

Innovación en microemprendimiento: perspectivas estratégicas a partir de un estudio cualitativo en Quito, Ecuador**Innovation in micro-entrepreneurship: strategic perspectives based on a qualitative study in Quito, Ecuador**

DOI:10.34117/bjdv5n7-124

Recebimento dos originais: 14/06/2019

Aceitação para publicação: 11/07/2019

Jorge Luís Correa Guambuquete

Mestre em Administração de Empresas pela Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador

Instituição: Corporación Nacional de Telecomunicación - CNT

Endereço: Veintemilla y Amazonas, La Mariscal - Gerencia de Implementación

E-mail: jorgecorrea_2005@yahoo.com

Mariana Lima Bandeira

Doutora em Administração pela EBAPE-FGV, Rio de Janeiro, Brasil

Instituição: Professora Titular da Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador e

Professora Convidada da Universidad Estatal de Milagro, UNEMI, Equador.

Endereço: Toledo N22-80 (Plaza Brasilia) • Apartado Postal: 17-12-569 • Quito, Ecuador

Email: mariana.lima@uasb.edu.ec

RESUMEN

El objetivo del presente artículo consistió en identificar las estrategias de innovación en microemprendimientos, en el Ecuador, a partir de un estudio cualitativo en Centros Odontológicos del sector norte de la Ciudad de Quito. Durante dos meses se realizaron entrevistas semiestructuradas, cuyos datos fueron sistematizados y organizados por medio del análisis de contenido y concatenados al referencial teórico utilizado. Entre los principales resultados obtenidos se puede considerar que la innovación no solamente está presente en la obtención o mejora de tecnología, sino que también está presente en la mejora continua de los procesos, con los cuales se pueden generar ventajas competitivas y por ende mejorar en la competitividad de una empresa. Se han configurado tres grupos distintos de microemprendimientos, que fueron organizados de acuerdo a los resultados de investigación, a los que denominamos Tipo A – el más completo y sirvió como referencia para la innovación; el tipo B, caracterizados por reunir elementos de gestión y de tecnología básicos y cuyas recomendaciones de mejora se enfocaron a los procesos administrativos y tecnológicos y el tipo C, que no contemplaba características de innovación de ningún tipo. El grupo de microemprendimientos estudiado tiene la característica común de no haber considerado el apoyo financiero por parte de entidades competentes, tampoco han considerado necesario generar alianzas estratégicas con universidades. Otro hallazgo es que han adquirido tecnología básicamente del exterior.

Palabras-Clave: Competitividad – Microemprendimiento – Innovación - Ecuador

ABSTRACT

The objective of this article was to identify innovation strategies in micro-enterprises, in Ecuador, based on a qualitative study in Dental Centers of the northern sector of the City of Quito. For two months semi-structured interviews were carried out, whose data were systematized and organized by means of the content analysis and concatenated to the theoretical referential used. Among the main results obtained, it can be considered that innovation is not only present in the obtaining or improvement of technology, but also is present in the continuous improvement of processes, with which competitive advantages can be generated and therefore improve in the competitiveness of a company. Three different groups of micro-enterprises have been set up, which were organized according to the research results, which we call Type A - the most complete and served as a reference for innovation; type B, characterized by bringing together elements of management and basic technology and whose recommendations for improvement focused on administrative and technological processes and type C, which did not contemplate innovation characteristics of any kind. The group of micro-enterprises studied has the common characteristic of not having considered financial support from competent entities, nor have they considered it necessary to generate strategic alliances with universities. Another finding is that they have acquired technology basically from abroad.

Keywords: Competitiveness - Micro-entrepreneurship - Innovation - Ecuador

1 INTRODUCCIÓN

La innovación es un factor fundamental de la competitividad, debido a que con ésta se pueden establecer diferentes ventajas competitivas de una empresa (PORTER, 2008), como mejorar la calidad de un producto, tener implementaciones tecnológicas actualizadas en software o en gestión, etc., y a su vez mejorar la rentabilidad y sustentabilidad en el mercado.

Calle et al. (2015) muestran que la competitividad es estudiada desde una visión macroeconómica o desde una perspectiva de una o de un grupo de empresas. Cuando se trata de la visión microeconómica, la preocupación central gira en torno a los factores de competitividad, a la demanda, al ambiente institucional y a la estrategia, estructura y redes. De acuerdo con los autores, la competitividad ha sufrido una reconceptualización, redefiniéndose en relación a su alcance, debido a un ambiente en el cual se intensifica la innovación.

La metodología de cálculo del índice global de competitividad de países incluye 12 dimensiones, siendo una de ellas la innovación, definida como la capacidad y compromiso con el desarrollo tecnológico. Entre las demás dimensiones, algunas de ellas tocan los aspectos subjetivos y sustantivos de la innovación, como son; la eficiencia, la educación, el mercado, el ambiente institucional y negocios más sofisticados. En el último *Global Competitiveness*

Report, Ecuador aparece en la posición 97 (entre los 137 países del levantamiento), con un índice de 3.9 ¹(WEF 2017).

Considerando este dato y que la configuración del tejido empresarial en Ecuador presenta una presencia significativa de microemprendimientos, el propósito de este artículo fue identificar las estrategias de innovación en el micro-empredimiento como un elemento de fortalecimiento de la competitividad organizacional.

Las microempresas son por lo general empresas familiares que manejan una estructura organizacional sencilla y un modelo de gestión no estructurado, en donde el dueño por lo habitual es el gerente general y éste es quien toma las decisiones en su empresa (CEPAL 2010). Esta unidad de producción generalmente se encuentra al margen del marco regulatorio y sus empleados, en la mayoría de casos, son miembros de la familia del dueño del micro-empredimiento (MUNGARAY; RAMÍREZ, 2007).

Según la Dirección Provincial de Vigilancia de Salud Pública en Quito existen alrededor de 1482 establecimientos (microemprendimientos) registrados con permiso de funcionamiento, lo que indica que los centros odontológicos en Quito han tenido un crecimiento importante en los últimos años, gracias a las políticas del Ministerio de Salud Pública y del desarrollo de carreras de la salud². En los indicadores económicos, “La participación del Valor Agregado Bruto (VAB) de la Salud con respecto al PIB se incrementó de 3,0% en el 2007 a 4,2% en el 2013”, según los datos de la Cuenta Satélite de los Servicios de Salud 2013 publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC (2016).

Para delimitar el campo del estudio y por ser un sector que demandaría grados significativos de innovación, los consultorios odontológicos son el objeto de estudio de esta investigación. Para ser más competitivos y saltar la brecha de una microempresa a una pequeña empresa o simplemente mantenerse como emprendimiento y mejorar sus ingresos, se supone que las decisiones de su gerente general se oriente a gestionar de forma eficiente y eficaz lo cotidiano, pero también crear y mejorar las ventajas competitivas. Para ello, se debe romper con la resistencia al cambio, eliminar los paradigmas, dar nuevas soluciones o mejorar las existentes, en definitiva necesitan de ser innovadores para mejorar su competitividad.

Las microempresas cuentan con recursos limitados como para poder revertir los errores de una mala inversión en innovación y generalmente deberían tener acceso a personal

¹ Como referencia se encuentra en primer lugar Suiza y Estados Unidos con un índice de 5.9 (WEF 2017)

²Las carreras y cursos de pos grado de medicina, enfermería y odontología, por ejemplo, han sido centro de las políticas de incentivo del Consejo de Educación Superior y de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación del Ecuador.

calificado, que pueda tener un horizonte claro, para realizar mejoras en sistemas TI o en modificar productos existentes y ver la manera de sacar réditos de estas modificaciones.

El crecimiento económico de una empresa depende de su competitividad y ésta, de que se realicen uno o más cambios en los factores de producción, como son los productos, procesos, métodos de gestión o tecnológicos, en definitiva, se ve en la necesidad de innovar, para no solo mantenerse en el mercado, sino también para mejorar sus ingresos, utilidades y ser una empresa reconocida en el sector en el que se desempeña.

En base a los lineamientos anteriores, se estableció la siguiente pregunta que guió esta investigación: ¿Cómo se configura la innovación en los Centros Odontológicos como micro-empresarios?

La justificación de la presente investigación se basa en el fortalecimiento de los temas de innovación y aumentar la visibilidad de investigación en esta área, ya que a través de las diferentes formas de innovación los microempresarios podrían mejorar su competitividad y por ende su rentabilidad, tornándose más sustentables a lo largo del tiempo. Se sabe que América Latina es una región en la que las micro y pequeñas empresas son un fuerte componente del PIB, y en el caso de Ecuador, también se observa esta realidad. El desarrollo tecnológico en una economía como la nuestra, que se basa casi exclusivamente en las exportaciones de petróleo, se podría generar un aporte importante respecto a que sectores de alta y media tecnología (OYARZÁBAL; SÁNZ; VÁZQUEZ, 2011). En este sentido, se ve la importancia que tienen las MIPYMES en el Ecuador como generadoras de empleo e ingresos. Además, la salud ha sido una preocupación central en las políticas sociales en los últimos años en América Latina, y esto también es evidente en el Ecuador. La política en salud pública aborda tanto en términos de educación superior, como la oferta y la regulación de los servicios médicos.

Asimismo, este artículo se organiza en cuatro secciones, además de esta introducción: la primera sección se dedica a establecer un marco referencial teórico basados en el diálogo de la literatura sobre innovación y competitividad en el contexto del microempresario, contextualizados en el escenario del Ecuador; la segunda sección presenta la metodología del estudio, detallando las técnicas de recolección y análisis de datos; la tercera sección describe los resultados y los discute, con referencia a los pilares teóricos señalados previamente. Finalmente, algunas reflexiones finales y sugerencias de futuros avances son puestos en consideración.

2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 LA INNOVACIÓN EN LA MICROEMPRESA COMO EJE DE COMPETITIVIDAD

La innovación es un pilar fundamental en los procesos de la empresa, definida por Conca y Molina (2000) como un proceso empresarial que abarca cambios tecnológicos, sociales y económicos. La innovación no solamente se basa en cambios tecnológicos, ésta debe ser visualizada en un contexto más amplio y radica en la creación de nuevos productos, mejora de procesos, cambios en la gestión empresarial, tanto en la parte técnica, comercial y financiera, así como también mejora o cambios con respecto al recurso humano. En definitiva, se refiere a todas las actividades que se realicen en la empresa para generar o comercializar sus productos de una manera más competitiva.

Para Tidd et al. (2005), la innovación puede ocurrir de diversas maneras: aprendizaje y adaptación, especialmente en un ambiente de incertidumbre; en la intersección entre tecnología, mercado y organización; en un comportamiento colectivo, entendido cuando el campo institucional impulsa la innovación por medio de políticas públicas, incentivos de proveedores o una presión social – como cambio de comportamiento o necesidad, por ejemplo; en una necesidad particular de asumir un posicionamiento estratégico en el mercado, por medio de una identidad propia, su propio modo de ofrecer un servicio, lo que se llama de ventaja competitiva.

Salerno (2009) indica que la innovación puede ser orientada a distintos enfoques en la organización: productos (nuevo producto que aparece en el mercado), de servicios, de procesos productivos (cambios para optimizar los procesos), de organización (como el trabajo es organizado y coordinado, por ejemplo, el fordismo), de modelo de negocios, de tecnologías, de logísticas (container, que cambia el proceso y la forma como las mercancías son distribuidas), e innovación de marketing.

La empresa decide si la innovación será parcial o de forma integral. Esta última involucra todo el sistema de pensamiento de la propia organización, un cambio de cultura, de procesos, de tecnología, entre otros. Salerno (2009) indica que la lógica de innovación se la puede concebir a partir de dos ejes: un continuo que va de lo incremental hasta lo radical; y otro eje que maneja la innovación parcial hasta la integral.

Por outro lado, la competitividad en una empresa está presente si ésta logra ventajas competitivas sobre otras, considerando la reducción de sus costos y manteniendo al mismo tiempo sus niveles de producción (CEPAL 2015), sin dejar de lado la calidad de sus productos.

Según Peronce (1959 *apud* González y Martínez 2014) la empresa privada es más que una unidad administrativa, es una colección de recursos productivos; consecuentemente, para el análisis estratégico empresarial, se sugiere considerar dos paradigmas: uno basado en recursos y otro basado en el conocimiento.

El enfoque que se basa en recursos prevé que la combinación de los recursos propios de la empresa podría llegar no solo a incrementar su rentabilidad y mantenerla en el tiempo, sino que también conllevaría a la oferta de productos de calidad y de alto rendimiento (GONZÁLEZ; MARTÍNEZ, 2014). Las empresas que tengan como objetivo ser competitivas deben generar ventajas competitivas, para lo cual muchas siguen el planteamiento de Michael Porter y consideran cuatro atributos fundamentales: las condiciones de los factores, condiciones de la demanda, empresas afines de apoyo o cooperación y la estrategia, estructura y rivalidad de las empresas (PORTER, 2008).

Las ventajas competitivas se pueden obtener con base a la mejora tecnológica o por realizar las actividades empresariales de una manera diferente, no necesariamente se requiere de nuevas ideas, sino que se pueden tomar ideas ya establecidas y ponerlas en marcha con temple, logrando así captar un mercado totalmente nuevo o ingresar a un nicho de mercado que la competencia no ha explotado, cabe señalar que las ventajas competitivas también se pueden generar por una respuesta lenta de los competidores (PORTER, 2008).

Las ventajas competitivas pueden generarse en los siguientes aspectos: la destreza, el conocimiento, bienes físicos y la reputación de la marca (PORTER 2008). El conocimiento, la información, la propiedad intelectual y la experiencia son parte fundamental del material intelectual (CALIXTA; VIGIER; BRIOZZOC, 2015), mediante los cuales se puede crear valor y por ende ventajas competitivas, por lo tanto el “conocimiento” es muy importante en el desarrollo económico de la organización, es así que se le ha dado el término de economía basada en el conocimiento y la innovación juega un papel fundamental en el crecimiento económico, por lo tanto la innovación ocupa un lugar central en la economía basada en el conocimiento (CONDE; ARAÚJO, 2003).

En la actualidad existen economías con fuerte demanda de conocimientos e información que no han sido explotadas (ALBORNOZ, 2013): “La información desempeña

un gran papel en el proceso de innovación” (PORTER, 2008, p. 172). Dicha información es la que carecen algunos de los competidores y de la cual se puede lograr ventajas competitivas.

La innovación empresarial es uno de los elementos de competitividad que se puede generar en diferentes etapas y que pueden variar desde la “no innovación” hasta realizar algo totalmente nuevo o radical (SIQUEIRA, 1999). Se considera a la innovación como el cambio de lo cotidiano, mejora continua de procesos o productos, dar solución a los problemas, a través de la implementación o cambio tecnológico. El empresario puede ser considerado como innovador, siempre y cuando sus conceptos de innovación se basen en los cambios tecnológicos que se realicen en su empresa (SCHUMPETER, 1911 y 1942 *apud* HERNÁNDEZ, 2014).

Pese que la innovación está asociada a grandes decisiones y avances tecnológicos, en la mayoría de las veces, las más exitosas iniciativas de innovación están basadas en la acumulación de cambios incrementales en productos o procesos. De acuerdo a Tushman y Nadler (1997), estas son las que paulatinamente incorporan características adicionales a un producto o nuevas versiones mejoradas del mismo o, también, en un conjunto creativo de técnicas, ideas o métodos ya existentes, pero siempre vinculados a una necesidad de los clientes. Afuah (1998) refuerza, en esta misma línea, que la innovación incremental es siempre resultante de un conocimiento ya existente.

La innovación trata de conseguir elaborar nuevos productos o nuevas formas de producirlos, con la finalidad de lograr el crecimiento económico de una empresa, cuyo factor fundamental es la innovación tecnológica. Con estas consideraciones, se puede afirmar que la innovación es un proceso mediante cual se requiere mejorar la rentabilidad de las empresas, a través de ventajas competitivas, que se las puede lograr no solamente mejorando la tecnología de la empresa, sino mejorando cualquier factor de producción, como son los productos, procesos, recurso humano y gestión empresarial.

2.2 LOS MICRO-EMPREDIMIENTOS Y LA POLÍTICA PÚBLICA EN EL ECUADOR

Desde la perspectiva de varios autores, a la microempresa se la puede definir por el número de empleados que en ella trabajan, por el valor de ventas anuales, por la valoración de sus activos fijos o estructura gerencial. Según USAID (2005, 30-31) ninguna definición establecida podrá satisfacer el universo en el que desarrolla la microempresa.

Según lo señalado en el inciso segundo del Artículo 53 del Código de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) del Ecuador, publicado en el Registro Oficial Suplemento

351 de 29 diciembre de 2010, se define y clasifica a las MIPYMES como: “La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría” y según el Reglamento del Código de la Producción, Comercio e Inversiones, en su Acápito II, Artículo 106, clasifica a las microempresas como: “la unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US \$ 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América”.

Las microempresas pueden ser catalogadas como formales e informales, las informales presentan problemas financieros como liquidez, productos de baja calidad y bajos niveles de capital humano (CEPAL 2012); por otra parte las microempresas formales cuentan con un mejor sistema de gestión, aprovechan oportunidades, manejan de forma responsable y eficiente el aspecto financiero, otorgan facturas a sus clientes, en definitiva cuentan con un mejor manejo de sus recursos (CEPAL, 2012).

Para el desarrollo de las actividades en la microempresa, el dueño y/o gerente es aquel que impone su liderazgo, visión y esencia sobre un sistema de gestión. Si el microempresario emplea un liderazgo tradicional, probablemente cierre puertas al cambio e innovación, pero si es innovador podría promover la microempresa a un siguiente nivel en su desarrollo (CEPAL 2010).

Asimismo, los microemprendimientos, para ser competitivos, deben manejar un buen sistema de gestión de sus recursos y realizar inversiones de mejora tecnológica. Muchos microempresarios no solicitan los créditos a los bancos porque están seguros de que no van a cumplir con los requisitos que éstos solicitan, por lo tanto no solamente es un problema de que el banco no otorgue créditos, sino que la demanda de solicitudes es baja. En Latinoamérica el porcentaje de solicitudes de crédito es bajo, mientras tanto que el de otorgar créditos es alto (CEPAL 2012).

Según USAID (2005), el mayor problema financiero que tienen los microempresarios no es la falta de créditos, sino más bien tiene que ver con las ventas y los ingresos de su negocio. Los problemas de esta naturaleza podrían ser solucionados con base a la definición de un sistema de gestión del emprendimiento: definición de procesos, racionalización de toma de decisiones, conocimiento de su funcionamiento y posibles ‘cuellos de botella’, organización del trabajo, distribución del personal de modo a generar ventaja competitiva sustentable.

En el Ecuador, en los últimos años el gobierno todavía no ha promocionado de forma efectiva a las PYMES. Los créditos para los microemprendimientos son concedidos, en su mayoría, por bancos privados y en muchas de las ocasiones el microempresario evita pasar por trámites engorrosos y se financia con el apoyo de familiares y amigos (CEPAL 2012, 47). La necesidad de acceso a crédito y a políticas públicas que apoyen a los microemprendimientos está principalmente en las provincias de Guayas y Pichincha, toda vez que son las que concentran las PYMES en el país, de acuerdo a datos del Servicio de Rentas Internas – SRI (MORÁN-MONTALVO, 2015).

De acuerdo a datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), las pequeñas y medianas empresas emplean por lo menos, al 75% de las personas ocupadas en el país (Observatorio de la PYME de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, 2012).

La Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador define a un sistema financiero como “el conjunto de instituciones que tiene como objetivo canalizar el ahorro de las personas. Esta canalización de recursos permite el desarrollo de la actividad económica (producir y consumir) haciendo que los fondos lleguen desde las personas que tienen recursos monetarios excedentes hacia las personas que necesitan estos recursos. Los intermediarios financieros crediticios se encargan de captar depósitos del público y, por otro, prestarlo a los demandantes de recursos”.

La banca en términos generales otorga créditos tanto al sector comercial como al sector productivo; la banca privada tiene una mayor participación en créditos del segmento comercial y la banca pública tiene mayor participación en el segmento productivo o sector de desarrollo económico (CFN, 2017), este tipo de créditos se caracterizan por contar con una tasa de interés más baja que la ofrecida por la banca privada, plazos más largos, entre otros (MORÁN-MONTALVO, 2015). Sin embargo, estos créditos no son parte de una política del Estado para dinamizar la economía local.

3 MÉTODO DE PESQUISA

Un estudio cualitativo, por su propia naturaleza y definición, no pretende generalizar resultados o crear modelos, más bien profundizar y reflexionar sobre una realidad estudiada. En el caso de este artículo, se busca explorar las posibilidades de innovación y de mejoras que se pueden realizar en los centros odontológicos como un eje de competitividad para los microemprendimientos.

Para lograr los objetivos de este estudio, se acude al empleo de técnicas de investigación cualitativas como entrevistas semiestructuradas y análisis de contenido. Las entrevistas siguieron una guía, que fue respondida por los profesionales que trabajan en los centros odontológicos del centro norte de Quito, así como también al Presidente del Colegio de Odontólogos de Pichincha, como informante clave. Esta guía fue elaborada con base a las categorías del marco teórico definido en los incisos anteriores.

Se distribuyeron las preguntas para identificar cómo se definía y se incluía la innovación en el microemprendimiento. De esta manera, las preguntas se dirigían a conocer cómo el emprendimiento decidía la inversión en cuanto a infraestructura, al personal y a la tecnología. Se puso especial atención en saber si la tecnología era importada o si había alguna valoración del conocimiento producido en el país.

La guía fue elaborada para determinar las diferentes formas de innovación definidas en los microemprendimientos. El análisis del contenido fue utilizado como modelo de análisis de datos cualitativos. La guía de la entrevista semiestructurada se la elaboró con base a los temas inherentes al objeto de estudio, y fueron aplicadas durante el mes de agosto del año 2017.

Las entrevistas fueron grabadas y transcritas textualmente – siempre y cuando los respondientes lo permitieron. Luego de sistematizados los resultados de las entrevistas, se los presentó a un panel de expertos compuesto por cinco profesionales de larga trayectoria y académicos³. Adicionalmente, se incluyeron las entrevistas a un representante de la Corporación Financiera Nacional – CFN, a otro representante del Ministerio de Salud y a los proveedores de los consultorios odontológicos. Estas entrevistas fueron realizadas en el mes de enero del año 2018, como complemento a la colecta de datos de éste artículo.

El análisis de contenido se lo realizó de acuerdo a los parámetros de Bardin (2002), en el que se definen previamente las categorías, se realiza una lectura dinámica de las respuestas entregadas y luego se las distribuye de acuerdo a estas categorías previas. Luego se realiza un mapeo y una identificación entre las ideas comunes entre los sujetos de investigación, que en

³ Los nombres de los expertos que participaron del panel serán cambiados en función del acuerdo de confidencialidad realizado. Sus perfiles están descritos en los anexos de esta tesis.

nuestro caso son los micros emprendedores. Finalmente, estos resultados se contraponen en relación a lo que fue presentado y discutido en el marco teórico.

4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Con base a las respuestas obtenidas y a la caracterización realizada fue posible agrupar a los emprendimientos en tres categorías:

4.1 MICROEMPRESARIOS DE INNOVACIÓN INTEGRAL – TIPO IA (INNOVACIÓN ALTA)

Este grupo de centros odontológicos se los clasificó como innovadores en gestión, tecnología y capacidad humana, por contar con actividades administrativas y operativas bien definidas, que van desde la atención de un nuevo paciente, hasta la implementación de un tratamiento personalizado para cada uno de ellos.

Estos centros odontológicos cuentan con diferentes tipos de departamentos: contables, administrativos y recursos humanos, en los cuales se cuenta con software y hardware especializado para llevar adecuadamente las actividades administrativas; la atención al cliente, agendamiento de citas para pacientes, manejo contable, manejo de inventario y marketing, para una adecuada publicidad.

Para este caso de estudio, se ha considerado a la operatividad como el tipo de servicio o especialidad que ofrecen estos centros odontológicos como: Rehabilitación Oral, Endodoncias, Periodoncia, Implantes, Estética Dental etc., dependiendo de la línea de mercado pueden prescindir de algunos servicios como Odontopediatría y Ortodoncia; sin embargo, estos pueden ser importantes para otros centros odontológicos.

De igual forma en los diferentes servicios de odontología que ofrece este grupo, es primordial el uso de tecnología de punta en sus actividades diarias, que van desde el uso de sillones odontológicos, cuyas pantallas informativas están conectadas en red, hasta el uso de tecnología para emitir diagnósticos más certeros, cuentan con laboratorios propios, mediante los cuales se puede entregar productos de alta calidad, reduciendo los tiempos de espera de los pacientes, incluso colocando los tratamientos el mismo día en cuestión de horas.

La tecnología usada en estos centros odontológicos ha mejorado la gestión en las actividades diarias, tanto administrativas como operativas, debido a que se ofrecen servicios de una forma más rápida, eficaz, precisa, reduciendo sustancialmente los tiempos de entrega

de los productos y sobre todo velan por el bienestar de los clientes. Es importante resaltar que la tecnología utilizada es importada, ya que en el país no se ha desarrollado todavía en este campo.

Para estos centros odontológicos la importancia del desarrollo tecnológico es primordial, siempre cuando este desarrollo mejore y actualice la línea de negocio como puede ser la estética dental.

Los centros odontológicos pertenecientes a este grupo cuentan con protocolos bien definidos, en el qué y cómo hacer las cosas, tanto en las actividades administrativas como operativas: la contratación del personal, capacitaciones, parametrización de los procedimientos en los diferentes tipos de servicios, manejo de desechos, protocolo de servicio al cliente, protocolo de suministro de materiales para cada tipo de servicios, control y seguimiento de tratamientos en pacientes, control de inventarios, mejora continua, etc. Cabe indicar que los procedimientos y protocolos son socializados con todo el personal periódicamente a fin de que se cumpla con la visión y misión de estas empresas, estos protocolos se encuentran impresos y de forma digital y cada empresa los maneja de manera confidencial.

En definitiva, estos centros odontológicos cuentan con profesionales graduados y posgraduados y consideran que la actualización de conocimientos es primordial en esta rama de la medicina, para fomentar una atención privilegiada en los pacientes.

Con respecto a las alianzas con universidades nacionales o internacionales, no todas cuentan con estas para integrar el conocimiento a la práctica, sin embargo otras si cuentan con alianzas internacionales, mediante las cuales se consiguen charlas y conferencias en el exterior. También ahí se puede ver la dependencia de tecnología y conocimiento internacional.

El tema de apoyo social o servicio a la comunidad es heterogéneo: los centros de estética no siempre realizan este tipo de servicios, se concentran en atender a pacientes que toman una cita y pagan por un servicio personalizado y de calidad, en cambio otras realizan salidas de atención fuera de sus instalaciones, y esto consideran un servicio social.

Con respecto al personal, no todos los empleados son de nómina, generalmente el personal administrativo es de nómina, y el personal operativo puede ser de planta o prestar servicios profesionales, como es el caso de los cirujanos y endodoncistas. La relación entre estos centros odontológicos con el personal que no es de planta se basa en la confianza, profesionalismo y la amistad. El pago de los servicios se lo realiza bajo el esquema de porcentaje y este dependerá si el especialista ofrece su instrumental y materiales. De todos

modos, es menester hacer hincapié que, como política, es personal de alto nivel de formación. En algunos casos se sugiere que asistan a charlas, pero en otros es prioridad que todos sus colaboradores estén a la vanguardia de nuevas técnicas y nuevas tecnologías. Los datos revelan que valoran el conocimiento, pero no invierten directamente en él. Las inversiones están enfocadas a la compra de material y equipos, generalmente de origen extranjero.

No todos los consultorios integrales cuentan con un sistema de medición de resultados, sin embargo se ha evidenciado que otros cuentan con un sistema de encuestas personalizadas, lo que le permite saber al dueño sobre las quejas de sus pacientes, que doctor le atendió el caso. Los microempresarios por general no han requerido financiamiento bancario, la inversión en tecnología para sus negocios la han realizado con préstamos familiares o dinero propio. Este resultado se corrobora con el marco teórico revisado, que afirma sobre la dificultad de los emprendimientos en América Latina a acceder al apoyo de entidades financieras.

Las ventajas competitivas para este grupo son: el manejo de protocolos y reglamentos internos, tecnología de punta, capacitación continua del personal, variedad de odontólogos y especialistas en un mismo lugar, todo esto permite que los pacientes obtengan un tratamiento integral dentro de la misma institución en el menor tiempo posible. Estas ventajas competitivas, para estos consultorios, se basa más en las perspectivas de bienes y de nuevas tecnologías.

Es importante evidenciar que pese el tiempo en el mercado, algunos no reconocen explícitamente la reputación como fuente de ventaja competitiva. Tal vez, por ser la reputación un elemento subjetivo, no logran hacer esa articulación de forma directa. Para la adquisición de tecnología, básicamente se la consigue con base a las necesidades del mercado y a nuevos conocimientos adquiridos, generalmente en congresos realizados en el extranjero, en donde se puede evidenciar el avance de la ciencia en el ámbito de la odontología, en estos centros odontológicos el desarrollo tecnológico es sumamente importante.

4.3 MICROEMPRESANDIMIENTOS TRADICIONALES, CON TECNOLOGÍA Y GESTIÓN BÁSICA Y SERVICIOS TERCERIZADOS – TIPO IB (INNOVACIÓN BÁSICA)

Este grupo de centros odontológicos realizan sus actividades administrativas de manera ordenada, como el orden en las fichas de los pacientes, agendamiento de citas; por teléfono,

internet o de forma presencial; sin embargo, no todos cuentan con un software especializado para llevar el agendamiento de pacientes o un sistema contable.

En algunos casos el mismo odontólogo se encarga de agendar las citas, archivar historias clínicas y hacer el trabajo odontológico, en otros casos cuentan con el apoyo de una persona que lleva la administración del centro odontológico. De manera general, en estos no se cuenta con departamentos exclusivos para contabilidad, administración, recursos humanos etc., todas estas actividades son realizadas por una sola persona, los encargados de llevar la contabilidad no son personal de planta, éstos van con cierta frecuencia a verificar las cuentas del centro odontológico.

Dentro de las actividades operativas, éstos cuentan con todos los servicios odontológicos, sin embargo el número de especialistas que no son parte de la nómina es mayor que en el grupo anterior, ofreciendo una atención integral en todos los servicios.

Cuentan con tecnología general y necesaria para la operatividad del centro odontológico como; equipos, instrumental, materiales, sillones odontológicos, sistema de esterilización, computador con Microsoft Office. No siguen protocolos ni procedimientos establecidos o escritos, sin embargo, la experiencia, ética y profesionalismo hace de estos centros odontológicos lugares con una excelente atención al paciente, enfatizando la tradición y confianza en detrimento de la innovación. Para ganar confianza en los pacientes se realiza un diagnóstico efectivo, en el cual se le explica al paciente en palabras entendibles y no muy técnicas, sobre los problemas, soluciones y el tratamiento al que se le ofrece, generando seguridad en el paciente, adicional se muestra seguridad y ética profesional.

En su mayoría los propietarios de este tipo de emprendimiento ven como tecnología el equipo de Rayos X y Radiovisiógrafo, para el diagnóstico médico y la reducción de tiempo en la atención a los pacientes.

Para que un centro odontológico sea más competitivo consideran que es necesario contar con todas las especialidades, para lo cual, considerando que es importante contar con ellas se contratan servicios profesionales en las especialidades con las que no cuenta el centro odontológico. De igual manera en ciertos casos se realizan actividades de servicio a la comunidad pero en otros casos no se lo realiza. Una vez más, el servicio social parecería no estar articulado ni a la cuestión de competitividad, y tampoco a la de innovación, pese que en la literatura es posible encontrar iniciativas de apoyo a la comunidad como caso de innovación social.

No todos los empleados son de planta, en la parte administrativa por lo general cuentan con los servicios de contadores externos que llevan la contabilidad del centro odontológico, una persona que lleva la administración, cuentan con de uno hasta tres médicos de planta, auxiliares y cuentan con servicios profesionales de las especialidades que no manejan los médicos de planta. La relación que se maneja con los especialistas es de servicios profesionales y se basa en la amistad, referencias y al pago de porcentajes por trabajo realizado, reforzando la característica de informalidad.

El desarrollo profesional es muy importante para este grupo, si bien es cierto no lo tienen definido como política escrita, los odontólogos realizan congresos, cursos de actualización y especializaciones nacionales e internacionales y valoran este tema.

La decisión para la compra de tecnología se basa fundamentalmente en las necesidades y complejidad de los tratamientos o para mejorar los tiempos de respuesta en la entrega de los servicios y productos. Para este grupo el valor que se da al conocimiento es alto. La innovación se da a través del desarrollo tecnológico “tercerizado”, a fin de mejorar los diagnósticos, mejorar los tiempos de atención al cliente y optimización de recursos. El apoyarse en la tecnología es vital ofrecer un producto de calidad. Sin embargo, no se ha solicitado algún tipo de crédito a instituciones financieras para adquirir tecnología de punta, lo que era esperado en función de lo encontrado en el levantamiento bibliográfico realizado.

Las ventajas competitivas de este grupo son: el diagnóstico, la educación continua, la variedad en especialidades, la atención al cliente y el marketing boca a boca y lo ideal para mantenerse en el tiempo es trabajar bajo el esquema de su visión y misión empresarial.

4.4 MICROEMPRESARIOS TRADICIONALES, CON APOYO MÍNIMO DE TECNOLOGÍA Y TÉCNICAS DE GESTIÓN – TIPO IM (INNOVACIÓN MÍNIMA)

En este grupo de centros odontológicos se lleva la contabilidad a través de libros diarios no digitalizados en los que se apuntan los ingresos diarios que tiene el centro odontológico, no se cuenta con un adecuado control en el archivo de las fichas odontológicas de los pacientes, aunque se trata de mantener un orden alfabético, se pierden fichas lo que genera un reproceso en el diagnóstico odontológico y el tratamiento.

También se puede observar que el dueño es el odontólogo que atiende a los pacientes tanto en la parte operativa como administrativa, el cual no ve la necesidad usar software especializado para el manejo administrativo, en estos centros odontológicos se ofrecen todas

las especialidades y generalmente el odontólogo de planta es aquel que realiza los diagnósticos y dependiendo de los casos solicitan los servicios profesionales de especialistas que generalmente son profesionales de su confianza.

Los consultorios odontológico cuentan básicamente con el equipamiento necesario para poder ofrecer sus servicios, generalmente cuentan con un solo cubículo o sillón dental, el cual es usado tanto por el dueño del consultorio como por los especialistas, los cuales dependiendo de la necesidad, asisten al centro odontológico bajo previa cita, éstos en muchos de los casos llevan sus propios materiales y equipos para realizar sus actividades, sus honorarios son pagados dependiendo del porcentaje acordado con el dueño.

Con respecto al desarrollo tecnológico en su gran mayoría indicaron que ven muy necesario implementar tecnología de Rayos X y Radiovisiografos, para tener diagnósticos claros y precisos en menor tiempo y evitar que el paciente vaya a centros especializados y regresen después de varios días. Algunos mencionaron que podría ser de ayuda un software para el manejo de pacientes, manejo de historias clínicas, mejorar el tipo de diagnóstico y manejo de inventario, sin embargo aún ven complicada su adquisición, porque al momento no sería de mucha ayuda, por el volumen de paciente que manejan o no le ven necesario su adquisición a corto plazo.

La confianza que se pueda a llegar a desarrollar con el paciente es sumamente importante para el dueño del centro odontológico, éste indica que se debe demostrar ética, profesionalismo, cordialidad, carisma y sobre todo explicarle al paciente de manera clara y en palabras que pueda entender todo lo referente a los problemas y las soluciones, de igual manera ser claros en los pro, contra en indicar los precios de los servicios odontológicos.

No cuentan con protocolos ni metodologías que estén escritas, sin embargo realizan de manera adecuada sus actividades en lo que respecta a la preparación de materiales e instrumental, manejo adecuado de desechos y buena atención al cliente, los odontólogos de este grupo han señalado que no tienen problemas en la parte operativa del negocio, sin embargo su punto débil es la parte administrativa y contable.

Los entrevistados en su mayoría señalan que adquirir nuevos conocimientos es de suma importancia para estar actualizados con las nuevas técnicas y procedimientos en odontología, e indican que el especializarse, realizar congresos y mantener una educación continua en la rama de la odontología es muy importante, también ven la necesidad de obtener conocimientos en marketing y publicidad.

Con respecto al control de materiales e inventario, no se cuenta con un control esquematizado, en el mejor de los casos se hace un conteo de los materiales que se van utilizando diariamente.

Las ventajas competitivas para este grupo son: el conocimiento, calidad de materiales, entregar un diagnóstico efectivo y acertado, no se han referido al desarrollo tecnológico como ventaja competitiva. Su punto de vista con respecto al desarrollo tecnológico es que para manejar adecuadamente la tecnología, hay que estar preparados, para poder con ésta mejorar los procedimientos y mejorar el tiempo de atención de los pacientes. La evaluación para la compra de tecnología para este grupo, se basaría fundamentalmente en la necesidad de ofrecer un mejor servicio al cliente.

Como se puede observar, este tipo de emprendimiento trata de mantenerse en el mercado con una mínima inversión, enfocando su ventaja competitiva en la capacidad de gestión. Esto se visibiliza cuando asume lo importante que es tener capacitación en marketing, por ejemplo. Manejan recursos propios y la informalidad es un tema presente también ahí.

5 CONCLUSIONES

Con base al marco teórico y al estudio de campo, se identificaron las diferentes formas de innovación, como son: la mejora continua de los procesos, conocimiento y tecnología como los pilares de innovación de los centros odontológicos.

Como principales hallazgos, en la sistematización, categorización y caracterización de los centros odontológicos, se pudo identificar tres tipos microemprendimientos, en función a los diferentes tipos de innovación que son aplicados por sus propietarios, a los que se los denominaron como tipos Innovación Alta (IA), Innovación Básica (IB) e Innovación Mínima (IM).

El tipo IA se lo caracterizó principalmente en función de su manera de innovar, en la cual se considera la mejora continua de los procesos, la capacitación de su personal y de manera predominante por la compra de tecnología.

El tipo IB, con respecto a la innovación, se caracteriza por el conocimiento de los profesionales, pero tienen un déficit en la administración de sus negocios, no invierten mucho en tecnología especializada, en especial referente a radiología.

El tipo IM prioriza la relación con su paciente en relación a la inversión en tecnología y conocimiento. Por ende, este grupo tiene una mayor complicación en la administración de su negocio y por la afluencia de pacientes aún no ve la necesidad de invertir en tecnología

especializada y como punto importante es que tratan de ofrecer un servicio integral con personal especialista externo.

Con respecto al desarrollo tecnológico como innovación, en los resultados de las entrevistas se estableció un patrón en el que los equipos con los que cuentan los centros odontológicos son de origen extranjero, por lo tanto, este tipo de microemprendimientos tienen una fuerte dependencia tecnológica de la oferta de países desarrollados.

Todos los servicios que ofrece los centros odontológicos se basan una importante cadena de distribución por parte de los proveedores, la mayoría de insumos son importados y de marcas reconocidas, según los proveedores de los centros odontológicos, la decisión de importar un equipo con ciertas características se basa en el requerimiento del odontólogo, pero son ellos los que están a vanguardia de poder ofrecer tecnología para la innovación de un centro odontológico, por lo que cuentan con asesoramiento internacional para la importación de los mejores equipos.

En los resultados se puede evidenciar un patrón en el que los centros odontológicos no tienen alianzas con universidades para la innovación en tecnología y según lo expuesto por el Presidente del Colegio de Odontólogos de Pichincha, no existe investigación y desarrollo en el país con respecto a tecnología en el campo de la odontología.

Se puede corroborar con la teoría referente al micro-emprendimiento en el sentido de que todo lo que suceda dentro del centro odontológico, las decisiones de innovar o no, invertir en tecnología y la mejora de procesos depende de las decisiones del dueño de la microempresa.

REFERENCIAS

AFUAH, A. **Innovation management: strategies, implementation, and profits**. New York: Oxford University Press, 1998.

ALBARNOZ, M. Innovación, Equidad y Desarrollo latinoamericano. **ISEGORÍA - Revista de Filosofía Moral y Política**, No. 48, pp. 111-126, enero-junio, 2013. DOI: <doi: 10.3989/isegoria.2013.048.06>

BARDIN, L. **Análisis de Contenido**. Madrid: Askal, 2002.

CALIXTA, C., VIGIER, H.; BRIOZZOC, A. Capital intelectual y otros determinantes de la ventaja competitiva en empresas exportadoras de la zona norte de Honduras. **Revista Suma de Negocios**, 6, pp. 130-137, 2015. Disponible en:

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X15000348>. Acceso 23 de marzo de 2017.

CALLE, C.; ESTRADA, M.; BARRIOS, D.; AGUDELO, G. Construcción de un índice de competitividad para el sector avícola colombiano. **Revista Lecturas de Economía**, No. 83, pp. 193-228, 2015. Acceso 20 de marzo de 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.17533/udea.le.n83a07>

CEPAL - Comisión Económica para América Latina y el Caribe). **Perspectivas económicas de América Latina 2013: políticas de PYMES para el cambio estructural**. París. OCDE CEPAL, 2012, pp. 3-188. Disponible em: <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/1463>. Acceso el 28 de septiembre de 2016.

CEPAL - Comisión Económica para América Latina y el Caribe. **Cambio y oportunidad: la responsabilidad social corporativa como fuente de competitividad en pequeñas y medianas empresas en América Latina y el Caribe**. Washington D.C.: Serie Studies and Perspectives, No. 10, p. 5-57, 2010 (Coord. VAN HOOFF, B.; CORREA, M.E. Disponible: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5071/S100085_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acceso el 20 de septiembre de 2016.

CEPAL- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. **Escalafón de la competitividad de los departamentos de Colombia 2015**. Colombia: CEPAL, 2015, pp. 1-22. Disponible: http://www.cepal.org/sites/default/files/document/files/resumen_ejecutivo_escalafon_2015.pdf. Acceso el 19 de marzo de 2017.

CFN - Corporación Financiera Nacional. Análisis del Sistema Financiero Nacional. Ecuador: CFN, 2017. Disponible en: <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/12/Informe-Sector-Financiero-Nov-2017-Final.pdf>. Acceso el 13 de febrero de 2018.

CONCA, F.; MOLINA, H. **Innovación Tecnológica y Competitividad Empresarial**. Alicante: Universidad de Alicante, 2000. Texto Docente. Disponible em: <http://portal.uasb.edu.ec:2192/visor/691>.

CONDE, M. V. F.; ARAÚJO-JORGE, T. C. Modelos e concepções de inovação: a transição de paradigmas, a reforma da C&T brasileira e as concepções de gestores de uma instituição pública de pesquisa em saúde. **Ciências & Saúde Coletiva**, vol. 8 , No. 3, pp. 727-741, 2003.

GONZÁLEZ, C.; MARTÍNEZ, J.L. Gerencia estratégica e innovación empresarial: referentes conceptuales. **Revista Dimensión Empresarial**, vol.12, pp. 107-116, 2014.

HERNÁNDEZ, M. (coord.). **Administración de Empresas**. Madrid: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide, 2014.

INEC - Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. **Crece la participación del sector salud en la economía ecuatoriana**. Noticia disponible en: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/crece-la-participacion-del-sector-salud-en-la-economia-ecuatoriana/>, Publicado el 11 de noviembre de 2016, acceso el 20 de agosto de 2017.

MORÁN-MONTALVO, C. Sistema financiero ecuatoriano y el acceso a financiamiento de las Pymes. **Revista OBSERVATORIO PYME UEES**, No. 1, pp. 1-22, 2015. Disponible en: <http://uees.me/wp-content/uploads/2016/04/Rev-1-Econom%C3%ADa-y-Pymes-Nov-15.pdf>. Acceso el 10 de Febrero de 2017.

MUNGARAY, A. L.; RAMÍREZ, M. Capital humano y productividad en microempresas. **Investigación Económica**, Vol. 66, No. 260, pp. 81-115, 2007. Acceso el 20 de septiembre de 2017. <http://portal.uasb.edu.ec:2054/stable/pdf/42779183.pdf?refreqid=search:740605036be5bc86241f3cea65456ec6>

OYARZÁBAL, J.; SÁNZ, B.; VÁZQUEZ, P. (Coord.). **Informe de Sectores de la Innovación: Red de Observatorios para el Desarrollo Participativo**. Chile: Observatorio Economico, 2011. Disponible en: <https://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/UDCObservEconomico/RedObserDesPart/Estudios%20y%20Publicaciones/Ficheros/Estudio%20Sectores%20de%20la%20innovaci%C3%B3n.pdf>. Acceso el 20 de septiembre de 2017

PORTER, M. **Ser Competitivo: Nuevas aportaciones y conclusiones**. Barcelona: Ediciones Deusto, 2008.

SALERNO, M. S. et al. Organização e gestão da cadeia de valor expandida da empresa. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO - ENEGEP, 29, 2009, Salvador. **Anais**. Associação Brasileira de Engenharia de Produção, 2009.

Sanmartín, Juan B. 2013, "Los 12 factores críticos del negocio de la odontología (1)".

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVVITT, K. **Managing innovation: integrating technological, market and organizational change**. 3rd. Ed. John Willey & Sons, Ltda., 2005.

TUSHMAN, M.; NADLER, D. Organizando-se para a inovação. In: STARKEY, Ken. **Como as organizações aprendem: relatos do sucesso das grandes empresas**. São Paulo: Futura, 1998.

USAID (United States Agency for International Development). **Microempresas y Microfinanzas El Ecuador**. USAID, 2005, pp- 1-166. Disponible en: <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/MICROEMPRESAS%20Y%20MICROFINANZAS%20EN%20EL%20ECUADOR.pdf>. Acceso el 28 de septiembre de 2016

WEF – World Economic Forum. **The Global Competitiveness Report 2017-2018**. Geneva: WEF, 2017. ISBN-13: 978-1-944835-11-8. Acceso el 23 de septiembre de 2017. <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>