



**LA INTELIGENCIA EMPRENDEDORA: UNA HERRAMIENTA
CLAVE PARA EL ÉXITO DE LOS EMPRENDEDORES**
*ENTREPRENEURIAL INTELLIGENCE: A KEY TOOL FOR
SUCCESSFUL ENTREPRENEURSHIP*

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15838482>

AUTORES:

César Geovanny Ortiz Mosquera ¹

Universidad Técnica de Babahoyo

<https://orcid.org/0000-0003-1359-7048>

cortiz@utb.edu.ec

Bayron Franklin Gudiño Chala ²

Universidad Técnica de Babahoyo

<https://orcid.org/0009-0008-6197-151X>

bgudino@utb.edu.ec

Ronald Adriano Pauta Ríos ³

Universidad Técnica de Babahoyo

<https://orcid.org/0009-0009-8789-2008>

rpautar@utb.edu.ec

Jonathan Israel Rendón García ⁴

Universidad de Guayaquil

<https://orcid.org/0009-0009-7791-8008>

jonathanrendon2019@gmail.com

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: cortiz@utb.edu.ec

Fecha de recepción: 05 / 09 / 2024

Fecha de aceptación: 11 / 12 / 2024



RESUMEN

Esta investigación aborda la problemática de la escasa utilización de capacidades esenciales entre los emprendedores, por ello, el objetivo principal de este estudio consistió en analizar a fondo la relevancia de la inteligencia emprendedora en su calidad de factor fundamental en el logro de triunfo por parte de los emprendedores. El enfoque metodológico adoptado se caracteriza por ser cuantitativo, lo que implica que se llevó a cabo la realización de encuestas estructuradas con escala Likert a una muestra representativa de 218 micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en la provincia de Los Ríos, Ecuador. Los datos recolectados fueron sometidos a análisis con el propósito de evaluar la coherencia interna, a través de la aplicación del coeficiente alfa de Cronbach y la revisión de las interrelaciones entre las diferentes preguntas del cuestionario. Según los resultados obtenidos, se han identificado carencias importantes en aspectos críticos: se ha observado que una proporción considerable de emprendedores no están creando ideas innovadoras ni hallando respuestas creativas a situaciones problemáticas de gran complejidad. Asimismo, la mayoría de las empresas no lleva a cabo análisis de mercado ni planificación estratégica de forma periódica. La falta de estos elementos está teniendo un impacto negativo en el desarrollo y la capacidad de generar ganancias de las empresas. Las conclusiones afirman que la inteligencia emprendedora desempeña un papel crucial en la capacidad de los emprendedores para alcanzar el éxito. Es aconsejable crear cursos de capacitación que integren conocimientos teóricos con experiencias prácticas, brindando facilidades para utilizar herramientas apropiadas.

Palabras clave: análisis de mercado, innovación, inteligencia emprendedora, planificación estratégica, sostenibilidad empresarial.

ABSTRACT

This research addresses the problem of the scarce use of essential capabilities among entrepreneurs; therefore, the main objective of this study was to analyze in depth the relevance of entrepreneurial intelligence as a fundamental factor in the achievement of success by entrepreneurs. The methodological approach adopted is characterized by being quantitative, which implies that structured surveys with a Likert scale were carried out on a



representative sample of 218 micro, small and medium-sized enterprises located in the province of Los Ríos, Ecuador. The data collected were subjected to analysis with the purpose of evaluating internal consistency, through the application of Cronbach's alpha coefficient and the review of the interrelationships between the different questions of the questionnaire. According to the results obtained, important deficiencies have been identified in critical aspects: it has been observed that a considerable proportion of entrepreneurs are not creating innovative ideas or finding creative responses to highly complex problem situations. Likewise, most of the companies do not carry out market analysis or strategic planning on a regular basis. The lack of these elements is having a negative impact on the development and profit-generating capacity of companies. The findings affirm that entrepreneurial intelligence plays a crucial role in the ability of entrepreneurs to succeed. It is advisable to create training courses that integrate theoretical knowledge with practical experiences, providing facilities to use appropriate tools.

Keywords: entrepreneurial intelligence, innovation, market analysis, strategic planning, business sustainability.

INTRODUCCIÓN

En el panorama actual de las nuevas empresas y proyectos, la capacidad de ser emprendedor se destaca cada vez más como un elemento esencial que contribuye al alcance de los objetivos y metas de los emprendedores. Este concepto, que engloba la habilidad para pensar de manera creativa, analizar información de manera crítica y tomar decisiones estratégicas, es fundamental para poder sobresalir y tener éxito en el complejo y cambiante mundo de los negocios (Gómez Díaz et al., 2022; Villasmil Molero y Gil Osorio, 2024). Este estudio examina la manera en que el nivel de inteligencia emprendedora puede tener un impacto crucial en el logro de éxito de las nuevas empresas, particularmente en un entorno donde la importancia de la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial se ha vuelto cada vez más relevante (Goralski y Tan, 2023; Hopp et al., 2024).

El emprendimiento se ha destacado y valorado por su papel fundamental en impulsar el progreso económico y social, pues los emprendedores no solamente tienen la capacidad de crear puestos de trabajo, sino que también desempeñan un papel fundamental en estimular la



creatividad y promover la variedad en la economía (Montoya y Herrera, 2021; Pacheco-Ruiz et al., 2022). No obstante, el logro en el mundo empresarial no es consistente para todos y está determinado por diversos aspectos, siendo la inteligencia emprendedora destacada como un factor distintivo según investigaciones recientes realizadas por Ynzunza y Izar (2020) y Calanchez et al. (2023).

Durante los últimos años, el mundo del emprendimiento ha experimentado transformaciones significativas que han sido impulsadas por diversos cambios en la tecnología, la economía y la sociedad. La globalización y la digitalización han generado oportunidades adicionales para las empresas, sin embargo, también han provocado un aumento en la competencia que es más rigurosa (Flores, 2021). En la situación actual, la habilidad de ajustarse de manera ágil y realizar elecciones basadas en información se vuelve especialmente crucial, según lo señalado por García-Madurga et al. (2021) y Nuñez et al. (2023).

Según el análisis presentado en el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Ecuador 2023-2024, se identificaron diversos factores como principales causas que llevaron al cese de actividades de empresas en Ecuador a lo largo del año 2023. El análisis indica que la principal razón identificada es la falta de rentabilidad, siendo responsable de un 37.40% de todas las situaciones analizadas. Esta cifra indica que más de un tercio de las empresas tuvieron que cerrar porque no consiguieron generar beneficios adecuados para sostener su funcionamiento.

También es importante destacar que un motivo relevante que impacta a un 21.38% de los emprendedores es la carencia de recursos económicos para financiar sus proyectos. Este dato revela que una proporción significativa de las empresas no fue capaz de obtener la financiación requerida con el fin de seguir operando. Los problemas de índole personal y familiar también desempeñaron un rol significativo en el cese de actividades comerciales, siendo responsables del 19.31% de los casos registrados, lo que resalta la influencia de aspectos ajenos al negocio en la viabilidad de las iniciativas empresariales.

La pandemia de COVID-19, a pesar de ser menos impactante en relación con otros aspectos, todavía tuvo un efecto contribuyente al cierre de negocios en un 7.78%. Además, existen otros motivos citados por los encuestados para abandonar el negocio, como la posibilidad de



vender la empresa (3.79%), la exploración de nuevas oportunidades laborales o comerciales (5.49%), y dificultades relacionadas con políticas fiscales y burocracia (2.61%). Por último, una mínima cantidad de los cierres tuvo su origen en dificultades de abastecimiento, representando un 0.64%, y en retiros por jubilación, con un 1.13%. Estos datos muestran un escenario complicado en el que diversos elementos, como factores económicos, circunstancias personales y del entorno, tienen un impacto significativo en la interrupción de las empresas en Ecuador (Lasio et al., 2024).

Investigaciones anteriores han examinado una variedad de aspectos que pueden tener un impacto en el rendimiento positivo de las empresas, entre los que se incluyen la formación académica, la trayectoria laboral previa y los contactos y respaldos sociales. No obstante, en la literatura académica se ha prestado escasa atención al concepto de inteligencia emprendedora, la cual se define como la habilidad para introducir nuevas ideas, evaluar el entorno comercial y realizar elecciones estratégicas (López et al., 2021; Sánchez et al., 2021). El enfoque de la inteligencia emprendedora está ganando terreno en los estudios académicos, cada vez recibiendo más atención y reconocimiento por parte de los investigadores, la cual, se describe como un conjunto de capacidades mentales y emocionales que capacitan a los emprendedores para reconocer oportunidades, analizar riesgos y hacer elecciones estratégicas de forma exitosa, tal como lo indican Ayala (2018) y Bernal-Guerrero et al. (2024). Esta forma particular de inteligencia fusiona elementos de la creatividad, la capacidad de adaptación ante desafíos y la habilidad para adquirir conocimiento, los cuales son fundamentales en el contexto actual de negocios (Ynzunza y Izar, 2020; Fajardo y Álvarez, 2021; Aranibar et al., 2022).

Según Ayala en su estudio del año 2018, se tiene constancia de que aquellos emprendedores que logran tener éxito generalmente cuentan con un equilibrio entre habilidades técnicas específicas, capacidad creativa y un profundo conocimiento del funcionamiento del mercado en el que se desenvuelven. La capacidad de la inteligencia emprendedora radica en la habilidad consolidada de reconocer oportunidades y administrar eficientemente los recursos, lo cual implica la síntesis de estos componentes según Aranibar et al. (2022); así como indican Ynzunza y Izar (2020).



Aunque se reconoce la importancia del emprendimiento, se observa una considerable falta de comprensión sobre los elementos que pueden influir en la continua prosperidad de los emprendedores, ya que a medida que ciertos emprendedores logran tener éxito y hacer crecer sus empresas, existe otro grupo que se encuentra con obstáculos que son tan grandes que resultan imposibles de superar, lo que finalmente deriva en un fracaso empresarial (Sumbabustamante et al., 2020; Bernal y Cusi, 2024). La interrogante planteada en la investigación se enfoca en una carencia significativa identificada en los estudios vigentes: ¿Cómo puede la inteligencia emprendedora ser cultivada y aplicada para mejorar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de los emprendimientos (Ayala, 2018)?.

A pesar de que se ha progresado en entender la inteligencia emprendedora, todavía existen diversas áreas sin explorar en el ámbito del conocimiento sobre este tema. Por ejemplo, existe escasa información acerca de los métodos para evaluar esta capacidad mental y cómo evoluciona a medida que pasa el tiempo (García y Sáez, 2024). Se ha señalado que existe un vacío en el conocimiento sobre cómo la inteligencia emprendedora se relaciona con aspectos clave del éxito empresarial, como la sostenibilidad y la innovación, que todavía requiere una investigación más profunda, según varios autores como Arroyo et al. (2020) y López et al. (2016).

En efecto, este estudio tiene como objetivo analizar a fondo la relevancia de la inteligencia emprendedora en su calidad de factor fundamental en el logro de triunfo por parte de los emprendedores. Por ello, la investigación explora la manera en que esta inteligencia podría ser cultivada y utilizada con el fin de incrementar la sostenibilidad y la sustentabilidad de los emprendimientos (Borja et al., 2020)

Este estudio es importante porque examina una dimensión del emprendimiento que apenas se ha explorado, y esta exploración podría tener implicaciones sustanciales para las prácticas comerciales y la formulación de políticas. Cuando se adquiere un mayor conocimiento sobre el papel que desempeña la inteligencia emprendedora en el logro del éxito, es posible desarrollar programas de formación y asistencia que sean más eficaces para respaldar a los emprendedores, como han destacado García-Jiménez et al. (2021) y Alarcón y Silva (2023).



Por ello, esta investigación se enfoca en identificar y analizar las habilidades y competencias que forman parte de la inteligencia emprendedora, examinando cómo influyen en la fundación y administración de negocios sostenibles, según lo mencionado por Ayala en 2018. Adicionalmente, espera proporcionar recomendaciones prácticas a los emprendedores para fomentar el crecimiento de esta inteligencia.

METODOLOGÍA

Se usó una metodología cuantitativa, puesto que este enfoque metodológico posibilitó examinar de manera objetiva una situación a través de análisis estadísticos medibles, con el propósito de identificar predicciones o tendencias de conducta en relación al problema presentado (Cassiani, 2016). La decisión de utilizar esta metodología se tomó con el objetivo de adquirir un conocimiento profundo y completo sobre cómo se puede fomentar y poner en práctica el espíritu emprendedor en una variedad de entornos y situaciones dentro del mundo empresarial. A continuación, se proporciona una descripción detallada de los elementos que conforman la metodología empleada en esta investigación.

Diseño de Investigación

El diseño de investigación seleccionado para este estudio tuvo un enfoque descriptivo que detalla las variables relevantes, además, se empleó una encuesta estructurada con el fin de recabar información importante en relación a la problemática detectada. Por consiguiente, examinó minuciosamente las causas y consecuencias del problema incluyendo investigaciones previas relevantes que respaldan esta investigación, se recolecta material informativo sobre el tema y área mediante la revisión de literatura de no más de 5 años (Falco, 2017). Este enfoque posibilitó una visión completa de la investigación, lo que simplifica el proceso de comparación de datos y otorga legitimidad a los hallazgos obtenidos.

De esta manera, el estudio tuvo lugar en la provincia de Los Ríos, incluyendo la capital provincial, Babahoyo, y la ciudad de Quevedo, las cuales son reconocidas como centros urbanos clave. Esta elección se basa en la gran cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) ubicadas en esas áreas específicas. La cantidad de MIPYMES que fueron seleccionadas para el estudio fue recopilada a través de la información proporcionada



por la Cámara de Comercio de los dos cantones mencionados anteriormente. Adicionalmente, se empleó el método deductivo con el propósito de abordar situaciones concretas y ampliar el alcance hasta abarcar aspectos más generales, todo fundamentado en los datos y argumentos obtenidos en el proceso de investigación. Por lo tanto, fue necesario llevar a cabo un estudio transversal no experimental para examinar los datos recopilados de fuentes primarias mediante la encuesta a empresarios emprendedores que operan en estas dos ciudades. Se creó la siguiente metodología con el fin de asegurar que los datos obtenidos sean exactos, pertinentes y reflejen fielmente la diversidad de la población en análisis.

Población y muestra

La población analizada estuvo conformada por los miembros de las MIPYMES que estaban registrados en la Cámara de Comercio de las dos ciudades que estaban siendo investigadas. Actualmente, en la ciudad de Babahoyo, hay un total de 320 socios registrados, mientras que en la ciudad de Quevedo la cifra asciende a 180 miembros formando parte de la asociación. El tipo de muestra utilizada en el estudio fue probabilística, y tras realizar los cálculos correspondientes con un 95% de confiabilidad y 5% de margen de error, se determinó un total de 218 socios que forman parte del sector de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) fueron incluidos en la muestra.

Además, se empleó una encuesta estructurada con preguntas bajo la escala de Likert que tuvo como objetivo recopilar conocimientos sobre las habilidades y competencias que forman parte de la inteligencia emprendedora, examinando cómo influyen en la fundación y administración de negocios sostenibles (Bell et al, 2022). El cuestionario fue creado teniendo en cuenta estudios anteriores y ajustado para que se adecuara de manera específica al entorno de la provincia de Los Ríos. La encuesta se realizó en línea utilizando la plataforma electrónica Google Forms. Se llevaron a cabo visitas a la Cámara de Comercio de Babahoyo y Quevedo, durante las cuales se estrechó comunicación con los secretarios correspondientes de dichas instituciones.

Después de eso, se llevó a cabo el envío de las encuestas electrónicas mediante la plataforma de mensajería WhatsApp a los grupos que contienen a los socios como miembros activos,



especificando el objetivo de la investigación y solicitando su colaboración. Durante un periodo de cuatro semanas, se les enviaron mensajes semanales como recordatorio con el fin de incentivarles a completar la encuesta. Además, llevamos a cabo un seguimiento por teléfono de las personas que no respondieron a través de medios electrónicos, lo cual generó un nivel considerablemente alto de respuestas por parte de los encuestados.

Además, se empleó el software incluido en el conjunto de herramientas de Microsoft Office Excel 2016 con el propósito de llevar a cabo el examen de los datos numéricos. También, antes de proceder con el estudio, se consiguió la autorización explícita por escrito de cada uno de los integrantes involucrados, asegurando así la protección de la privacidad de los datos recopilados durante la realización de la encuesta.

Operacionalización de variables

Variable independiente: Inteligencia Emprendedora

Tabla 1.

Operacionalización de la variable independiente.

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Items	Técnica e Instrumentos
La inteligencia emprendedora consiste en un conjunto de capacidades mentales y emocionales que posibilitan a los emprendedores la identificación de oportunidades, la evaluación de riesgos y la adopción eficaz de decisiones estratégicas.	Creatividad	Generación de ideas	Con qué frecuencia genera nuevas ideas para su negocio. Nunca (1) a Siempre (5)	Encuesta Cuestionario estructurado
		Innovadoras	Con qué frecuencia encuentra soluciones creativas a problemas complejos en su negocio. Nunca (1) a Siempre (5)	
	Capacidad de Análisis	Resolución Creativa de Problemas	Con qué frecuencia realiza análisis detallados del mercado. Nunca (1) a Siempre (5)	
		Análisis de Mercado	Cómo evalúa las oportunidades de negocio identificadas. Muy pobre (1) a Excelente (5)	
Toma de Decisiones Estratégicas	Toma de Decisiones Estratégicas	Evaluación de Oportunidades	Qué tan a menudo planifica estratégicamente las acciones de su empresa. Nunca (1) a Siempre (5)	
		Implementación de Decisiones	Con qué frecuencia implementa sus decisiones estratégicas con éxito. Nunca (1) a Siempre (5)	



Resiliencia	Adaptabilidad al Cambio	Cómo calificaría su capacidad para adaptarse a cambios inesperados en el negocio. Muy baja (1) a Muy alta (5)
	Manejo del Estrés	Con qué frecuencia maneja eficazmente situaciones de estrés en su negocio. Nunca (1) a Siempre (5)

Fuente: Elaborado por los autores.

Variable dependiente: Éxito de los Emprendedores

Tabla 2.

Operacionalización de la variable dependiente.

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Items	Técnica e Instrumentos
El éxito de los emprendedores se vincula con lograr cumplir metas empresariales, como por ejemplo el progreso continuo de la empresa, la generación de beneficios económicos positivos, y la adopción de métodos que favorezcan la viabilidad y preservación a largo plazo.	Crecimiento Empresarial	Expansión de Mercado	Cuántos nuevos mercados ha penetrado en el último año. Ninguno (1) a Más de tres (5)	Encuesta Cuestionario estructurado
		Incremento de Ventas	Cuál ha sido la tasa de crecimiento de sus ventas en el último año. Muy baja (1) a Muy alta (5)	
	Rentabilidad	Margen de Beneficio	Cuál es el margen de beneficio de su empresa. Muy bajo (1) a Muy alto (5)	
		Implementación de Prácticas Sostenibles	Qué prácticas sostenibles ha implementado en su empresa. Ninguna (1) a Muchas (5)	
Sostenibilidad y Sustentabilidad	Reducción de Impacto Ambiental	En qué porcentaje ha reducido el impacto ambiental de su empresa. Ninguno (1) a Más del 30% (5)		

Fuente: Elaborado por los autores.

Procedimiento de recolección de la información

Se optó por utilizar el método cuantitativo para recopilar datos, empleando la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. Para evaluar la fiabilidad y validez, se decidió aplicar el coeficiente alfa de Cronbach con la ayuda del programa informático SPSS. Este



enfoque garantiza que la investigación se lleve a cabo de manera precisa, permitiendo así obtener información actualizada sobre las MIPYMES ubicadas en el espacio estudiado, por ello, para asegurar la fiabilidad, se procedió a organizar los datos en tablas, generar cuadros y gráficos para un análisis detallado e interpretación adecuada, culminando con la formulación de conclusiones y, en caso necesario, recomendaciones. Con esta metodología se busca abordar de forma efectiva la interpretación que contribuye a minimizar los posibles errores de medición en un instrumento de evaluación.

El investigador realiza cálculos para determinar el valor del dato, lo documenta y lo presenta para ser examinado por los participantes del estudio. Si la correlación o coeficiente obtenido es de 0.25, se interpreta como una señal de poca fiabilidad, en cambio, si el valor es de 0.50, se considera que la confiabilidad es moderada o estándar. Por otro lado, si el valor es superior a 0.75, se considera aceptable; mientras que si excede 0.90, se considera elevada, según lo indicado por Quero (2010).

Validación de la encuesta con Alfa de Cronbach

Para llevar a cabo la validación, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach con la ayuda del programa de análisis estadístico SPSS, a partir del cual se obtuvieron los resultados que se presentan a continuación.

Tabla 3.

Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nº de ítems analizados
0,95	14

Fuente: Elaborado por los autores, basado en encuesta aplicada a las MIPYMES.

Luego de evaluar minuciosamente los datos mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, se llegó a obtener un resultado final de 0,95 para el conjunto total de instrumentos, lo que se considera un indicador de grado alto, lo que es clave para determinar la fiabilidad de las encuestas aplicadas a los emprendedores de las MIPYMES.

RESULTADOS

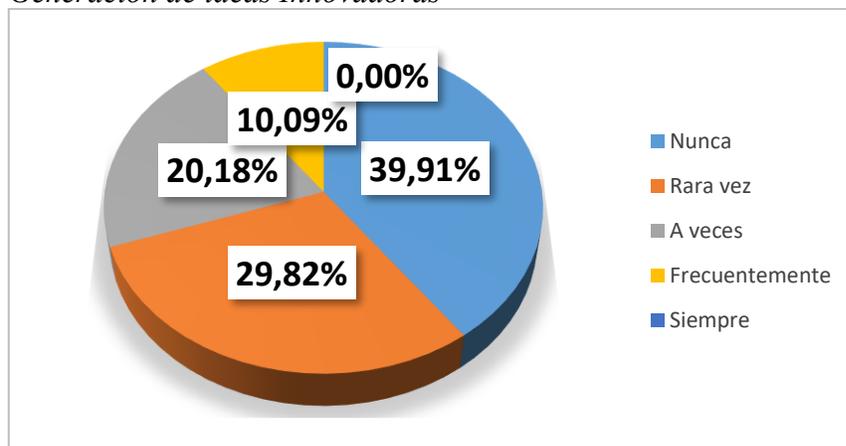
Encuesta aplicada a los emprendedores de las MIPYMES de la Cámara de Comercio de Babahoyo y Quevedo.

Generación de ideas Innovadoras:

En la figura 1 se observa que un 39.91% de las personas encuestadas expresaron que nunca se les ocurren nuevas ideas para implementar en su negocio, en contraste, un 29.82% manifestó que rara vez lo hacen. Solo el 10.9% por ciento de los emprendedores indicaron que a menudo implementan nuevas ideas creativas en el funcionamiento de su empresa.

Figura 1.

Generación de ideas Innovadoras

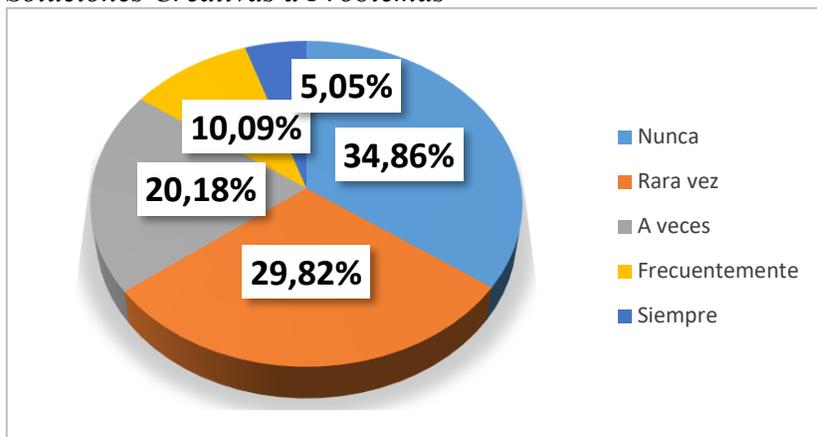


Fuente: Encuestas a los emprendedores MIPYMES de la Cámara de Comercio de Babahoyo y Quevedo

Soluciones Creativas a Problemas:

En la figura 2, el 34.86% de las personas encuestadas indicaron que nunca logran encontrar soluciones creativas para resolver problemas complicados, mientras que el 29.82% afirmó que esto ocurre en contadas ocasiones. Por otro lado, el 5.05% de las personas encuestadas afirmaron que emplean constantemente enfoques creativos para resolver problemas.

Figura 2.
Soluciones Creativas a Problemas



Fuente: Encuestas a los emprendedores MIPYMES de la Cámara de Comercio de Babahoyo y Quevedo

Análisis de Mercado y Planificación Estratégica:

Los datos revelan que aproximadamente un 30.28% de las personas encuestadas nunca lleva a cabo análisis de mercado, en contraste con el 39.91% que lo realiza solo en ocasiones poco frecuentes. Esto indica que el 70.19% de los emprendedores no lleva a cabo de manera constante un examen del mercado, el cual es fundamental para comprender la competencia en el mercado y las demandas de los consumidores. Solamente el 10.09% de las personas realizan análisis de mercado con regularidad, mientras que ninguna de ellas lo hace de manera constante.

Por otro lado, los hallazgos referentes a la planificación estratégica son preocupantes, ya que revelan que un porcentaje elevado de los encuestados, concretamente un 39.91%, nunca lleva a cabo planificaciones estratégicas para las acciones de su empresa, y un 29.82% lo hace en contadas ocasiones. En su totalidad, el 69.73% de los emprendedores no lleva a cabo una planificación estratégica de forma periódica. Similar a lo observado en el análisis de mercado, únicamente un 10.09% de las personas planifican de forma recurrente, y ninguna lo lleva a cabo de manera constante.

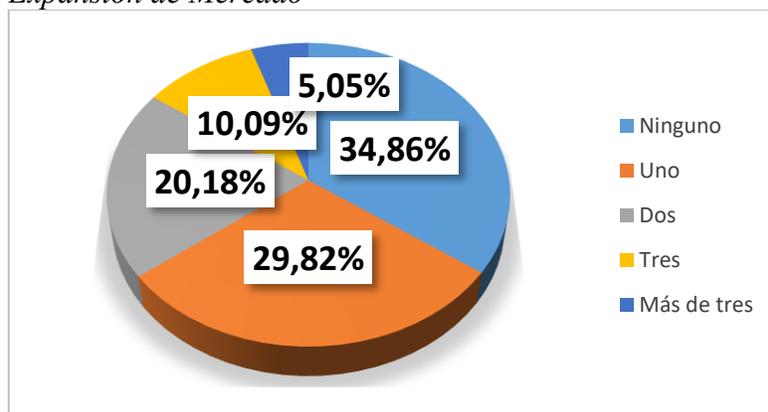
Tabla 4.*Análisis de Mercado y Planificación Estratégica*

Categoría	Frecuencia (Análisis de Mercado)	Porcentaje (Análisis de Mercado)	Frecuencia (Planificación Estratégica)	Porcentaje (Planificación Estratégica)
Nunca	66	30.28%	87	39.91%
Rara vez	87	39.91%	65	29.82%
A veces	44	20.18%	44	20.18%
Frecuentemente	22	10.09%	22	10.09%
Siempre	0	0.00%	0	0.00%
Total	218	100%	218	100%

Fuente: Encuestas a los emprendedores MIPYMES de la Cámara de Comercio de Babahoyo y Quevedo

Expansión de Mercado:

Un 34.86% de las personas encuestadas no han incursionado en mercados nuevos, mientras que el 29.82% solamente lo ha realizado en una ocasión. Solo el 5.05% de las empresas han logrado aumentar su presencia en más de tres mercados diferentes.

Figura 3.*Expansión de Mercado*

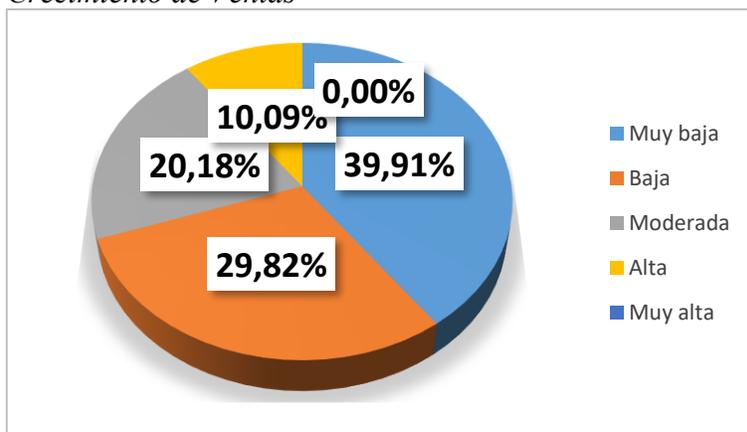
Fuente: Encuestas a los emprendedores MIPYMES de la Cámara de Comercio de Babahoyo y Quevedo

Crecimiento de Ventas:

El porcentaje de emprendedores que informaron experimentar un crecimiento de ventas muy bajo fue del 39.91%, mientras que un 29.82% indicó que su incremento en las ventas fue bajo. Ninguna de las personas encuestadas señaló que hubiera experimentado un incremento considerable en gran escala.

Figura 4.

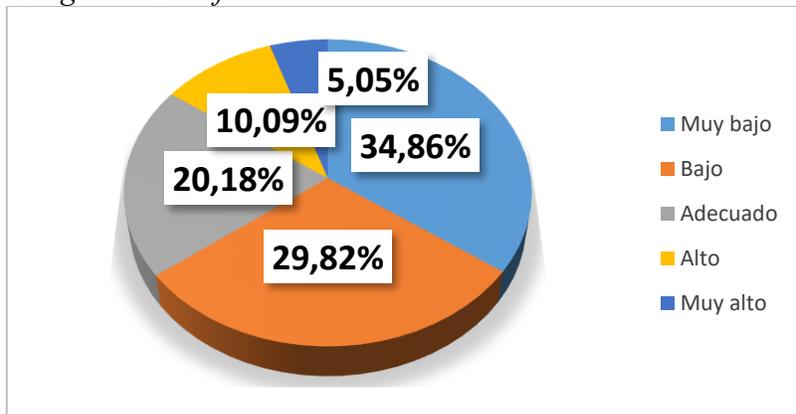
Crecimiento de Ventas



Fuente: Encuestas a los emprendedores MIPYMES de la Cámara de Comercio de Babahoyo y Quevedo

Margen de Beneficio:

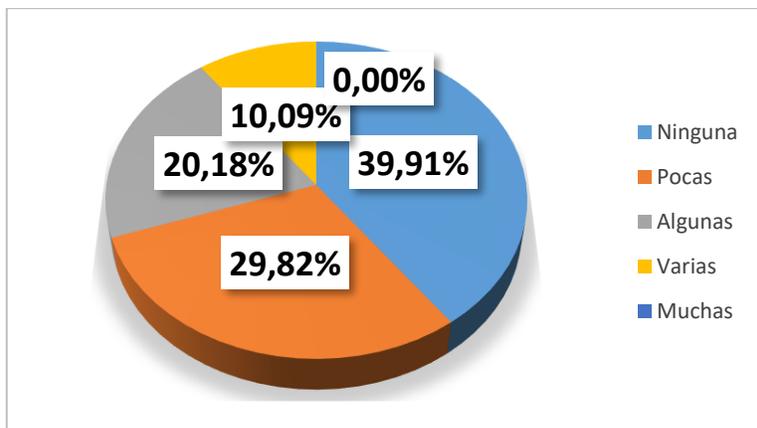
Al observar la figura 4, un total del 34.86% de las personas que participaron en la encuesta indicaron que tenían un margen de beneficio muy bajo, mientras que el 29.82% informaron tener un margen bajo en términos de ganancias. Solamente un 5.05% de las personas encuestadas mencionaron que tenían un margen de beneficio que se consideraba muy elevado.

Figura 6.*Margen de Beneficio*

Fuente: Encuestas a los emprendedores MIPYMEs de la Cámara de Comercio de Babahoyo y Quevedo

Prácticas Sostenibles:

El 39.91% de los emprendedores no ha incorporado medidas sostenibles en sus operaciones, mientras que el 29.82% ha introducido solo unas pocas prácticas sostenibles en sus negocios. Nadie ha mencionado que se hayan llevado a cabo numerosas prácticas sostenibles.

Figura 7.*Prácticas Sostenibles*

Fuente: Encuestas a los emprendedores MIPYMEs de la Cámara de Comercio de Babahoyo y Quevedo



DISCUSIÓN

La información recopilada indica que hay un número considerable de empresarios encuestados que muestran carencias importantes en aspectos fundamentales de la inteligencia emprendedora, tales como la creatividad y la habilidad para abordar desafíos complicados, más concretamente, se observó que el 39.91% de las personas encuestadas mencionaron que en ningún momento piensan en nuevas ideas para impulsar su negocio, al mismo tiempo que el 34.86% manifestó que no logra descubrir alternativas creativas para resolver complicaciones difíciles. Estos hallazgos se alinean con estudios previos que enfatizan la relevancia de estas habilidades para lograr el éxito en el mundo de los negocios, como lo discutieron Gómez Díaz et al. (2022) y Villasmil Molero y Gil Osorio (2024). La carencia de originalidad y habilidad en la resolución de problemas de forma novedosa puede suponer un obstáculo importante para que los emprendedores puedan ajustarse a las transformaciones del mercado y sacar partido de las oportunidades emergentes.

El análisis de mercado y la elaboración de una estrategia también revelan zonas problemáticas dentro de las empresas, según la encuesta, alrededor de un 30.28% de las personas encuestadas admitió que nunca lleva a cabo análisis de mercado, mientras que un 39.91% reveló que nunca se toma el tiempo de planificar estratégicamente las acciones que llevará a cabo su empresa. Por ello, esto implica que una gran proporción de empresarios no emplean herramientas y prácticas cruciales necesarias para comprender el panorama competitivo y tomar decisiones bien informadas. La literatura existente resalta la relevancia fundamental de realizar un exhaustivo análisis de mercado y llevar a cabo una meticulosa planificación estratégica como factores clave que contribuyen a la adopción de decisiones con éxito, según lo mencionado por Flores (2021) y García-Madurga et al. (2021). La ausencia de la implementación de estas prácticas puede resultar en la toma de decisiones reactivas en lugar de proactivas, lo cual podría causar daño a la sostenibilidad a largo plazo de las empresas.

La comparación en relación a investigaciones anteriores presenta una consistencia en ciertos aspectos, sin embargo, también evidencia notables disparidades. A pesar de que hay investigaciones que sugieren que los emprendedores suelen tener habilidades sólidas para la



toma de decisiones estratégicas, según el estudio de García y Sáez del año 2024, nuestros hallazgos apuntan en dirección opuesta, ya que las discrepancias observadas podrían estar relacionadas con las variaciones en el contexto cultural y económico de los emprendedores analizados, así como con las diferencias en los criterios de evaluación empleados. Esta diferencia de habilidades indica que, a pesar de que algunos empresarios puedan tener un sólido aporte de conocimientos teóricos, la habilidad de llevar a la práctica esos conocimientos sigue siendo un obstáculo significativo.

Además de eso, es importante señalar que nuestros hallazgos difieren de otros estudios que indican un nivel significativamente alto de habilidades emprendedoras entre los emprendedores (García y Sáez, 2024). Esto sugiere que la educación actual podría no estar en sintonía de manera adecuada con las demandas prácticas de los emprendedores. La existencia de esta falta en la enseñanza del emprendimiento indica que se requieren incrementar la cantidad de iniciativas educativas y de asistencia, las cuales deberían enfocarse en mejorar competencias concretas tales como la evaluación de mercado y la elaboración de estrategias de forma estratégica.

Las consecuencias concretas que se derivan de estos descubrimientos son fácilmente comprensibles, por ello, se requiere con urgencia la implementación de programas de capacitación y asesoramiento orientados a potenciar las destrezas relacionadas con la evaluación del mercado y la elaboración de estrategias planificadas. Las instituciones educativas, así como las organizaciones de apoyo empresarial, juegan un papel fundamental y esencial en esta área. Los programas educativos que integren la teoría con ejercicios prácticos y que faciliten el uso de herramientas apropiadas tienen el potencial de reducir la separación existente entre el entendimiento teórico y su implementación en situaciones reales. También, promover la implementación de una mentalidad innovadora y creativa dentro de las empresas puede contribuir significativamente a potenciar las habilidades de los emprendedores para superar obstáculos y capitalizar situaciones favorables.

Según la teoría, los resultados que hemos obtenido apoyan la idea de que la inteligencia emprendedora es un constructo complejo que engloba competencias cognitivas y emocionales por igual, no obstante, también plantean la posibilidad de que la educación



actual destinada a los emprendedores podría no estar correctamente enfocada en satisfacer las demandas concretas del mercado. Por lo que, incluir componentes prácticos en los planes de capacitación podría incrementar la eficacia de dichos programas y preparar de manera más adecuada a los emprendedores para afrontar los retos del entorno empresarial, esto concuerda con las observaciones de Borja et al. (2020), quienes enfatizan la necesidad de formación práctica continua. Adicionalmente, los hallazgos de nuestro estudio sugieren que se requiere que se realicen más investigaciones para comprender a fondo el proceso de desarrollo y aplicación de las habilidades de inteligencia emprendedora en una amplia variedad de situaciones y entornos diversos.

Por último, resulta fundamental tener en cuenta las posibles interpretaciones que se derivan de los resultados obtenidos hasta este momento. Una razón potencial detrás de la carencia de destrezas para evaluar el mercado y desarrollar estrategias puede ser la falta de adiestramiento y experiencia práctica adecuada en estas áreas. Aunque los emprendedores posean un buen dominio de la teoría, es posible que les falten las herramientas prácticas y el respaldo adecuado para poder implementar esos conocimientos de forma exitosa. Esto concuerda con lo que han observado Borja et al. (2020), quienes enfatizan la necesidad de formación práctica continua.

Una de las limitaciones más importantes que este estudio enfrenta se debe a que las encuestas se basan en la autoevaluación de los participantes, lo que podría ocasionar distorsiones en las respuestas debido a la influencia de factores subjetivos. Además, a pesar de que la muestra está compuesta por 218 emprendedores de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), es posible que no refleje completamente la diversidad de todas las regiones geográficas y sectores económicos. Una restricción adicional consiste en la carencia de información que se extienda en el tiempo, la cual posiblemente podría proporcionar una visión más detallada acerca de la progresión de las competencias de inteligencia emprendedora a medida que transcurre el tiempo.

Futuras investigaciones podrían dirigirse a la realización de estudios a largo plazo con el propósito de examinar cómo las habilidades de inteligencia emprendedora evolucionan con el tiempo y cómo influyen en el éxito de un negocio a lo largo de los años. Sería realmente



interesante investigar de qué manera los distintos entornos culturales y económicos pueden impactar el proceso de desarrollo y la utilización de estas habilidades. En adición a lo anteriormente mencionado, llevar a cabo investigaciones sobre cómo los programas de capacitación particulares pueden influir en el desarrollo de habilidades esenciales, tales como la capacidad de analizar el mercado y llevar a cabo una planificación estratégica, podría ser provechoso para obtener conocimientos valiosos que contribuyan a la creación de intervenciones que sean eficaces.

CONCLUSIONES

Los resultados muestran que muchos empresarios no generan ideas innovadoras para sus empresas, lo que limita su capacidad para adaptarse y mantenerse competitivos. Además, la mayoría no encuentra soluciones innovadoras para problemas complejos, lo que puede llevar a problemas operativos. Muchos empresarios tampoco realizan estudios de mercado ni planifican estratégicamente, lo cual es crucial para entender el entorno competitivo y tomar decisiones informadas. Por otro lado, la falta de estas habilidades afecta negativamente el desarrollo y la rentabilidad de las empresas, por ello, es importante incluir programas de formación que enseñen a desarrollar ideas innovadoras, resolver problemas creativamente, analizar el mercado y planificar estratégicamente. Por consiguiente, fomentar una mentalidad innovadora en las micro, pequeñas y medianas empresas es esencial, y esto puede lograrse a través de talleres, seminarios y programas de tutoría en convenios de cooperación con universidades dentro de la provincia de Los Ríos.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, G., y Silva, V. (2023). Análisis integral del fomento del espíritu emprendedor en la universidad ecuatoriana. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 8(8), 2753-2764. <https://doi.org/DOI: 10.23857/pc.v8i8.6126>
- Aranibar, E., Villavicencio, E., Tantaleán, F., Ríos, K., y Zanabria, L. (2022). Creatividad en el Desarrollo Empresarial desde un Análisis Teórico. *Comuni@cción*, 13(4), 310-322. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.13.4.780>
- Arroyo, C., Sánchez, E., y Quiñonez, J. (2020). Innovación, emprendimiento e investigación científica. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), 163-174. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063519006>
- Ayala, S. (2018). *Inteligencia Emprendedora*. Asociación Mexicana de Psicología y Educación: <https://www.psicoedu.org/inteligencia-emprended>
- Bell, E., Bryman, A., y Harley, B. (2022). *Business research methods*. Prensa de la Universidad de Oxford.
- Bernal, L., y Cusi, M. (2024). Factores asociados a los empresarios establecidos en Colombia desde el enfoque GEM entre 2006 y 2022. *Lecturas de Economía*, 101, 1-31. <https://doi.org/https://doi.org/10.17533/udea.le.n101a351807>
- Bernal-Guerrero, A., Cárdenas-Gutiérrez, A., Díaz de Alda, A., y Martín-Gutiérrez, A. (2024). Capacitación emprendedora y crecimiento personal: un reto educativo en la universidad de hoy. En Y. Sánchez-Pérez, F. Esteban Bara, y J. Fuentes, *Ideas y propuestas para pensar la universidad en tiempos de incertidumbre* (pp. 53-60). Octaedro.
- Borja, A., Carvajal, H., y Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista ESPACIOS*, 41(24), 183-196. <https://w.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Calanchez, A., Rosas-Prado, C., Díaz, W., y Merino, M. (2023). Competencias e intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios. *Revista Universidad y Empresa*,



<https://doi.org/https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.12833>

Cassiani, D. (2016). Metodologías utilizadas en la enseñanza de contabilidad internacional: una propuesta. *Revista interamericana de educación, pedagogía y estudios culturales*, 9(1), 107-122. <https://doi.org/https://doi.org/10.15332/s1657-107X.2016.0001.06>

Fajardo, H., y Álvarez, C. (2021). Resiliencia empresarial en tiempos de pandemia: Retos y desafíos de las microempresas. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 366-398. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v6i12.1293>

Falco, M. (2017). Reconsiderando las prácticas educativas: TICs en el proceso de enseñanza-aprendizaje. *Tendencias pedagógicas*, 29, 59-76. <https://doi.org/https://doi.org/10.15366/tp2017.29.002>

Flores, M. (2021). Impacto de la globalización en las estrategias de negocios en las empresas ecuatorianas. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 3(11), 1-11. <https://doi.org/https://doi.org/10.53734/eidea.vol3.id88>

García, D., y Sáez,, P. (2024). *EMPRENDIMIENTO EN TRES DIMENSIONES: Visión personal, educación y metodologías ágiles para crear tu start-up*. ESIC Editorial. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=D0sPEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=%22Inteligencia+emprededora%22+y+su+medici%C3%B3n:+Un+enfoue+hacia+el+desarrollo+continuo&ots=xAo01iivDs&sig=n_rOJ8VRbxtBVU2ZIXDOa hA5iXU#v=onepage&q&f=false

García-Jiménez, A., Aguilar-Morales, N., Hernández-Triano, L., y Lancaster-Díaz, E. (2021). La inteligencia de negocios: herramienta clave para el uso de la información y la toma de decisiones empresariales. *Revista De Investigaciones Universidad Del Quindío*, 33(1), 132–139. <https://doi.org/https://doi.org/10.33975/riuuq.vol33n1.514>

García-Madurga, M., Grilló-Méndez, A., y Morte-Nadal, T. (2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21), 55-70. <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.04>



- Gómez Díaz, M., Mendoza González, A., y Gómez Díaz, A. (2022). Formación para el emprendimiento social: una agenda emergente en instituciones de educación superior en México. *Revista Educación*, 46(2), 192-208. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.15517/revedu.v46i2.47914>
- Goralski, M., y Tan, T. (2023). Inteligencia artificial: alivio de la pobreza, atención médica, educación y reducción de las desigualdades en un mundo pos-COVID. En F. Mazzi, y L. Floridi, *La ética de la inteligencia artificial para los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Serie de estudios filosóficos* (Vol. 152). Springer, Cham. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-031-21147-8_6
- Hopp, C., Pruschak, G., y Krebs, M. (2024). Are corporate affiliations conducive to nascent entrepreneurship? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-22. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11365-024-00998-y>
- Lasio, V., Amaya, A., Espinosa, M., Mahauad, M., y Sarango, P. (2024). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023/2024*. ESPAE, Escuela de Negocios de la ESPOL. UTPL. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-ecuador-2023-2024>
- López, J., De la Garza, M., Atlatenco, Q., García-Herrera, O., y Villegas, J. (2021). El emprendimiento corporativo, un factor influyente en la inteligencia de negocio de las empresas. *Contaduría y Administración*, 66(4), 1-29. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2762>
- López, M., González, N., y Vásquez, M. (2016). Modelo de innovación para las PYMES a partir de la práctica guiada. *Revista Global de Negocios*, 4(7), 27-39. <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rngneg/rngn-v4n7-2016/RGN-V4N7-2016-3.pdf>
- Montoya, V., y Herrera, B. (2021). Pluralidad en las teorías del emprendimiento. *Revista Científica Estelí*, 76-95. <https://doi.org/https://doi.org/10.5377/farem.v0i0.11609>
- Núñez, L., Alfaro, J., Aguado, A., y González, E. (2023). Toma de decisiones estratégicas en empresas: Innovación y competitividad. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(9), 628-641. <https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.39>
- Pacheco-Ruiz, C., Rojas-Martínez, C., Niebles-Núñez, W., y Hernández-Palma, H. (2022). Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. *Formación*



universitaria, 15(1), 135-144. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4067/S071850062022000100135>

Quero , M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alfa de Cronbach. *Telos*, 12(2), 248-252. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99315569010>

Sánchez , Y., Macías , M., y Mendoza , J. (2021). Diferencias en los determinantes del éxito en el emprendimiento en México, una perspectiva de género. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94), 880-902. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890462>

Sumba-Bustamante, R., Cárdenas-Borja, N., Bravo-Ayala, T., y Arteaga-Choez, R. (2020). La planeación estratégica: Importancia en las PYMES ecuatorianas. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables)*, 5(4), 114-136.

<https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.299>

Villasmil Molero, M., y Gil Osorio, I. (2024). Promoción del emprendimiento como una estrategia de responsabilidad social. *Dictamen Libre*, 34, 29-51. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/dictamenlibre/article/view/11654/11356>

Ynzunza, C., y Izar, J. (2020). Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México. *Contaduría y Administración*, 66(1), e228. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2327>