



Gestión del Emprendimiento COVID-19, Respuesta Actitudinal de las Mujeres de la Ciudad Latacunga

Martínez Chicaiza, Franklin Andrés¹
Universidad Técnica de Ambato
fmartinez4146@uta.edu.ec

Ortega Toledo, Fabricio Alexander²
Universidad Técnica de Ambato
fortega3907@uta.edu.ec

Sigüenza Espín, Mario Fernando³
Universidad Técnica de Ambato
mf.sigüenza@uta.edu.ec

Recibido: 06/12/2022
Aceptado: 10/01/2023

RESUMEN

La gestión del emprendimiento es un factor indispensable que permite el desarrollo y crecimiento económico a través de la creación e innovación de nuevos productos o servicios. Mediante la crisis sanitaria Covid-19, se identificó razones del porque los emprendimientos no se mantienen dentro del mercado, debido a problemas personales, falta de financiamiento y falta de rentabilidad. Por tal razón, el objetivo del estudio fue analizar las actitudes que influyen en la gestión del emprendimiento en las mujeres de la ciudad de Latacunga en el ciclo de pandemia. Se realizó la aplicación del análisis estadístico factorial exploratorio y la prueba de hipótesis Rho de Spearman. Como resultado, demostró que la gestión del emprendimiento influye de manera positiva dentro de la ciudad de Latacunga orientado hacia la mujer emprendedora donde influye cinco factores como, la orientación emprendedora, innovación, implementación estratégica, gestión de conocimientos y el desempeño organizacional. Por lo que se concluyó que, la gestión del emprendimiento concierne en el desarrollo y la formación cultural de emprendimientos donde incorpora destrezas y habilidades emprendedoras para llevar a cabo con la introducción de proceso de creación e innovación de nuevo productos o servicios dentro del campo empresarial.

Palabras clave: Covid-19; gestión, emprendimiento; innovación, emprendedora.

¹ Egresado de la carrera de Organización de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.

² Egresado de la carrera de Organización de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.

³ Licenciado en Ciencias Administrativas, Administrador en Mercadotecnia, Magister en Gestión de Proyectos Socio Productivos, Docente universitario, Consultor y Capacitador. Ecuador.

Management of the COVID-19 entrepreneurship, attitudinal response of the women of the city Latacunga

ABSTRACT

Entrepreneurship management is an essential factor that allows development and economic growth through the creation and innovation of new products or services. Through the Covid-19 health crisis, reasons were identified as to why the ventures do not remain in the market, due to personal problems, lack of financing and lack of profitability. For this reason, the objective of the study was to analyze the attitudes that influence the management of entrepreneurship in women in the city of Latacunga in the pandemic cycle. The application of the exploratory factorial statistical analysis and the Spearman's Rho hypothesis test was carried out. As a result, it showed that entrepreneurship management has a positive influence within the city of Latacunga oriented towards women entrepreneurs where five factors influence, such as entrepreneurial orientation, innovation, strategic implementation, knowledge management and organizational performance. Therefore, it was concluded that the management of entrepreneurship concerns the development and cultural formation of enterprises where it incorporates entrepreneurial skills and abilities to carry out with the introduction of the process of creation and innovation of new products or services within the business field.

Keywords: Covid-19; management; entrepreneurship; innovation; entrepreneur.

Introducción

La gestión del emprendimiento implica en la creación de nuevos negocios en el cual interviene la creación de nuevos productos o servicios y el ingreso hacia nuevos mercados (Arias et al., 2018). También, es considerado como la regeneración de cambios estratégicos y redefinición organizacional (Durán Vera et al., 2019). Principalmente, está relacionado con habilidades de las empresas, donde se aplica una exploración, procesos de innovación y asegurar de mejor manera los resultados empresariales (Quispe et al., 2022).

La crisis sanitaria respecto al de Covid 19, ha generado una reducción en la comercialización de productos y servicios a nivel mundial. Donde afecto las

finanzas, así como también la pobreza extrema. En el Ecuador que cuenta aproximadamente 4855 empresas tuvieron que acogerse a la suspensión de horas laborales, y posteriormente debían ver la forma de como recuperar las horas perdidas, la restricción de la movilización, y casos importantes de actividades económicas esenciales que las empresas tenían, afecto la economía del país. Para el comercio 2020 evidencio que durante ese periodo de pandemia se han logrado registrar 281 nuevos negocios en el Ecuador y de esos nuevos negocios al menos 89 establecieron segmentación en el ámbito de reparación vehicular y de bicicletea, así como las provincias con mayor índice fue en Guayas, Pichincha, Manabí y Santo domingo (Guevara et al., 2021).

De acuerdo con Global Entrepreneurship Monitor (GEM) menciono que en el mes de junio del 2020 por la Escuela de Negocios Espol demostró que de 37 a 150 emprendimientos se cerraron durante la pandemia lo que reflejo un 42,1% de estos cierres, así como también el Guayaquil un 31,6%, Quito 10,5%, Cuenca 5,3%. Por otra parte, en las ciudades como Daule, Ibarra, Las Naves la mayor parte de los negocios se dedicaban a la fabricación de productos no alimenticios, alimenticios, de construcción y de comercialización al por menor y mayor (Torres et al., 2021).

La pandemia en el Ecuador ha provocado intereses y ciertas formas de varias personas de como emprender según lo mencionan Crespo et al., (2022), por lo que llevaron a cabo una investigación donde principalmente es cuestionarse aspectos positivos sobre emprender y poder progresar exitosamente dentro del mercado, así como también aspectos negativos de lo puede ocasionar en una deserción. Mediante la GEM, se identificó varios motivos por el cual los ecuatorianos decidieron emprender, como un 82,71% lo hacen por ganarse la vida debido al escaso empleo, 52,65% por marcar una diferencia, 35,72% por tradiciones familiar y 36,53% por incrementar y acumular ingresos personales. Hay razones también por qué los

empresarios no se mantienen dentro del mercado a lo largo del tiempo debido a que el 32,7% recalcaron por problemas personales, 16,6% por la falta de financiamiento y 25,2% por la falta de la rentabilidad.

Los cambios repentinos sobre el diario vivir con la actual pandemia han generado un abrupto impulso sobre los emprendimientos en los ecuatorianos en su forma de hacer negocios. De esta forma, Useche-Aguirre et al. (2021) como objetivo analizo los emprendimientos ecuatorianos en la pandemia, lo cual tuvieron que enfrentarse a desafíos y retos, por lo que se vieron forzados a realizar incorporación de innovación de tecnología, comunicación y conocimientos tomando en cuenta un modelo de negocio a distancia para poder responder con asertividad la realidad de la pandemia Covid 19. Se analizaron los emprendimientos ecuatorianos dentro de la temporada de crisis de salud Covid 19 donde los emprendedores se enfrentaron a retos y desafíos en la postpandemia, el cual, los hallazgos revelaron que en el ámbito de Indoamericano tuvieron obstáculos que enfrentar en las acciones empleadas por parte de los emprendedores y sobre todo por el gobierno.

Los ecuatorianos emprendedores se encuentran en un auge de procesos de ajustes internos de alfabetización digital lo cual son bases para que se el resurgimiento económico, pero eso implica en todos los mancomunados de agentes económicos gubernamentales desafíos y esfuerzos para poder obtener resultados de una evolución prospera y estabilidad en los emprendimientos y de la economía del país.

En contexto, un emprendedor triunfa con solo poner en ejecución sus ideas o productos, por lo que adquiere autonomía, mejores ingresos, mayor estabilidad laboral, satisfacción del emprendedor y sobre todo trabajas en lo que más quieres y te apasiona. Por tal razón, el objetivo del estudio fue analizar las actitudes que influyen en la gestión del emprendimiento en las mujeres de la ciudad de Latacunga en el ciclo de pandemia.

Conforme a los resultados estadísticos el Inec-Enemdu, (2020), demostró que durante la pandemia el desempleo fue de un 13,3% a nivel nacional, así como también la tasa de participación global estuvo en un rango de 59,1% a 42,9% dentro de las áreas urbanas. En cambio, una población económicamente inactiva fue de 40,9%. En la actualidad el desempleo se ve reflejado en un 4,9 a 4,0 es decir el desarrollo económico del país esta e marca y empieza a ver actividad laboral a nivel nacional tras el cruce de una crisis sanitaria Covid 19. Para el El Comercio, (2022) alrededor de 789,000 contribuyentes forman parte del régimen tributario RIMPE y dentro de ello están conformado por 143919 empleados y 645 887 negocios populares en el cual los años anteriores se obtuvo ingresos de brutos anuales de %20 000, por lo que los contribuyentes a partir de la inscripción del RUC tienen que cumplir con las condiciones y sujetarse al RIMPE.

Desarrollo Teórico

El emprendimiento hace referencia en la maximización de oportunidades es decir la efectividad y no en relación a la eficiencia sino en la esencia del trabajo según lo menciona Ducker (1998). Otro de los aspectos es que se relaciona en tener un espíritu emprendedor el cual consiste en realizar proyectos innovadores y buscar oportunidades que se obtenga beneficios. Es por ello que para este autor un emprendedor cuenta con características que se los diferencia de los demás, así como también hay procesos de un emprendedor, la cultura del emprendimiento y las formas necesarias para un emprendedor (Hidalgo, 2015).

Emprender

La acción de emprender concierne en llevar a cabo una idea de negocio, es decir llevar a cabo una empresa donde se genera la producción de un bien o prestación de un servicio con el beneficio económico de la misma y satisfacción de sociedad (Vargas & Sánchez, 2021). Del mismo modo, Espinoza (2021) menciona que,

emprender tiene la finalidad de hacer que las ideas sucedan, es decir, que se ilusionen, apostar, avanzar, no quedarse quieto sin importar si se teme al fracaso, levantarse y no tener esa incertidumbre, conseguir y lograr de manera exitosa de todas las dificultades.

Emprendedor

El emprendedor demuestra un estilo de vida, más allá en cuestión de aptitud y actitud (Singh & Gaur, 2018). Un emprendedor es aquella que observa su entorno y busca oportunidades y maneras de solución respecto a problemas que tal vez otras personas no ven y no han sabido como llevar a cabo (Vélez et al., 2020). El emprendedor, tiene ideas innovadoras y trata de sacar adelante con sus propios medios su inicio de investigación o proyecto donde busca la manera de ponerlo en marcha sin que importe las consecuencias y riesgos (Mátyás et al., 2018).

Características de una mujer emprendedora

Un emprendedor identifica oportunidades de negocios, desplegar y adquirir formas de cómo obtener recursos para poder diseñar, explorar y poner en marcha el proyecto o plan de negocio, también necesariamente interviene los recursos humanos donde se asume el liderazgo y respecto a la responsabilidad de que el negocio conlleve al éxito o fracaso dentro del mercado objetivo (Luna et al., 2021). Para ello un emprendedor, considera ciertas características que se muestran a continuación: su formación, espíritu emprendedor, liderazgo, proactividad, capacidad adaptativa, resiliencia, empatía, y pasión.

El proceso de emprender

Para emprender hay que tomar en consideración ciertos factores el un emprendedor pone en ejecución para la formación de nuevas empresas, así como también nuevos empresarios donde influye los factores situacionales, psicológicas, sociales,

económicos, culturales, entre otros. Sin embargo, estos factores ocurren debido al tiempo y espacios físicos donde el impacto de los agentes depende las percepciones y acciones condicionales a las experiencias y herencias sociales y culturales (Bygrave, 1994).

Existen elementos que permiten el desarrollo de los proyectos de emprendimientos donde influye la motivación del emprendedor, la existencia de los recursos, la identificación de una idea, las habilidad y destrezas adquiridas por lo que genera una idea de necesidad de formación de emprendimientos (Hidalgo, 2015).

Gestión del emprendimiento

La gestión de emprendimiento se refiere a recursos disponibles que se escasean y por lo general las personas encargadas se dedican a realizar gestión de fórmulas y diferentes maneras de persuadir y motivar a los emprendedores de que la fuente del capital empresarial sea de apoyo para todos los proyectos que los negocios quieren emprender (Pérez et al., 2021). Por otra parte, implica modelos económicos donde la globalización obliga a que hay grandes empresas internacionales logren beneficios de ingresos económicos para el país y para los emprendedores (Salcedo et al., 2018).

El proceso de análisis sobre el modelo relacional de emprendimiento y la gestión de conocimientos orientadas a la innovación e implementación de estrategias para la mejora del desempeño islámico (Rofiaty, 2019), se basó bajo marcos teóricos sólidos donde las dimensiones tomadas en consideración como el emprendimiento, desempeño organizacional, innovación e implementación estratégica de (Covin & Slevin, 1991; Elitan & Anatan, 2009; Hunger & Wheleen 2003; Kaplan & Norton 1996). Así como también, se tomó en cuenta el modelo servqual bajo una perspectiva de los procesos internos empresariales. Por consiguiente, se procedió aplicar las siguientes hipótesis de investigación.

Orientación emprendedora

La orientación del emprendimiento permite el desarrollo de las actividades innovadoras de las organizaciones, también es considerado como una de las fuentes principales para la renovación empresarial de forma turbulenta en su entorno (Cachan et al., 2020). Por otra parte, la orientación emprendedora se relaciona con la existencia de un comportamiento de análisis proactivos con base a respuesta innovadoras de acuerdo a los retos que se enfrentan, sin embargo, para ello, son capaces de renovarse y conseguir nuevas estrategias, con el tiempo para conseguir nuevos caminos de crecimiento (Martins & Amorim, 2018).

H1. La orientación emprendedora influye positivamente en la innovación de los productos o servicios.

Innovación

La innovación es un proceso que implica, cambios, mejoras y creación de nuevos elementos, a través de ideas o protocolos que generen un impacto positivo en el mercado (Burini et al., 2021). Por otra parte, la innovación consiste en utilizar los conocimientos para construir nuevos caminos que conduzcan a objetivos específicos, tiene procesos de innovación de acuerdo a los desafíos que se presenten. También, se relaciona con poder solucionar necesidades no descubiertas de tal modo que sea aplicable y poder ofrecer un producto o servicio de calidad (Velasquez et al., 2018).

H2. La innovación influye positivamente la implementación estratégica del producto o servicio.

Gestión de conocimiento

La gestión de conocimiento se relaciona con un conjunto de actividades el cual permite fortalecer el intercambio de información y experticia dentro de las

organizaciones a través del grupo de colaboradores profesionales y así mejora el rendimiento y resultados positivos de acuerdo a proyectos planteados por parte de la organización (Díaz et al., 2018). Por otra parte, se puede definir como un esfuerzo el cual implica la adquisición, distribución, aumento y compartimiento de conocimientos para potenciar en sí mismo la organización y los que integran (Lucía & Hernández, 2022).

H3. La gestión de conocimiento influye positivamente en la implementación estratégica de precios competitivos.

Implementación estratégica

La implementación estratégica se refiere a un proceso de plan estratégico de acción donde se ejecuta un nuevo plan de marketing con el fin de aumentar las ventas a través de su nuevo software de gestión para mejorar la eficacia del plan de implementación (Ramírez et al., 2019). Para ello interviene etapas de acciones con dirección estratégica donde la implementación sea de acuerdo al sector objetivo de resultados, e interviene el gerente, los colaboradores y ponen en acción la planeación estratégica (Antunes De Oliveira, 2021).

H4. La implementación estratégica influye positivamente en el desempeño organizacional de la calidad de servicio.

Desempeño Organizacional

El desempeño organizacional se refiere a los resultados del negocio de acuerdo a las actividades estratégicas, maximizando el rendimiento de los colaboradores de las organizaciones (Matabanchoy et al., 2019). Por otra parte, para medir el desempeño organizacional se lo realiza a través de los objetivos el cual deben ser cumplidos o en casos importantes realizar medidas correctivas, así como también realizar evaluaciones y desarrollo a través de canales de información por medio de comunicación interna (Barradas et al., 2021). Implica también el desarrollo y

construcción de identidad empresarial y que le dé sentido de pertenencia a los empleados.

H5. El desempeño organizacional influye positivamente en la gestión de conocimiento para mejorar la eficacia de los recursos y procesos del trabajo en las empresas.

Método

Ruta de investigación

Para el desarrollo de la investigación se aplicó un enfoque cuantitativo y con un alcance correlacional, que permite la recolección de información y el análisis de los datos obtenidos (Padilla y Marroquín 2021). Conforme a la gestión del emprendimiento se tomó en cuenta los cinco factores de orientación emprendedora, innovación, gestión de conocimiento, implementación de estrategia y desempeño organizacional, se desarrolló un cuestionario como herramienta para analizar las percepciones de las mujeres emprendedoras en la ciudad de Latacunga que permita evidencia los factores que influye en las emprendedoras, así como también la relación entre los factores planteados dentro de la investigación.

Participación

La población representa un conjunto de elementos o sujetos que comparten características comunes que se examinan y se analizan para sacar ciertas conclusiones y determinar resultados (Rojas et al., 2019). El número de mujeres emprendedoras fue alrededor de 1026 de acuerdo al Lasio et al., (2020) por lo que se tomó en consideración para determinar un muestreo probabilístico, aleatorio simple, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, dando como resultado un muestreo poblacional de 281 encuestas para la presente investigación.

Tabla 1

Ficha de muestreo

Parámetros	Descripción
Población	1026
Entorno	Emprendedoras, Latacunga
Método de captación	Encuesta
Procedimiento	Población total
Tipo de muestreo	Probabilístico-aleatorio simple
Nivel de Confianza	95%
Nivel de Error	5%
Muestra de Estudio	281

Fuente: Elaboración propia

Diseño del instrumento

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el instrumento del modelo gestión del emprendimiento realizado por Rofiaty, (2019), donde se utilizó los siguientes factores de orientación emprendedora, innovación, gestión de conocimiento, implementación estratégica y desempeño organizacional. La encuesta contiene 37 ítems, con una escala del 1 al 5, el cual 1 es nunca, 2 casi nunca, 3 a veces, 4 casi siempre y 5 siempre. Por otra parte, la realización de la encuesta fue en la plataforma de Google formulario que permite desarrollar cuestionarios de forma virtual.

El primer factor es orientación emprendedora (OREM) se encuentra conformado por 6 preguntas de evaluación, el segundo factor es gestión de conocimiento (GECO) se encuentra conformado por 5 preguntas de evaluación, el tercer factor es innovación (INNO) se encuentra conformado por 5 preguntas de evaluación, el cuarto factor es implementación estratégica (IMES) está conformado por 6 preguntas de evaluación y el quinto factor es desempeño organizacional (DEOR) está conformado por 5 preguntas de evaluación.

Validación del instrumento

La validación del instrumento se llevó a cabo mediante una prueba piloto, esta estrategia permite evaluar la utilización del cuestionario en un tamaño de muestra más pequeña (Domínguez, 2013). Se tomo en consideración una estimación del 20% para el desarrollo de la validación del cuestionario donde dio como resultado una prueba piloto de 56 encuestas. Por otro lado, el Alfa de Cronbach permite medir la confiabilidad de un constructo de la encuesta. Es decir, la fiabilidad interna de cada uno de los factores para la investigación, por lo cual, la confiabilidad es un concepto con múltiples definiciones, pero puede definirse ampliamente como la falta de error de medición en una prueba o la precisión de esa medición (Alcas et al., 2019).

Tabla 2
Ficha de fiabilidad

Factores	Alfa de Cronbach	N° de elementos
Orientación emprendedora	0,857	6
Innovación	0,871	5
Gestión de conocimiento	0,902	5
Implementación estratégica	0,804	6
Desempeño Organizacional	0,536	5
Total	0,944	27

Fuente: Elaboración propia

Para evidenciar la fiabilidad de la encuesta desarrollada de acuerdo a los factores en primer lugar, se encuentra la Gestión de conocimiento con un alfa de Cronbach de 0,902, seguido de Innovación con 0,871, Orientación emprendedora con 0,857 e Implementación estratégica con 0,804, por último, el factor de Desempeño

organizacional con 0,536. Sin embargo, el alfa de Cronbach general fue de 0,944 con un total de 27 ítems donde se deduce fiabilidad de la encuesta y seguimiento de la investigación.

Resultados

Para los resultados se aplicó el perfil sociodemográfico, seguido del análisis factorial exploratorio para analizar la prueba KMO y de Bartlett, factores de varianza explicada, y componentes rotados, a través del software SPSS mediante los datos obtenido del cuestionario. Por otra parte, la prueba de hipótesis mediante el Rho de Spearman para identificar la relación y viabilidad de los factores.

Perfil Sociodemográfico

Dentro del perfil sociodemográfico dio como resultado en el rango de las edades de 26 a 30 años, 83 encuestados 30%, seguido de menos de 25 años, 100 encuestados 36%, de 31 a 35 años, 64 encuestados 23%, de 36 a 40 años, 32 encuestados 11% y más de 41 años, 2 encuestados 1%. Conforme al nivel educativo, se encuentran 58 encuestados en pregrado 21%, seguido de 72 encuestados en bachiller 26%, por consiguiente, 110 encuestados en tecnólogo 39%, en posgrado 16 encuestados 6% y en primaria 25 encuestado 9%. En la edad tuvo una media de 2,00 así como también una desviación típica de 1,000, en el nivel educativo una media de 2,83 y una desviación típica de 0,887.

Tabla 3

Perfil Sociodemográfico

		Frecuencia	Porcentaje	Media	Desv. Tip
Edad	Menos de 25	100	36		
	26 a 30	83	30	2,00	1,000
	31 a 35	64	23		

	36 a 40	32	11		
	Mayor de 41	2	1		
Nivel Educativo	Primaria	25	9		
	Bachiller	72	26		
	Tecnólogo	110	39	2,83	,887
	Pregrado	58	21		
	Posgrado	16	6		

Fuente: Elaboración propia

Análisis Factorial Exploratorio

Mediante la prueba KMO y de Bartlett dio como resultado una adecuación de muestreo de 94% seguido de una prueba esférica de Bartlett con un nivel de significancia de 0,000 es decir, que existe comprobación asertiva en la base de datos obtenidas mediante la encuesta, así como también continuidad de la prueba estadística análisis factorial exploratorio.

Tabla 4
Prueba KMO y de Bartlett

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,944
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	3869,038
	gl	351
	Sig.	,000

Fuente: Elaboración propia

Determinación de factores y varianzas explicadas

En la matriz de factores y varianzas explicadas demostró que, existe significancia respecto a los factores de la gestión del emprendimiento, el cual indicó un valor porcentual de 82% en la orientación emprendedora, innovación, gestión de conocimiento, implementación estratégica y el desempeño laboral donde se encuentran reflejados como una de las respuestas por parte de las encuestadas. De tal modo, que se considera como una relación entre los cinco factores de la gestión del emprendimiento para la investigación.

Tabla 5
Matriz de factores y varianzas explicadas

Componente	Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado
OREM	3,840	14,224	53,335
INNO	2,710	10,037	63,372
GECO	2,044	7,571	70,943
IMES	1,770	6,556	77,499
DEOR	1,419	5,255	82,753

Fuente: Elaboración propia

Determinación de componentes rotados

En la matriz de componentes rotados demostró que en el factor de Desempeño Organizacional con la pregunta 1 (OREM1) un valor de 0,094 es decir, en la falta de aprovechamiento de oportunidades de éxito en lugar del fracaso. Hay que tomar en cuenta que en lugar de quedarse estancados es importante que las personas se adapten a la vida diaria y buscar la forma de ser flexibles, aprender habilidades ya que permite que se obtenga beneficios ya sea dentro de un negocio o una empresa, así como también oportunidades de reuniones comerciales que permitan prepara

de mejor manera estrategias para llevar a cabo con objetivos planteados un corto o largo plazo.

Respecto al factor de Gestión de Conocimientos, con la pregunta 11 (INNO5) demostró un valor de 0,508 es importante realizar cambios de conocimientos con los consultores de gestión debido a que brindan un asesoramiento adecuado, así como también dan información indispensable para que las empresas funciones de manera eficaz y efectiva. Por otra parte, hay que considerar una planificación contable donde verifiquen la factibilidad de la preparación de los impuestos y estrategias que permitan el éxito comercial en los negocios emprendedores. De acuerdo con la pregunta 23 (DEOR1) indico un valor de 0,392 en la percepción de incremento de ventas e ingresos. Las ventas motivan e influye de acuerdo a la percepción de los clientes de como opinan sobre la empresa o negocio por lo que es importante evaluar la experiencia de los negocios y los productos que ofrece para poder realizar estrategias e incrementar las ventas y posicionamiento dentro del mercado.

El factor de Gestión de Conocimientos con la pregunta 19 (IMES3) tuvo un valor de 0,397 donde es importante priorizar con mayor precisión respuestas rápidas en la prestación de servicios. La prestación de servicios es uno de los más importantes ya que representa la credibilidad de la marca de la empresa o negocio y es una de las maneras en cómo diferenciarse y descartarse ante la competencia. Por otra parte, con la pregunta 20 (IMES4) demostró un valor de 0,505 en la falta de servicio de alta calidad. Hay que recalcar que el servicio no es una diferenciación competitiva sino implica de manera importante relaciones comerciales por lo que si hay una mala experiencia de manera negativa los procesos de compra y venta de las empresas se verían perjudicadas y la fidelización con el cliente.

El factor de implementación estratégica con la pregunta 21 (IMES5) dio como resultado un valor de 0,349 considerando la realización de los premios a los

colaboradores destacados, es decir, un reconocimiento a los colaboradores satisface algunas necesidades por lo que el deseo, la autonomía y el control sobre el trabajo es demostrado, por lo que son componentes que permite conectarse entre sus colegas, así como también un trabajo efectivo y eficaz para la empresa o negocio. Finalmente, hay que recalcar que hay una correlación positiva en los factores con las preguntas desarrolladas, entre un rango de 0,60 y 0,80.

Discusión

El Rho de Spearman es una medida no paramétrica que se utiliza principalmente para el análisis de datos, así como también, mide la fuerza y la asociación entre dos variables clasificadas o hipótesis. Por otra parte, para ello ay que tomar en consideración el rango de 0,4 a 0,69 correlación positiva moderada y de 0,7 a 0,89 correlación positiva alta, así para identificar el grado de correlación de las hipótesis planteadas (Flores et al., 2021).

De acuerdo con la hipótesis 1 ($Rho= 0,70$; $p= 0,00$) demostró una correlación positiva alta en la orientación emprendedora donde influye positivamente en la innovación de una producto o servicio. Para Lemoine et al., (2020) la orientación emprendedora permite el desarrollo de la innovación organizacional, así como también es considerado como una fuente de renovación y de mejoras dentro de aspecto turbulentos que tiene la empresa. En cambio, para Clarke et al., (2018) la orientación emprendedora hace referencia en el comportamiento de los emprendedores dentro de una empresa el cual son proactivos en los análisis del ambiente y buscan respuesta innovadores de acuerdo a los retos que se enfrenten.

La hipótesis 2 ($Rho= 0,778$; $p = 0,00$) demostró una correlación positiva alta en la innovación donde influye positivamente hacia la implementación estratégica del producto o servicio. La innovación es que las personas tienen ideas y buscan realizar mejoras y de hacerla de manera diferente por otra parte es una ventaja

competitiva ya que dentro de una empresa el lograr realizar innovaciones las empresas tiene un valor agregado (Toral et al., 2019). Para Arteaga et al., (2021) la innovación estratégica va de acuerdo al punto de vista de lo negocios o empresas, donde se define por las necesidades de gestiones donde hay cambios dentro de las misma por lo que realizan objetivos para adoptarlos y llevar a cabo dentro del entorno competitivo del mercado.

La hipótesis 3 ($Rho= 0,642$; $p= 0,000$) dio como resultado una correlación moderada positiva en la gestión de conocimiento donde influye de manera positiva hacia la implementación de precios competitivos. La gestión de conocimientos empresariales permite la realización de estrategias de manera eficaz, ya que gracias al conocimiento se plantea técnicas de mejor manera, así como prácticas y soluciones ante problemas que enfrenten las mismas (Beltran et al., 2019). Por otro lado, indaga Sandoval & Guerrero (2010) que le gestión conocimientos aumenta la eficiencia de los colaboradores y los procesos dentro de los negocios o empresas se lo realizan de mejor manera donde genera beneficios y el éxito de las organizaciones.

La hipótesis 4 ($Rho=0,768$; $p=0,000$) demostró una correlación positiva alta en la en la implementación estratégica influye positivamente hacia el desempeño organizacional de la calidad de servicio. Para Guevara et al., (2021) la implementación estratégica ayuda a las organizaciones a que aprovechen con las oportunidades con respecto a las amenazas, así como también a mejorar y mantener las fortalezas donde las debilidades de las organizaciones de disminuyan para obtener beneficios a corto o largo plazo. Sin embargo, para Beltran et al. (2019) las implementaciones estratégicas influyen tanto en los recursos humanos, donde intervine las inversiones para poder cumplir con ciertos objetivos principales planteadas por las empresas, para ello debe existir una administración apropiadas

que permita optimizar los recursos y llevar a cabo con el cumplimiento de metas organizacionales.

La hipótesis 5 ($Rho= 0,675$; $p=0,000$) revelo una correlación moderada positiva en el desempeño organizacional influye de manera positiva hacia la gestión de conocimientos para mejorar la eficaz los recursos y procesos que tienen las empresas. El desempeño organizacional permite visualizar a través de una evaluación en como los colaboradores realizan sus trabajos en las distintas áreas o ámbitos empresariales (Toral et al., 2019). Por otro lado, para Guerola et al., (2021) evaluar el desempeño organizacional dentro de un periodo de un tiempo con en un año ayuda a implementar estrategias para mejorar la eficacia y eficiencia de los colaboradores, así como también mejorar la misión, visión, las competencias laborales dentro de los cargos y la cultura organizacional.

Conclusiones

Mediante fuentes teóricas es evidente que los emprendimientos tienen un sin número de procesos, el cuál intervienen para la transformación de iniciativas de generar un producto o servicio, para ello, lo más importante es que los emprendedores, tienen talentos especiales y tienen la capacidad de innovar, explorar, y liderar nuevas oportunidades de mercados e introducir nuevos productos o servicios que se ajusten a las necesidades así como también la obtención de beneficios y el éxito de los emprendedores en el ámbito empresarial.

En el Ecuador, existen varios motivos por el cuál emprenden, y principalmente por la necesidad, donde buscan formas de innovación para cumplir con sus metas personales y ofrecer productos o servicios novedosos que sobrepasen sobre las expectativas de los consumidores, es por ello que, los emprendedores ven como oportunidades de negocios para salir adelante económicamente. Sin embargo, el miedo al fracaso, la incertidumbre, la falta de orientación en administración,

marketing, tecnológicas, de financiación pueden ser superadas si existe la ayuda de entidades públicas y privadas, que de alguna manera disminuya esos riesgos para que los/as emprendedores/as que aspiran entrar en el mercado y puedan posicionarse.

Como resultados obtenidos mediante la aplicación del análisis estadístico factorial exploratorio y la prueba de hipótesis Rho de Spearman. La gestión del emprendimiento influye de manera positiva dentro de la ciudad de Latacunga orientado hacia la mujer donde influye los cinco factores como, la orientación emprendedora, innovación, implementación estratégica, gestión de conocimientos y el desempeño organizacional. Por lo que se concluyó que, la gestión del emprendimiento concierne en el desarrollo y la formación cultural de emprendimientos donde incorpora destrezas y habilidades emprendedoras para llevar a cabo con la introducción de proceso de creación e innovación de nuevo productos o servicios dentro del campo empresarial.

Referencias

- Alcas Zapata, N., Alarcón Díaz, H. H., Venturo Orbegoso, C. O., Alarcón Díaz, M. A., Fuentes Esparrell, J. A., & López Echevarría, T. I. (2019). Tecnoestrés docente y percepción de la calidad de servicio en una universidad privada de Lima. *Propósitos y Representaciones*, 7(3), 231. <https://doi.org/10.20511/pyr2019.v7n3.388>
- Antunes De Oliveira, M. (2021). *Quais São Os Principais Objetivos Estratégicos Das Organizações Ao Implementar Programas De Melhoria Contínua? December*, 2–15. <https://www.researchgate.net/publication/357053459>
- Arias, W. M., Maldonado, C. W., & Reina, V. M. (2018). El Estado de bienestar. Una revisión explicativa de la aplicación de transferencias monetarias condicionadas en la Provincia de Imbabura (Ecuador). *HOLOPRAXIS Ciencia, Tecnología e Innovación*, 2(1), 41–56.
- Arteaga Flores, R., Solís Cedeño, V. J., Hernández Soria, L. E., & Arauz Chávez, A. R. (2021). Marketing digital y la gestión comercial de relaciones con los clientes (CRM) de las Pymes de Manabí. *Observatorio de La Economía Latinoamericana*, 1–29. file:///C:/Users/PERSONAL/Documents/Documentos

del MIC/DOC/8 de 08 del 2022/7532ac6e7290cf9d9d80b9f1a167a068.pdf

- Barradas, M., Rodríguez, J., & Espinoza, I. (2021). Desempeño organizacional. Una revisión teórica de sus dimensiones y forma de medición. *RECAI Revista de Estudios En Contaduría Administración e Informática*, 10(28), 21–40. <https://n9.cl/0fwjb>
- Beltran, M., Parrales, V., & Ledesma, G. (2019). *El Buyer Persona como factor clave entre las tendencias en Gestión Empresarial*. 3. [https://doi.org/10.26820/recimundo/3.\(3.Esp\).noviembre.2019.659-681](https://doi.org/10.26820/recimundo/3.(3.Esp).noviembre.2019.659-681)
- Burini, J. A., Eizaguirre, J. I., Loviso, C., & Libkind, D. (2021). Non-conventional yeasts as tools for innovation and differentiation in brewing. *Revista Argentina de Microbiología*, 53(4), 359–377. <https://doi.org/10.1016/j.ram.2021.01.003>
- Cachan, H., Jiménez, C., Ocampo, J., Roncancio, S., & Ortiz, L. (2020). Medición del desempeño de emprendimientos sociales: una revisión de literatura. *Revista I+D En TIC*, 11(1), 36–50. <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/identific/article/view/4652>
- Clarke, M., Cisneros, Y., & Paneca, Y. (2018). Gestión comercial; diagnóstico del atractivo y rentabilidad de puntos de ventas. *Ciencias Holgín*, 24(4), 01–11. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181557161002>
- Crespo-Martínez, P. E., Rosales-Moscoso, M. V., Contreras-Silva, C. A., & Bermeo-Samaniego, C. A. (2022). Variables que influyen en el emprendimiento en Ecuador. In *Uda Akadem* (Issue 9). <https://doi.org/10.33324/udaakadem.v1i9.478>
- Díaz, G. A., Valdes, M. E., & Quintana, M. D. (2018). La gestión del conocimiento en el ámbito empresarial The management of knowledge in the business environment. *Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 5(2), 133–148.
- Domínguez Santarén, M. J. (2013). Elaboración y prueba piloto de un cuestionario para conocer la capacidad y la disposición del personal sanitario en el acompañamiento al duelo perinatal. *NURE Investigación*, 62, 33. http://www.index-f.com/new/cuiden/extendida.php?cdid=679407_1
- Durán Vera, M. O., Pincay Durán, Y. G., Pincay Durán, A. I., & Arriola León, I. A. (2019). Aplicación de políticas sobre ART para el fortalecimiento de emprendimientos en el Ecuador. *Recimundo*, 3(3), 1223–1253. [https://doi.org/10.26820/recimundo/3.\(3\).septiembre.2019.1223-1253](https://doi.org/10.26820/recimundo/3.(3).septiembre.2019.1223-1253)
- El Comercio. (2022). *Contribuyentes forman parte de nuevo regimen tributario*

RIMPE. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/rimpe-contribuyentes-regimen-tributario.html>

Espinoza. (2021). El Emprendimiento En Ecuador: Una Revisión Bibliográfica De Su Actual Situación. *Universidad ECOTEC, November 2020*.
https://www.researchgate.net/profile/Marcos-Espinoza-3/publication/349108465_EL_EMPRENDIMIENTO_EN_ECUADOR_UNA_REVISION_BIBLIOGRAFICA_DE_SU_ACTUAL_SITUACION/links/6020d13645851589398c2533/EL-EMPRENDIMIENTO-EN-ECUADOR-UNA-REVISION-BIBLIOGRAFICA-DE-SU-ACTUAL

Flores Flores, A. J., Lavín Verástegui, J., & Castillo Hernández, L. (2021). El capital estructural y relacional en el desempeño organizacional del sector público en el estado de Tamaulipas (México): Un análisis factorial exploratorio y correlacional usando Rho de Spearman. *Acta Universitaria, 31(2020), 1–16*.
<https://doi.org/10.15174/au.2021.2810>

Guerola-Navarro, V., Gil-Gomez, H., Oltra-Badenes, R., & Sendra-García, J. (2021). Customer relationship management and its impact on innovation: A literature review. *Journal of Business Research, 129(March), 83–87*.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.050>

Guevara, P., Mazacon, B., & Lozano, L. (2021). *Análisis de los modelos de gestión para sostenibilidad del emprendimiento social en la Provincia de los Ríos*. *Analysis of management models for sustainability of social entrepreneurship in the Province of los Ríos, 6, 2528–8083*.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.5660231>

Hidalgo, L. F. (2015). La cultura del emprendimiento y su formación The Culture of Entrepreneurship and Education. *Estudios Del Desarrollo Social: Cuba y América Latina RPNS, 3(2), 1–8*. www.revflacso.uh.cu

Inec-Enemdu. (2020). Nacional De Desempleo Y Subempleo Contenido. *Inec Enemdu, 47*.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30998/1/T4760e.pdf>

Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). La Economía Emprendedora En Ecuador. *Babson, 2(ISSN No. 13903047), 65*.
<https://bit.ly/3omNpsQ>

Lemoine Quintero, F. Á., Montesdeoca Calderón, M. G., Villacís Zambrano, L. M., & Hernández Rodríguez, N. R. (2020). El comportamiento del consumidor en la gestión comercial de destinos turísticos Sucre-San Vicente. Un acercamiento desde las Ciencias Sociales, Ecuador 2017. *3C Empresa. Investigación y*

Pensamiento Crítico, 9(1), 17–39.
<https://doi.org/10.17993/3cemp.2020.090141.17-39>

Luna, R., Ortiz, C., Granda, R., Luna, T., Granda, M., & Luna, B. (2021). Income, Trajectory and Access To Financing of Mses in Ecuador: an Empirical Approach Using Discrete Choice Models. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27(SpecialIssue 4), 1–12.

Martins, J., & Amorim, C. (2018). La investigacion sobre la medicion de la innovacion en las empresas de Turismo. *Estudios y Perspectivas En Turismo*.

Matabanchoy-Tulcán, S. M., Álvarez-Pabón, K. M., & Riobamba-Jiménez, O. D. (2019). Efectos de la evaluación de desempeño en la calidad de vida laboral del trabajador: Revisión del tema entre 2008-2018. *Universidad y Salud*, 21(2), 176–187. <https://doi.org/10.22267/rus.192102.152>

Mátyás, B., Soriano, B., Carpio, I., & Carrera, P. (2018). A brief review on startup mentoring in higher education in Ecuador. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(2).

Padilla-Avalos, C.-A., & Marroquín-Soto, C. (2021). Enfoques de Investigación en Odontología: Cuantitativa, Cualitativa y Mixta. *Revista Estomatológica Herediana*, 31(4), 338–340. <https://doi.org/10.20453/reh.v31i4.4104>

Pérez, O. M., Alberto, L., Peralta, A., Gustavo, V., Rodríguez, G., Roberto, M., & Benites, T. (2021). *EasyChair Preprint Corporate Social Responsibility in the legal system of the Republic of Ecuador: towards a law vs . its traditional voluntariness*.

Quispe, G., Giner, J., & Ayaviri, D. (2022). Los emprendimientos rurales con enfoque de género. Una revisión teórica sobre su importancia y el rol de las cooperativas financieras en el financiamiento. *ESPOCH Congresses: The Ecuadorian Journal of S.T.E.A.M.*, 2(2), 705–727. <https://doi.org/10.18502/epoch.v2i2.11424>

Ramírez, M. C., Rodríguez, M. del P., & González, J. P. (2019). Literature review on the strategic approach of business models. *Informacion Tecnologica*, 30(6), 177–192. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000600177>

Rofiaty, R. (2019). The relational model of entrepreneurship and knowledge management toward innovation, strategy implementation and improving Islamic boarding school performance. *Journal of Modelling in Management*, 14(3), 662–685. <https://doi.org/10.1108/JM2-05-2018-0068>

- Rojas-Solís, J. L., García-Ramírez, B. E. B., & Hernández-Corona, M. E. (2019). Mobbing on University Staff: a Systematic Review. *Propósitos y Representaciones*, 7(3), 354–382.
- Salcedo, V., Arias, V., Núñez, L., Robalino, A., & Nugra, M. (2018). *El emprendimiento de los estudiantes universitarios en Ecuador: Caso Universidad Técnica de Machala*. 33, 1–26.
- Sandoval, J., & Guerrero, D. (2010). Empresas Familiares En Colombia: Hacia La Construcción De Un Modelo De Gestión Comercial Family Business in Colombia: Towards the Construction of a Commercial Management Model. *Rev. U.D.C.A Act. & Div. Cient*, 13(1), 135–146.
- Santos-Hernández, B. (2022). Gestión del conocimiento y sostenibilidad en la gestión de la cadena de suministro: revisión de literatura. *Telos*, 24(3), 732–748.
- Singh, S. K., & Gaur, S. S. (2018). Entrepreneurship and innovation management in emerging economies. *Management Decision*, 56(1), 2–5. <https://doi.org/10.1108/MD-11-2017-1131>
- Toral-Tinitana, R. del C., Gallardo, N. A., Pasaca-Mora, M. E., & Cevallos Cueva, C. E. (2019). La gestión del entorno comercial y su relación con la calidad del servicio al cliente en el mercado farmacéutico, Loja – Ecuador. *Dominio de Las Ciencias*, 5(1), 136. <https://doi.org/10.23857/dc.v5i1.853>
- Torres Torres, Á. O., Bernal Álava, Á. F., & Peñafiel Moncayo, I. R. (2021). La afectación de los emprendedores en época de pandemia. *Revista Publicando*, 8(32), 51–60. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2267>
- Useche-Aguirre, M. C., Pereira-Burgos, M. J., & Barragán-Ramírez, C. A. (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(22), 271-286.
- Vargas-Merino, J. A., & Sánchez-Esli, W. (2021). Emprendimiento como alternativa de inclusión laboral en personas con discapacidad en Latinoamérica: Una revisión sistemática entre los años 2010-2020. *INNOVA Research Journal*, 6(3.1), 1–18. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n3.1.2021.1827>
- Velasquez, S., Pino, A., Restrepo, E., & Viana, N. (2018). Innovación en empresas: Estado del arte considerando tendencias para su implementación. *Revista Espacios*.



Vélez, C., Jácome, J., & Bermúdez, C. (2020). Actitud Emprendedora En América Latina Y Ecuador: Una Revisión Del Informe Global Entrepreneurship Monitor Y Estudios Previos. *Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 7(1), 12–21. <https://doi.org/10.46677/compendium.v7i1.780>

©2023 por el autor. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia de Creative Commons Reconocimiento – No Comercial 4.0 Internacional (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).