



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL



Empresa Pública Municipal para la Gestión
de la **Innovación y Competitividad**, EP.



¿Puede la pasión emprendedora ser el detonante de crecimiento de las empresas ecuatorianas?

- Pérez-Cepeda, Maximiliano Bolívar, *Observatorio Empresarial* – UCSG
- Guzmán Segovia, María Auxiliadora, *Decana FCEAE* – UCSG
- Sopó Montero, Gerson, *Coordinador HUB 58* – UCSG

¿Puede la pasión emprendedora ser el detonante de crecimiento de las empresas ecuatorianas?

PÉREZ-CEPEDA, M.¹; GUZMÁN-SEGOVIA, M.²; SOPÓ MONTERO, G.³

1 Pérez-Cepeda, Maximiliano Bolívar, Observatorio Empresarial – UCSG maximiliano.perez@cu.ucsg.edu.ec

2 Guzmán Segovia, María Auxiliadora, Decana FCEAE – UCSG maria.guzman02@cu.ucsg.edu.ec

3 Sopó Montero, Gerson, Coordinador HUB 58 – UCSG gerson.sopo@cu.ucsg.edu.ec

ANTECEDENTE

Siempre es importante refrescar la mente con conceptos y definiciones de términos que se usan en diferentes segmentos del mercado, por ejemplo, el término emprendimiento. De manera intuitiva se podría decir que, el emprendimiento está constituido de procesos que se enfocan en iniciar y ejecutar proyectos de negocio propios o para terceros. Según Mets et al. (2022), el emprendimiento es el proceso desde la concepción de una idea y oportunidad hasta el desarrollo e implementación de un emprendimiento independientemente de la forma organizacional en que se realice. También se puede decir que, emprendimiento son las competencias y habilidades de una o varias personas que a través de ideas crean nuevos negocios o procesos con el afán de generar beneficios económicos y aportar en el crecimiento del entorno donde tienen injerencia, ya sea en el mercado local, regional o global. Pero vale destacar lo expresado por Yalcintas et al. (2021) cuando manifestaron que, el emprendimiento no solo es un factor importante que afecta el crecimiento económico, sino que también tiene una mayor importancia en los países en desarrollo, ya que es una especie de remedio para el problema de los altos niveles de desempleo. Mientras, Martínez y Bañón (2023) añadieron que el emprendimiento se considera fundamental para el desarrollo económico ya que los emprendedores generan su propio beneficio económico e indirectamente promueven el empleo, impulsan la innovación y atraen al territorio recursos humanos, financieros e inversión en infraestructura, entre otros beneficios. Desde otro punto de vista, Mets et al. (2023) comentaron que, es importante centrarse en los fundamentos del emprendimiento como disciplina, proceso empresarial y lo que está relacionado con él, lo cual permite también el desarrollo de competencias transferibles. A criterio de Campos et al. (2017), el em-

prendimiento se enseña mejor mediante una formación experiencial que implique un alto grado de acción empresarial y la creación de una nueva empresa. Para lo cual, Fayolle y Gailly (2015) dijeron que el emprendimiento es en muchos casos un trabajo en equipo y, por tanto, la formación empresarial suele realizarse en equipos.

Otros conceptos o definiciones meritorios de conocer son los que se refieren a “pasión emprendedora”. Importante comenzar diciendo que, la noción de pasión emprendedora se introdujo en el siglo XXI y se describió como una fuerte inclinación hacia una actividad que a la gente le gusta, considera importante y en la que invierte mucho tiempo y energía (Vallerand et al., 2003). Por otra parte, estudios recientes han indicado que la pasión emprendedora también es efectiva para promover los resultados organizacionales, particularmente la innovación organizacional (Kiani et al., 2020). Por su parte, Vallerand et al. (2010) comentaron que, la pasión emprendedora puede aumentar la motivación intrínseca de las personas y el espíritu empresarial individual, lo cual es un factor crucial para generar determinación empresarial. En esa misma línea argumental, Biraglia y Kadile (2017) manifestaron que, la pasión emprendedora tiene la capacidad de influir en las habilidades cognitivas emprendedoras que, a su vez, pueden tener un fuerte impacto positivo en la autoeficacia emprendedora. Mientras que, para Cardon et al. (2009) la pasión emprendedora se define como un sentimiento positivo intenso, conscientemente accesible, experimentado por la participación en actividades empresariales asociadas con los roles que son significativos y destacados para la identidad propia del empresario. Y añadieron, la pasión emprendedora se puede clasificar en tres tipos principales. En primer lugar, la pasión por inventar se relaciona con la pasión de los empresarios por actividades que implican identificar y explorar nuevas oportunidades. En segundo lugar, la pasión por fundar re-

fleja la pasión de los empresarios por las actividades que crean nuevas empresas. En tercer lugar, la pasión por el desarrollo se refiere a la pasión de los empresarios por el cuidado, la expansión y el crecimiento de la empresa una vez establecida.

Naturalmente, en el entorno del emprendimiento y pasión emprendedora, el emprendedor tiene un rol importante. Por tal motivo, es oportuno dar una mirada sobre las características del emprendedor. Wekesa et al. (2022) comentaron que, las características del emprendedor describen las cualidades o rasgos que poseen los emprendedores que les permiten lograr sus objetivos, crear, organizar y administrar sus negocios. Pertinente indicar que, las características de los emprendedores, incluye los talentos, habilidades, capacidades, experiencia, inteligencia y la capacitación que representan el conocimiento, lo cual, es un ingrediente clave del capital humano, y por consiguiente son relevantes para mejorar la competitividad (Conner & Prahalad, 1996). Por otro lado, Linton y Kask (2017) recalcaron que, existe un efecto conjunto de las características del emprendedor y la estrategia competitiva al tiempo que influye en el desempeño de la empresa. A criterio de Analoui y Karami (2003), los emprendedores poseen características únicas que les permiten liderar sus empresas al actuar como el principal estratega y tomadores de decisiones que desarrollan la visión, misión y las estrategias para ser implementadas. En ese mismo sentido, McCrae y Costa Jr (2008) dijeron que, las características del emprendedor más utilizadas son extraversión, escrupulosidad, apertura, amabilidad y el neuroticismo.

Amalgamando las tres definiciones (a) emprendimiento, (b) pasión emprendedora y (c) emprendedor, y enfocándolas en las organizaciones, se podría decir, estas variables pueden ser detonante de crecimiento de las empresas. A criterio de Cardon et al. (2009), los emprendedores organizacionales o “intraemprendedores” (propietarios-gerentes de PYME) tienen una calificación alta en pasión por el desarrollo disfrutaban de actividades como ventas y campañas de marketing extensas, contratación y capacitación de nuevos empleados y atracción de inversores para ampliar su negocio actual. Por su parte, Mueller et al. (2017) comentaron que la pasión de los emprendedores por el desarrollo afecta positivamente en el desempeño de las empresas a través del valor de los emprendedores. Incluso, Strese et al. (2018) encontraron que la pasión de los directores ejecutivos por inventar se relaciona positivamente con las innovaciones radicales en las pymes. En esa misma línea Cardon et al. (2013) dijeron que, los emprendedores apasionados por fundar muestran un mayor afecto positivo, compromiso y persistencia cuando participan en actividades relacionadas con la creación y el lanzamiento de nuevas empresas. Adomako y Ahsan (2022) añadieron que, la atención y el esfuerzo de los emprendedores apasionados por el desarrollo se centran principalmente en actividades fundamentales para el proceso de ex-

plotación (por ejemplo, desarrollo de capital humano, refinación de procesos comerciales), ya que estas actividades son fundamentales para su propia identidad. Además, indicaron que la atención y el esfuerzo de los emprendedores apasionados por inventar se concentran principalmente en actividades fundamentales para el proceso de exploración (por ejemplo, desarrollar nuevos productos, refinar productos existentes).

Tomando como referencia lo indicado por Strese et al. (2018), cuando mencionaron que la pasión de los directores ejecutivos por inventar se relaciona positivamente con las innovaciones radicales en las pymes, y, el título del presente documento ¿Puede la pasión emprendedora ser el detonante de crecimiento de las empresas ecuatorianas?, se logra deducir que, la información de funcionarios que lideran empresas ecuatorianas se torna importante, por tanto, conocer cuáles son los funcionarios y empresas se lo puede encontrar en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPER CIAS.). Necesario indicar que, las empresas normadas por el estado ecuatoriano se encuentran registradas en la SUPER CIAS., en esta institución se encuentra registradas más de 70.000 empresas a nivel nacional (SUPER CIAS 2022).

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con base al marco referencial donde se aborda (a) emprendimiento; (b) pasión emprendedora; (c) emprendedor; y (d) empresas; se puede inferir que, estas variables tienen un rol importante en el crecimiento de las empresas ecuatorianas. Siendo así, se torna relevante indagar a funcionarios de las empresas ecuatorianas a través de encuesta sobre la pasión emprendedora. Con base a lo indicado, se enuncia la siguiente interrogante ¿Puede la pasión emprendedora ser el detonante de crecimiento de las empresas ecuatorianas?

En función de la interrogante planteada, el presente estudio tiene como objetivo descubrir la pasión emprendedora de los funcionarios que lideran las empresas ecuatorianas. Para tal efecto, se realizó una encuesta (Anexo 1 – Instrumento) donde se obtuvieron 413 respuestas. Importante destacar que, no hubo una definición de la población basada en su representatividad sino en la disponibilidad de los datos (Benzaquen-De las Casas & Pérez-Cepeda, 2016).

METODOLOGÍA

En el presente estudio, se analiza la pasión emprendedora en el crecimiento de las empresas ecuatorianas, para lo cual, en noviembre del 2022 se aplica el instrumento propuesto por la investigadora Melissa Cardon denominado Pasión Emprendedora (Anexo 1 – Instrumento). La encuesta se desarrolló utilizando Google Forms y se administraron las encuestas vía mail a 70.000 empresas, de las cuales se recibió respuesta efectiva 413 empresas (aunque el cálculo de la muestra indica 383). El criterio de selección se focalizó en las empresas domiciliadas en el Ecuador. Cabe indicar que, no hubo una definición

de la población basada en su representatividad sino en la disponibilidad de los datos (Benzaquen-De las Casas & Pérez-Cepeda, 2016).

La obtención del tamaño de la muestra se realizó en base a la población mencionada con un intervalo de confianza de 95% y un margen de error del 5.00%, lo que nos da un total de 383 empresas, pero se recibieron respuestas de 413 empresas. La selección de la muestra se llevó a cabo usando un muestreo probabilístico aleatorio y para calcular el tamaño de la muestra se consideró la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times (\alpha \times 0.5)^2}{1 + (e^2 \times (N-1))}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra;

N: Tamaño de la población (70.000 empresas); α

c: Valor correspondiente a la distribución de Gauss (1.96 para un intervalo de confianza de 95%); y

e: Margen de error permitido (5.00%).

RESULTADOS

Previo a mostrar los resultados, es oportuno recordar lo expresado por Cardon et al. (2013) cuando al medir la pasión emprendedora indicaron que existen tres dominios, estos son: (a) Pasión por inventar: Pregunta 1. Es emocionante descubrir nuevas formas de resolver las necesidades del mercado no satisfechas que se pueden comercializar. Pregunta 2. La búsqueda de nuevas ideas para productos/servicios para ofrecer es agradable para mí. Pregunta 3. Estoy motivado para descubrir cómo mejorar los productos/servicios existentes. Pregunta 4. Explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades realmente me emociona; (b) Pasión por fundar: Pregunta 6. Establecer una nueva empresa me emociona. Pregunta 7. Ser dueño de mi propia empresa me energiza. Pregunta 8. Fomentar un nuevo negocio a través de su éxito emergente es agradable; y (c) Pasión por desarrollar: Pregunta 10. Realmente me gusta encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio. Pregunta 11. Reunir a las personas adecuadas para que trabajen en mi negocio es emocionante. 12. Me motiva empujar a mis empleados y a mí mismo para mejorar nuestra empresa. Finalmente, tres preguntas miden la centralidad de la identidad de los tres dominios a la persona: Pregunta 5. Inventar nuevas soluciones a los problemas es una parte importante de lo que soy; Pregunta 9. Ser el fundador de un negocio es una parte importante de lo que soy; y Pregunta 13. Fomentar y hacer crecer empresas es una parte importante de lo que soy. En palabras de Molino et al. (2017) un dominio evalúa los sentimientos positivos intensos por inventar, otro dominio mide los sentimientos positivos intensos para la fundación, otro dominio evalúa sentimientos positivos intensos para el desarrollo, y finalmente tres elementos miden la centralidad de la identidad de los tres dominios a la persona.

RESULTADOS – PASIÓN POR INVENTAR

La Figura 1 muestra los resultados a la pregunta “Es emocionante descubrir nuevas formas de resolver las necesidades del mercado no satisfechas que se pueden comercializar”, se puede apreciar que el 56,66% se encuentra fuertemente de acuerdo y el 38,50% se encuentra de acuerdo, mientras que, se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo el 2,17% y con el mismo porcentaje fuertemente en desacuerdo, y el 0,48% en desacuerdo. Es evidente que, la mayoría de las personas encuestadas están enfocadas hacia la pasión por inventar, es decir, a actividades como explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades de mercado, desarrollar nuevos productos o servicios y trabajar con nuevos prototipos.

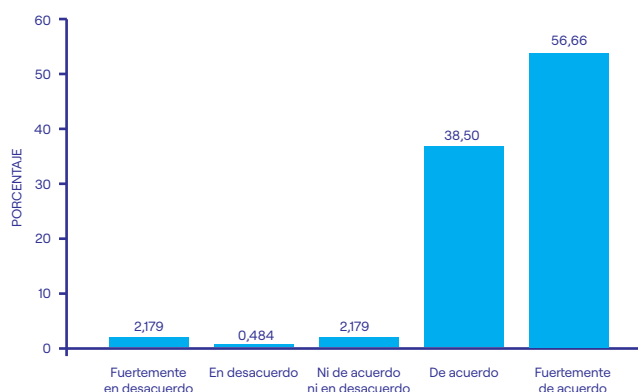


FIGURA 1. Es emocionante descubrir nuevas formas de resolver las necesidades del mercado no satisfechas que se pueden comercializar.

La Figura 2 muestra los resultados de la pregunta “La búsqueda de nuevas ideas para productos/servicios para ofrecer es agradable para mí.”, se observa que 62,23% se encuentra fuertemente de acuerdo y el 33,17% se encuentra de acuerdo, mientras que, ni de acuerdo ni en desacuerdo el 2,42%, con 1,43% fuertemente en desacuerdo, y el 0,72% en desacuerdo. Con base a estos resultados, se puede decir que las personas encuestadas tienen una gran inclinación hacia la búsqueda de nuevas maneras para satisfacer las demandas del mercado las cuales aún no han sido solventadas por las diferentes empresas existentes. Vale destacar que, este proceso implica la creatividad y la innovación y puede conducir a un gran éxito empresarial.

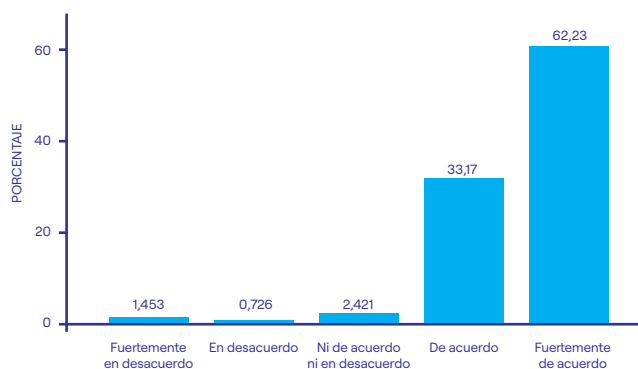


FIGURA 2. La búsqueda de nuevas ideas para productos/servicios para ofrecer es agradable para mí.

La Figura 3 muestra los resultados de la pregunta “Estoy motivado para descubrir cómo mejorar los productos/servicios existentes.”, se visualiza que 57,87% se encuentra fuertemente de acuerdo y el 37,05% se encuentra de acuerdo, mientras que, ni de acuerdo ni en desacuerdo el 2,66%, con 1,45% fuertemente en desacuerdo, y el 0,96% en desacuerdo. Con respecto a estos resultados, se puede indicar que las personas encuestadas están motivadas para encontrar formas de hacer que los productos o servicios existentes sean mejores y más efectivos para satisfacer las necesidades del mercado. Además, se puede inferir que las personas encuestadas están en constante búsqueda de cómo de innovar y mejorar lo que ya está disponible, en lugar de simplemente crear algo completamente nuevo.

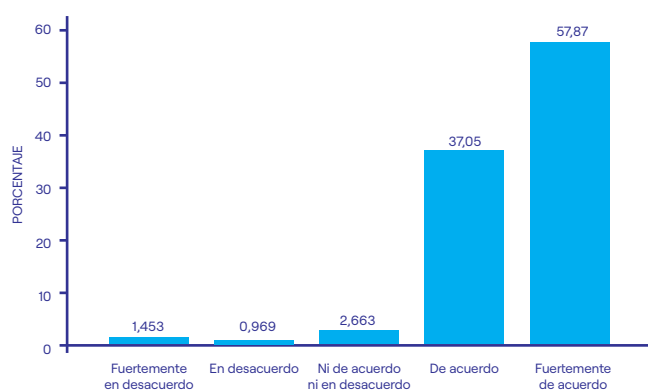


FIGURA 3. Estoy motivado para descubrir cómo mejorar los productos/servicios existentes.

La Figura 4 muestra los resultados de la pregunta “Explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades realmente me emociona.”, se visualiza que 55,45% se encuentra fuertemente de acuerdo y el 37,53% se encuentra de acuerdo, mientras que, ni de acuerdo ni en desacuerdo el 4,35%, con 1,69% fuertemente en desacuerdo, y el 0,96% en desacuerdo. Con estos resultados se puede colegir que, a las personas encuestadas les agrada indagar las nuevas tendencias, como también, descubrir las necesidades insatisfechas con el objetivo de identificar oportunidades empresariales. Se vislumbra también que, la exploración y la identificación de nuevas oportunidades es una parte fundamental de la pasión emprendedora.

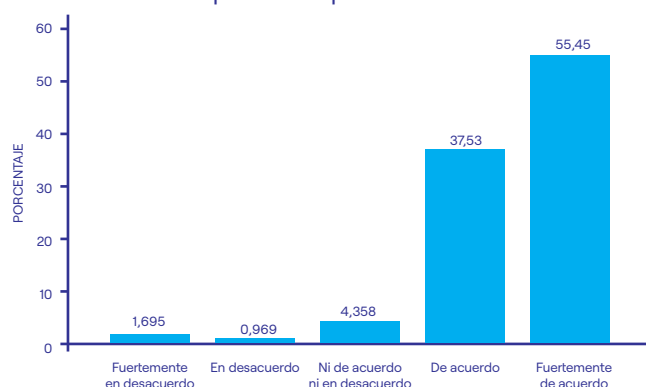


FIGURA 4. Explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades realmente me emociona.

RESULTADOS – PASIÓN POR FUNDAR

La Figura 5 muestra los resultados de la pregunta “Establecer una nueva empresa me emociona.”, se visualiza que 54,48% se encuentra fuertemente de acuerdo y el 33,41% se encuentra de acuerdo, mientras que, ni de acuerdo ni en desacuerdo el 8,95%, con 1,69% fuertemente en desacuerdo, y el 1,45% en desacuerdo. Se puede llegar a deducir que, se torna emocionante para las personas encuestadas generar procesos de creación de empresas, debido que, esto conlleva grandes desafíos y oportunidades para innovar y hacer crecer un negocio desde cero. Por otra parte, para la persona crear nuevas empresas sustentadas en sus propias ideas podría ser muy gratificante a nivel personal y financiero, lo cual puede desencadenar en algo nuevo y valioso para los clientes.

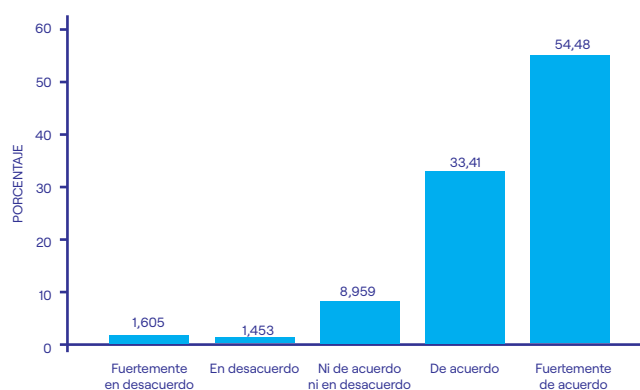


FIGURA 5. Establecer una nueva empresa me emociona.

La Figura 6 muestra los resultados de la pregunta “Ser dueño de mi propia empresa me energiza.”, se visualiza que 70,22% se encuentra fuertemente de acuerdo y el 23,24% se encuentra de acuerdo, mientras que, ni de acuerdo ni en desacuerdo el 5,08%, con 1,21% fuertemente en desacuerdo, y el 0,24% en desacuerdo. Con base a estos resultados se puede decir que, las personas encuestadas tienen la capacidad para adaptarse a los cambios del mercado y a las necesidades cambiantes de los clientes. El emprendedor ve esto como una oportunidad y una forma de innovar y mejorar su producto o servicio para satisfacer las nuevas necesidades y requerimientos del mercado. Ser capaz de adaptarse rápidamente a estos cambios puede ser emocionante para el emprendedor, ya que implica el desafío de encontrar soluciones únicas y efectivas para mantenerse relevante en el mercado. Además, puede conducir a una mayor demanda y éxito empresarial a largo plazo.

La Figura 7 muestra los resultados de la pregunta “Fomentar un nuevo negocio a través de su éxito emergente es agradable.”, se visualiza que el 52,06% se encuentra fuertemente de acuerdo y el 39,71% se encuentra de acuerdo, mientras que, ni de acuerdo ni en desacuerdo el 6,29%, con 1,45% fuertemente en desacuerdo, y el 0,48% en desacuerdo. Observando estos resultados se puede indicar que, las personas encuestadas tienen deseo de seguir aprendiendo y evolucionando como persona y

como empresario. Además, la persona se siente motivada por la idea de estar en constante búsqueda de oportunidades para crecer y mejorar su negocio, lo que puede incluir el desarrollo de nuevas habilidades necesarias para el éxito empresarial, el conocimiento del mercado y la competencia, y la exploración de oportunidades de expansión o diversificación.

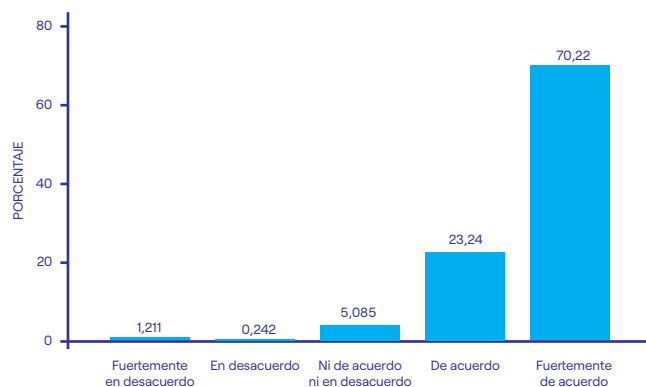


FIGURA 6. Ser dueño de mi propia empresa me energiza.

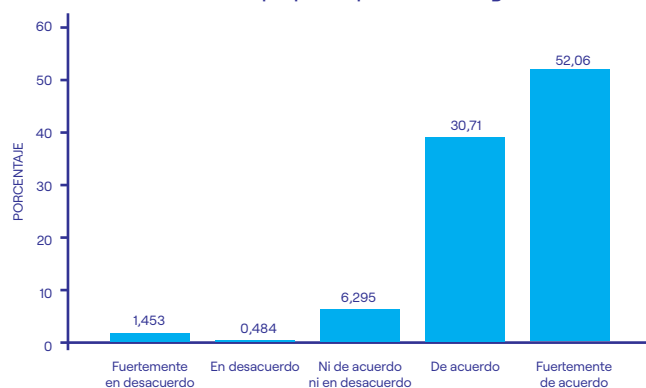


FIGURA 7. Fomentar un nuevo negocio a través de su éxito emergente es agradable.

RESULTADOS – PASIÓN POR DESARROLLAR

La Figura 8 muestra los resultados de la pregunta “Realmente me gusta encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio.”, se visualiza que el 58,84% se encuentra fuertemente de acuerdo y el 36,08% se encuentra de acuerdo, mientras que, ni de acuerdo ni en desacuerdo el 3,14%, con 1,69% fuertemente en desacuerdo, y el 0,24% en desacuerdo. Con estos resultados se puede decir que, le motiva a las personas encontrar y llegar a las personas adecuadas que estarán interesadas de consumir sus productos o servicios. La persona disfruta del proceso de comercialización, lo ve como una forma de crear conexiones con los clientes, y está dispuesto a dedicar el tiempo y los recursos necesarios para asegurarse de que su producto o servicio llegue a la audiencia correcta. En síntesis, alcanzar a las personas adecuadas para comercializar el producto/servicio es una parte fundamental de la pasión emprendedora porque implica atraer y mantener a una audiencia interesada en los productos o servicios ofrecidos.

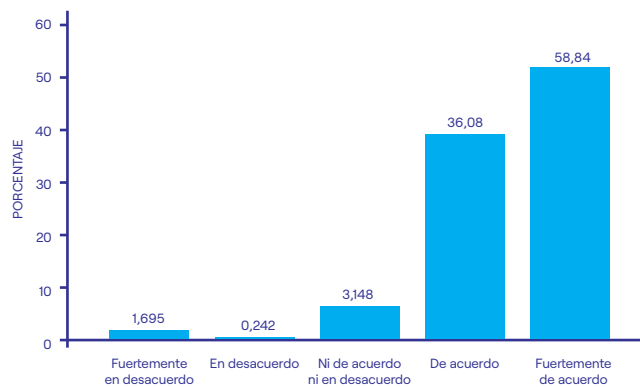


FIGURA 8. Realmente me gusta encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio.

La Figura 9 muestra los resultados de la pregunta “Reunir a las personas adecuadas para que trabajen en mi negocio es emocionante.”, se visualiza que el 53,75% se encuentra fuertemente de acuerdo y el 38,01% se encuentra de acuerdo, mientras que, ni de acuerdo ni en desacuerdo el 5,08%, con 2,17% fuertemente en desacuerdo, y el 0,96% en desacuerdo. Tomando estos resultados se puede decir que, para las personas encuestadas es de gran satisfacción construir un equipo sólido y eficiente para su empresa. Por otra parte, la persona se siente motivada por la idea de reunir a personas que tienen habilidades y cualidades complementarias, y que pueden trabajar juntas de manera efectiva para lograr los objetivos del negocio. Por tanto, el proceso de reunir a personas adecuadas para trabajar en el negocio es una parte fundamental de la pasión emprendedora porque involucra la construcción de un equipo fuerte y eficiente para alcanzar los objetivos del negocio.

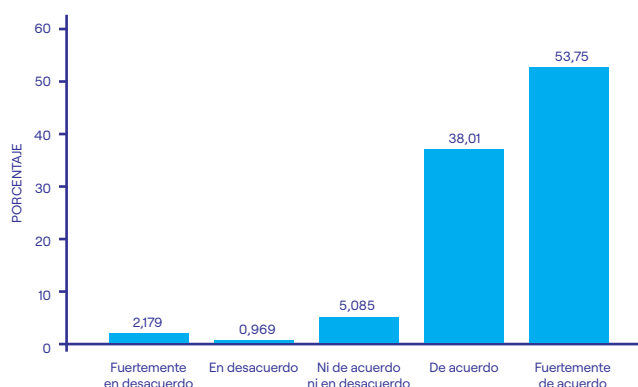


FIGURA 9. Reunir a las personas adecuadas para que trabajen en mi negocio es emocionante.

La Figura 10 muestra los resultados de la pregunta “Me motiva empujar a mis empleados y a mí mismo para mejorar nuestra empresa.”, se visualiza que el 62,47% se encuentra fuertemente de acuerdo y el 33,41% se encuentra de acuerdo, mientras que, ni de acuerdo ni en desacuerdo el 1,93%, con 1,45% fuertemente en desacuerdo, y el 0,72% en desacuerdo. Con base a estos resultados, se puede decir que las personas encuestadas están claramente motivada y enfocada en buscar

constantemente la mejora en su empresa y en sus colaboradores. Por otro lado, la persona se siente animada por la idea de impulsarse a sí mismo y a sus colaboradores para que se esfuercen por mejorar sus habilidades y desempeño en la empresa, lo que puede mejorar la calidad de los productos o servicios ofrecidos y el éxito de la empresa a largo plazo.

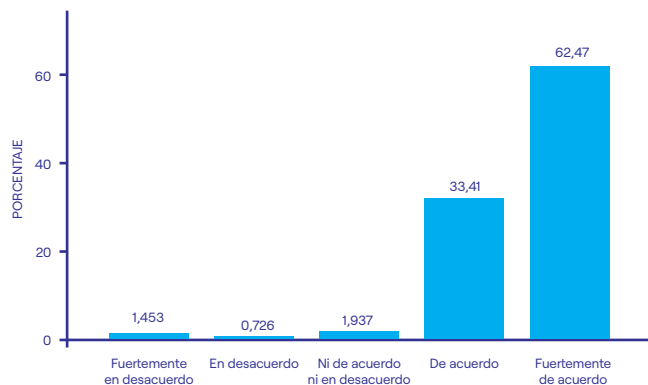


FIGURA 10. Me motiva empujar a mis empleados y a mí mismo para mejorar nuestra empresa.

CENTRALIDAD DE LA IDENTIDAD DE LOS TRES DOMINIOS A LA PERSONA

La Figura 11 muestra los resultados de la pregunta “Inventar nuevas soluciones a los problemas es una parte importante de lo que soy.”, se visualiza que el 53,75% se encuentra fuertemente de acuerdo y el 39,71% se encuentra de acuerdo, mientras que, ni de acuerdo ni en desacuerdo el 3,87%, con 1,69% fuertemente en desacuerdo, y el 0,96% en desacuerdo. Con base a los resultados, se puede deducir que las personas encuestadas se sienten motivadas por encontrar soluciones creativas e innovadoras a los problemas que enfrenta en el negocio y en la industria en general, lo que es una fuente de satisfacción personal y puede diferenciar la empresa de las demás en el mercado. Por tanto, para la persona apasionada, la capacidad de encontrar soluciones innovadoras es crucial para el éxito empresarial a largo plazo y puede diferenciar su empresa de las demás en el mercado.

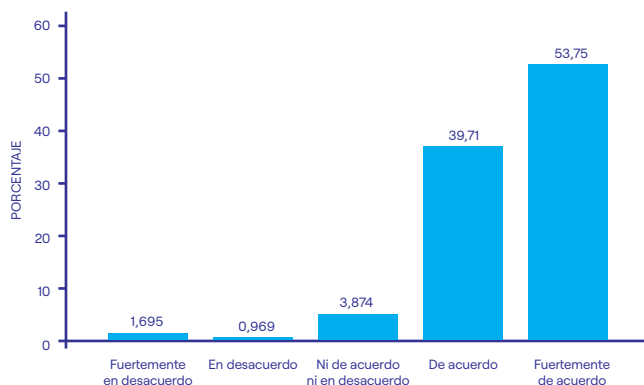


FIGURA 11. Inventar nuevas soluciones a los problemas es una parte importante de lo que soy.

La Figura 12 muestra los resultados de la pregunta “Ser el fundador de un negocio es una parte importante de lo que soy.”, se visualiza que el 56,90% se encuentra fuertemente de acuerdo y el 32,69% se encuentra de acuerdo, mientras que, ni de acuerdo ni en desacuerdo el 7,26%, con 1,93% fuertemente en desacuerdo, y el 1,21% en desacuerdo. Con base a los resultados, se puede colegir que muchas personas pueden considerarse emprendedoras y tener una pasión por crear e innovar, pero no necesariamente consideran que el hecho de ser el fundador de un negocio sea una parte esencial de lo que son como individuos. Sin embargo, para otras personas, la creación de un negocio es una parte integral de su identidad como emprendedores, y su pasión y motivación para emprender están estrechamente ligadas a esta idea. En general, la importancia que se le da a ser el fundador de un negocio en la identidad de una persona emprendedora puede variar dependiendo de cada individuo y sus motivaciones y objetivos personales.

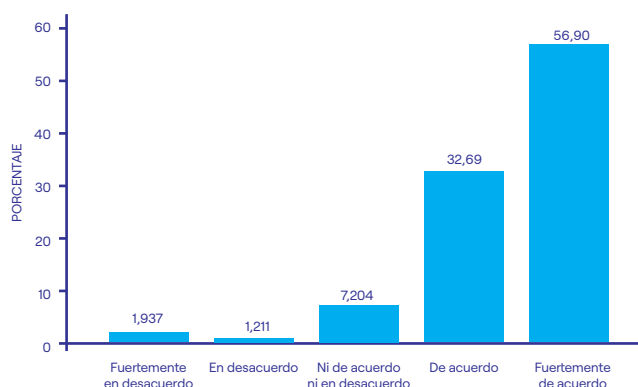


FIGURA 12. Ser el fundador de un negocio es una parte importante de lo que soy.

La Figura 13 muestra los resultados de la pregunta “Fomentar y hacer crecer empresas es una parte importante de lo que soy.”, se visualiza que el 56,90% se encuentra fuertemente de acuerdo y el 35,84% se encuentra de acuerdo, mientras que, ni de acuerdo ni en desacuerdo el 5,08%, con 1,69% fuertemente en desacuerdo, y el 0,48% en desacuerdo. Observando las respuestas, se puede decir que muchas personas pueden considerarse emprendedoras y tener una pasión por crear e innovar, pero no necesariamente consideran que el hecho de ayudar a una empresa a crecer sea una parte esencial de lo que son como individuos. Sin embargo, para otras personas, el fomento y crecimiento de empresas es una parte integral de su identidad como emprendedores y su pasión y motivación para emprender están estrechamente ligadas a esta idea. En general, la importancia que se le da a fomentar y hacer crecer empresas en la identidad de una persona emprendedora puede variar dependiendo de cada individuo y sus motivaciones y objetivos personales.

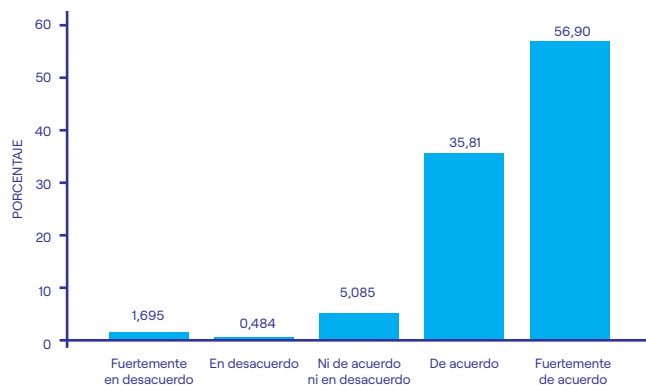


FIGURA 13. Fomentar y hacer crecer empresas es una parte importante de lo que soy.

CONCLUSIONES

Con el propósito de presentar las conclusiones, es importante revisar los hallazgos de la presente investigación y contrastarlos con investigaciones previas, y así, generar conclusiones que puedan tener relevancia para las diversas organizaciones.

PASIÓN POR INVENTAR

A criterio de Altaf et al. (2019), la pasión empresarial por inventar influye positivamente en el rendimiento empresarial, así también, la pasión de los empleados por inventar cosas nuevas siempre tiene una gran importancia para el desempeño del negocio, y añadieron, la pasión empresarial por inventar aumenta el efecto positivo del apoyo de la dirección, la discreción en el trabajo, la educación empresarial y la experiencia empresarial previa. Por otra parte, Strese et al. (2018) mencionaron que los gerentes deben autoanalizar qué tanto de un inventor encarnan en el equipo de colaboradores. Añadieron, los gerentes deben medir cuidadosamente qué parte de esta identidad innovadora es observada y transferida a otras personas en su equipo. Por ejemplo, los gerentes pueden ser extraordinariamente apasionados por inventar, pero los miembros del equipo pueden no reco-

nocer esto. Con base a los criterios expuestos, se puede concluir que las respuestas que se observan en la Tabla 1 los diversos porcentajes, donde, el mayor porcentaje de los ítems están focalizados en “Fuertemente de Acuerdo - De acuerdo”. Siendo así, se puede concluir que en las empresas ecuatorianas tiene mucha cabida la pasión empresarial por inventar, por tal motivo, es necesario que, dentro del equipo de colaboradores se busque intereses que les apasionen los cuales estén alienados a las habilidades y competencias de los participantes. Otro punto sería, establecer objetivos realistas, es decir, definir procesos que puedan ser medibles y que aporten a alcanzar los objetivos propuestos. Así también, aceptar desafíos los cuales van a fortalecer el aprendizaje, conocimiento e innovación.

PASIÓN POR FUNDAR

Importante aludir a Aloulou et al. (2023) cuando mencionaron que, es indispensable que los instructores enfocados en enseñar a los ejecutivos/emprendedores sobre la pasión por fundar negocios, alienten a identificar ideas y oportunidades únicas, y luego enfatizar el compromiso con tales iniciativas sociales. Por su parte, Shahid y Alarifi (2021) manifestaron que, para quienes se desempeñan como instructores de personas enfocadas a emprender, deben concebir nuevos programas de emprendimiento que estimulen las acciones colectivas, aborden los desafíos sociales con emprendimientos sociales sostenibles y aumenten la pasión por fundar negocios sociales para ayudar a la comunidad. Tomando como referencia los resultados que se muestran en la Tabla 2, se puede concluir que, es importante que las empresas ecuatorianas identifiquen en el mercado problemas u oportunidades de negocio, con el fin de crear entornos (fundar empresas) para comercializar productos, servicios y resolver problemas que enfrentan las personas. Además, sería prudente asistir a eventos y revisar redes sociales con el afán de aprender de las empresas que pertenecen al mismo segmento de la indus-

TABLA 1. PASIÓN POR INVENTAR

Pasión por inventar	Es emocionante descubrir nuevas formas de resolver las necesidades del mercado no satisfechas que se pueden comercializar	La búsqueda de nuevas ideas para productos/servicios para ofrecer es agradable para mí	Estoy motivado para descubrir cómo mejorar los productos/servicios existentes	Explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades realmente me emociona
Fuertemente en desacuerdo	2,20%	1,45%	1,45%	1,69%
En desacuerdo	0,50%	0,73%	0,97%	0,97%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2,20%	2,42%	2,66%	4,36%
De acuerdo	38,50%	33,1%	37,05%	37,53%
Fuertemente de acuerdo	56,70%	62,23%	57,87%	55,45%

TABLA 2. PASIÓN POR FUNDAR

Pasión por fundar	Establecer una nueva empresa me emociona	Ser dueño de mi propia empresa me energiza	Fomentar un nuevo negocio a través de su éxito emergente es agradable
Fuertemente en desacuerdo	1,69%	1,21%	1,45%
En desacuerdo	1,45%	0,24%	0,48%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8,96%	5,08%	6,30%
De acuerdo	33,41%	23,24%	39,71%
Fuertemente de acuerdo	54,48%	70,22%	52,06%

tria u otro, esto le permitirá tener una idea más clara al momento de tomar la decisión de fundar una empresa. Por último, es importante hacerse un autoanálisis para determinar las habilidades que posee, y así, conformar equipos que complementen sus habilidades para compensar sus debilidades. Vale concluir diciendo que, las estrategias que se planteen deben estar enfocadas en aumentar sus posibilidades de éxito al crear una empresa, y además, que las estrategias se alineen con la visión y valores.

PASIÓN POR DESARROLLAR

A juicio de Drnovsek et al. (2016), la pasión empresarial por el desarrollo activa la acción empresarial, principalmente a través de mecanismos motivacionales de establecimiento de objetivos que están asociados con el crecimiento de la empresa. Incluso indican que, la experiencia de la pasión empresarial por el desarrollo regula los esfuerzos de los empresarios de alta tecnología para hacer frente a los desafíos ambientales al desarrollar sus emprendimientos. Por otra parte, Montiel-Campos (2021) expresó que, la pasión de los emprendedores por desarrollar está relacionada con el cambio estratégico. Además, esta relación se ve reforzada en los niveles más altos de la dimensión de exploración y búsqueda, así como la dimensión de evaluación y juicio, los cuales se relacionan con el estado de alerta empresarial. La Tabla 3 permite concluir que, la mayor parte de las personas elijen proyectos que están alineados a sus interese y experiencia, lo cual, sin duda, motiva a desarrollar el proyecto y transformarlo en un éxito. De igual manera como se indica en la pasión por fundar”, sería prudente asistir a eventos y revisar redes sociales con el afán de aprender de las empresas que pertenecen al mismo segmento de la industria u otro”, esto le dará la oportunidad de aprender de otros, compartir conocimientos y establecer contactos. Otro punto importante es, el aprendizaje continuo para de esta manera estar al día con las nuevas tecnologías, lenguajes y metodologías.

REFERENCIAS

Adomako, S., & Ahsan, M. (2022). Entrepreneurial passion and SMEs’ performance: Moderating effects of financial resource availability and resource flexibility. *Journal of Business Research*, 144, 122-135.

Aloulou, W. J., Algarni, E. A., Ramadani, V., & Hughes, M. (2023). Passionate to be a social entrepreneur

in Saudi Arabia: A moderated mediation analysis of social entrepreneurial intention. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 32(2), 698-712.

Altaf, M., Hameed, W., Nadeem, S., & Shahzad, A. (2019). Successful entrepreneurial process as contributor towards business performance in banking: Moderating role of passion for inventing. *South Asian Journal of Management Sciences*, 13(1), 13-40.

Analoui, F., & Karami, A. (2003). Strategic management in small and medium sized industries. *Thomson, UK*.

Benzaquen-De las Casas, J., & Pérez-Cepeda, M. (2016). El ISO 9001 y TQM en las empresas de Ecuador. *Journal of Globalization, Competitiveness & Governability/Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad/Revista de Globalização, Competitividade e Governabilidade*, 10(3), 153-176.

Biraglia, A., & Kadile, V. (2017). The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: Insights from American homebrewers. *Journal of small business management*, 55(1), 170-188.

Campos, F., Frese, M., Goldstein, M., Iacovone, L., Johnson, H. C., McKenzie, D., & Mensmann, M. (2017). Teaching personal initiative beats traditional training in boosting small business in West Africa. *Science*, 357(6357), 1287-1290.

Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E., & Patel, P. C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of business venturing*, 28(3), 373-396.

Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of management Review*, 34(3), 511-532.

Conner, K. R., & Prahalad, C. K. (1996). A resource-based theory of the firm: Knowledge versus opportunism. *Organization science*, 7(5), 477-501.

Drnovsek, M., Cardon, M. S., & Patel, P. C. (2016). Direct and indirect effects of passion on growing technology ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 10(2), 194-213.

Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of small business management*, 53(1), 75-93.

Kiani, A., Ali, A., Kanwal, S., & Wang, D. (2020). How and when entrepreneurs’ passion lead to firms’ radical innovation: Moderated mediation model. *Technology Analysis & Strategic Management*, 32(4), 443-456.

TABLA 3. PASIÓN POR DESARROLLAR

Pasión por dearrollar	Realmente me gusta encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio	Reunir a las personas adecuadas para que trabajen en mi negocio es emocionante	Me motiva empujar a mis empleados y a mí mismo para mejorar nuestra empresa
Fuertemente en desacuerdo	1,69%	2,18%	1,45%
En desacuerdo	0,24%	0,97%	0,73%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3,15%	5,08%	1,94%
De acuerdo	36,08%	38,01%	33,41%
Fuertemente de acuerdo	58,84%	53,75%	62,47%

- Linton, G., & Kask, J. (2017). Configurations of entrepreneurial orientation and competitive strategy for high performance. *Journal of Business Research*, 70, 168-176.
- Martínez, C. N., & Bañón, A. R. (2023). The Business Creation Process and Latin American Entrepreneurs. *Latin American Research Review*, 58(1), 90-109.
- McCrae, R. R., & Costa Jr, P. T. (2008). *The five-factor theory of personality*.
- Mets, T., Kozlinska, I., Raudsaar, M., & Trabskaia, I. (2023). New Perspectives on Entrepreneurship Education: Introduction. En *Administrative Sciences* (Vol. 13, Número 1, p. 13). MDPI.
- Mets, T., Raudsaar, M., Vahejõe, K., Kaseorg, M., & Vettik-Leemet, P. (2022). Putting Entrepreneurial Process Competence into the Focus in Entrepreneurship Education: Experience from Estonian Universities. *Administrative Sciences*, 12(2), 67.
- Molino, M., Dolce, V., Cortese, C. G., & Ghislieri, C. (2017). An Italian Adaptation of the Entrepreneurial Passion Scale. *BPA-Applied Psychology Bulletin (Bollettino di Psicologia Applicata)*, 65(279).
- Montiel-Campos, H. (2021). Moderating role of entrepreneurial alertness on the relationship between entrepreneurial passion and strategic change. *Journal of Organizational Change Management*, 34(5), 1107-1124.
- Mueller, B. A., Wolfe, M. T., & Syed, I. (2017). Passion and grit: An exploration of the pathways leading to venture success. *Journal of Business Venturing*, 32(3), 260-279.
- Shahid, S. M., & Alarifi, G. (2021). Social entrepreneurship education: A conceptual framework and review. *The International Journal of Management Education*, 19(3), 100533.
- Strese, S., Keller, M., Flatten, T. C., & Brettel, M. (2018). CEOs' passion for inventing and radical innovations in SMEs: The moderating effect of shared vision. *Journal of Small Business Management*, 56(3), 435-452.
- Vallerand, R. J., Blanchard, C., Mageau, G. A., Koestner, R., Ratelle, C., Léonard, M., Gagné, M., & Marsolais, J. (2003). Les passions de l'ame: On obsessive and harmonious passion. *Journal of personality and social psychology*, 85(4), 756.
- Vallerand, R. J., Paquet, Y., Philippe, F. L., & Charest, J. (2010). On the role of passion for work in burnout: A process model. *Journal of personality*, 78(1), 289-312.
- Wekesa, L. C., Maalu, J., Gathungu, J., & Wainaina, G. (2022). Mediating Effect of Competitive Strategy Between Entrepreneur Characteristics and the Performance of Non-timber Forest Product SMEs in Kenya. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-25.
- Yalcintas, M., IYIGÜN, O., & Karabulut, G. (2021). Personal characteristics and intention for entrepreneurship. *The Singapore Economic Review*, 1-23.

ANEXO 1. INSTRUMENTO

No. de Pregunta	Detalles de la pregunta
1	Es emocionante descubrir nuevas formas de resolver las necesidades del mercado no satisfechas que se pueden comercializar
2	La búsqueda de nuevas ideas para productos/servicios para ofrecer es agradable para mí
3	Estoy motivado para descubrir cómo mejorar los productos/servicios existentes
4	Explorar el entorno en busca de nuevas oportunidades realmente me emociona
5	Inventar nuevas soluciones a los problemas es una parte importante de lo que soy
6	Establecer una nueva empresa me emociona
7	Ser dueño de mi propia empresa me energiza
8	Fomentar un nuevo negocio a través de su éxito emergente es agradable
9	Ser el fundador de un negocio es una parte importante de lo que soy
10	Realmente me gusta encontrar a las personas adecuadas para comercializar mi producto/servicio
11	Reunir a las personas adecuadas para que trabajen en mi negocio es emocionante
12	Me motiva empujar a mis empleados y a mí mismo para mejorar nuestra empresa
13	Fomentar y hacer crecer empresas es una parte importante de lo que soy



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

www.ucsg.edu.ec

Av. Carlos Julio Arosemena Km 1 ½

PBX. (04) 380 4600

Contact Center:

(04) 380 4601 – (04) 222 2025 – (04) 222 2024

WhatsApp: 0968462601

contactcenter@cu.ucsg.edu.ec



Empresa Pública Municipal para la Gestión
de la **Innovación y Competitividad**, EP.

www.epico.gob.ec

Av. Carlos Julio Arosemena, Plaza Guayarte

Oficinas ÉPICO

Teléfono:

(04) 390 6090

info@epico.gob.ec



ISBN: 978-9942-825-22-3



9 789942 825223