

La asertividad como factor influyente en los emprendimientos de la ciudad de Machala

Assertiveness as an influential factor in entrepreneurship in the city of Machala

Nicol Paulett Armijos-Morocho¹
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
narmijos2@utmachala.edu.ec

Cristina Margarita Balladares-Marín²
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
cballadar2@utmachala.edu.ec

Eduardo Vinicio Pulla-Carrión³
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
epulla@utmachala.edu.ec

Liana Carola Sánchez-Cabrera⁴
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
lcsanchez@utmachala.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2022.2.1232

V7-N4-1 (ago) 2022, pp.206-217 | Recibido: 30 de junio de 2022 - Aceptado: 06 de julio de 2022 (2 ronda rev.)
Edición especial

¹ Egresada a la obtención del título como ingeniera en administración de empresas en la Universidad técnica de Machala, con visión proactiva, capacitada continuamente para fortalecer conocimiento en la rama de administración.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9876-0221>

² Estudiante en proceso de titulación para la obtención del título Ingeniería en Administración de Empresas.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6952-9645>

³ Ingeniero Comercial en Administración de Empresas, Catedrático Universitario desde el año 2008, docente titular de la Universidad Técnica de Machala, Magister en Administración de Empresas por la Universidad Nacional de Loja, Doctorando en Ciencias Sociales mención Gerencia en la Universidad del Zulia, Venezuela
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7591-2598>

⁴ Licenciada en Administración de Empresas, Ingeniera Comercial, Magister En Administración de Empresas, Diplomado Superior en Docencia Universitaria, Docente Titular de la Universidad técnica de Machala, Coordinadora de la Carrera de Administración de Empresas, cursando doctorado en Ciencias Sociales mención Gerencia de la Universidad e Zulia-Venezuela

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

El desconocimiento de las políticas de asertividad, genera que existan Factores negativos en los emprendimientos, por ello, el objetivo del tema investigado es establecer el factor de asertividad como elemento transcendental que todo emprendedor debe poseer, con la finalidad de potenciar el desarrollo empresarial en la ciudad de Machala. Se puso en práctica la metodología de análisis exploratorio ya que se realiza una investigación de índole bibliográfico, misma que contiene pesquisa conseguida de la General Entrepreneurship Monitor (GEM). A su vez se hizo uso de una metodología cualitativa, en el que se realizó encuestas, la misma que ayuda a obtener información concreta sobre el tema propuesto para su respectiva ponderación de datos, se utilizó el programa SPSS, mediante la cual se procesó la información recabada en las encuestas. La población estudio se enmarcó en los emprendedores de la ciudad de Machala, la muestra aplicada es finita, porque el número de habitantes es conocido, con un muestreo probabilístico, siendo encuestadas 385 emprendedores. Entre los principales hallazgos generados se determinó que una gran parte de los encuestados desconoce el término asertividad, así mismo hay emprendedores que no suelen controlar su comportamiento frente a contratiempos que se susciten, conjuntamente un mínimo porcentaje consideran no tener la habilidad de lograr un adecuado manejo expresivo, y se les dificulta dirigirse a los clientes, convirtiéndolas en personas no asertivas siendo este un obstáculo que trae como consecuencia una deficiente productividad afectando las relaciones laborales ocasionando un descenso en el crecimiento y competencia del emprendimiento.

Palabras clave: asertividad; emprendimientos; comunicación

ABSTRACT

Ignorance of assertiveness policies generates the existence of negative factors in entrepreneurship, for this reason the objective of the investigated topic is to establish the assertiveness factor as a transcendental element that every entrepreneur must possess, in order to promote business development in the city of Machala. The exploratory analysis methodology was put into practice since a bibliographical investigation is carried out, which contains research obtained from the General Entrepreneurship Monitor (GEM). At the same time, a qualitative methodology was used, in which surveys were carried out, the same one that helps to obtain concrete information on the proposed topic for its respective weighting of data, the SPSS program was used, through which the information was processed. collected in the surveys. The study population was framed in the entrepreneurs of the city of Machala, the applied sample is finite, because the number of inhabitants is known, with a probabilistic sampling, 385 entrepreneurs being surveyed. Among the main findings generated, it was determined that a large part of the respondents do not know the term assertiveness, likewise there are entrepreneurs who do not usually control their behavior in the face of setbacks that arise, together a minimum percentage consider they do not have the ability to achieve adequate management expressive, and it is difficult for them to address customers, turning them into non-assertive people, this being an obstacle that results in poor productivity, affecting labor relations, causing a decrease in the growth and competition of the entrepreneurship.

Keywords: assertiveness; entrepreneurship; communication

Introducción

En la actualidad países a nivel mundial como Madagascar, Estados Unidos, Guatemala, Arabia Saudita son considerados como aquellos que poseen una mayor habilidad para emprender independientemente de los ingresos que perciben y de que tan desarrollados sean, llegando a generar una mayor demanda de emprendimientos sostenibles, no obstante la India, Japón o Noruega lideran los porcentajes más bajos; otro factor que juega un papel importante es el temor a fracasar encontrándose en esa lista países como Egipto, España y Chile con mayor puntuación en relación a la India, Noruega y Ecuador que cuentan con una población más decidida (Peña Legazkue y otros, 2020)

Es así como el tema emprendimiento a nivel global ha tomado un gran auge, al ser considerado como el motor que mueve la economía de un país, se manifiesta que la tasa de actividad emprendedora (TEA) el cual calcula todos los proyectos emprendedores que estén debajo de los cuatro años evidenciándose en su tasación que los emprendimientos de los países de América Latina existen ciertas diferencias de naciones que presentan un TEA alto como es el caso de Chile y Ecuador con porcentajes de 36.7% y 36.2% respectivamente, es decir, que de cada cien personas solo existe 36 individuos que han decidido emprender en los últimos cuatro años, y con porcentajes bajos en países como Colombia y Brasil con un porcentaje del 22.3% y 23.3 %, lo cual pone en evidencia que existen ciertos factores desfavorables para algunos de ellos (Aguirre, 2018)

Por tanto, a pesar de existir porcentajes altos de TEA para algunos países, estos no han logrado un crecimiento representativo. Según los autores Lasio et al. (2020) mediante datos estadísticos de la Global Entrepreneurship Monitor (GEM) determina el nivel de la actividad emprendedora de países como ejemplo como ejemplo Ecuador, cuya tasa de salida es de un 9.3% seguida por Chile con un 8.3% es decir estos emprendimientos se han quedado como pequeños negocios, y otros han desaparecido a los dos o tres años, lo cual ha ocasionado un

incremento económico nulo.

La causa de lo antes referenciado recae en la falta de aptitudes de quienes deciden adentrarse en este mundo, ya que la mayoría de estos emprendimientos logran entrar al mercado por el patrimonio con el que cuentan, o porque la necesidad los obliga más no por sus capacidades asertivas y ese empuje de mirar a ese modelo de negocio como una oportunidad de sobresalir y hacer crecer la economía del país

Según estudios realizado por Lasio et al. (2020) mediante datos estadísticos de GEM se comprueba que el emprendimiento de Ecuador para el 2019 fue bastante satisfactorio, al haber mejorado su TEA en un 36.2 % en comparación al año 2017 que se mantuvo en un 29.62%, además, durante ese periodo de estudio se logró determinar que de 54 países participantes Ecuador se situó en el puesto 39 de las naciones que manifiestan las mejores condiciones para emprender, aunque esto no representa la obtención de un alto nivel de crecimiento económico para el país, debido a que no logran perdurar en el tiempo siendo una de estas causas la falta de asertividad la misma que engloba una buena comunicación, liderazgo y visión en los negocios.

Según Feijoo y Gutiérrez. (2020) La mayor parte de emprendedores en la ciudad de Machala no consideran importante o no saben cómo desarrollar ciertas habilidades sociales, tales como liderar, y ser capaces de motivar a las personas que los rodean, o lograr una comunicación fluida y mostrarse seguros al entablar algún tipo de negociación lo que se torna en un problema grave para quienes no cuentan con esa cualidad innata en algunas personas. Por tal motivo que el asertividad juega un papel fundamental y al ser una cualidad indispensable que todo emprendedor debe conocer, existen sin números de situaciones y personas a las que debe enfrentarse un emprendedor por ende la asertividad ayuda a que la comunicación, expresiones y comportamiento sea de manera efectiva y clara garantizando el éxito empresarial y las buenas relaciones comerciales

El objetivo del presente trabajo es establecer el factor de asertividad como elemento trascendental que todo emprendedor debe poseer, es así que mediante revisión bibliográfica y con la finalidad de potenciar el desarrollo empresarial en la ciudad de Machala. Además, indagar el comportamiento del emprendedor frente a una comunicación e identificar características de emprendedores asertivos y no asertivos. Por tal motivo, los temas a desarrollar son: revisión literaria de asertividad, los factores que influyen en el emprendimiento, así mismo se hace énfasis al enfoque asertivo y la actividad emprendedora, buscando así dar respuesta a los objetivos propuestos.

Desarrollo

Asertividad

Según Calua et al. (2021) El vocablo asertividad fue usado por primera vez por el doctor en psicología J. Wolpe quien, en sus estudios relacionados a las conductas sociales de las personas, lo utilizó como una técnica en tratamientos afines al comportamiento de sus pacientes. Años después es lanzado un libro que tiene como tema central la asertividad cuyos autores fueron los doctores Alberti y Emmons, no obstante, más adelante logra su expansión de una manera considerable llegando a volverse popular en su momento, ocasionando que diferentes congregaciones dediquen sus esfuerzos a perfeccionar una conducta asertiva.

Es así como la asertividad empieza a tomar impulso y ser más utilizada día con día llegando a ser considerada como un entrenamiento cuando se trata de resolver problemas sociales, sin embargo, se ha tratado de desvincularla del área conductual y tratarla más como una habilidad social, dando lugar a confusiones en cuanto a definiciones y aplicabilidad. En lo que respecta al ámbito empresarial en la actualidad se encuentra en boga debido a que es asociada con la forma de gestionar una empresa, de negociar y de las cualidades que debe reunir un líder en sus funciones.

Según Gago (2017) citado en Quiñonez & Moyano. (2019) asocian la asertividad con la conducta del hombre, por tanto el ponerla en práctica y ejercitar este tipo de comportamiento permite lograr un desarrollo de habilidades escondidas, mejorar su actuar socialmente, logrando una mayor confianza en sí mismo que le permitan desenvolverse profesionalmente y como individuo. Sin embargo, para Burbano et al., (2019) consideran que la asertividad se la debe mantener dentro de una conducta apropiada al expresarse o relacionarse, logrando recalcar que el único fin de esto es entablar buenas negociaciones y llegar a arreglos que beneficien a las partes involucradas evitando algún tipo de enfrentamientos o de ya haberlo llegar a un acuerdo colectivo.

Según Riverón et al. (2021) definen la asertividad como la habilidad que debe tener un individuo para preservar sus convicciones sin irrespetar a los demás. Es capaz de respetar diferentes posturas de manera tranquila, sin discutir o juzgar si no están de acuerdo con sus opiniones y actúa con inteligencia buscando llegar a un acuerdo que beneficie a todos. Además, los autores aseguran que mantener una comunicación asertiva brinda algunas ventajas una de ellas es entablar negociaciones satisfactorias, resolver problemas y transmitir una mejor impresión como persona

La palabra asertividad presenta cierta controversia al ser definida, debido al alcance que esta puede llegar a tener al ser utilizada en diferentes ámbitos y ser aplicada de una u otra manera, por ello, existen diferentes puntos de vista y conceptualizaciones según cada autor, ya que para unos es una habilidad que se puede llegar a adquirir practicándola, y para otros una características que diferencia a cada persona, inclusive algunos autores mencionan que es la forma de comportarse en ciertas circunstancias, a continuación se citan a diferentes autores que conceptualizan el término asertividad.

Reyes y Hidalgo. (2020) la asertividad es la habilidad social que debe de estar presente de manera indeleble en todo emprendedor, permite atraer a los clientes, tomar buenas decisiones en una negociación o mantener esa actitud positiva frente a cualquier circunstancia que se llegase a presentar. El emprendedor asertivo, siempre tratará de comunicarse o de negociar de una manera cortés, siendo claro y conciso, siempre procurando el bien común.

Asertividad forma parte de una actitud emprendedora, es una característica imprescindible en cada individuo, ya que gracias a ella se evitan ciertos conflictos generados por desacuerdos de opiniones, permite comprender que las opiniones emitidas no tienen por qué coincidir con otras personas fomentando un clima armonioso capaz de aumentar la productividad de la empresa. Ojeda. (2017)

Alzate y López. (2020) sustentan que la característica ineludible de cada individuo también guarda estrecha relación con lo que es la personalidad, motivación, facilidad de entablar una comunicación en cualquier entorno y sobre todo mucha confianza en sí mismo, lo cual representa un pilar esencial en el perfeccionamiento de un emprendedor, es por ello, que personalidad ayuda a determinar la forma en la que las personas actúan frente algún inconveniente.

Factores de asertividad que influyen en el emprendimiento

Diferentes fuentes de investigaciones demuestran que uno de los aspectos que influyen en la asertividad de los emprendimientos es el factor cognitivo, es un proceso mental que permite expresar las experiencias que se viven, ayudando a desarrollarnos ante una comunicación, el cual se desarrolla desde la infancia. Así mismo para Farias et al. (2020) resaltan que existe otra técnica influyente la cual está relacionado con la comunicación no verbal, que tiene que ver con la postura, expresión facial, con el lenguaje (teniendo presente el volumen, el tono y el ritmo) y cumple con la finalidad tener un adecuado comportamiento y una correcta

comunicación asertiva

Pero para Rodríguez et al. (2021) el factor influyente también se relaciona con el manejo de la articulación, es decir, que el tono de voz incide extraordinariamente en este aspecto, debido a que la clara pronunciación y la fluidez correcta y entendible permiten que la otra persona que recibe el mensaje pueda entender y de esta manera se crea las eficientes negociaciones, y a su vez permite que haya que los emprendedores se desenvuelvan sin ningún problema.

La asertividad es el medio más importante que debe conocer el ser humano, principalmente todos los emprendedores, sin embargo no todos tienen la habilidad de manejar un factor cognitivo, el cual es una realidad que ocasiona una deficiente comunicación en términos de desenvolverse, la forma de comportarse y resolver los problemas ante una negociación y ante la sociedad. Además, la articulación es otro factor negativo que falla ante una comunicación, ya que las palabras entredichas o a medio pronunciar se vuelve difícil de entender, ocasionando que la persona que está recibiendo el mensaje se desanime o se cansa de escuchar.

Enfoque asertivo y la actividad emprendedora

Para Borja y Carvajal. (2020) El emprendimiento es el suceso de crear negocios que tiene como finalidad generar ganancias, tomando en cuenta que los emprendedores juegan un papel fundamental en la economía para el desarrollo de una ciudad y del país, y principalmente la actitud emprendedora anticipa una necesidad del individuo generando novedosas ideas que aportan mucho en el mercado. Es por tal motivo que las capacidades y las habilidades que tienen todos los emprendedores les ayudará a ser más competitivo, y para lograrlo eficientemente deben saber manejar el asertividad

A pesar de que el emprendimiento es un tema que ha estado presente en todo momento y a lo largo de la historia, el individuo desconoce los componentes de la asertividad para relacionarse correctamente en el entorno, por tal motivo para Pico Versoza. (2017) todo emprendedor debe

reconocer desde un inicio las oportunidades del mercado, identificándolas inmediatamente para que puedan aplicar estrategias derivada a un manejo correcto de la asertividad y otros aspectos que de una u otra forma serán beneficiosas para el emprendedor

Estudios realizado por Miranda Quiñones et al. (2022) manifiestan que existe una correlación directa entre la asertividad al impactar en el emprendimiento, debido a que son dos grandes habilidades que todo individuo debe detectar a tiempo, es decir, determinar la formación empresarial como también educativa, para así tener resultados favorables en el mundo empresarial, como por ejemplo, habilidades comunicativas, habilidades para enfrentar situaciones desfavorables, etcétera, esto con la finalidad de contrarrestar el fracaso a corto tiempo de un determinado negocio, y más bien lograr que haya un empirismo en términos fundamentales y así poder disminuir riesgo de quiebra del negocio y poder permanecer en el mercado

Según Herruzo Gómez, Hernández Sánchez et al. (2019) la asertividad puede ser considerada como una actitud, donde el comportamiento tiene un enfoque importante en el momento de emprender, así mismo este contexto es complementado con el trabajo realizado por Mueller y Thomas. (2001) quienes plantean que el locus e innovación dentro de un control interno en término empresarial es el que determina la conducta y la actitud hacia el emprendimiento. En cambio, para Quiñonez y Moyano. (2019) expresan que además de estar relacionada con la conducta, ayuda a perfeccionar relaciones con el entorno y a su vez desarrollando muchas habilidades sociales, y no solo permite la realización de actividades inherentes.

Ser asertivo, mejora las relaciones personales y laborales, es por esto que según Garzón y Celis. (2019) el impacto en tales relaciones ayuda a ser cada vez más competitivos y representativos ante la sociedad y las negociaciones, a su vez se necesita de mucho conocimiento sobre el asertividad para realizar una comunicación eficiente el cual permitirá el

crecimiento y fortalecimiento empresarial, pero esto no es todo, ya que, junto al liderazgo, trabajo en equipo y un pensamiento positivo hará que se vuelva un escenario significativo el cual definirá el seguir del negocio y su crecimiento

Técnicas para mejorar la asertividad

Según Farias Niola et al. (2020) Existen diferentes técnicas que ayudan manejar un conflicto o una situación de negocios de manera constructiva con la finalidad de llegar a un mutuo pacto donde las partes ganen, destacando las más habituales para el emprendedor, la primera técnica es del disco rayado que consiste en ser firme con una decisión, manteniendo siempre la calma sin dejar llevarnos por las emociones, pero a su vez sin caer en las manipulaciones del interlocutor, es decir saber mantener "no" de manera asertiva. Los mismos autores hacen hincapié a otra técnica más usual, refiriéndose al banco de niebla el cual se basa en un mutuo acuerdo con el interlocutor sin perder nuestro punto de vista o argumento, aprendiendo a enfrentar críticas sin inducir al interlocutor a tener un comportamiento agresivo, y a su vez controlando nuestras propias emociones que impulsen a cambiar nuestra conducta de manera no asertiva en algún manifesto que no es de nuestro agrado.

Tipos de asertividad

Tabla 1

Tipos de asertividad

Autor	Tipo de asertividad	Descripción
Lesmes et al. (2020)	"Estilo Pasivo"	Se lo identifica por ser una conducta pacífica, en la que los sentimientos impiden una correcta comunicación, como también no poder defender los propios derechos
Corrales et al. (2017)	"Estilo Agresivo"	Se antepone a la defensa de los derechos propios y no de los demás, además el no respetar la opinión y los derechos de los demás caracteriza a este tipo de asertividad no adecuado por las negociaciones y en el torno emprendedor.
Calua et al. (2021)	"Estilo Asertivo"	El correcto lenguaje, gestos, volumen infiere en las relaciones interpersonales, ya que refuerza la confianza, y la comunicación, Una persona asertiva ante poner los derechos y deseos propios y de los demás puede tomar eficientes decisiones ante posibles conflictos

Metodología

En la presente investigación se puso en práctica la metodología de análisis exploratorio ya que se realiza una investigación de índole bibliográfico sobre la asertividad y el emprendimiento en la ciudad de Machala, con enfoque descriptivo, misma que contiene pesquisa conseguida de la General Entrepreneurship Monitor (GEM) siendo una página de evaluación anual sobre la actividad empresarial y el emprendimiento de un país. A su vez se hizo uso de una metodología cualitativa, según Sánchez Molin (2021) el método tiene como finalidad informar con precisión y objetividad una situación de problema de una sociedad mediante encuestas, técnicas de observación o entrevistas.

Para el diseño de la base de datos se llevó a cabo encuestas online, utilizando herramientas como google formulario, debido a que ayuda a obtener información concreta sobre el tema propuesto para su respectiva ponderación de datos, el cual consta de 14 preguntas a base de escala de Likert, en el que se aplicó al análisis de la investigación sólo siete significativas interrogantes, además se utilizó el programa SPSS, mediante la cual se procesó la información recabada el mismo que fue validado por un especialista en el área empresarial

La población estudio se enmarca en los emprendedores de la ciudad de Machala, la muestra aplicada es finita, porque el número de habitantes es conocido, con un muestreo probabilístico, los datos tomados es el tamaño de universo siendo este de 245.972 habitantes, con un nivel de confianza de 1,96 (95%), y su error de muestra del 5%, siendo la probabilidad del evento 50% y de fracaso 50%, obteniendo un tamaño de muestra de 385.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a través de la encuesta aplicada a los diferentes emprendedores de la ciudad de Machala. Por siguiente se expone el conocimiento que revelan los encuestados en cuanto a la palabra asertividad en donde se pone

de manifiesto que un 13,73% correspondiente a 53 emprendedores han señalado que siempre escuchan sobre el término asertividad, el cual denota el vasto conocimiento sobre la expresión, mientras que un 19,95% compete a 77 personas que de manera usual escuchan sobre dicho término, un 13,73% es decir, 53 encuestados de forma regular han oído sobre la asertividad, un 18,39% que pertenece a 71 individuos tienen a saber en ocasiones sobre el término expuesto, el cual produce que haya un conocimiento intermedio y una gran parte de los encuestados tienen una gran incertidumbre sobre la asertividad siendo este el 34,20% el mismo que atañe a 132 emprendedores, ver tabla

Tabla 2

Conocimiento sobre el asertividad

Ha escuchado usted sobre la asertividad.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	53	13,7	13,7
	Usualmente	77	19,9	33,7
	Regularmente	53	13,7	47,4
	En ocasiones	71	18,4	65,8
	Nunca	132	34,2	100,0
	Total	386	100,0	100,0

En el siguiente apartado se aprecia las respuestas de los encuestados en cuanto a la imprescindibilidad de la asertividad, en donde se visualiza que el 75,39% correspondiente a 291 encuestados creen necesario siempre contar con una asertiva comunicación, mientras que el 20,21% de los emprendedores que compete a una 78 personas que creen que usualmente dicha comunicación llega a ser fundamental, y así mismo el 2,03% que pertenece a 9 individuos que han señalado que de manera regular es necesaria de igual manera el 2,1%, es decir, 8 emprendedores piensan que esta puede ser tan importante pero en ocasiones relacionado al mismo porcentaje, ya que este se divide para ambas escalas por su mínima frecuencia encontrada, ver tabla 3

Tabla 3

La imprescindibleidad del asertividad

La asertividad es la habilidad de expresarse de manera clara y adecuada respetando las opiniones de los demás con una conducta correcta. Con este contexto ¿Considera que la asertividad debe ser una imprescindible cualidad que todo emprendedor debe tener

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	291	75,4	75,4	75,4
Usualmente	78	20,2	20,2	95,6
Válidos Regularmente	9	2,3	2,3	97,9
En ocasiones	8	2,1	2,1	100,0
Total	386	100,0	100,0	

En la siguiente tabla denota la relación que tiene asertividad con la capacidad de emprender, presentando que el 52,73% perteneciente a 203 encuestados que señalan que siempre deben estar relacionadas las dos variables para ser asertivo en todo momento, mientras que el 29,87% de los emprendedores corresponde a un 115 creen que de forma usual llega a relacionarse dichas variables, además el 8,83 % representada por 34 personas señalan que regularmente se suelen corresponderse, el 7,5% con una frecuencia de 29 individuos concuerdan que en ocasiones estas variables se relacionan, así mismo un porcentaje mínimo del 1% concerniente a 4 sujetos que nunca estas variables pueden enlazarse ya que manifestaron que sin necesidad de cumplir con todos los parámetros de la asertividad se llega ser apto en emprender, ver tabla 4.

Tabla 4

Relación del asertividad y capacidad

¿Cree usted que la variable asertividad se encuentra relaciona directamente con la capacidad de emprender?. Es decir, más asertivo más apto para emprender, menos asertivo menos apto para emprender.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	203	52,6	52,7	52,7
Usualmente	115	29,8	29,9	82,6
Válidos Regularmente	34	8,8	8,8	91,4
En ocasiones	29	7,5	7,5	99,0
Nunca	4	1,0	1,0	100,0
Total	385	99,7	100,0	
Perdidos Sistema	1	,3		
Total	386	100,0		

En cuanto a la facilidad de expresión de emociones y sentimientos, se visualiza que el 37,05% de los encuestados tienden siempre a manejar correctamente el estado de ánimo porcentaje que corresponde a 143 personas que lo manifiestan, el 24,09% significa que tan solo 93 emprendedores usualmente suelen desenvolverse, mientras tanto, el 16,84 % ha señalado que regularmente tienden a manejar una buena expresión , el mismo que atañe a 65 individuos encuestados, así mismo el 20,47% representa una frecuencia de 79 emprendedores denotan que en ocasiones se les dificulta expresar efectos, y un mínimo porcentaje del 1,55% consideran no tener la habilidad de lograr un adecuado manejo expresivo, el mismo que fue respondido por 6 personas, ver tabla 5

Tabla 5

Facilidad expresión del estado de animo

¿Cree usted que la variable asertividad se encuentra relaciona directamente con la capacidad de emprender?. Es decir, más asertivo más apto para emprender, menos asertivo menos apto para emprender.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	203	52,6	52,7	52,7
Usualmente	115	29,8	29,9	82,6
Válidos Regularmente	34	8,8	8,8	91,4
En ocasiones	29	7,5	7,5	99,0
Nunca	4	1,0	1,0	100,0
Total	385	99,7	100,0	
Perdidos Sistema	1	,3		
Total	386	100,0		

Los encuestados en cuanto a la interrogante de la inquietud que pueden sentir al expresarse en público, se evidencia que el 8,03% que significa que han contestado a la encuesta 31 emprendedores los mismos que concuerdan que siempre se les dificulta dirigirse al cliente, el 12,69% correspondiente a una frecuencia de 49 personas manifestaron que de forma usual suelen sentir nervios al dirigirse al público, mientras que el 10,88% ha señalado que con cierta regularidad sienten una intranquilidad al tener que expresarse frente a muchas personas, así mismo un 41,45% que atañe a 42 individuos manifestaron que en ocasiones se sienten inquietos para mantener una comunicación con otras personas, y el 26,94% concerniente a 104 encuestados nunca han presentado señal de miedo para expresarse ya

que se sienten seguros de sí mismo, ver tabla 6

Tabla 6

Facilidad de expresion

¿Se siente tenso(a) al expresarse en público?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	31	8,0	8,0	8,0
Usualmente	49	12,7	12,7	20,7
Regularmente	42	10,9	10,9	31,6
Válidos En ocasiones	160	41,5	41,5	73,1
Nunca	104	26,9	26,9	100,0
Total	386	100,0	100,0	

El criterio de los emprendedores sobre el control de sus comportamiento cuando se presentan conflictos laborales responde a que el 29,02% es decir, que 112 emprendedores rebelaron que frente a cualquier percance siempre se mantienen tranquilos, sin embargo, el 19,43% correspondiente a 75 personas señalan que usualmente hacen frente al manejo de sus impulsiones, además, el 13,73 % que concierne a 53 individuos han respondido que de forma regular manejan sus comportamientos, el 20,47% que atañe a 79 emprendedores, que son agresivos en ocasiones, ya que se les dificulta llevar un control pasivo de sus conductas y un 17,36% relacionado a 67 respuestas, declararon que son agresivos en los contratiempos que se presenten, es decir, nunca tienden a controlar sus impulsos, ver tabla 7

Tabla 7

Comportamiento humano

¿Sabe controlar su comportamiento cuando se presentan conflictos en el trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	112	29,0	29,0	29,0
Usualmente	75	19,4	19,4	48,4
Regularmente	53	13,7	13,7	62,2
Válidos En ocasiones	79	20,5	20,5	82,6
Nunca	67	17,4	17,4	100,0
Total	386	100,0	100,0	

Se presenta el manejo de la asertividad y su influencia en el crecimiento de un determinado emprendimiento demostrándose así que el 74,87% correspondiente a 289 de los encuestados siempre lo consideran una parte influyente en todo negocio, el 18,13% que atañe a una frecuencia de 70 emprendedores han revelado que usualmente repercute en el desarrollo y éxito de un negocio, mientras que el 5,2% pertenece a 20 personas que han señalado que regularmente tiene un bajo impacto dichas variables con el progreso de un emprendimiento y tan solo un 1,81% concierne a 7 personas que han revelado que solo en ocasiones la manera de actuar y expresarse impacta de forma positiva al desenvolvimiento del negocio, ver tabla 8

Tabla 8

Crecimiento empresarial

¿Considera que el buen comportamiento, la manera de expresarse y comunicarse influye positivamente en el crecimiento del negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	289	74,9	74,9	74,9
Usualmente	70	18,1	18,1	93,0
Válidos Regularmente	20	5,2	5,2	98,2
En ocasiones	7	1,8	1,8	100,0
Total	386	100,0	100,0	

Discusión

La investigación llevada a cabo denota que el nivel de conocimiento de los emprendedores sobre la asertividad es bajo, por lo que es evidente que se enfocan solo en generar ingresos con las habilidades que poseen sin tener preparación en términos y conceptos preestablecidos en torno al tema, generando que lleguen a sufrir de factores como: inseguridad, poca fluidez en el habla, el no saber diferenciar escenarios en la que haya que dar respuestas firmes, etcétera, sin embargo, mediante las encuestas los emprendedores comprendieron sobre dicho término llegando a considerar que incide positivamente al crecimiento de un negocio.

La asertividad es un factor que influye positivamente en los emprendimientos, factores ya antes mencionados en la investigación, rememorando que son: el cognitivo, la comunicación no verbal y el manejo de la articulación, mismos que contribuyen al desarrollo y competencia de un negocio, siempre y cuando se ponga en práctica dichos elementos, es por ello, que la mayor parte de los encuestados concuerdan que la asertividad llega a ser una cualidad imprescindible.

Además el comportamiento del emprendedor es otro factor y enfoque fundamental de la asertividad, razón por la que algunos emprendedores "asertivos" encuestados suelen no controlar su comportamiento frente a diversas situaciones, esto deduce que a pesar de poseer ciertos componentes y habilidades del término planteado pero al no controlar la conducta se los considera personas no asertivas, estudios realizados por Valencia Gonzalez et al. (2021) evidencian que la actitud es fundamental por ser un generador de respuesta a nuestro comportamiento, demostrándose que manejar las difíciles situaciones sociales o económicas con una adecuada conducta ayuda al emprendedor a generar competencias empresariales.

Vélez Vélez et al. (2021) Concuerdan que una conducta y actitud correcta ayuda a que haya una expresión cómoda donde se pueda defender las propias opiniones, respetando los diferentes criterios de las personas, destacando que la finalidad de la asertividad es fortalecer y articular vínculos con otras individuos y consigo mismo, aunque la conducta asertiva no siempre tiene como efecto la ausencia de una confrontación, más bien tiene como finalidad potenciar resultados favorables y menguar las desfavorables. La investigación abre puertas a seguir estudiando el tema de forma más profunda para la presentación de una propuesta diferente.

Conclusiones

Es de vital importancia conocer y poner en práctica el término asertividad, porque la comunicación y expresión eficiente y adecuada aumenta la confianza de uno mismo, esta confianza sólo se la puede desarrollar cuando existen experiencias personales entrelazadas con las emociones y perfeccionando las relaciones laborales con los demás. Una persona no asertiva suele tener baja autoconfianza y autoestima, teniendo como consecuencias que se expresen las emociones y no se defiendan los propios derechos con firmeza, ocasionando que la otra parte lo trate de cualquier manera y disponga su voluntad.

Es evidente que hay emprendedores que no pueden controlar su propio comportamiento frente a contratiempos que se susciten, convirtiéndolas en personas no asertivas y caracterizándolas en individuos agresivos, aunque el emprendedor presente características de una persona asertiva solo el hecho de no tener una conducta equilibrada y al no respetar los derechos e intereses de otras personas son representadas en individuos no asertivos, es así, que para llegar a serlo se debe cumplir con todos los factores que lo define.

Finalmente, la incertidumbre sobre la asertividad y los factores del mismo conlleva a convertirse en un obstáculo frente a una comunicación, teniendo como consecuencia una deficiente productividad e inclusive afectación en las relaciones laborales, además llegando a suscitarse en un corto periodo de tiempo efectos inesperados de un decrecimiento en la capacidad competitiva del emprendimiento, siendo así, que mediante las encuestas se ha evidenciado emprendedores asertivos con desconocimiento de importante epistemología

Referencias bibliograficas

- Aguirre, J. C. (2018). Emprendimiento en América Latina. Espejismo o realidad. *INNOVA Research Journal*, 3(8), 94-109. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/614/1130>
- Alzate, J., & López, S. (2020). La asertividad, una característica adicional de todo líder emprendedor. *Reflexiones y Saberes*, 48-50. <https://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaRyS/article/view/1191/1569>
- Borja, A. H., & Carvajal, H. R. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Espacios*, 41(24), 1-14. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Burbano, L., Pantoja, M., Sierra, J., Arias, W., & Enríquez, J. (2019). Impacto de un programa de intervención en la asertividad de estudiantes adolescentes de dos preuniversitarios. *Espacios*, 40(21), 26. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n21/19402126.html>
- Calua Cueva, M. R., Delgado Hernández, Y. L., & López Regalado, Ó. (2021). Comunicación asertiva en el contexto educativo: revisión sistemática. *Boletín Redipe*, 10(2256-1536), 315-334. <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/1274/1180>
- Calua, M., Delgado, Y., & López, Ó. (Abril de 2021). Comunicación Asertiva en el contexto educativo: Revisión Sistemática. *REVISTA BOLETÍN REDIPE*, 10(4), 315-334. <https://doi.org/https://doi.org/10.36260/rbr.v10i4.1274>
- Corrales Pérez, A., Quijano León, N. K., & Góngora Coronado, E. A. (2017). Empatía, comunicación asertiva y seguimiento de normas. un programa para desarrollar habilidades para la vida. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 22(1), 58-65. <https://www.redalyc.org/pdf/292/29251161005.pdf>
- Farias Niola, L. C., Espinoza Carrión, C. D., & Mora Sánchez, N. V. (2020). Habilidades cognitivas y comunicación asertiva en los profesionales de secretariado ejecutivo. *Digital Publisher*, 5(6-1), 486-495. <https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.446>
- Farias Niola, L. C., Espinoza Carrión, C. D., & Mora Sánchez, N. V. (2020). Habilidades cognitivas y comunicación asertiva en los profesionales de secretariado ejecutivo. *Digital Publisher*, 5(6-1), 486-495. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.446>
- Feijoo, E. M., & Gutiérrez, N. D. (2020). Las competencias distintivas de un emprendedor. Análisis de las habilidades comerciales y sociales. *Espacios*, 41(34), 1-18. <https://revistaespacios.com/a20v41n34/a20v41n34p15.pdf>
- Herruzo Gómez, E., Hernández Sánchez, B. R., Cardella, G. M., & Sánchez García, J. C. (2019). *Emprendimiento e innovación: Oportunidades para todos*. Madrid: DYKINSON, S.L. <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). GEM: Global Entrepreneurship Monitor. *Espae-Escuela de Negocios*, 1-65. https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf
- Lesmes Silva, A. K., Barrientos Monsalve, E. J., & Cordero Díaz, M. C. (2020). Comunicación asertiva ¿estrategia de competitividad empresarial? *Investigación, administración e ingeniería*, 8(1), 147-153. <https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/download/1657/1847/>
- Miranda Quiñones, A. E., Núñez Sánchez, O., Quezada Mendoza, L., Ramírez Solís, G. F., Vilchis Guerrero, J., Loza Solache, I. V., & Nolasco Carlón, E. (2022). La relación entre la asertividad y el emprendimiento. *South Florida Journal of Developmen*, 3(1), 1139-1150. <https://doi.org/https://doi.org/10.46932/sfjdv3n1-087>

- Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51-75.
- Ojeda, J. (2017). [http://fipcaec.com/ojs/index.php/esFIPCAEC\(núm. 2\) Vol. 2, Año 2Enero-Marzo 2017, pp. 65-78](http://fipcaec.com/ojs/index.php/esFIPCAEC(núm. 2) Vol. 2, Año 2Enero-Marzo 2017, pp. 65-78) Programación neuro lingüística (PNL) para el fomento de la comunicación asertiva en la gerencia educativa. *FIPCAEC*, 2, 65-78. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/18/12>
- Peña Legazkue, I., Maribel Guerrero, J. L., González Pernía, J. M., Fuentes Fuentes, M. d., Díaz García, C., Ruiz Arroyo, M., Bojica, A. M., Ruiz Jiménez, J. M., Calvo, N., Fernández Fernández, L., & Gómez, I. (2020). GEM (Global Entrepreneurship Monitor España). *Informe GEM España*, 1-160. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50484>
- Pico Versoza, L. M. (2017). Elemprendimiento por necesidad, una ventana hacia el desarrollo de oportunidades de negocios. *INNOVA Research Journal*, 2(1), 131-136. <https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v2.n1.2017.133>
- Pulido Garzón, A., Marlene, G. J., & Celis Patiño, Y. (2019). Impacto de las relaciones humanas en la competitividad de las asociaciones. *Dialnet*, 18(1), 61-72. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6575441>
- Quiñonez Fuentes, J. Z., & Moyano Arcos, G. (2019). La asertividad como estilo de comunicación en la formación del sujeto educador. *Scientific*, 4, 68-83. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2019.4.E.4.68-83>
- Quiñonez, J., & Moyano, G. (2019). La asertividad como estilo de comunicación en la formación del sujeto educador. *Scientific*, 4, 68/83. <https://doi.org/https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2019.4.E.4.68-83>
- Reyes , J., & Hidalgo, A. (2020). Actitud emprendedora desde una perspectiva digital. *593 Digital Publisher CEIT*, 90-106. https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/326
- Riverón, L., Cruz, H., Rodríguez, R., & Montero, G. (16 de 01 de 2021). Desarrollo de la competencia comunicativa y la asertividad en el proceso de formación inicial de los Ingenieros Agrónomos. *Maestro y Sociedad*, 18(1), 104-118. <https://maestroysociedad.uo.edu.cu/index.php/MyS/article/view/5320>
- Rodríguez Prieto, M., Díaz Gómez, O. L., Rodríguez Prieto, Y., & Oquendo Alvarez, J. A. (2021). El aparato fonoarticulador: importancia en la comunicación hablada de profesionales de la educación. *Edumecentro*, 13(1), 295-301. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742021000100295
- Sánchez Molin, A. A. (2021). Enfoques metodológicos en la investigación histórica: cuantitativa, cualitativa y comparativa. *Debates por la Historia*, 9(2), 147-181. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/6557/655769223006/655769223006.pdf>
- Valencia Gonzalez, E. G., Becerra Sarmiento, M. F., & Revelo-Oña, R. E. (2021). Principales competencias de los emprendedores, caso Ecuador. *Digital Publisher* , 6(5), 346-353. <https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2021.5.683>
- Vélez Vélez, R. M., Oneida Sanz, M., & Bolívar Chávez, O. (2021). Vol. VI. Año 2021. Número 4, octubre-diciembre55Estrategia metodológica para el desarrollo de la comunicación asertiva en el proceso de enseñanza en estudiantes de Bachillerato. *Revista Cognosis*, VI(4), 1-16. <https://doi.org/https://doi.org/10.33936/cognosis.v6i4.3151>