laura es la madrina de mi hija, y además es una gran profesional. Se convirtió en la médica de todos en mi casa: desde mis papis hasta mis hijos. Ella nos cuida a todos y siempre está dispuesta a darnos una mano. Es una más de la familia.

Hace una semana, y luego de años de mucho esfuerzo, Laura pidió un préstamo en el BIESS para comprar su primera vivienda. Yo, más que nadie, sé cuánto trabajo, dedicación y noches sin dormir tuvo.

Y si bien voy a echarla de menos porque se cambia de barrio, estoy feliz por ella.

Aunque Laura no lo sabe, mis aportes a la seguridad social y los de millones de compatriotas ayudan a que personas como ella sigan progresando y logren sus sueños.

Hoy mis aportes ayudan a mi amiga de la infancia. Mañana ayudarán a miles de personas más.

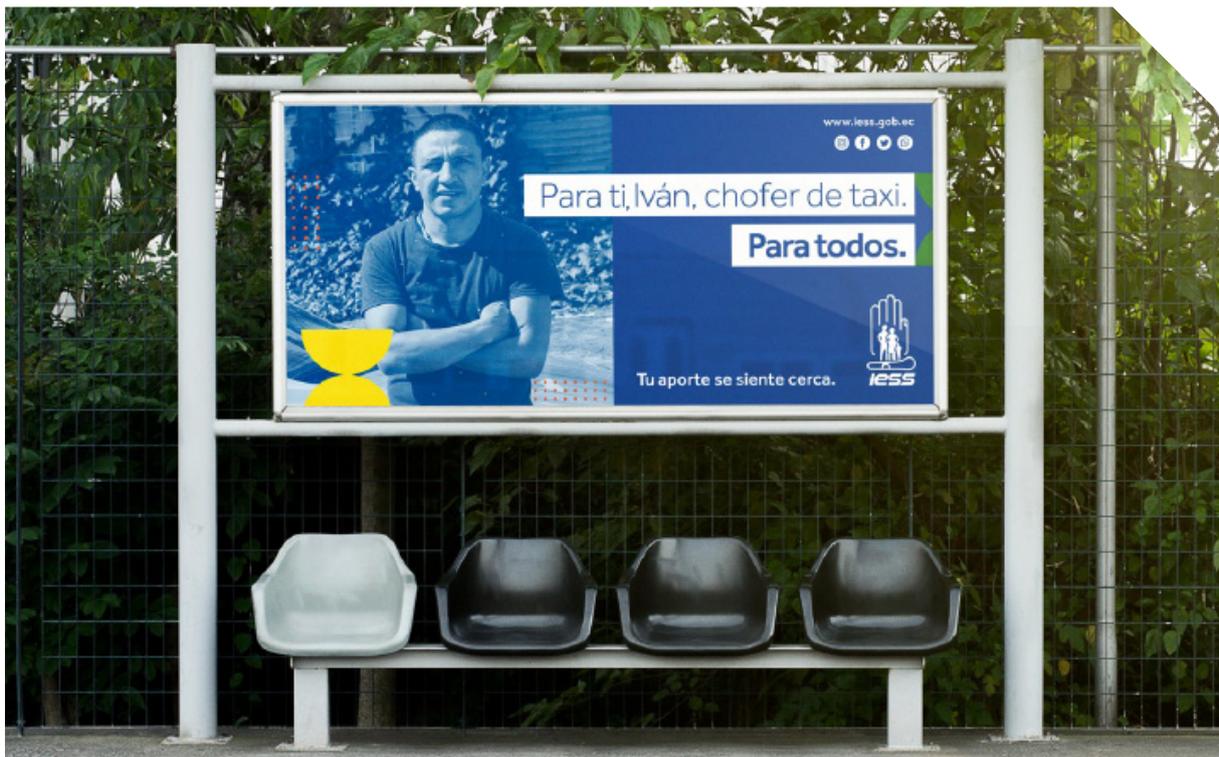
Así que ahora, cuando me pregunto a dónde van mis aportes, es simple: miro cómo yo y mi familia estamos protegidos, pero también miro a mis vecinos, en especial a Laura.

Para ti, para todos.

Tu aporte se siente cerca.

### Vía pública

Se propone la creación de gráficas en vía pública que cuenten el concepto de la campaña de forma breve, con fotos de personas reales que representen a cada uno de los arquetipos.





Como se puede observar, en todos estos ejemplos de ejecuciones creativas, la intención debe ser hablar de manera sencilla y directa. Informar, pero al mismo tiempo emocionar y empatizar. La conversación debe sentirse honesta y real.

Estos ejemplos de ejecuciones creativas van a permitir que los equipos y/o agencias de comunicación orienten sus propuestas creativas, estrategias, tácticas comunicacionales, formatos, y la elección de los medios idóneos, basados en el sustento de esta caracterización de los arquetipos.

Estos ejercicios tienen la intención de ejemplificar, a modo genérico, cómo podrían desprenderse ciertos contenidos del concepto, pero se aclara que ninguno de ellos fue creado a partir de la definición de objetivos comunicacionales concretos por parte de la institución o entidad vocera, y no contemplan ningún tipo de ejercicio de estimación de tiempos, recursos o inversión, para que dichos materiales puedan ser producidos e implementados.

## ► CONCLUSIONES

---

Los principales resultados de la caracterización cuantitativa muestran que la mayoría de trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social están casados, son principalmente hombres, y en su mayoría están dentro del rango de edad de 30 a 44 años, con una autoidentificación étnica de más del 70 por ciento de mestizos.

En el ámbito de dinámica familiar, a nivel nacional, el promedio de personas por hogar se ubica en 3,7 miembros en 2019; sin embargo, el promedio de personas por hogar con jefatura de un trabajador independiente no cotizante a la seguridad social es mayor, cuatro miembros en 2019. Además, el promedio de personas dependientes por hogar también es mayor en los hogares con jefatura de trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social que el promedio nacional.

En el ámbito geográfico, durante todo el período de análisis, los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social se ubican principalmente en el área urbana, en la Costa urbana; en las provincias de Guayas y Pichincha y en la ciudad de Guayaquil.

En lo relacionado a los años promedio de escolaridad, la población ocupada presenta el promedio más alto, incluso que la media nacional; por el otro lado, durante el período 2014-2019 los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social presentan los años promedio de escolaridad más bajos.

En el ámbito laboral, el promedio de horas de trabajo habituales a la semana es mayor en la población ocupada que en los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, la diferencia mayor se tiene en 2016, año en el que los ocupados trabajaron 2,4 horas más que los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social. La condición de actividad en la que tienen mayor participación los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social es la de otro empleo inadecuado. Así también la mayoría de esta población trabaja en una finca o terreno, y en sectores económicos de baja productividad.

En lo relacionado con el ingreso laboral promedio de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social, este ha oscilado entre 288 y 327 dólares durante el período de análisis. Además, la mitad de los hombres ganan hasta 300 dólares (ingreso más alto durante todo el período), que en la mayoría de los casos es el doble del ingreso que gana la mitad de las mujeres. En cuanto al ingreso laboral promedio del jefe de hogar, este ha fluctuado entre 340 y 383 dólares durante el período 2014-2019. Respecto al ingreso total del hogar, se hace referencia a dos circunstancias: el ingreso de hogares con al menos un trabajador independiente no cotizante a la seguridad social, y el ingreso de hogares cuyo jefe es un trabajador independiente no cotizante a la seguridad social. Así, en el primer caso, los hogares presentan un ingreso promedio de 774 dólares en 2017; en el segundo caso, los hogares registraron un ingreso promedio de 693 dólares en el mismo año (lapso en el que se registra el ingreso promedio del hogar más alto para las dos especificaciones).

La caracterización cualitativa de los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social permitió identificar las principales ideas que existen acerca del seguro social, para buscar áreas de oportunidad que

permitan construir una comunicación efectiva y diseñar estrategias de incentivos que permitan atraer al grupo objetivo con miras a su afiliación al IESS.

Las personas entrevistadas manifiestan las siguientes ideas acerca del seguro social:

**Se vincula al IESS principalmente con salud.** Todos los entrevistados saben de la existencia del IESS y coinciden en que se trata de un seguro de salud público de atención gratuita. En su mayoría mencionan también los beneficios de préstamos y seguro de vejez, aunque no es lo primero al que se refieren espontáneamente.

Entre los trabajadores independientes no cotizantes a la seguridad social se valora la atención de salud a los hijos menores de edad, dado que la prioridad es tener la tranquilidad que implica la cobertura extendida para los hijos. Sin embargo, la percepción del servicio de salud es bastante negativa, destacando la mala atención, largas filas de espera para un turno, poco personal disponible, falta de medicina y falta de especialistas.

**El aporte de la afiliación es percibido como elevado.** Los entrevistados consideran que el aporte de la afiliación es muy elevado, volviéndolo inaccesible para la mayoría, que vive de ingresos variables y no puede comprometerse a un gasto fijo.

Los entrevistados estarían más dispuestos a un compromiso de afiliación si existiera una afiliación que se ajuste a sus ingresos variables. No se plantean parámetros que ayuden a en la fijación del monto del aporte, pero es clara su propuesta de un modelo de afiliación con un mayor abanico de opciones.

**El BIESS es percibido como una institución de confianza.** Todos tienen una visión positiva del BIESS, institución a la que le tienen confianza, tranquilidad y seguridad. En su mayoría hablan de las prestaciones financieras de manera positiva: valoran la misión de permitir el acceso a un mejor estilo de vida de las personas, sobre todo para aquellos arquetipos más bajos, que sueñan con mayor bienestar y seguridad en el futuro. Se mencionan sobre todo los préstamos quirografarios y prendarios que se adaptan más a sus ingresos y posibilidades de pago, productos financieros que no tienen de la banca tradicional.

**La obligatoriedad de estar afiliado es solo para los trabajadores en relación de dependencia.** Los trabajadores independientes entrevistados creen que es obligatorio afiliarse solamente para quienes trabajan en relación de dependencia. Para los trabajadores independientes y sin empleados a cargo se percibe como opcional. Se conoce la afiliación voluntaria, y por su nombre pareciera que los conduce a pensar que se trata de una opción no mandatoria.

**La jubilación está presente en el imaginario, pero la inestabilidad actual se lleva toda la atención.** Todos los entrevistados piensan que el IESS es una valiosa idea mal ejecutada, un servicio mal gestionado y abusado por el poder político de turno. La mayoría considera que la falta de transparencia de la institución puso en riesgo el seguro de vejez, algo que es muy valorado por este segmento sin importar el arquetipo al que pertenecen. Hoy se cuestionan cuál es el valor real de aportar si no tienen garantías a futuro.

**Pensar en el futuro es demasiado incierto para aquellos que no saben cómo termina su mes.** Todos los entrevistados están intranquilos con la situación del país y tienen una visión negativa del futuro. Aquellos que son padres están preocupados por el futuro de sus hijos, y están enfocados en brindarles todas las herramientas para que puedan subsistir en este mundo incierto: educación para el trabajo, esa es la principal herencia que quieren dejarles. Entre sus propios proyectos está una vivienda propia, mejorar la casa (materiales, ampliación), comprar un terreno para construir, invertir en un negocio propio, capacitarse, ocuparse de los estudios de los hijos. Estas se convierten en sus estrategias para garantizar sus propias certezas en un futuro tan incierto.

**Es difícil acceder a la información del IESS a través de canales oficiales.** El IESS no es un tema de conversación entre amigos. La información que reciben sobre esta institución es una transmisión que va de lo informal a lo formal. Las primeras menciones del IESS provienen de las opiniones de familiares que han vivido sus propias experiencias, algunas negativas, pero también positivas. Tienen poca experiencia personal con el IESS, pero aprenden a través de vivencias de familiares, colegas y de sus respectivas afiliaciones. Cuando tienen preguntas, acuden generalmente a los «expertos callejeros» que ofrecen el servicio de asistencia en trámites del IESS.

**Ninguno recuerda una comunicación oficial del IESS.** La prensa y las redes sociales ponen en evidencia los déficits del IESS, y activa la preocupación de las personas sobre el verdadero valor de la institución. En estas plataformas sociales se observan cuestionamientos sobre si el Instituto será capaz de responder cuando llegue el momento de jubilación de más personas. La percepción de los usuarios se cimienta muchas veces en la falta de respuesta a los afiliados en los canales oficiales en línea; mientras que al mismo tiempo se extienden críticas que apuntan al colapso del sistema de salud y la baja calidad en la atención que reciben los afiliados. Esto genera que todo lo que recuerdan de la institución es lo que se menciona en los medios de comunicación y en las redes sociales: en su totalidad noticias de malos manejos y escándalos. Esto profundiza la desconfianza en aquellos que no saben bien las responsabilidades y alcance de la afiliación.

## ► RECOMENDACIONES

---

A partir de la información recabada se ha llegado a las siguientes áreas de oportunidad para accionar.

**Trabajar en la comunicación acerca de la obligatoriedad de la afiliación para este segmento de trabajadores.** Casi todos los entrevistados afirman que, para los trabajadores independientes, la afiliación no tiene carácter obligatorio. Por tanto, es preciso trabajar en la comprensión de la obligatoriedad de pertenecer al sistema, clarificando todas las variables posibles, con un lenguaje simple y accesible a todos.

**Brindar más información acerca de qué hace y cómo trabaja el IESS para transparentar los procesos.** Los entrevistados saben del IESS por los escándalos que informan los medios, y no por la propia institución. La falta de información oficial debilita aún más la confianza en una institución que representa tanto para los ecuatorianos pero que no «dialoga» con ellos. Una alternativa para contrarrestar la información negativa que se repite en los medios es demostrar aquello que ha hecho bien la institución, reforzar el mensaje de una misión que parece valiosa a pesar de la mala administración percibida. Los testimonios de personas como ellos son grandes disparadores de este valor.

**Empoderar a los afiliados con herramientas de aprendizaje.** Es importante que desde la propia institución se brinde información con lenguaje más coloquial y claro acerca de beneficios, trámites, recordatorios de pagos, etc. Esta estrategia podría mejorar la experiencia y generar el hábito en los afiliados de ingresar a la plataforma. De esta manera se podría ir paulatinamente cambiando la gestión de terceros por la propia administración de los afiliados.

**Pensar en un sistema de afiliación en función de las posibilidades del segmento.** Hay que pensar en la evolución de un sistema de seguridad social, más cercano a la realidad económica y social de los trabajadores independientes, que estimule no solo el acceso, sino que se adapte de forma innovadora al uso que este segmento podría dar a los beneficios del sistema. Las personas con trabajos informales no tienen ingresos estables. Esta realidad cambiante significa que para que este colectivo asuma un compromiso de aportación mensual, el mismo deberá ser acorde a su realidad, para que no dejen de asumirlo: planes con aportes accesibles y variables, o diferir sin recargo los pagos.

**Mejorar la atención al cliente.** La plataforma no resuelve muchas de las dudas que tienen los afiliados o las personas que buscan afiliarse. La atención personal, en los puntos de contacto, en persona y por vía telefónica, todavía es importante para ellos.

**La prioridad para estos segmentos es la tranquilidad y cobertura de salud extendida para los hijos, un beneficio que el IESS ofrece y está capitalizando.** Para la población que está fuera del sistema, la cobertura de salud a los hijos menores de edad se percibe como el principal valor del IESS. Los hijos son la prioridad y es un gran nexo para capitalizar la afiliación. Sería importante establecer las estrategias de financiamiento que permitan capitalizar estos elementos que la sociedad valora.

**Desmitificar la percepción de que en salud se atiende solo en emergencias.** Mediante testimonios y relatos cercanos con experiencias cotidianas de personas como ellos, hay que hacerles conocer que el IESS también se ocupa de la salud que no tiene carácter de emergencia, para así mitigar la sensación de abandono en la atención cotidiana de la salud.

**Dar más información acerca de los tipos de afiliación que ofrece el IESS.** Hay que brindar más información, con lenguaje fácil de comprender, acerca de los derechos, beneficios, características y deberes de los afiliados y patronos.

**Invertir en relaciones públicas para cambiar el discurso por medio de testimonios reales y de éxito.** Desde los medios de comunicación, la información que reciben es primordialmente negativa, como los escándalos por corrupción o por inadecuada atención a los afiliados, mientras que no existe ninguna información oficial del IESS que explique o rebata lo informado. En ese sentido, los trabajadores independientes necesitan saber que hay un deseo por parte de la institución de «conversar» con ellos y contarles las buenas noticias.

**Acompañar a las personas en el proceso de afiliación.** Las personas necesitan habituarse a todo el procedimiento de afiliación, para poder manejarse con autonomía y certidumbre respecto a sus derechos y deberes. Hay una oportunidad de acompañarlos en el proceso previo, durante y posafiliación, con un lenguaje accesible y cercano, que les dé la información necesaria para poder comprender y decidir las acciones a tomar. En ese sentido, también se debe trabajar con las áreas de recursos humanos de las empresas y empleadores, para que acompañen a los trabajadores durante el tiempo de su afiliación.

**Comunicar los beneficios a través de una segmentación por etapa de vida y objetivos.**

- ▶ Para pequeños comerciantes y pymes: «beneficios para crecer mi negocio». Préstamos que les ayudan a cumplir su futuro y sueños cercanos.
- ▶ Para parejas y familias: préstamos hipotecarios que les ayudan a cumplir su proyecto de obtener su vivienda propia o refaccionar el inmueble donde viven actualmente.
- ▶ Para familias y jóvenes: «beneficios para acceder a más» (tecnología pequeña, algún arreglo del hogar, pequeños logros). Esto plantea la necesidad de evaluar el acceso a ciertos beneficios o prestaciones que se valoran como positivos para independientes.
- ▶ Para todos los segmentos: «cobertura de salud extendida», con especial énfasis en los hijos.
- ▶ Segmento de edad que está en «la última milla de vida laboral», o por retirarse: «beneficios para disfrutar lo que ya trabajé», donde se brinde información acerca de las aportaciones, sobre todo cuando no han sido continuas.

**Aprovechar la buena imagen del BIESS para anclar la comunicación y los mensajes.** Si la mirada de futuro es más cortoplacista, si la gente siente que por el contexto no se puede programar tan a largo plazo y se enfoca en mejorar su presente, conectar con esas necesidades más próximas podría ser clave para afiliarse a más personas.

**Ampliar los canales digitales, e ir donde están los ecuatorianos.** Podría ser de gran valor que existan agentes del IESS en los ecosistemas digitales en los que los trabajadores independientes ya están, como WhatsApp y Facebook. Estas acciones digitales, además, podrían verse potenciadas por capacitación o islas de información en espacios públicos de gran tránsito como centros comerciales, universidades, empresas, etc.

Se considera como prioridad, a partir de los resultados de la caracterización del grupo objetivo o audiencia, establecer un vínculo emocional con los distintos arquetipos, y apelar a un mensaje positivo de encuentro que dé la sensación a las personas de que son parte de algo que les excede, que les da un propósito dentro de todo un engranaje social, donde ellos son tanto protagonistas como beneficiarios del mensaje que se les está dando. Por ello, se recomienda la elaboración de un concepto comunicacional paraguas que transmita este mensaje.

Al plantearse cómo debe ser la comunicación, es muy importante no solo definir qué se va a decir, sino, sobre todo, cómo se va a decir, para que impacte positivamente en la audiencia y se logre el objetivo deseado. Por este motivo, y a la vista de las características establecidas para los distintos arquetipos, es importante tener en cuenta ciertas recomendaciones que se exponen a continuación.

**El mensaje debe ser simple.** La campaña debe usar un lenguaje accesible para todos los públicos objetivo y, a su vez, ser directo y específico en lo que se va a comunicar.

**El tono debe ser informativo y cálido.** Es fundamental conseguir que los mensajes se perciban cercanos para romper el imaginario de que las instituciones públicas «no hablan mi idioma» o «lo hacen todo difícil».

**Se recomienda crear una campaña personalizada por medio de historias reales.** Usar un tono emocional, pero basado en las necesidades y motivaciones puntuales de las personas para captar la atención y el interés. De esta forma, y usando como guía al concepto general, se recomienda personalizar los mensajes en función de los distintos arquetipos para que les resulten relevantes a cada uno.

A nivel de plataformas y medios de comunicación, y en función de las oportunidades detectadas a lo largo de las diferentes instancias de la caracterización cualitativa, sumado a los resultados de los experimentos de prueba de conceptos y mensajes, se recomienda distribuir la comunicación tanto en medios tradicionales como medios o plataformas en línea.

## ► BIBLIOGRAFÍA

---

Constitución Política de la República del Ecuador. 2008. Ecuador.

INEC. «Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo ENEMDU, 2014-2019». Ecuador.

Ley General de Seguridad Social. 2001. Ecuador.

OIT. 1952. Convenio núm. 102, sobre la seguridad social, norma mínima.

\_\_\_\_\_. 1991. «El dilema del sector informal», Informe del Director General presentado a la 78.<sup>a</sup> Conferencia Internacional del Trabajo, parte 1. Ginebra.

\_\_\_\_\_. 1993. «Resolución sobre las estadísticas del empleo en el sector informal», adoptada por la Decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (Ginebra, 19-28 de enero), informe de la Conferencia. Ginebra.

\_\_\_\_\_. 2003: «Directrices sobre una definición estadística del empleo informal», adoptadas por la Decimoséptima Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (noviembre-diciembre), informe de la Conferencia, documento CIET/17/2003/R. Ginebra.

\_\_\_\_\_. 2012. Recomendación núm. 202, sobre los pisos de protección social.

\_\_\_\_\_. 2013. *La medición de la informalidad: manual estadístico sobre el sector informal y el empleo informal*.

\_\_\_\_\_. 2017. *Informe Mundial sobre la Protección Social 2017-2019: La protección social universal para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible Oficina Internacional del Trabajo*.

## ► ANEXOS

### ► Anexo 1. Variables territoriales: análisis de conglomerado, ENEMDU 2017.

		Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3		Grupo 4		Nacional: independientes no cotizantes a la seguridad social	
		Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
<b>Área</b>	Rural	322 223	78,8 %	128 635	27,2 %	216 378	29 %	91 670	13,1 %	758 906	32,6 %
	Urbano	86 631	21,2 %	344 351	72,8 %	530 763	71 %	607 606	86,9 %	1 569 350	67,4 %
<b>Región natural</b>	Sierra urbana	32 325	7,9 %	117 182	24,8 %	179 566	24 %	257 635	36,8 %	586 707	25,2 %
	Sierra rural	185 187	45,3 %	85 229	18 %	115 264	15,4 %	57 245	8,2 %	442 926	19 %
	Costa urbana	50 431	12,3 %	218 452	46,2 %	338 419	45,3 %	329 616	47,1 %	936 917	40,2 %
	Costa rural	76 918	18,8 %	32 435	6,9 %	86 461	11,6 %	25 896	3,7 %	221 710	9,5 %
	Amazonía urbana	3 817	,9 %	8 211	1,7 %	11 993	1,6 %	17 974	2,6 %	41 940	1,8 %
	Amazonía rural	59 985	14,7 %	10 807	2,3 %	14 395	1,9 %	8 020	1,1 %	93 208	4 %
	Insular urbana	59	0 %	505	,1 %	785	,1 %	2 381	,3 %	3 731	,2 %
	Insular rural	132	0 %	163	0 %	257	0 %	509	,1 %	1 062	0 %
<b>Provincia</b>	Azuay	25 256	6,2 %	36 119	7,6 %	45 096	6 %	37 909	5,4 %	144 380	6,2 %
	Bolívar	13 989	3,4 %	5 285	1,1 %	11 044	1,5 %	5 235	,7 %	35 552	1,5 %
	Cañar	11 262	2,8 %	11 490	2,4 %	13 609	1,8 %	7 256	1 %	43 617	1,9 %
	Carchi	6 918	1,7 %	9 329	2 %	12 445	1,7 %	9 090	1,3 %	37 781	1,6 %
	Cotopaxi	37 511	9,2 %	17 871	3,8 %	25 751	3,4 %	20 467	2,9 %	101 600	4,4 %
	Chimborazo	35 622	8,7 %	10 938	2,3 %	12 014	1,6 %	13 067	1,9 %	71 642	3,1 %
	El oro	7 404	1,8 %	25 654	5,4 %	35 873	4,8 %	36 106	5,2 %	105 037	4,5 %
	Esmeraldas	29 655	7,3 %	19 856	4,2 %	31 730	4,2 %	22 932	3,3 %	104 183	4,5 %
	Guayas	39 268	9,6 %	133 557	28,2 %	210 175	28,1 %	191 272	27,4 %	574 272	24,7 %
	Ímbabura	14 724	3,6 %	11 695	2,5 %	17 037	2,3 %	19 840	2,8 %	63 296	2,7 %
	Loja	10 410	2,5 %	15 142	3,2 %	21 406	2,9 %	14 237	2 %	61 194	2,6 %
	Los Ríos	16 546	4 %	29 873	6,3 %	47 681	6,4 %	31 630	4,5 %	125 730	5,4 %
	Manabí	25 810	6,3 %	29 180	6,2 %	70 482	9,4 %	53 872	7,7 %	179 344	7,7 %
	Morona Santiago	17 727	4,3 %	5 429	1,1 %	4 804	,6 %	5 381	,8 %	33 341	1,4 %
	Napo	13 234	3,2 %	2 768	,6 %	2 864	,4 %	2 793	,4 %	21 659	,9 %
	Pastaza	11 966	2,9 %	2 385	,5 %	3 412	,5 %	3 527	,5 %	21 289	,9 %
	Pichincha	26 727	6,5 %	51 055	10,8 %	79 438	10,6 %	132 657	19 %	289 877	12,5 %
	Tungurahua	29 931	7,3 %	21 107	4,5 %	32 619	4,4 %	29 790	4,3 %	113 446	4,9 %
	Zamora Chinchipe	3 845	,9 %	2 188	,5 %	4 748	,6 %	2 833	,4 %	13 613	,6 %
	Galápagos	191	0 %	669	,1 %	1 043	,1 %	2 890	,4 %	4 793	,2 %
Sucumbios	8 009	2 %	3 283	,7 %	5 705	,8 %	4 987	,7 %	21 984	,9 %	
Orellana	9 021	2,2 %	2 966	,6 %	4 855	,6 %	6 473	,9 %	23 316	1 %	
Santo Domingo	5 163	1,3 %	12 381	2,6 %	24 372	3,3 %	25 332	3,6 %	67 247	2,9 %	
Santa Elena	7 140	1,7 %	12 449	2,6 %	25 906	3,5 %	18 283	2,6 %	63 777	2,7 %	
No delimitado	1 517	,4 %	318	,1 %	3 034	,4 %	1 416	,2 %	6 286	,3 %	
<b>Ciudades autorepresentadas</b>	Quito	6 900	22,9 %	36 608	22,3 %	51 733	22,2 %	100 480	34,8 %	195 721	27,3 %
	Guayaquil	17 343	57,6 %	101 273	61,7 %	147 290	63,1 %	141 205	48,9 %	407 111	56,8 %
	Cuenca	975	3,2 %	11 363	6,9 %	14 867	6,4 %	19 726	6,8 %	46 931	6,6 %
	Machala	3 191	10,6 %	8 211	5 %	11 513	4,9 %	16 468	5,7 %	39 383	5,5 %
	Ambato	1 705	5,7 %	6 585	4 %	8 000	3,4 %	10 749	3,7 %	27 038	3,8 %

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2019.

► **Anexo 2. Evolución de la tasa de ocupados por categoría de ocupación.**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Dependientes	57 %	56,2 %	52,5 %	52 %	49,9 %	48 %
Independientes	34,6 %	34,6 %	36,7 %	36,4 %	37,8 %	38,6 %
No remunerados	8,4 %	9,2 %	10,9 %	11,5 %	12,2 %	13,4 %
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
<b>Total de ocupados</b>	<b>6 921 107</b>	<b>7 140 636</b>	<b>7 463 579</b>	<b>7 712 177</b>	<b>7 731 032</b>	<b>7 787 896</b>

Fuente: INEC. Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, varios años.

► **Anexo 3. Cuestionarios para actores.**

**Cuestionarios realizados en las entrevistas a actores**

Estas preguntas fueron a modo ilustrativo y sirvieron como guía para dirigir las conversaciones con los participantes.

**Cuestionario dirigido al INSTITUTO NACIONAL DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**



- ¿A qué se dedica la organización en la que trabajan? ¿Para qué existe su organización?
- ¿Cómo ven hoy que una parte de los trabajadores independientes no forman parte del sistema de seguridad social? ¿Por qué piensan eso? ¿Qué quiere decir lo que comentan?
- ¿Por qué creen que hoy los trabajadores independientes no están afiliados al IESS?
- ¿Quiénes son y cómo son las personas que hoy incluimos dentro de la bolsa «trabajadores independientes»?
- ¿Hay algún segmento por encima de otro segmento que sienten ustedes que no forma parte del sistema en términos de porcentaje?
- ¿Hay mayor porcentaje de hombres que de mujeres? ¿Por qué? ¿Alguna región en especial sobre otra? ¿Por qué?
- ¿Tienen algún tipo de dato o información acerca del número de afiliados al sistema por parte de este grupo poblacional? ¿Qué piensan de esos números?
- ¿Cuál creen que es la percepción que tienen los trabajadores independientes con relación al sistema de seguridad social?
- ¿Cuáles son las razones que más escuchan ustedes acerca de por qué no se afilian? Y profundizar en cada una de las razones aportadas entendiendo qué es o qué significa cada una de las razones que traigan a la mesa, por qué sucede.
- ¿Qué sienten que les hace falta y/o les haría falta a los trabajadores independientes para que digan «me afilio al IESS»?
- ¿Qué pueden hacer desde su organismo para fomentar el cambio? ¿Han realizado algún proyecto o campaña que fomente la afiliación dentro de este grupo poblacional? ¿Cómo les fue?
- Seguimos charlando sobre los trabajadores independientes: ¿qué les mueve o les importa hoy en día?, ¿qué les parece interesante o de valor?, ¿qué les llama la atención para que hagan algo? (a nivel comportamientos).

**Cuestionario dirigido al  
MINISTERIO DEL TRABAJO**



- Desde su labor dentro del Ministerio de Trabajo, ¿están llevando o han llevado a cabo algún tipo de política, campaña o acción de afiliación para que se sumen los trabajadores independientes al sistema de protección social? ¿Cuál? ¿Cómo les funcionó? ¿Qué datos tienen?
- ¿Cómo ven que una parte de los trabajadores independientes no forman parte del sistema de seguridad social? ¿Por qué piensan eso? ¿Qué quiere decir lo que comentan?
- ¿Por qué creen que hoy los trabajadores independientes no están afiliados al IESS?
- ¿Quiénes son y cómo son las personas que hoy incluimos dentro de la bolsa «trabajadores independientes»?
- ¿Hay algún segmento por encima de otro segmento que sienten ustedes que no forma parte del sistema en términos de porcentaje?
- ¿Hay mayor porcentaje de hombres que de mujeres? ¿Por qué?
- ¿Alguna región en especial sobre otra? ¿Por qué?
- ¿Tienen algún tipo de dato o información acerca del número de afiliados al sistema por parte de este grupo poblacional? ¿Qué piensan de esos números?
- ¿Cuál creen que es la percepción que tienen los trabajadores independientes con relación al sistema de seguridad social?
- ¿Cuáles son las razones que más escuchan ustedes acerca de por qué no se afilian? Y profundizar en cada una de las razones aportadas entendiendo qué es o qué significa cada una de las razones que traigan a la mesa, por qué sucede...
- ¿Qué sienten que les hace falta y/o les haría falta a los trabajadores independientes para que digan «me afilio al IESS»?
- ¿Qué pueden hacer desde su organismo para fomentar el cambio?
- Seguimos charlando sobre los trabajadores independientes: ¿qué les mueve o les importa hoy en día?, ¿qué les parece interesante o de valor?, ¿qué les llama la atención para que hagan algo? (a nivel comportamientos).

**Cuestionario dirigido a la  
SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**



- Desde su labor dentro de la Superintendencia, ¿están llevando o han llevado a cabo algún tipo de política, campaña o acción de afiliación para que se sumen los y las trabajadoras independientes al sistema de protección social? ¿Cuál? ¿Cómo les funcionó? ¿Qué datos tienen?
- ¿Cómo ven que una parte de los y las trabajadores independientes no forman parte del sistema de seguridad social? ¿Por qué piensan eso? ¿Qué quiere decir lo que comentan?
- ¿Por qué creen que hoy los trabajadores independientes no están afiliados al IESS?
- ¿Quiénes son y cómo son las personas que hoy incluimos dentro de la bolsa «trabajadores independientes»?
- ¿Hay algún segmento por encima de otro segmento que sienten ustedes que no forma parte del sistema en términos de porcentaje?
- ¿Hay mayor porcentaje de hombres que de mujeres? ¿Por qué?
- ¿Alguna región en especial sobre otra? ¿Por qué?
- ¿Tienen algún tipo de dato o información acerca del número de afiliados al sistema por parte de este grupo poblacional? ¿Qué piensan de esos números?
- ¿Cuál creen que es la percepción que tienen los trabajadores independientes con relación al sistema de seguridad social?
- ¿Cuáles son las razones que más escuchan ustedes acerca de por qué no se afilian? Y profundizar en cada una de las razones aportadas entendiendo qué es o qué significa cada una de las razones que traigan a la mesa, por qué sucede...
- ¿Qué sienten que les hace falta y/o les haría falta a los trabajadores independientes para que digan «me afilio al IESS»?
- ¿Qué pueden hacer desde su organismo para fomentar el cambio?
- Seguimos charlando sobre los trabajadores independientes: ¿qué les mueve o les importa hoy en día?, ¿qué les parece interesante o de valor?, ¿qué les llama la atención para que hagan algo? (a nivel comportamientos).

► **Anexo 4. Cuestionarios para usuarios.**

**Cuestionarios realizados en las entrevistas con usuarios**

A través del uso del siguiente cuestionario dirigimos las entrevistas en profundidad con los usuarios para conocer qué dicen, qué piensan, qué hacen y cómo se sienten trabajadores independientes con relación al sistema de protección social.

Además, se preguntó sobre la percepción general acerca del sistema, cuáles son sus fortalezas y debilidades, barreras de acceso, necesidades que este público objetivo siente que no están siendo cubiertas.

Por último, se aclara que para la confección del cuestionario se contempló preguntas que nos ayudarán a conocer sus rutinas diarias, medios de comunicación más consumidos, para qué, cuándo y dónde usan internet. Así como también otros aspectos de sus comportamientos y actividades en su vida cotidiana.

● **Preguntas de introducción**

Objetivos: generar empatía con el participante, lograr que se relaje y que se dé cuenta de que esto no es un examen. Además, buscamos obtener un perfil de participantes en términos de conocer quiénes son, con quién viven, rol dentro del núcleo familiar, cómo vives, cómo es su lugar de trabajo y uso de internet.

**Cuestionario dirigido a los  
USUARIOS DE LOS CUATRO ARQUETIPOS**

► **Preguntas de introducción**

**Objetivos:** generar empatía con el participante, lograr que se relaje y que se dé cuenta de que esto no es un examen. Además, buscamos obtener un perfil de participantes en términos de conocer quiénes son, con quién viven, rol dentro del núcleo familiar, cómo viven, cómo es su lugar de trabajo y uso de internet.

- Tengo registrado que te llamas \_\_\_\_\_ y vives en \_\_\_\_\_.
- ¿Es esto correcto?
- ¿Qué edad tienes? ¿vives con tu familia/pareja/solo?
- En este momento, ¿estás trabajando?
- ¿En qué trabajas? ¿cuéntame qué haces, cuál es tu rol?
- ¿Cómo es tu lugar de trabajo?
- ¿Desde cuándo trabajas en lo que trabajas?
- ¿Tienes internet en tu hogar?
- No, ¿por qué no?
- ¿Desde dónde usas más internet? (celular, computadora...)
- ¿En qué momento del día usas más internet?
- ¿Para qué lo usas más?
- ¿Eres la persona responsable de traer los ingresos económicos a tu hogar?, ¿quienes más contribuyen en tu núcleo familiar?
- ¿Tus ingresos son los más o menos estables durante el año?
- ¿Qué necesidades en tu hogar están destinados a cubrir los ingresos que tú generas?

## Cuestionario dirigido a los USUARIOS DE LOS CUATRO ARQUETIPOS

### ► Preguntas sobre la vida cotidiana

**Objetivos:** conocer su rutina de trabajo, hábitos, las necesidades que tiene en este ámbito laboral y/o profesional de cara a comprender si surge algún dolor (pain-point) que pueda traducirse en una futura oportunidad a capitalizar en la estrategia que hagamos y/o incluso sirva como insumo para IEEs. Además de esto, vemos importante conocer cuáles son sus hábitos, comportamientos y consumos en los medios de comunicación y qué hace después de trabajo. Esto nos ayudará a tener pistas que en el futuro nos ayuden en el diseño del funnel de la estrategia de medios.

- ¿Cómo es tu día de trabajo?
- Horarios en los que empieza y termina
- Personas con las que trabaja (en caso que trabaje con otros): ¿de quién depende?, ¿por qué?
- ¿Cómo es el entorno laboral?
- ¿Cómo se siente haciendo lo que hace?
- ¿Qué le falta a su rutina laboral para que sea más como la persona quiere? (pregunta para detectar puntos de dolor/áreas de oportunidad en cuanto a las condiciones laborales)
- ¿Usas para algo tu celular o la computadora cuándo trabajas?
- En caso que sí, ¿para qué?, ¿por qué para eso?
- En caso que no, ¿por qué no?

#### Para las personas con trabajos independientes «más digitales»

- ¿En qué plataformas/aplicaciones/páginas sueles entrar mientras trabajas?, ¿por qué esas?, ¿qué sueles hacer en ellas? ¿En qué momento las usas fuera del ámbito laboral?

#### Para las personas con trabajos independientes «menos digitales»

- ¿Cuáles son los medios de comunicación que más usas?, ¿por qué esos?, ¿para qué los usas?

#### Fuera del trabajo

- ¿Qué sueles hacer?
- ¿Con quién te sueles juntar?
- ¿En dónde?
- ¿Sueles usar internet para algo fuera de tu horario laboral?

#### En caso que sí

- ¿Para qué?, ¿dónde pasas el tiempo navegando?, ¿haciendo qué?

#### En caso que no

- ¿Por qué no?

#### Cuando tienes que pedir opinión para tomar una decisión:

- ¿con quién charlas?,
- ¿por qué esa persona?

### ► Preguntas sobre vida laboral y el IESS

**Objetivos:** conocer en detalle cómo es su vida laboral, condiciones de trabajo y, sobre todo, este bloque está dirigido a conocer cuál es su percepción del IESS, acerca del sistema de protección social. Es decir, qué se les viene a la cabeza, qué escucharon acerca del IESS, qué creen saber, para qué piensan que les puede servir, qué beneficios conocen versus cuales valoran necesarios en sus vidas, qué han leído en los medios, qué les comentan su entorno, qué los mueve a afiliarse y qué no, y sobre todo por qué eso. Con estas preguntas obtendremos un mapa de cuáles son los dolores (pain-points), barreras, drivers y creencias limitantes sobre el tema.

#### Bueno ahora vamos a hablar de tu trabajo, cuéntame:

- ¿estás contento con lo que haces?, ¿por qué?;
- ¿cuáles son las condiciones de tu trabajo? y
- ¿qué es lo primero que se te viene a la cabeza cuando menciono al IESS? ¿Por qué? ¿Qué significa eso que me cuentas?

## Cuestionario dirigido a los USUARIOS DE LOS CUATRO ARQUETIPOS

### Ahora cuéntame:

- ¿conoces el IESS?, ¿me podrías explicar de qué se trata el IESS, por favor?;
- ¿cómo te enteraste que existía el IESS? y
- ¿estás afiliado al IESS?

### Si la respuesta es no

- ¿Por qué no?

### En caso de que mencione el tema económico

- ¿Qué monto podrías o pensarías que puedes aportar de manera mensual?
- ¿Consideras de valor estar afiliado al IESS?
- ¿Por qué?

### Según su opinión

- ¿Para qué sirve el IESS?
- ¿Qué beneficios tiene estar afiliado al IESS?
- ¿Cuáles son los beneficios que más valoras o más valorarías si estuvieses afiliado?
- ¿Por qué?
- ¿Cuáles son las desventajas? ¿Qué significa eso que me cuentas?
- ¿Sueles hablar del IESS con otras personas? ¿Con quiénes?
- ¿Sueles hablar del IESS en internet?

### Si la respuesta es sí

- ¿Por qué?
- ¿En dónde sueles hablar digitalmente?
- ¿Sobre qué sueles hablar?

### Si quieres obtener información del IESS:

- ¿dónde la buscas?;
- ¿con quién hablas?;
- ¿qué haría falta para que te afilies al IESS? ¿qué significa eso? y
- en una palabra, ¿qué piensas sobre el IESS?, ¿qué significa eso?

### Set de preguntas específicas para comprender el valor del seguro campesino

- ¿Cuán importante es para ti o tu familia estar afiliado al IESS?
- ¿Quién o quiénes están afiliados? ¿Por qué esas personas?
- ¿Cuáles son los beneficios de dicho seguro?

### Set de preguntas específicas que solo se harán en el caso que se mencione nada acerca de la obligatoriedad de estar afiliado

- ¿Sabes si es obligatorio cuando uno está trabajando en Ecuador estar afiliado?
- Si no estoy trabajando en relación de dependencia y quiero afiliarme, ¿sabes si me puedo afiliar?

### ► Preguntas sobre vida laboral pasada para los no afiliados

**Objetivos:** establecer comparaciones entre hoy y el pasado (en cuanto a la afiliación al IESS). Revalidar con hechos y ejemplos las percepciones anteriormente obtenidas y, sobre todo, establecer quiénes hablan desde la experiencia (porque lo pasaron) y quiénes desde lo que le dijeron, escucharon o leyeron.

### Si bien en tu trabajo actual no estás afiliado

- ¿Alguna vez has estado afiliado al IESS?

### Si la respuesta es sí

- ¿En qué momento de tu vida laboral estuviste inscrito en el IESS?
- ¿Cómo te afiliaste? ¿Qué tal la experiencia?, ¿qué significa eso?

### Cuestionario dirigido a los USUARIOS DE LOS CUATRO ARQUETIPOS

**Si tuvieras que describir cómo es el proceso,**

- ¿qué me contarías?

**Si tuvieses que poner una puntuación del 0 al 10 a la experiencia de estar afiliado al IESS:**

- ¿qué puntuación le darías, siendo un 0 la más baja y 10 la más alta?

**Si tuvieses que poner una puntuación del 0 al 10 a la experiencia de inscribirte en el IESS:**

- ¿qué puntuación le darías, siendo un 0 la más baja y 10 la más alta?

- ¿Qué te parecen las prestaciones que tiene?
- ¿Cuáles disfrutaste más en su momento?
- ¿Cuáles disfrutaste menos? ¿Por qué?
- ¿Cuándo y por qué dejaste de estar afiliado al IESS?

► **Preguntas sobre perspectivas futuro**

**Objetivos:** comprender si por edad estas personas están preocupadas por su futuro o no, y por qué. Comprender si es un tema relevante para ellas a través del cual se pueda o no diseñar una estrategia a futuro.

**Hoy en el punto de tu vida en el que estás y con todo lo que has hecho:**

- ¿cómo visualizas tu futuro?;
- ¿qué objetivos o qué te gustaría lograr?;
- ¿cuáles son tus preocupaciones hoy sobre lo que se viene?;
- ¿estás pensando en tu futuro?;
- ¿por qué?, ¿en qué piensas?;
- ¿qué te interesa/preocupa/te mantiene atento?;
- ¿qué es lo querrías lograr y no estás pudiendo? y
- ¿por qué?

► **Preguntas sobre ideas**

**Objetivos:** recabar las últimas ideas, necesidades que estén dando vueltas y que los participantes no se hayan animado a decir antes.

**Y ahora, para cerrar, vamos a hacer un juego de imaginación. Te doy la varita mágica con el poder de mejorar lo que quieras del IESS.**

- ¿Qué cambiarías?, ¿por qué eso?
- ¿Qué crees que las personas de tu edad y ciudad cambiarían?, ¿por qué eso?
- ¿Has visto alguna comunicación o publicidad del IESS?, ¿en dónde?, ¿qué recuerdas de ella?

## ▶ Textuales de las entrevistas con usuarios

---

En este anexo se podrán encontrar más *verbatim*s que ilustran los hallazgos y conclusiones de la etapa cualitativa.

### ▶ Percepción del contexto actual



- ▶ «Me da miedo saber que durante la pandemia me he gastado los ahorros que tenía guardados». Cristina (arquetipo 1).
- 

- ▶ «Como los ingresos son variables, ahí mi esposo sale a buscar trabajo informal o el señor que nos da el trabajo nos adelanta dinero. Durante la pandemia nos ayudó la familia y no te miento, vivimos con 30 dólares a la semana y mis familiares nos daban arroz, por ejemplo» Andrea (arquetipo 2).



- ▶ «Hace tres años me quedé sin trabajo y ahora estoy cuidando a una persona mayor, primera vez que lo hago y es difícil. Fueron años difíciles, después de los 40 años es difícil conseguir trabajo, hay que agarrar lo que aparezca. La opción es si no te gusta, te vas, y no es momento para despreciar el trabajo» Gina (arquetipo 3).
- 

- ▶ «Durante la pandemia vino una de nuestras hijas a vivir con nosotros, a los jóvenes se les complicó la situación, y nosotros podemos ayudarla» María (arquetipo 4).





- ▶ «Siempre tuvimos colchón de ahorro para emergencias, pero en 2020 tuvimos que recortar un montón de gastos en la casa y en el negocio para adaptarnos: darnos menos gustos, menos consumos fuera del hogar, por ejemplo»  
María (arquetipo 4).
- 

- ▶ «Ahora con la pandemia tuvimos que tocar el ahorro, el 'colchón bank' algo que ahorramos como seguridad y pensando en los estudios universitarios de nuestros hijos. Ser de la clase media es una pendejada, hay que endeudarse para mantenerse» Iván (arquetipo 4).
- 



- ▶ «Con este nuevo trabajo independiente los ingresos dejaron de ser fijos, es complicado adaptarse a esta nueva realidad, el sueldo de docente no era malo, pude adaptarme, pero tuve que cambiar el estilo de vida; antes viajaba, salía más, ahora es muy limitado»  
Miguel (arquetipo 4).
- 

- ▶ «Siento que a mi trabajo le falta seguridad y estabilidad, estar seguro de que no le falte nada a mi hijo» Holger (arquetipo 4).
- 



► **Percepción del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) vinculado a salud**



- «El IESS es seguridad social para las personas, fundamentalmente atención médica, tranquilidad de salud. La salud es el beneficio más valioso, es una tranquilidad tener esto. la medicina privada es costosa y mucha gente no puede costearse, hay que proteger al pueblo» Elisa (arquetipo 2).
- 

- «Es una protección de salud. Tiene sus ventajas, está bueno que atiendan a los hijos de los afiliados, pienso en mi bebé».  
Cristina (arquetipo 1).
- 



- «Es una aportación mensual que te da acceso a salud, tiene buena atención médica en caso de emergencias, y me parece muy bueno que uno pueda cubrir a sus hijos estando afiliado»  
Angélica (arquetipo 2).
- 

- «Lo usé para salud cuando estuve afiliada, a mi hija la tuve en el IESS y fue buena la atención, la atendieron hasta un año de edad. Ahora ellos también tienen que esperar»  
Gina (arquetipo 3).
- 



- «Mi esposo estuvo afiliado y lo tuvo a mi hijo por extensión, le hicimos exámenes en el IESS solamente porque eran gratis, porque el pediatra tarda más que el ginecólogo, y después consultamos a privado»  
Soraya (arquetipo 1).
-



- ▶ «Es importante a largo plazo para tener más cosas, para tener la casa propia; quiero afiliarme, pero la emergencia económica no me lo permite»  
Angélica (arquetipo 2).
- 

- ▶ «Lo que es salud, el centro de emergencias funciona mejor que el resto, no es tan eficiente en salud, hay que ejercer la paciencia»  
Diego (arquetipo 2).
- 



- ▶ «Toda una vivencia, mucha burocracia. No es que sean malos profesionales, pero faltan médicos»  
Christian (arquetipo 3).
- 

- ▶ «Es un relajo. Te descuentan de tu afiliación, pero si te enfermas no te dan la atención médica que deberían darte, ni la medicación que necesitas. y esto era así antes de la pandemia»  
Gina (arquetipo 3).
- 





- ▶ «En estos últimos cuatro años es que realmente se fue todo para abajo y ya no te daban citas, o te derivan a lugares donde no te chequeaban, llegabas y a los cinco minutos te recetaba cualquier cosa, y tú entiendes que estos son lugares particulares que luego le cobran al Estado, y le cobran 40 dólares por cinco minutos y no te atendieron, estás viendo cómo te roban en la cara, porque nos roban a todos». Jessica (arquetipo 3).
- 

- ▶ «Es bastante burocracia, se esfuerza por hacerlo aún más complicado, se hace mucho trámite, más que en todo el resto del gobierno. Es muy difícil agendar citas, te dan a tres o cuatro meses el turno, así no se puede confiar en su servicio de salud, además parece que tienen pocos médicos, falta personal y no hacen los chequeos a los pacientes como corresponde. Cuando tenía empleo fijo pasaba lo mismo y elegí tener un seguro privado» Edwin (arquetipo 3).
- 



- ▶ «El servicio de salud es pésimo, tuve que esperar un año para poder operarme la próstata. Tiene pésima atención médica, pocos médicos y malos, demasiadas demoras en atención, y sabemos de las estafas» Iván (arquetipo 4).
- 

- ▶ «Si uno llega por emergencia le atienden rápido, pero si tengo fiebre o un chequeo, tengo que llegar como emergencia para que me atiendan. Si me tengo que chequear el estómago, el seguro me da la cita dos o tres meses después me da la cita. Mucho tiempo de espera» Michel (arquetipo 4).
- 





- ▶ «Es una obligación que jamás quisiera tener. No es que esté mal, es un lío administrativo, de gestión, está muy mal manejado, ese es el problema. Lo malo es que se maneje como rentabilidad, que haya retraso en los pagos de pensiones, en atención» Miguel (arquetipo 4).
- 

- ▶ «La cobertura de salud es buena, pasa que el servicio es deficiente, no te atienden rápido, pasas meses esperando un turno y no siempre tienen especialistas. Si vas por una emergencia puedes esperar cuatro horas sin que te atiendan, si llegas muriendo te atienden rápido» Gustavo (arquetipo 1).
- 



- ▶ «Los cobros son excesivos para la atención que uno recibe: las demoras de meses por turnos, la mala atención del personal, faltan medicinas» Walter (arquetipo 1).
- 

- ▶ «Se aporta una cantidad importante de dinero y el servicio no es bueno para nada, esperas mucho tiempo para las citas, la atención es muy básica, están en foco a atención curativa, no preventiva. He tratado de hacerme exámenes preventivos cuando estaba afiliada pero no te lo hacen, solo si estás enferma te atienden» Esthela (arquetipo 2).
- 



- ▶ «Con la pandemia no me afiliara, ya no es lo que era años atrás, ahora tienes que esperar tres meses por una cita médica y te mandan con paracetamol y ya. No es la misma atención que antes, era mucho mejor. Hablo de hace unos dos años atrás, no tanto tiempo siquiera». Gina (arquetipo 3).
-

► **Percepción del valor del aporte mensual de afiliación al IESS**



- «Es valioso porque es un colchoncito estar afiliado, uno puede retirar fondos para mantenerse un rato, me pasó cuando me despidieron y saqué los fondos de reserva y me pude acomodar un rato» Walter (arquetipo 1).
- 

- «Tuve el privilegio de usar el IESS unas tres ocasiones en servicios rápidos y tuve buena experiencia, fue antes de 2012. Fue buena la experiencia, no me quejo. Uno tiene que entender que no es el único que se va a hacer atender al IESS, hay un montón de gente haciendo cosas, no hay paciencia» Jesús (arquetipo 1).
- 



- «La salud es lo primero en seguridad social, pero en el IESS es muy caro, complejo y mal servicio. Es una aportación súper alta en comparación al sueldo, mucho más alta que un seguro privado, y encima accedes a menos cosas» Soraya (arquetipo 1).
- 

- «Es muy caro para lo poco eficaz y veloz que es, para los tiempos de espera que uno tiene que aguantar» Diego (arquetipo 2).
- 



- «No veo sentido al precio tan alto, más si soy mi propio patrono y el voluntario es de 90 dólares» Iván (arquetipo 4).
-



- ▶ «Uno se pregunta tal vez es algo que vale la pena, perder un monto de dinero de tantos años de trabajo para luego tener una remuneración baja» Adrián (arquetipo 1).
- 

- ▶ «Estaría dispuesta a pagar de 10 a 40 dólares, pero mis ingresos no son estables. Deberían contemplar las aportaciones de quienes no somos empresas ni negocios» Angélica (arquetipo 2).
- 



- ▶ «Se puede hacer la voluntaria (aproximadamente 50 o 60 dólares) eso me cuesta un seguro privado y tengo una mejor atención, para lo único que me serviría es para el tiempo de la jubilación. Sin embargo, he tenido información de aseguradoras privadas (BMI) que también te pueden ofrecer jubilación privada pagando 200 dólares. Y la verdad que, por la diferencia de dinero, me pago lo privado» Esthela (arquetipo 2).
- 

- ▶ «Lo que noto es que hay poca diferencia entre el seguro patronal y el personal (150 a 100 dólares), por eso el personal se vuelve tan caro y no ofrecen ningún descuento a la persona» Edwin (arquetipo 3).
- 



- ▶ «Mucha gente no se afilia porque no considera que sea beneficioso, pero no contempla que ese dinero líquido que se quedan, se va, no te permite llevar un fondo que en algún momento te sirve para jubilarte, solo vives ese momentito, ese dinero que te comes tú hoy día, se lo coma otro, sí» Jessica (arquetipo 3).
-

► **Percepción sobre los seguros privados**



- «No es lo que necesito ahora en salud o emergencias, es caro, tiene mala respuesta, un seguro privado me atendería con más rapidez» Edwin (arquetipo 3).
- 

- «Otro punto favorable del IESS es poder jubilarse, tener fondos de pensión. Sin embargo, algunos seguros privados también lo ofrecen, con montos más elevados. Pero con lo que está pasando ahora, uno no sabe si al final del día va a poder jubilarse» Iván (arquetipo 4).
- 



- «Los seguros privados tienen una capacidad abismal de atención, cuando lo necesitas te atienden. Pero en salud es superior, porque el IESS además de salud tiene otras prestaciones» Iván (arquetipo 4).
- 

- «Estar afiliado al IESS es regalar la plata, no le gusta, siempre está saturado los turnos, que no hay especialidades, que intente de nuevo» Mónica (arquetipo 4).
- 



- «Solía atenderme con médico privado, pero durante la pandemia contraté un Seguro Privado, pero solo pago por salud, me hice además una idea de que la previsión ya no existe. Mi madre tiene un plan de seguro privado con pensión» Miguel (arquetipo 4).
- 

- «Yo entonces ahora no estoy afiliado, con el costo me representa mucho dinero y no tengo problemas de salud mes a mes, de necesitar acudiría a consulta privada» Holger (arquetipo 4).
- 



► **Percepción sobre el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (BIESS)**



- «El BIESS es súper bueno, es veloz; en los trámites para pedir el préstamo fueron rápidos, pero con lo que pasa no fueron solidarios en este momento y no congelaron intereses. En lo hipotecario está súper bien» Soraya (arquetipo 1).
- 

- «El BIESS ofrece préstamos para vivienda, para otros consumos como auto, cosas, tiene una tasa de interés más baja que la banca privada y plazos de pagos más largos» Diego (arquetipo 2).
- 



- «Es valioso afiliarse, que exista, porque es importante ahorrar para el futuro, para poder llegar a la vejez y sobrevivir. Ahora mismo estoy enfocado en tener una disciplina financiera pensando en este futuro» Edwin (arquetipo 3).
- 

- «Esto es bueno pero muy deficiente, porque tomaron los fondos de reserva, está mal manejado, solo hasta 2025 habrá plata para los jubilados» Gustavo (arquetipo 1).
- 





- ▶ «Tengo mala experiencia a nombre de mi papá. Mi papá recibe una jubilación de 240 dólares cuando debería haber recibido 400 dólares, le hicieron una tontera sus jefes. Si te quieres jubilar no te dan los tiempos... Nunca te dan una buena. Mi papá tenía 213 aportaciones y el IESS no le quiere reconocer las aportaciones, le ponían como que ganaba 10 dólares diarios. Siete meses de trámites para que él se pueda jubilar» Andrea (arquetipo 2).
- 

- ▶ «El tema de la jubilación es valioso, pero es un riesgo en este país, se cogieron los fondos de los jubilados y nadie estaba seguro. Es una ruleta rusa meter todo tu dinero y que dependa del gobierno de turno. Que el IESS sea manejado por el gobierno de turno es grave, debería ser manejado por los propios afiliados» Esthela (arquetipo 2).
- 



- ▶ «Es un seguro social que te da préstamos, eso está bueno. Tiene su banco que te ofrece préstamos de acuerdo a tus aportaciones. Está bueno porque es plata de tu colchoncito. Los bancos demoran en prestar y no es que le presten a cualquiera» Christian (arquetipo 3).
- 

- ▶ «Es bueno porque ofrece pensión de retiro, que seguro va a servirme cuando deje de trabajar, pero no para emergencias o salud que necesito ahora. Como seguro de jubilación es importante, no somos máquinas y merecemos descansar en la vejez» Edwin (arquetipo 3).
- 



► **Obligatoriedad de afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)**



- «El IESS es obligatorio, no podemos escoger cuando trabajas formalmente en empresa y el que no trabaja formalmente tienen opción de aportar voluntariamente para acceder a lo mismo. El voluntario es para quienes perciben ingresos por fuera de una empresa, la obligatoriedad es para los empleados y empleadores en empresas» Gustavo (arquetipo 1).
- 

- «No sé si es obligatorio, sé que cuando uno está en relación de dependencia, porque pagan más que los voluntarios» Cristina (arquetipo 1).
- 



- «Los patrones de las empresas deben afiliar a sus empleados por ley, el empleado y el patrono lo cubren entre los dos: 30 dólares empleado y lo otro el patrono. Si no trabajas puedes acceder a una afiliación voluntaria y pagar mensualmente unos 40 dólares, pero es muy complejo y costoso. No es obligatorio, es voluntario para quienes puedan pagarlo, pero no puedes acceder a las clínicas del IESS» Walter (arquetipo 1).
- 

- «Dicen que es obligatorio para empleados, pero no se hace. Si eres independiente te puedes afiliar si pagas 68 o 78 dólares mensuales. El problema es que, si te atrasas te mandan a juicio, y no puedes hacer préstamos en bancos y no lo puedes suspender» Andrea (arquetipo 2).
- 





- ▶ «Si yo no trabajo en relación de dependencia si me puedo afiliar. Piden afiliación voluntaria por internet, pero tienes que ser puntual en los pagos, pero si después de tres meses no pagas, sales del sistema como si no estuvieras pagando» Gabriel (arquetipo 2).
- 

- ▶ «Es obligatorio que tengan afiliación los que tienen contrato, yo que no tengo contrato y estoy con facturación, no estamos obligados» Esthela (arquetipo 2).
- 



- ▶ «Yo pienso que podrían generar una forma de afiliación más chiquita y accesible a los emprendimientos que no superamos tantos ingresos anuales o mensuales y que tenemos a otras personas a cargo. Porque, por ejemplo, yo no hago medicina, no tomo medicamentos químicos y la homeopatía en el IESS no está contemplada, entonces no lo uso, pero s tengo que ir al dentista, sí. Pero mis compañeras sí usan mucho la medicina tradicional y requieren mucho porque son hipocondríacas» Jessica (arquetipo 3).
- 

- ▶ «Decidí no estar afiliada porque cuando empecé a trabajar antes de la pandemia la señora me dijo que podía afiliarme, después me dijo que no podía afiliarme, además de bajarme el sueldo, no es el básico de 400, cojo menos del básico estipulado en Ecuador» Gina (arquetipo 3).
- 





- ▶ «Es obligatorio para todos, pero el trabajador independiente en cambio tiene la opción de estar o no afiliado, hay libertad de afiliarse o no, no tengo obligación en mi caso» Edwin (arquetipo 3).
- 

- ▶ «Es obligatorio estar afiliado si tienes un patrono. Yo solo estoy obligada a afiliarme a una empleada si cumple tres meses. Creo que sí es obligatorio si tiene patrono o jefe» Mónica (arquetipo 4).
- 



- ▶ «Como emprendedor, si tienes un negocio y tienes un empleado lo tienes que afiliarse. Si uno no tiene trabajo no hay obligación de estar afiliado» Miguel (arquetipo 4).
- 

- ▶ «Con la pandemia el gobierno autorizó a desafilarse y lo hice, porque no es lo que uno espera del sistema de seguridad social, que debería garantizar atención de salud y prestaciones como préstamo del dinero aportado» María (arquetipo 4).
- 



► **Desconfianza en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)**



- «Es importante que la gente sepa y se vea como un bien social y no como un gasto o algo que no te genera nada, porque la seguridad social bien administrada sí genera y permite vivir dignamente a las personas, ahora con el trato que le dan en Ecuador es todavía un sueño»  
Jessica (arquetipo 3).
- 

- «Entiendo el beneficio de la jubilación, pero vivo en el día a día ahora, y me preocupa más el presente, y por eso es que funcionan tanto los seguros privados en Ecuador»  
Edwin (arquetipo 3).
- 



- «Es valioso más que nada por salud, después por los préstamos, porque es importante para poder acceder a vivienda; es valioso esto, aunque sea complicado acceder. También es valioso cómo cubren a las embarazadas. Pero le quieren meter la mano en la plata de los afiliados, eso no me gusta»  
María (arquetipo 4).
- 

- «Es valioso afiliarse, que exista, porque es importante ahorrar para el futuro, para poder llegar a la vejez y sobrevivir. Ahora mismo estoy enfocado en tener una disciplina financiera pensando en este futuro»  
Edwin (arquetipo 3).
- 





- ▶ «Es un ingreso que tú depositas ahí y que, en algún momento de tu vida, ese dinero ahí se va a dar un ingreso que da una compensación que ya hiciste, si fuera así se podría vivir dignamente cuando tienes una edad para jubilarte y no vivir apretado, pero mucha gente no puede jubilarse porque el Estado no puede cubrir su parte» Jessica (arquetipo 3).
- 

- ▶ «Es bastante sacrificio pagar 30 años de aportación para jubilarse, es demasiado; prefiero poner mi dinero en cooperativas que ya existen, o en un banco invertir fondos, un plazo fijo» Holguer (arquetipo 3).
- 



- ▶ «Poder hablar con ellos es un infierno, no es nada buena la atención al cliente, es un tema cultural del Ecuador» Gustavo (arquetipo 1).
- 

#### ▶ Percepción de las funciones y gestión del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)



- ▶ «Era bueno, pero porque ‘fue la caja chica del gobierno’ empeoró notablemente, no puedes ir si te duele algo, ¡tienes que ir súper mal en ambulancia para que te atiendan! Si no es esperar horas para que te revisen, o meses por un turno» Gina (arquetipo 3).
- 

- ▶ «Debería ser manejado por una empresa privada como sucede en Alemania, que el Estado está presente, pero lo maneja una empresa privada sin fines políticos. Haría una auditoría y volaría a todos los que están ahora» Iván (arquetipo 4).
- 



► **Percepción del futuro**



- «Es importante para mí seguir formándome, crecer profesionalmente y también personalmente, poder tener un local propio, que me dé ingresos, no solo ser una ama de casa te absorbe» Soraya (arquetipo 1).
- 

- «La falta de trabajo estable me preocupa, por eso también le enseño a mi hija a que estudie, que se prepare para eso. No, no tengo nada material para dejarle, solo enseñarle a trabajar, a ser autosuficiente» Walter (arquetipo 1).
- 



- «Siempre quise estudiar y no pude hacerlo, por eso es importante que mis hijos estudien, porque te permite crecer y hacer dinero. Yo sueño con estudiar» Mónica (arquetipo 1).
- 

- «El tema de los créditos también es valioso porque me va a permitir tener mejor vida, a los hijos dejarles algo, tener mejor vejez. El día que pueda afiliarme, me financiaría una casa, un local propio, se va mucho en arriendos» Angélica (arquetipo 2).
- 



- «Yo quiero que mis hijos salgan adelante, y que sean felices. que tengan una vida tranquila y feliz» Andrea (arquetipo 2).
-



- ▶ «Aquí todo el mundo se preocupa por quedarse sin el sustento, sin tu trabajo. Aquí para emprender un negocio tienes que tener capital, no puedes sacar un préstamo sin trabajo fijo, te piden más requisitos, más cosas. Antes de la pandemia era más flexible endeudarse, pedir préstamos, emprender un negocio. Ahora es muy difícil que un banco te preste para emprender, y además el trabajo no es seguro» Gina (arquetipo 3).
- 

- ▶ «Estaría bueno que se enfoque en las personas que están sin empresas ni negocios propios (comercio informal)» Angélica (arquetipo 2).
- 



- ▶ «Con esto que pasó de la pandemia, entiendo que no hay que ser tan previsivo, soy además más de pensar a mediano plazo que a largo, en mis maestrías, capacitaciones, poder establecer mi trabajo otra vez, volver a lo académico cuando esto pase» Mónica (arquetipo 4).
- 

#### ▶ Percepción de las instituciones en general

- ▶ «¡A mi rutina laboral le falta plata! Nadie ayuda a las empresas a crear, a generar; no se otorga crédito para emprendedores y los chulqueros (prestamistas) tienen intereses muy altos, los bancos también. Hay mucho racismo y el crédito es solo para un sector» Iván (arquetipo 4).
- 



- ▶ «Fue difícil llevar la situación actual adelante, pero lo logramos, darlo a conocer fue complicado, pero estamos llevándolo adelante. La pyme la tienen difícil en Ecuador, no hay apoyo de la banca, no como al sector agrícola o minería» María (arquetipo 4).
- 



- ▶ «Deberían dar más flexibilidad a las pymes, tenemos muchas responsabilidades, por ejemplo, convenios si hay demoras en pagos de aportes a empleados» María (arquetipo 4).
- 

#### ▶ Lo que ven y conversan sobre el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

- ▶ «Se conversa con colegas que es una vaina, la gran mayoría de la gente piensa que no sirve para nada el IESS» Walter (arquetipo 1).
- 



- ▶ «El IESS no es un tema de conversación, más bien se presta para la broma. Nos enviamos memes con amigos sobre lo que está pasando con el IESS» Edwin (arquetipo 3).
- 

- ▶ «La gente habla de cómo han chupado la plata del gobierno, no va a durar mucho más así, ya no es lo que era y ha perdido valor, mi abuela lo defendió siempre como instituto por su capacidad de ofrecer también préstamos, pero ahora acceden pocos a eso» Iván (arquetipo 4).
- 



► **Anexo 5. Mapa de experiencia**

Como aclaración, debemos especificar que durante el proceso de investigación se realizaron encuentros y conversaciones con personas no afiliadas o cotizantes al IESS, por lo que el conocimiento del proceso de afiliación se basa en estas experiencias propias y en experiencias de conocidos o allegados de los entrevistados.

**Búsqueda de información**

► **¿Qué dice y piensa?**

«Busco estar afiliado pensando en dejarles algo a mis hijos, es importante dejarles algo a ellos por si me pasa algo. También pienso que me va a permitir conseguir dinero para tener mi casa o crear mi negocio o hacer arreglos. Pienso que me serviría para acceder a un seguro de retiro, que va a ser de mucha ayuda en el futuro».

► **¿Qué hace?**

Busca en internet. Afiliarse voluntariamente se puede hacer por internet de forma rápida a través de la plataforma. Entra al sitio del IESS e ingresa al enlace para afiliados, completa sus datos.

► **¿Cómo se siente?**

Sin dolores, sencillo de hacer. Expectativa de qué va a pasar.

► **¿Qué canales utiliza?**

Sitio web

► **¿Puntos de dolor?**

Muy solo en el recorrido de la afiliación, de partida ya no conoce sus obligaciones y alcance (a qué sí/no puede acceder con la afiliación voluntaria).

► **Oportunidad**

Explotar en comunicación la obligatoriedad, generar puntos físicos para inscribirse considerando la baja digitalización del segmento, comunicar los beneficios en salud y finanzas.

se sienten cómodas manejando una plataforma digital, aquí en Ecuador no todo el mundo tiene acceso».

► **¿Qué hace?**

Recibe en su correo el aviso de afiliación con una clave para acceder a la plataforma. En ese momento se da el alta al sistema, completando el trámite.

► **¿Cómo se siente?**

Este proceso le resulta sencillo (muy distinto es el proceso a la hora de realizar un reclamo que genera mucho malestar), continúa la expectativa.

► **¿Qué canales utiliza?**

Sitio web

► **¿Puntos de dolor?**

Lenguaje complejo, demasiados pasos. La necesidad de hacer el trámite digitalmente y que sea tan complicado acercarse por atención personalizada.

**Oportunidad**

Educar en el proceso de afiliación, las herramientas de autogestión para los afiliados voluntarios. Hacer tutoriales sencillos, paso a paso. Brindar mayores canales de atención.

**Proceso de afiliación**

► **¿Qué dice y piensa?**

«Me cuesta entender qué significa esta información, aunque mire los videos que explican, siento que son palabras complicadas, no explica sino oscurece». «No todas las personas

**Proceso de confirmación**

► **¿Qué dice y piensa?**

«Recibo el mail de confirmación, pero ahora me doy cuenta de que tengo que seguir haciendo todo solo y no sé por dónde seguir».

► **¿Qué hace?**

Revisa en el correo que ha recibido la confirmación, vuelve a acceder a la plataforma para seguir tramitando. Empieza a sentirse perdido en la página web sobre qué pasos y cómo proceder.

► **¿Cómo se siente?**

Este proceso le resulta sencillo (muy distinto es el proceso a la hora de realizar un reclamo que genera mucho malestar), continúa la expectativa.

► **¿Qué canales utiliza?**

Sitio web

► **¿Puntos de dolor?**

No quedan claros los pasos del proceso, solo la confirmación. No sabe cómo proceder y no quedan claros los siguientes pasos.

### Oportunidad

Ayudar a los afiliados a que adopten el hábito de la plataforma, asesorarlos con tutoriales, preguntas y respuestas frecuentes que sean sencillos de comprender, con lenguaje coloquial, orientados a sus necesidades.

### La vida como afiliado

► **¿Qué dice y piensa?**

«Y ahora, ¿cómo sigue esto? ¿Qué tengo que hacer ahora para que me digan mis responsabilidades y beneficios? Debería poder entender más claramente de qué se trata si tengo que gestionarlo yo solo. Siento que no me habla a mí, es demasiado complicado lo que dice. Los videos explicativos no me están siendo de gran ayuda. No estoy lo suficientemente digitalizado para hacer todo por la plataforma».

► **¿Qué hace?**

Revisa en el correo que ha recibido la confirmación.

Vuelve a acceder a la plataforma para seguir tramitando.

No entiende qué le corresponde mirar para entender cuáles son los pasos a seguir.

La información no es clara, difícil de entender y los videos no resuelven.

► **¿Cómo se siente?**

En desamparo, comienza a sentirse frustración y enojo. No debería ser así cuando uno está haciendo tanto esfuerzo por aportar.

► **¿Qué canales utiliza?**

Sitio web

► **¿Puntos de dolor?**

No hay orientación al afiliado, no hay educación para que haga uso de los beneficios a los que sí puede acceder.

### Oportunidad

Ayudarle a comprender a qué sí puede acceder y de qué forma hacerlo para que pueda autogestionar y aprender la información correspondiente a sus contribuciones.



**Organización  
Internacional  
del Trabajo**

Oficina de la OIT para los Países Andinos

Centro Corporativo Ekopark  
Torre 4, piso 3  
Vía a Nayón y Av. Simón Bolívar  
Quito - Ecuador

(593) 23824240  
<https://www.ilo.org/ecuador>