



Innovación – emprendimiento y competitividad en microempresas del cantón Quevedo

Innovation - entrepreneurship and competitiveness in micro businesses of the Quevedo canton

Ing. Diana Isabel Cadena Miranda¹
dcadena@uteg.edu.ec

Eco. Galo Henry Macías España²
gmacias@uteg.edu.ec

Ing. Maritza Alcívar Saltos³
maritzaalcivar@hotmail.com

Ing. Emma Mendoza Vargas⁴
emendoza@uteg.edu.ec

Ing. Jenny Maldonado Castro⁵
jmaldonado@uteg.edu.ec

Recibido: 1/07/2018, Aceptado: 1/09/2018

RESUMEN

Las políticas públicas del Ecuador en la actualidad se encuentran encaminadas a generar una cultura emprendedora, basándose en las necesidades económicas, sociales y culturales del país. Se busca desde diferentes aristas fomentar el espíritu emprendedor e innovador en el aprovechamiento de oportunidades de negocio, que permitan al país dar el salto trascendental en el proceso de transformación de su matriz productiva; cambiar el patrón de extractivismo por uno de economía del conocimiento y de recursos ilimitados, requiere no solo de políticas que faciliten este proceso, sino que esto representa para el país un gran reto; mucho más cuando el mundo vive un proceso de globalización basado en la revolución tecnológica, donde el conocimiento y la estrategia son elementos subyacentes, en tal virtud se ha considerado necesario conocer cuánta capacidad innovadora sostienen los emprendimientos en el cantón Quevedo y su relación con los niveles de competitividad. El objetivo fue evaluar los grados de acceso a la innovación en la búsqueda de la competitividad, como elemento decisivo del emprendimiento y de la

¹ Docente Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Facultad de Ciencias Empresariales. Ecuador

² Docente Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Facultad de Ciencias Empresariales. Ecuador

³ Docente Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo. Ecuador

⁴ Docente Universidad Técnica Estatal de Quevedo Unidad, de Estudios a Distancia. Ecuador

⁵ Docente Universidad Técnica Estatal de Quevedo Unidad, Facultad de Ciencias Empresariales. Ecuador

transformación productiva en el Ecuador, específicamente en el cantón Quevedo. Se logró tener un acercamiento a la realidad de los pequeños negocios quevedeños; a través de un estudio documental y descriptivo, aplicación de encuestas a 63 microempresas afiliadas a la Cámara de Comercio de Quevedo y entrevista a la presidenta de esta entidad. Se pudo evidenciar que los niveles de innovación son muy bajos o inexistentes; siendo únicos patrones de diferenciación las variables precio y calidad en el servicio.

Palabras claves: innovación, emprendimiento, competitividad

ABSTRACT

The public policies of Ecuador are currently aimed at generating an entrepreneurial culture, based on the economic, social and cultural needs of the country. We seek from different angles to promote the entrepreneurial and innovative spirit in the use of business opportunities, which allows the country to take the momentous leap in the process of transforming its productive matrix; changing the pattern of extractivism to one of knowledge economy and unlimited resources, requires not only policies that facilitate this process, but this represents a great challenge for the country; much more when the world lives a globalization based on the technological revolution, where knowledge and strategy are underlying elements, in such a virtue it has been considered necessary to know how much innovative capacity sustain the enterprises in the Quevedo canton and its relationship with the levels of competitiveness . The objective of this research is to evaluate the degrees of access to innovation in the search for competitiveness as a decisive factor of productive transformation entrepreneurship in Ecuador and specifically in the Quevedo canton. It was possible to have an approach to the reality of small Quevedo businesses; through a documentary and descriptive study, application of surveys to 63 micro-companies affiliated to the Chamber of Commerce of Quevedo and interview to the president of this entity. As a result, it was possible to show that innovation levels are very low or nonexistent; The price and quality variables in the service are unique patterns of differentiation.

Keywords: innovation, entrepreneurship, competitiveness

Introducción

En palabras de Pervaiz (2012) la innovación es una característica inherente a la sociedad humana, pero cobra especial relevancia en el surgimiento de sociedades del conocimiento. A partir de los aportes de (O.C.D.E., EUROSTAT, TRAGSA, 2005) en el Manual de Oslo, se habla en los ambientes académicos y económicos con mayor énfasis sobre diferentes tipos de innovación: de producto, de procesos, organizativas y de mercadotecnia.

El presente estudio aborda las variables innovación, de la mano con el emprendimiento, y la competitividad por cuanto mantienen un estrecho vínculo implícito, pues subyacen y coexisten entre sí, para ello es importante definir a qué

llamamos emprendimiento y competitividad.

Acerca del tema, Cano (2016) manifiesta que; el emprendimiento como una palabra de origen francés: "entrepreneur", usada en el siglo XII para designar a las personas que asumían el riesgo de crear algo nuevo.

Responder a la interrogante de cuánta capacidad innovadora sostienen los pequeños emprendimientos en el horizonte temporal del cantón Quevedo de modo que favorezcan sus niveles de competitividad, demanda estudiar y poner en práctica programas integrales en los que se integren diversos esfuerzos en un propósito común.

El cantón Quevedo por su ubicación geográfica cuenta con una gran cantidad de población flotante, lo cual conlleva un crecimiento comercial bastante importante con relación a los demás cantones de la provincia de Los Ríos, bajo este contexto se ha dado apertura para que un número considerable de la población decida apostarle a los emprendimientos como una oportunidad de mejorar sus ingresos.

Según Rusque (2004) se entiende por emprendimiento "...la habilidad de poseer un enfoque constructivista, de aprender haciendo lo que se logra realizando actividades tales como definir situaciones en condiciones de incertidumbre, identificar oportunidades, identificar mercados y visionar empresas que puedan llevarse a cabo".

De acuerdo a Torrent-Sellens (2014) el emprendimiento innovador es la forma más correcta de generar nueva actividad empresarial. Una innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo según se recoge en el Manual de Oslo (O.C.D.E., EUROSTAT, TRAGSA, 2005).

De forma más reciente la teoría del diamante competitivo que entrelazan variables múltiples viene a hacer sinergia mayor alrededor del constructo competitividad (Porter, 2009). Otra visión concibe que solo con la conjugación de valores, creencias de fe y desempeño económico es que se crean las bases de destacarse en los mercados (Weber, 2012).

Método

Este trabajo se fundamentó en la investigación documentada la cual resultó indispensable para la revisión bibliográfica de las fuentes gnoseológicas que sirvieron de base a la presentación de los principales criterios y variables que permiten medir los grados de competitividad de los pequeños emprendimientos quevedeños y los índices de innovación que producen; mientras que la investigación descriptiva permitió conocer la situación actual de estos emprendimientos.

A través del método aleatorio simple, se tomó una muestra de 63 emprendedores de

los 230 afiliados a la Cámara de Comercio de Quevedo, con el fin de recoger información mediante la encuesta, lo cual ayudó a determinar el prototipo del sistema. Sumado a ello, mediante la entrevista a profundidad a la presidenta de la Cámara de Comercio de Quevedo, Ab. Michely Espinel Luzuriaga, se obtuvo información importante en cuanto a la situación de los negocios en el cantón Quevedo.

Resultados

Para analizar los grados de relacionamiento entre innovación y emprendimiento y como la competitividad actualmente se impulsa en las microempresas del cantón Quevedo, es necesario revisar las líneas de negocio implementadas, el monto de inversión inicial de los negocios, las características de diferenciación así como las actividades innovadoras en último año, la cantidad de empleados con que cuentan estos negocios, la permeabilidad de Influencia de ideas innovadoras y las actividades innovadoras realizadas por los emprendedores.

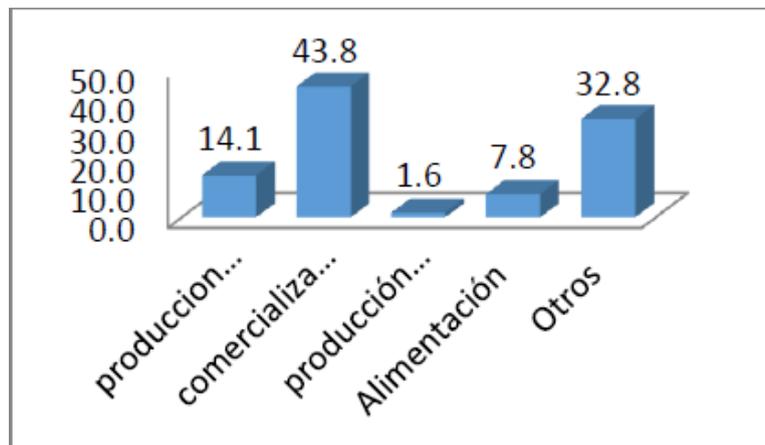


Gráfico 1. Líneas de negocio implementadas

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la línea de su negocio de los emprendimientos, el mayor porcentaje de las cinco opciones recae en la comercialización de productos con un 43.80%, mientras que en el polo opuesto se encuentran la producción de bienes suntuarios con apenas un 1.60%, en la opción de "otros" que se encuentra en el tercer lugar con un 32.80% están aquellos negocios que brindan servicios varios, como son cybers, salones de belleza entre otros. La producción de bienes primarios por otra parte tiene un 14.10%, mientras que los alimentos preparados ocupan un 7.80%.

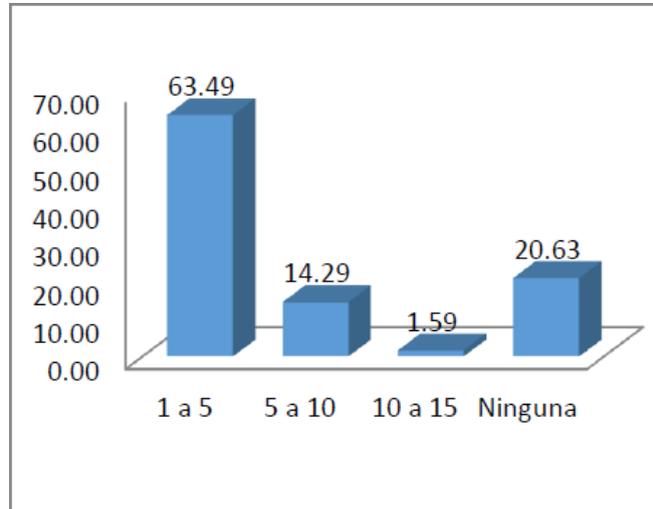


Gráfico 2. Número de empleados en los negocios

Fuente: Elaboración propia

Se puede evidenciar que existe una polarización entre los negocios que tienen de 1 a 5 empleados con un 63.49%, mientras que un 20.63% no mantiene ningún empleado en su negocio, puesto que son negocios pequeños, atendidos solo por sus propietarios o en los que trabaja el núcleo familiar.

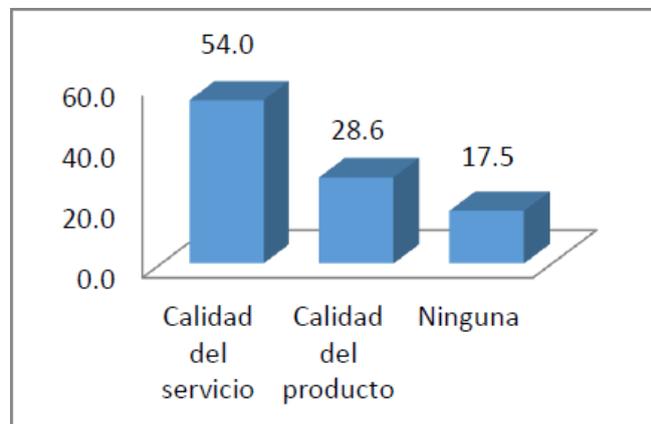


Gráfico 3. Elementos que permiten la diferenciación competitiva

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 3, la variable que contiene el porcentaje más alto es la diferenciación en el servicio que brindan los negocios con un 54%, seguido por un 29% de negocios que se diferencian en la producción de un producto diferente a los de su competencia

y un 17% indica que no considera que haya ninguna diferencia entre los productos y servicios que ellos brindan.

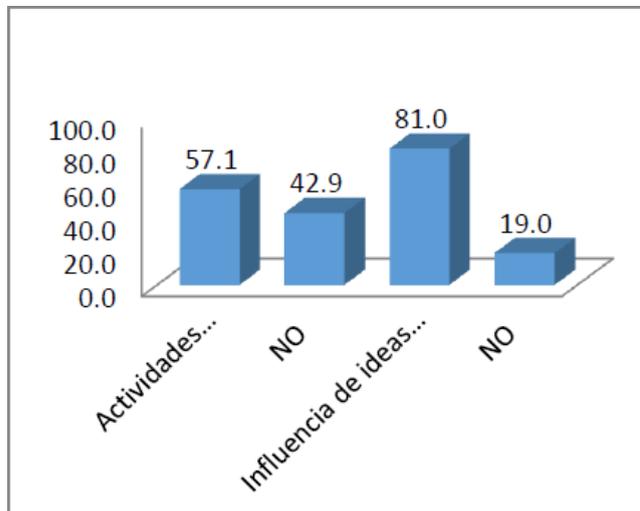


Gráfico 4. Actividades Innovadoras e Influencia de ideas innovadoras

Fuente: Elaboración propia

En la figura 4, Siendo la variable innovación una de los ejes del trabajo de investigación resulta importante destacar que el 57% de los negocios considera que ha realizado alguna actividad innovadora y el 43% no ha realizado ninguna actividad innovadora. Un 81% de los dueños de negocios considera que las ideas innovadoras ayudarían a mejorar los ingresos de su negocio y un 19% considera que no tendrían ninguna incidencia.

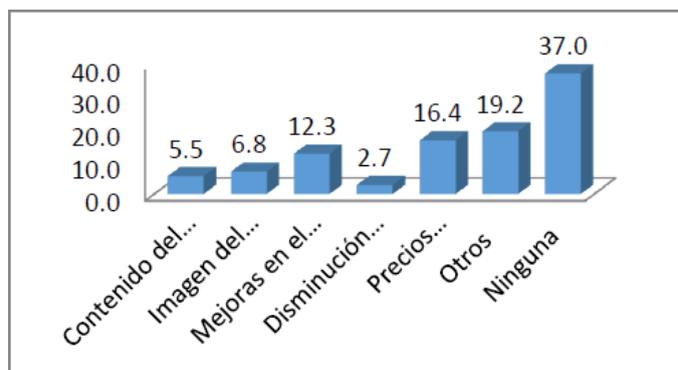


Gráfico 5. Actividades innovadoras destacadas

Fuente: Elaboración propia

En el análisis de la figura 5, se denota que de las actividades innovadoras realizadas por los emprendedores las más destacadas están relacionadas con precios más atractivos un 19%, y un 14% se enfocan en mejorar el servicio, un 8% se ha preocupado en innovar en la imagen del producto y un 3% en disminuir los costos de producción, resulta importante el porcentaje de negocio que no realizan ninguna actividad innovadora que corresponde a un 43%.

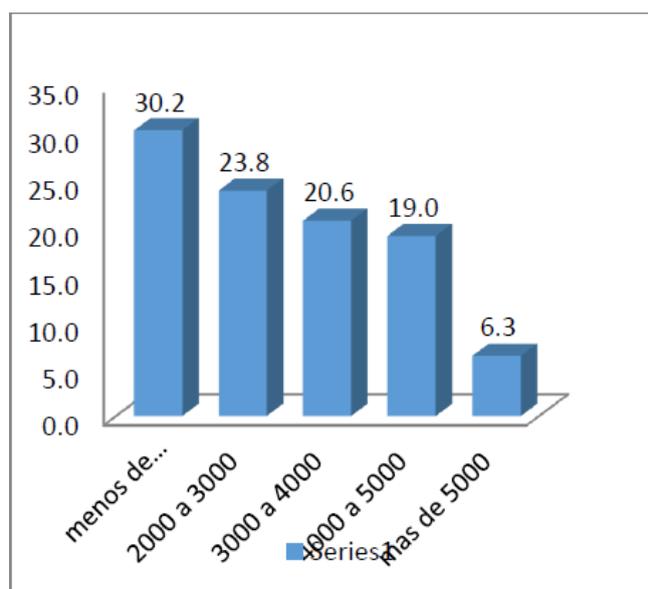


Gráfico 6. Monto de inversión inicial de los negocios

Fuente: Elaboración propia

Se observa que el 30.2% arranca su negocio con menos de \$2000 dólares, el 63.5% entre 2.000 y 5.000 y solo un 6.7% arranca su negocio con un valor superior a los \$ 5000 dólares, visibilizando esto el gran impacto del valor cualitativo de los emprendedores, que con recursos limitados tributan a lograr su propia independencia económica además de generar fuentes de empleo apuntalando una vida digna para los involucrados en cada negocio.

Dentro de las actividades de investigación se realizó una entrevista con la presidenta de la Cámara de Comercio de turno, Ab. Michely Espinel Luzuriaga, la cual permitió despejar las dudas referente a los temas relacionados con el tema de investigación: Expresó que por el momento no existe ningún registro para poder medir de forma cuantitativa ni cualitativa los grados de innovación y competitividad de las microempresas, por cuanto no cuentan con los recursos económicos para dicho estudio, sin embargo considera muy importante esta gestión porque además daría luces para de ser el caso tratar de apoyar a aquellos que más lo necesiten.

Desde su punto de vista y experiencia de líder de la Cámara de Comercio de Quevedo, considera que los puntos que más se deben reforzar para la instalación de negocios nuevos y el monitoreo de los existentes, son:

- Estudiar fuentes de financiamiento.
- Identificar los permisos para la puesta en marcha de los negocios.
- Encontrar la ubicación geográfica adecuada para el negocio.
- Contratar fuerza de trabajo acorde al negocio.
- Conocer la cadena de proveedores.
- Identificar a los clientes potenciales.
- Identificar a la competencia.
- Identificar las necesidades del mercado respecto al negocio.

Discusión

A partir de los resultados obtenidos se puede concluir que existe información relevante sobre la relación implícita y explícita que existe entre las variables: innovación- emprendimiento-competitividad, si bien las áreas y los niveles de innovación que aplican los negocios encuestados en el cantón Quevedo, no se pueden considerar los idóneos de acuerdo a lo que indica la bibliografía, no se debe desconocer que la una gran parte de emprendedores hacen algún esfuerzo por tratar de diferenciar su negocio de los demás.

Como resultado de las encuestas se pudo evidenciar que es significativo el índice que emprendedores que reconocen realizar actividades innovadoras, pero el detalle radica en el hecho que todos realizan actividades similares, según manifestaron un 19% compiten por precios y un 14% por la calidad en el servicio, y si bien estas son dos de las características que más buscan los clientes, no son las únicas, por lo que estaría faltando en nuestro medio dotar de algunas ideas que ayuden a generar mayor competitividad a los negocios, por cuanto se encontró una importante concentración de los negocios en el área de comercialización de productos, pero todos ellos con características muy similares.

Existen programas de innovación y fortalecimiento a emprendedores, sin embargo, el nivel de socialización de estos programas no es adecuado por tanto no llegan a los niveles micro empresariales; debiendo ser política gubernamental para todos los estratos.

Referencias bibliográficas

Cano, J. (2016). *Emprendedores, la aventura de crear tu propio camino*. IT Campus Academy.

O.C.D.E. EUROSTAT, TRAGSA. (2005). Manual de Oslo 3ra Edición. *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Grupo Tragsa.

- Pervaiz, S. C. (2012). *Administración de la Innovación*. México: Pearson.
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. Barcelona: Deusto.
- Rusque, A. (2004). Reflexiones en torno a un programa emprendedor para las universidades latinoamericanas. *Anales de la Universidad Metropolitana*, 243-252.
- Torrent-Sellens, J. (2014). *Emprendimiento innovador y microempresas en red*. Barcelona: UOC.
- Weber, M. (2012). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. ISBN 978- 84-206-6946-5.