

Actitudes empresariales que determinan la innovación en las microempresas: orientación, factores y riesgos

Business attitudes determining innovation in microenterprises: orientation, factors, and risks

García León¹, Erika Paola; Beltrán Moreno², Miguel Esteban; Gaibor Zambrano³, Wilfrido Hernán; Vásconez Mera⁴, Pablo Luis

 Erika Paola García León¹

egarcia@utb.edu.ec

Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador., Ecuador

 Miguel Esteban Beltrán Moreno²

mebeltranm@utb.edu.ec

Universidad Técnica de Babahoyo., Ecuador

 Wilfrido Hernán Gaibor Zambrano³

wgaibor@utb.edu.ec

Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador., Ecuador

 Pablo Luis Vásconez Mera⁴

Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador., Ecuador

Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios

Universidad de Panamá, Panamá

ISSN-e: 2313-7819

Periodicidad: Semestral

vol. 10, núm. 2, 2023

revista.cctn@up.ac.pa

Recepción: 03 Octubre 2022

Aprobación: 03 Julio 2023

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/215/2154400008/>



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Resumen: El objetivo de este artículo es evaluar las diferencias en la actitud de los microempresarios hacia los constructos seleccionados de orientación emprendedora, específicamente hacia la innovación y la agresividad competitiva de acuerdo con los factores sociodemográficos seleccionados (género, educación y tiempo de actividad). La investigación se llevó a cabo en Babahoyo, Ecuador en el año 2022. Con una muestra de 740 microempresas, se examinan las diferencias en los enfoques de los propietarios con respecto a la innovación y agresividad competitiva entre hombres y mujeres emprendedores, según su nivel de educación y período de vida de la microempresas. Más del 50% de las microempresas encuestadas desarrollan regularmente nuevos productos y servicios en sus empresas, pero solo el 30 % de ellos apoya sus actividades también con una cantidad suficiente de fondos. El 66 % de las microempresas intenta explotar los cambios anticipados en su mercado objetivo y el 58 % toma la iniciativa para adelantarse a la competencia. Se estableció que el factor que logró diferencias estadísticamente significativas entre los grupos determinados fue el tiempo de operación en el mercado.

Palabras clave: Microempresa, PYMES, orientación emprendedora, innovación, agresividad competitiva.

Abstract: The objective of this article is to evaluate the differences in the attitudes of microentrepreneurs towards selected constructs of entrepreneurial orientation, specifically innovation and competitive aggressiveness, according to selected sociodemographic factors (gender, education, and business tenure). The research was conducted in Babahoyo, Ecuador, in 2022. In a sample of 740 microenterprises, we sought to find differences in the approaches of owners towards innovation and competitive aggressiveness among men and women entrepreneurs, their educational condition and working activity of the organization. More than 50% of the surveyed microenterprises regularly develop new products and services in their businesses, but only 30% of them support their activities with sufficient funding. Sixty-six percent of microenterprises are attempting to capitalize on anticipated changes in their target market, and 58% take the initiative to stay ahead of the competition. We found that the factor that determines

statistically significant differences among the defined groups was the permanence in the market.

Keywords: Microenterprises, SME, entrepreneurial orientation, innovation, competitive aggressiveness.

INTRODUCCIÓN

Debido a la participación predominante de las pequeñas y medianas empresas y microempresas en la economía ecuatoriana, y también a nivel europeo, su importancia para el desempeño de estas economías en términos de creación de valor, oportunidades de empleo, desarrollo del producto interno bruto combinado, y la política de innovación, es indiscutible. Por

otro lado, las microempresas, por su naturaleza, se enfrentan a toda una serie de obstáculos y dificultades (Baque et al., 2021).

El principal desafío incluye el acceso limitado a fuentes externas de financiamiento. Un tema particularmente importante para las PYMES es el desfase financiero producido por su limitado acceso a financiamiento externo. Incluso antes de la recesión económica, algunas pequeñas empresas tenían problemas para obtener los fondos necesarios para el crecimiento y la innovación. Debido a la crisis financiera, los bancos están aún menos dispuestos a prestar a las empresas en muchos países, lo que exacerbó aún más los problemas a los que ya se enfrentan las pymes. En este artículo, se trata de revelar las diferencias entre los empresarios de microempresas de Ecuador frente a sus actitudes hacia la innovación y la agresividad competitiva según el género y la educación de los empresarios, y la edad de la empresa (Icaza et al., 2018).

Antecedentes teóricos

El tema de los riesgos empresariales para las PYMES representa ahora un área actual de investigación teórica y aplicaciones prácticas. La crisis financiera y la paulatina recuperación de las economías del Espacio Económico Europeo provocaron un deterioro del entorno empresarial. Presuntamente, los riesgos comerciales han aumentado debido a las turbulencias en el sistema económico. Las pequeñas y medianas empresas operan en entornos económicos más desafiantes, respectivamente, y muchas de ellas luchan por su propia supervivencia (Useche Aguirre, Pereira Burgos, et al., 2021).

Es evidente que todos estos riesgos se transforman en la gestión financiera de las empresas. En Ecuador, la participación del valor agregado de las PYMES en 2014 fue del 53,11 % y la participación de los empleados de las PYMES de la cantidad total de empleados en la esfera empresarial fue del 59,39 % (Ministerio de Industria y Comercio, 2015). Por esta razón, puede considerarse como el motor de la economía ecuatoriana. Las microempresas y las pequeñas y medianas empresas son fuentes esenciales de empleo, crean espíritu empresarial e innovación en

la Unión Europea y, por lo tanto, son cruciales para fomentar la competitividad y el empleo (Carriel, 2017).

Las empresas que exceden estos criterios se consideran grandes. Las microempresas se definen como empresas que emplean a menos de 10 personas y cuyo volumen de negocios anual o balance general anual no supera los \$ 2 000 000 (Comisión Europea, 2006), tal como muestra la Tabla 1.

TABLA 1
Categorización de pequeñas, medianas y microempresas

Categoría empresarial	Número de empleados	Volumen anual de negocios	Balance anual total
Media	<250	\$10 millón	\$8 millón
Pequeña	<50	\$5 millón	\$5 millón
Micro - empresa	<10	\$2 millón	\$2 millón

Fuente: Pymes

En 2010, en relación con el mantenimiento del empleo, la creación de puestos de trabajo y la mejora del acceso al mercado laboral, Ecuador aprobó “micro préstamos” y préstamos para desempleados (hasta 5,000 dólares en el marco del programa de micro financiación denominado Facilidad de Microfinanzas (Useche Aguirre, Pereira Burgos, et al., 2021).

El objetivo de este programa era brindar a las personas desempleadas, que son las más desfavorecidas en el mercado laboral, incluidos los jóvenes, la posibilidad de iniciar su propio negocio. Esto tenía como objetivo facilitar el acceso al crédito para aquellos que normalmente no adquirirían un préstamo para poner en marcha pequeñas empresas, principalmente debido a la falta de voluntad de los bancos para prestar a personas que han perdido o están en riesgo de perder sus empleos o a personas más jóvenes sin el llamado “Historial de crédito”(Valero Camino et al., 2021).

La Asociación de Pequeñas y Medianas Empresas y Artesanías CZ ha acogido con satisfacción esta propuesta porque el segmento objetivo del programa planificado en Ecuador también echa de menos estas herramientas de apoyo. La micro financiación también aparece en la estrategia económica a 10 años “Europa 2020” como uno de los nuevos instrumentos para la recuperación económica. La orientación emprendedora es el elemento a tener en cuenta en relación con el desempeño de las empresas. La orientación emprendedora, como la asunción de riesgos, la proactividad y la innovación, está significativamente relacionada con el desempeño de la empresa (Valero Camino et al., 2021).

La orientación emprendedora (EO) se considera un elemento esencial del desempeño de las empresas de alto nivel y está significativamente influenciada por la personalidad del emprendedor. La orientación emprendedora se define como “los procesos, prácticas y actividades de toma de decisiones que conducen a una nueva entrada”. A diferencia de la conceptualización original, que consideraba a EO como una construcción tridimensional compuesta de innovación, la asunción de riesgos y la proactividad, se establece un nuevo constructo de cinco dimensiones que amplía el concepto de Miller de otros dos constructos, a saber, la autonomía y la agresividad competitiva (Villamar Cevallos, 2017).

La innovación refleja la tendencia de las empresas a promover nuevas ideas, nuevos experimentos. y procesos creativos que pueden dar lugar a nuevos productos, servicios o procesos tecnológicos. Los resultados empíricos muestran que las firmas que tienen una mayor orientación hacia la EO, como la innovación a través de la I+D (investigación y desarrollo), la proactividad, la autonomía y la orientación al crecimiento, pueden desarrollar más productos que pueden crear la ventaja competitiva que crea la impulsando la orientación al mercado (De la Torre-Torres et al., 2020).

También descubrieron que encuentran que las empresas de EO pueden buscar y perseguir activamente nuevas oportunidades enfocadas en actividades que pueden capacitar a los empleados para innovar nuevos productos que crearán una ventaja competitiva sobre sus competidores. La necesidad de tener capacidad de innovación para los emprendedores sugiere que lo que diferencia

a los emprendedores de todos los demás grupos es su mayor participación en actividades preparatorias que inician la implementación de nuevas ideas (Useche Aguirre, Pereira Burgos, et al., 2021).

Las personas que dirigen a otras personas comunican nuevas ideas y buscan involucrar a otros individuos en la implementación de nuevas ideas más que aquellos sin subordinados. La agresividad competitiva percibida como un elemento más de la orientación empresarial está relacionada a las cualidades de las empresas y al desafío directo e intensivo de los competidores para ingresar al mercado o mejorar la posición de los mercados, es decir, para cumplir el rol de rivales en el mercado. La agresividad competitiva se logra estableciendo metas ambiciosas de participación de mercado y tomando medidas audaces para lograrlas, como reducir los precios y sacrificar la rentabilidad. Las microempresas, que indican autonomía, agresividad competitiva y asunción de riesgos, tienen más probabilidades de recibir financiamiento y lo reciben más rápidamente. Por otro lado, las microempresas que muestran conciencia, coraje, empatía y calidez tienen menos probabilidades de obtener financiación (Becerra Molina et al., 2021).

La señalización retórica con proactividad, conciencia, coraje o celo se asocia negativamente con el pago del préstamo. Debido a la naturaleza de las microempresas, la personalidad de los empresarios juega un papel insustituible. Un emprendedor que es dueño de una microempresa en sí mismo y muy a menudo se une a varios roles. Al mismo tiempo, es tanto el propietario como el gerente, en muchos casos también un analista financiero, experto en marketing, gerente de personal, contador, ingeniero o representante de ventas (Con et al., 2004).

En relación con los rasgos de la personalidad de los empresarios, las características de personalidad como la impulsividad, la búsqueda de sensaciones y el bajo autocontrol pueden representar mecanismos a través de los cuales las preferencias de riesgo se manifiestan en la conducta. Los emprendedores tienden a elegir un negocio que muestre consistencia entre las características de su personalidad y los requisitos para el éxito. Además, tienden a administrar sus negocios con el uso de sus fuertes cualidades específicas. Es indiscutible que la personalidad de

los empresarios de las microempresas influye significativamente en su desempeño (Vizueta Tomalá, 2020).

Con respecto a los indicadores del desempeño empresarial en funciones en los primeros años del emprendimiento, las medidas de desempeño financiero de la empresa, no se puede descuidar el llamado desempeño percibido, por ejemplo, cómo son los emprendedores. satisfechos con su éxito. Sus resultados han demostrado que la propensión a asumir riesgos, la autoeficacia y la necesidad de independencia son los factores más importantes que influyen en su desempeño personal (Con et al., 2004).

La existencia de influencia significativa de varios factores dentro del enfoque de la psicología tradicional sobre la probabilidad de iniciar un negocio. En relación con estos factores, su estudio reveló una mayor influencia del género y el optimismo en la creación de empresas. En este sentido, encontraron que el género masculino, tal y como se afirma en la literatura de emprendimiento, es más proclive a las start-ups, sujetos impregnados de optimismo. También encontraron que estos individuos tienen una mayor percepción de oportunidades y una menor percepción de riesgo (Alvear Merelo & Verduga Diaz, 2021).

Teniendo en cuenta el papel de la personalidad del empresario en las microempresas y la persistente dificultad para obtener recursos financieros externos. El conocimiento de los criterios crediticios, que representa un elemento importante en la gestión del riesgo crediticio de las PYME, probablemente dependerá de las características personales de los empresarios (Useche Aguirre, Vásquez Lacres, et al., 2021).

Es probable que los criterios de concesión de préstamos, que representan un elemento importante en la gestión del riesgo crediticio de las PYMES, dependen de las características personales de los empresarios. La antigüedad de la empresa juega un papel importante en la EO (Molina & Sánchez-Riofrío, 2016).

El efecto moderador de la edad de una empresa y el intangible recurso sobre el crecimiento de la empresa EO de la relación entre las PYME en Japón (Santos et al., 2013). En el mismo, se

revelaron que la EO está positivamente relacionada con el crecimiento de la empresa entre las pymes, independientemente de su edad. Sin embargo, lo es al considerar la edad de la empresa y EO junto con los recursos intangibles de la empresa con EO. Esto sugiere que la tasa de crecimiento es mayor para las pymes más jóvenes que para las más antiguas (Simón, 2013).

También encontraron que, independientemente de la EO de la empresa, si la empresa envejece, tiene que mantener una gran cantidad de trabajo rutinario, procedimientos organizacionales, falta de flexibilidad y menor capacidad de respuesta del mercado y, por lo tanto, estos factores limitarán el crecimiento. tasa de esta empresa (Vásquez, 2017).

La edad presenta una relación negativa con el desempeño de la empresa porque con el crecimiento de la edad, el negocio de la empresa se vuelve más maduro, proporcionando una explicación plausible para la disminución del desempeño. Múltiples autores se dedican a examinar la relevancia del género en la actividad empresarial (Rodríguez-Aguilar et al., 2020).

Descubrieron que los hombres son mucho más innovadores, tienen incentivos para asumir riesgos y son proactivos en el desarrollo empresarial. Las mujeres tienen menor capacidad de innovación y autonomía que los hombres, son más proactivas y aversas al riesgo, y menos agresivas que los hombres. Por un lado, las mujeres son más innovadoras que sus contrapartes masculinas, pero, por otro lado, en la asunción de riesgos, las mujeres puntuaron más que los hombres y no se encontraron signos de diferencias de canto en la proactividad (Ortega et al., 2018).

Entre estudiantes universitarios sugiere que los hombres están más orientados a los negocios que las estudiantes mujeres y esos estudiantes hombres indicaron que un emprendedor debe tomar riesgos, tiene que tener la intención de desarrollar en su país e invertir dinero (Rodríguez-Mendoza & Aviles-Sotomayor, 2020).

El objetivo de esta investigación es examinar las diferencias de la actitud de los empresarios de microempresas en el Ecuador hacia constructos seleccionados de EO, concretamente hacia la innovación y la magnitud competitiva según factores sociodemográficos seleccionados (género, educación y duración de la actividad comercial).

METODOLOGÍA

De acuerdo con los objetivos, cada constructo estudiado de la EO fue examinado a través de 52 preguntas y opiniones diferentes entre empresarios y emprendedoras, con formación universitaria y empresarios con otros tipos de educación (secundaria y secundaria con graduación), y empresas “mayores” (activas en el mercado desde hace más de 10 años) y microempresas más jóvenes (activas en el mercado desde hace menos de 10 años). La investigación del entorno empresarial se preparó en 2021 y se llevó a cabo en la Babahoyo, Ecuador en 2022.

Las empresas fueron escogidas de la base de datos de Albertina y un total de 1650 seleccionadas al azar fueron abordadas por correo electrónico o teléfono para completar el cuestionario habilitado en formato digital (<https://docs.google.com/forms>). Los datos fueron proporcionados por 1141 propietarios de pymes en 14 regiones de Ecuador. Obtuvimos la mayor cantidad de encuestados en Guayaquil (323), Quevedo con un número total de 276 encuestados, Babahoyo con 134 encuestados, Manta con 116 encuestados, Machala con 58 encuestados, Esmeraldas con sus 58 encuestados, Quito con 55 encuestados, 31 encuestados Ambato Cuenca con 25 encuestados, Riobamba con 23 encuestados, La Maná con 18 encuestados, Latacunga 11 encuestados, Ibarra con 10 encuestados y Baños con solo 3 encuestados.

El cuestionario constaba de 52 preguntas. En este contexto, en las primeras nueve preguntas, la estructura de los encuestados en relación con su educación, género, edad, residencia y tamaño de una empresa, la duración y el área de negocios, motivos para iniciar un negocio y, que es lo más importante, se analizaron las características de un emprendedor. El resto de las preguntas fueron las preguntas escala en una escala de 1 a 5 (1-totalmente de acuerdo, 2-de acuerdo, 3-no mantengo posición, 4-en desacuerdo, 5-totalmente en desacuerdo) enfocadas en cinco elementos de orientación emprendedora. La cantidad predominante (740 de 1141) de encuestados eran microempresas, por lo que decidimos centrar este artículo solo en la muestra de microempresas. Dentro de la estructura eran las siguientes: 73% hombres y 27% mujeres, 29% de titulados

universitarios y 71% de otros titulados, 53% formado por empresas con más de 10 años de funcionamiento en el mercado y 47% eran más jóvenes.

RESULTADOS

En la Tabla 2 se presentan los resultados de la investigación en el campo de la innovación, es decir, la evaluación del desarrollo regular de nuevos productos y servicios. (Los números en la Tabla 2-5 representan el número de encuestados).

TABLA 2
La opinión de los empresarios de microempresas con relación al desarrollo regular de nuevos productos y servicios en sus empresas.

En mi empresa regularmente desarrollar nuevos productos y servicios	Hombres	Mujeres	ES	OE	+10	-10	Valor P del puntaje Z
Totalmente de acuerdo	47	26	25	48	36	37	0,0819 0,3030 0,5419
De acuerdo	256	100	100	256	178	178	0,5287 0,5777 0,1556
No tiene posición	113	39	39	113	90	62	0,6672 0,3030 0,0719
En desacuerdo	102	29	44	87	69	62	0,1645 0,2077 0,9920
Totalmente en desacuerdo	22	6	7	21	17	11	0,4965 0,6312 0,3843
Valor p de chi-cuadrado	5,1122 0,2760		3,4955 0,4786		4,6829 0,3214		

Notas explicativas: ES – educación superior, OE – otra educación (escuela secundaria y bachillerato con graduación), 10+ - empresas que operan en el mercado por más de 10 años, 10- - empresas que operan en el mercado por menos de 10 años. Valor p del puntaje Z: la primera cifra se relaciona con el valor p del puntaje Z entre hombres y mujeres, la segunda cifra se relaciona con el p-valor de Z-score entre empresarios con educación superior y otros, la tercera cifra al p -valor de Z-score entre empresas que operan en el mercado desde hace más de 10 años y otros.

En la investigación realizada, 429 (58 %) de los propietarios de microempresas de un total de 740 han coincidido en desarrollar regularmente nuevos productos y servicios en sus empresas. Los grupos sociales designados así lo han acordado más hombres que mujeres, personas con otros estudios que titulados universitarios, y en el caso de la antigüedad en el negocio los resultados fueron casi comparables (214 emprendedores de empresas de más de 10 años y 215 emprendedores de empresas de menos de 10 años).

Los valores resultantes de los criterios de prueba (chi-cuadrado y valor p) han demostrado que no hubo diferencias estadísticamente significativas en la estructura general de las respuestas. Estadísticamente, tampoco se confirmaron diferencias significativas dentro de los grupos sociales designados a través del valor del Z-score. Una puntuación Z es una medida de cuántas desviaciones estándar por debajo o por encima de la población significa que es una puntuación bruta.

La puntuación Z es una prueba de significación estadística. Los resultados de la Tabla 3 también están relacionados con la innovación de constructo, es decir, la opinión de los propietarios de microempresas en invertir dinero en el desarrollo de nuevos métodos y tecnologías.

De un total de 740 microempresas 220 (30%) de ellos han estado de acuerdo con la afirmación de que están invirtiendo mucho dinero en el desarrollo de nuevos métodos y tecnologías. Los hombres accedieron más que las mujeres, los empresarios con formación diferente a la universitaria y las microempresas más jóvenes que las que operan en el mercado desde hace más de 10 años. Los valores resultantes de los criterios de prueba (chi-cuadrado y valor p) confirmaron que hubo diferencias estadísticamente significativas en la estructura general de las respuestas en términos de duración de la actividad comercial (9,9168/0,0419), como se señala en la Tabla 3. Dentro de ciertos grupos, hubo diferencias estadísticamente significativas por medio de Z-scores encontrados en la concordancia de respuestas entre las microempresas que operan en el mercado por más de 10 años y las microempresas “más jóvenes” (p-valor = 0,0051). Esas microempresas “más jóvenes” han estado más de acuerdo con la pregunta que las empresas más antiguas.

TABLA 3

Opinión de los empresarios de microempresas con relación a invertir dinero en nuevos métodos y tecnologías.

Invertimos mucho dinero en el desarrollo de nuevos métodos de trabajo y tecnologías	Hombres	Mujeres	ES	OE	+10	-10	Valor P del puntaje Z
Totalmente de acuerdo	21	12	12	21	15	18	0,2150 0,3421 0,3953
De acuerdo	136	51	48	139	82	105	0,9283 0,2380 0,0051
No tiene posición	155	64	67	152	121	98	0,3843 0,5485 0,3681
En desacuerdo	189	63	67	185	146	106	0,3735 0,2891 0,0404
Totalmente en desacuerdo	39	10	21	28	26	23	0,2801 0,0278 0,9601
Valor p de chi-cuadrado	3,6136 0,4608		7,4201 0,1153		9,9168 0,0419		

Esto también se confirma por una diferencia estadísticamente significativa en las respuestas discordantes dentro de este grupo, y las microempresas más antiguas a menudo no estaban de acuerdo con invertir dinero en el desarrollo de nuevos métodos y tecnologías que las microempresas “más jóvenes” (valor p = 0,0404).

Los propietarios de microempresas con educación no universitaria están completamente en desacuerdo con invertir dinero en el desarrollo de nuevos métodos y tecnologías con más frecuencia que los graduados universitarios. (valor p = 0,0278). Los resultados en relación con la innovación son compatibles con los hallazgos que los hombres son más innovadores que las mujeres porque ambas preguntas fueron respondidas consistentemente con más frecuencia por los hombres que por las mujeres.

Los resultados muestran que se ha encontrado un porcentaje relativamente bajo (30%) de microempresas que invierten una gran cantidad de dinero en el desarrollo de nuevos métodos y tecnologías y una mayor actividad en esta área por parte de microempresas “más jóvenes” que esas empresas, operando en el mercado durante más de 10 años, y puede haber causado, por un lado, un cierto grado de rigidez en las tecnologías establecidas y utilizadas por empresas más antiguas y falta de voluntad para cambiar un sistema existente, aprender a cambiar, pero también, por ejemplo, en monitoreo insuficiente de las tendencias actuales o falta

de recursos financieros para la implementación de innovaciones. Como consecuencia, estos factores dan como resultado que las empresas más antiguas reduzcan su rendimiento, dado a que no hay voluntad, sino una necesidad de mantener una gran cantidad de trabajo rutinario, procedimientos organizativos, la falta de flexibilidad y la menor capacidad de respuesta del mercado pueden limitar su tasa de crecimiento.

El Gobierno del Ecuador también apoya un enfoque activo de la innovación en las empresas emergentes en sus planes estratégicos (Ministerio de Industria y Comercio de la República del Ecuador, 2013). Para estas empresas de innovación que están comenzando, que necesitan conocimientos empresariales, ofrece servicios de consultoría en la preparación de un plan de negocios y un entrenador de calidad a través de los primeros pasos para garantizar su implementación.

El siguiente paso que sigue para apoyar a las PYMES innovadoras que empiezan es financiar su desarrollo con capital de riesgo. Un desacuerdo estadísticamente significativo con una inversión de dinero en el desarrollo de nuevos métodos y tecnologías para emprendedores con educación diferente a la universitaria podría significar en última instancia una menor tendencia a la EO en estas microempresas, según el cual la educación tiene un impacto significativo en los planes de negocios.

Los resultados de la Tabla 4 están relacionados con la agresividad competitiva, es decir, los esfuerzos de evaluación para explotar los cambios anticipados en el mercado objetivo.

TABLA 4
*La opinión de los empresarios de microempresas con relación
al esfuerzo por utilizar los cambios anticipados en el mercado.*

Tratamos de explotar lo anticipar cambios en nuestro mercado objetivo	Hombres	Mujeres	ES		OE	+10	-10	Valor P del puntaje Z
Totalmente de acuerdo	59	25	31		53	39	45	0,5485 0,0930 0,2225
De acuerdo	295	113	114		294	209	199	0,6527 0,4593 0,3735
No tiene posición	140	49	57		132	110	79	0,6892 0,6965 0,0801
En desacuerdo	41	12	11		42	31	22	0,4533 0,1676 0,3789
Totalmente en desacuerdo	5	1	2		4	1	5	0,5687 0,8181 0,0751
Valor p de chi-cuadrado	1,3707 0,8493				4,6930 0,3203		7,8140 0,0986	

De un total de 740 propietarios de microempresas, 492 (66%) de ellos han estado de acuerdo con la afirmación de que estaban tratando de explotar los cambios anticipados en su mercado objetivo. Los hombres estuvieron de acuerdo con más frecuencia que las mujeres, los hombres de negocios con una educación diferente a la universitaria y las microempresas que operan en el mercado por más de 10 años, pero estas diferencias no fueron estadísticamente significativas debido al nivel de significación especificado. Tampoco se han encontrado diferencias estadísticamente significativas en la estructura general de las respuestas dentro de los grupos sociales establecidos.

En la Tabla 5, se muestra la relación con el elemento de agresión competitiva, es decir, la evaluación de la iniciativa de aprovechar las oportunidades en el mercado. Los resultados de la investigación han demostrado

que 427 propietarios de microempresas, que era el 58%, siempre tomaban la iniciativa para adelantarse a la competencia. Los hombres accedieron más que las

mujeres, los empresarios con formación diferente a la universitaria y las microempresas más jóvenes que las que operan en el mercado desde hace más de 10 años.

Dentro de ciertos grupos sociales, al calcular el valor p a partir del puntaje Z, se observaron diferencias estadísticamente significativas en las respuestas afirmativas también en relación con el criterio de antigüedad en el negocio. Las microempresas que operaban en el mercado dentro de una década estaban de acuerdo con más frecuencia en comparación a empresas más antiguas (p-valor = 0,0028).

TABLA 5

La opinión de los microempresarios con relación al esfuerzo por adelantarse a la competencia

En nuestro mercado, siempre tomamos la iniciativa de salir adelante competencia	Hombres	Mujeres	ES	OE	+10	-10	Valor P del puntaje Z
Totalmente de acuerdo	30	17	16	31	27	20	0,1443 0,4354 0,5029
De acuerdo	275	105	104	276	180	200	0,7039 0,2983 0,0028
No tiene posición	137	51	60	128	115	73	0,9681 0,3173 0,0071
En desacuerdo	83	25	29	79	59	49	0,3271 0,5823 0,6672
Totalmente en desacuerdo	15	2	6	11	9	8	0,1527 0,5687 0,9840
Valor p de chi-cuadrado	4,8953 0,2982		2,4129 0,6603		10,3309 0,0352		

En relación con el tema discutido del acceso de las microempresas al financiamiento externo, los resultados de la encuesta sobre la agresividad competitiva de las microempresas estudiadas podrían ser al menos un tercio de los hallazgos positivos. Sin embargo, siempre que una mayor investigación confirme que estas microempresas son autónomas y están inclinadas al riesgo.

Debido a la importancia mencionada en la introducción de las PYMES, el Gobierno considera fundamental que los pequeños y medianos empresarios cuenten con un entorno adecuado para sus actividades que les permita a estas empresas desarrollar su capacidad de contribuir al crecimiento económico, y este esfuerzo también es incluido en el “Concepto de apoyo a los pequeños y medianos empresarios para el período 2014-2020” (Ministerio de Industria y Comercio del Ecuador, 2013) entre otros.

Este documento destaca que un aspecto positivo El impacto en el funcionamiento del sector de las PYMES solo puede implementarse bajo la condición de que este sector mantenga y mejore aún más su competitividad, lo cual solo es posible si ha sido capaz de innovar más y reducir costos y obtener una ventaja competitiva. Esto, confirma la importancia tanto de la innovación como de la agresividad competitiva para el sector de las PYMES y la necesidad de basar su competitividad en la ventaja competitiva innovadora.

A pesar de que los resultados de nuestra investigación sobre educación en microempresas no han demostrado ser un factor diferenciador importante, el Gobierno de este país considera que es una de

las prioridades mencionadas en el concepto. Las herramientas de apoyo se centrarían en el desarrollo de una mayor educación profesional de empleadores y empleados en forma de profundización, expandir, aumentar, renovar o mantener las calificaciones, así como la adquisición de habilidades clave, aumentando la sostenibilidad del empleo dentro de la pequeña y mediana empresa dada.

CONCLUSIONES

Basados en las perspectivas de los autores mencionados, podemos inferir que los factores sociodemográficos desempeñan un papel significativo en la actitud emprendedora y la competitividad de las microempresas. El género puede influir en las barreras y desafíos que enfrentan las emprendedoras, lo cual puede afectar su disposición para innovar y competir. Además, el nivel educativo parece estar relacionado con una mayor confianza y disposición para

asumir riesgos en el ámbito empresarial. Por último, el tiempo de actividad empresarial puede traer consigo una mayor experiencia y comprensión del mercado, lo que podría impulsar la disposición de los emprendedores a innovar y adaptarse (Con et al., 2004).

Sin embargo, es importante reconocer que estos factores sociodemográficos no son determinantes absolutos y que existen múltiples variables interrelacionadas que pueden influir en la actitud emprendedora. Otros factores, como el acceso a recursos financieros, el entorno empresarial y la red de contactos, también pueden desempeñar un papel crucial.

Entender las diferencias en la actitud emprendedora y la competitividad de las microempresas a través de los factores sociodemográficos es fundamental para promover un entorno empresarial inclusivo y fomentar la innovación. Es necesario seguir investigando y desarrollando estrategias que apoyen a los microempresarios en su camino hacia el éxito empresarial, teniendo en cuenta la diversidad de contextos y desafíos que enfrentan.

Los resultados obtenidos han demostrado que el 58 % de las microempresas desarrollan regularmente nuevos productos y servicios en sus empresas, lo que es muy positivo en relación con la importancia y necesidad de la innovación, no solo para las PYMES y las grandes empresas, sino también para las microempresas, en para mantener el ritmo que viene con mundo económico global y dinámico de hoy. Por otro lado, encontramos que solo el 30% de las microempresas encuestadas invirtieron relativamente mucho dinero en el desarrollo de nuevos métodos y tecnologías, mientras que más activas en esta área fueron las microempresas “más jóvenes” que las empresas que operan en el mercado por más de 10 años y las microempresas de los propietarios con educación superior en comparación con otras.

En relación con las actividades dirigidas contra la competencia, respectivamente en el objetivo de superar a la competencia en el mercado, los resultados han demostrado que la mayoría de las microempresas encuestadas consideraron que un elemento de EO como la agresividad competitiva es muy importante. 66% de las microempresas encuestadas están tratando de explotar los cambios anticipados en el mercado y el 58% de las microempresas toman la iniciativa para adelantarse a la competencia.

Con respecto a los factores examinados de género y educación de los empresarios y edad de la empresa, hubo diferencias estadísticamente significativas solo con la antigüedad en el negocio y en un grado relativamente pequeño con la educación de los empresarios. Específicamente, las microempresas “más jóvenes” buscan invertir en el desarrollo de nuevas tecnologías relativamente más dinero que las microempresas que operan en el mercado por más de 10 años y desarrollan una mayor iniciativa mientras buscan oportunidades en el mercado para adelantarse a su competencia. Con relación a la educación, las innovaciones son apoyadas con inversiones de los emprendedores con una educación secundaria en comparación con otros.

Este estudio tiene algunas limitaciones porque se realizó en una muestra limitada de encuestados y tiene un carácter regional. A pesar de que esta investigación tiene un impacto limitado a nivel sectorial, debido a que la gran mayoría de las PYMES en Ecuador incluyen microemprendimientos, los resultados confirman

que es necesario prestar atención al tema de la financiación de las microempresas. El hecho de que solo el 30 % de las microempresas encuestadas invierta mucho dinero en el desarrollo de nuevos métodos y tecnologías puede estar relacionado con los obstáculos para obtener fondos externos. Esto puede ser tema de futuras investigaciones.

AGRADECIMIENTOS

Este artículo es el resultado del esfuerzo conjunto de todos los que formamos el grupo de trabajo del CENID. Por eso agradecemos a la Universidad Técnica de Babahoyo, a los miembros del comité editorial del Congreso de Emprendimiento y sus organizadores.

REFERENCIAS

- Alvear Merelo, P. F., y Verduga Diaz, N. M. (2021). *Emprendimiento y motivación en jóvenes mujeres estudiantes de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la UG durante la pandemia por Covid-19*. 6.
- Baque, M., Barreto, R., & Alvarado, D. (2021). Emprendimiento e innovación del sector microempresarial ecuatoriano durante la pandemia covid- 19. *Polo de Conocimiento*, 6(3), 21. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2497>
- Becerra Molina, E., Flores Flores, M. E., & Cuadrado Sánchez, G. (2021). La fiscalidad en las Mipymes de la región del Austro, en el contexto de la pandemia del COVID-19. *AlfaPublicaciones*, 3(3), 98–119. <https://doi.org/10.33262/ap.v3i3.71>
- Carriel, E. (2017). Emprendimiento-Ecuador. In *El Emprendimiento en Ecuador. Visión y Perspectivas*.
- Con, R. & Formichella, M. (2004). Educación, Empleo y el Desarrollo Local. *Director*, 1439(1033), 1–14.
- De la Torre-Torres, O. V., Aguila-socho-Montoya, D., & Galeana-Figueroa, E. (2020). Beneficios de un portafolio sobreponderado en países emergentes versus globalmente diversificado. *Mercados y Negocios*, 21(42), 5–26. <http://148.202.248.171/meryneg/index.php/MYN/article/view/7548>
- Icaza, J. M. N., Márquez, C. J. V., Avilés, R. A. G., Zapata, R. F. O., & Echeverría, G. M. C. (2018). Las pymes en el proceso de industrialización del cacao en la provincia de Los Ríos, Ecuador. *Investigación Operacional*, 40(4), <https://revistas.uh.cu/invoperacional/article/view/669>
- Molina, D., & Sánchez-Riofrío, A. S. (2016). Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina. *Pymes, Innovación Y Desarrollo*, 4(2), 21–36, <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/pid/article/view/17700>
- Ortega, W., Cuascota, A., Pilataxi, J., & Gualotuña, A. (2018). Liderazgo y productividad de pequeñas y medianas empresas en la provincia de Pichincha-Ecuador. *Unianandes Episteme. Revista De Ciencia, Tecnología E Innovación*, 5(1), 054–065. <http://45.238.216.13/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/843>
- Rodríguez-Aguilar, V., Reina-Pinargote, R. C., Rodríguez-Moran, G. K., & Teresa Cañarte- Quimis, L. (2020). Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento postcovid-19. *Revista Científica FIPCAEC*, 5(4), 91-113. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.298>
- Rodríguez-Mendoza, R., & Aviles-Sotomayor, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. *Revista 593 Digital Publisher CEIT*, 5–.(5), 191–200. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337>
- Santos, F., De La O Barroso, M., & Guzman, C. (2013). La Economía global y los emprendimientos sociales. *Revista de Economía Mundial*, 35, 177–196. <http://www.uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/REM/article/view/4747/4029>
- Simón, J. D. (2013). Sistematizando experiencias sobre educación en emprendimiento en escuelas de nivel primaria. *Revista Mexicana de Investigacion Educativa*, 18(56), 159–190.
- Useche Aguirre, M. C., Pereira Burgos, M. J., & Barragán Ramírez, C. A. (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. *Retos*, 11(22), 271–286. <https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.05>

- Useche Aguirre, M. C., Vásquez Lacres, L. M., Salazar Vázquez, F. I., & Ordóñez Gavilanes, M. (2021). Fórmula Estratégica Empresarial para Pymes en Ecuador ante el Covid-19. *Revista Universidad y Empresa*, 23(40), 1–22. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9309>
- Valero Camino, M., Hidalgo Hidalgo, H. E., & Guevara Córdova, P. G. (2021). La visión de las PYMES manufactureras del Ecuador. *Recimundo*, 5(3), 249–256.
- Vásquez, C. (2017). Educación para el emprendimiento en la universidad. *Estudios de La Gestión. Revista Internacional de Administración*, 2(2), 121–147. <https://doi.org/10.32719/25506641.2017.2.5>
- Villamar Cevallos, J. S. (2017). Estrategias comunicacionales y fortalecimiento de emprendimientos de vivencias personales, en el Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos, año 2016. [Tesis de Grado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/14887>
- Vizueta Tomalá, V. H. (2020). Los factores que afectan a los emprendimientos en el Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 5(3.2), 122–133. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2.2020.1563>