



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD: INFORME DE INVESTIGACIÓN

Título:

La innovación como factor estratégico en la competitividad de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria. Provincia de Cotopaxi

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas

Autor:

Jiménez Jácome Gabriela Karolina

Tutor:

Cejas Martínez Magda Francisca PhD.

LATACUNGA –ECUADOR
2023

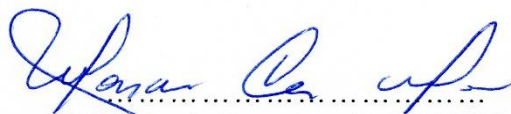
APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “La innovación como factor estratégico en la competitividad de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria. Provincia de Cotopaxi” presentado por Jiménez Jácome Gabriela Karolina, para optar por el título magíster en Administración de Empresas.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y se considera que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación para la valoración por parte del Tribunal de Lectores que se designe y su exposición y defensa pública.

Latacunga, enero, 19, 2023

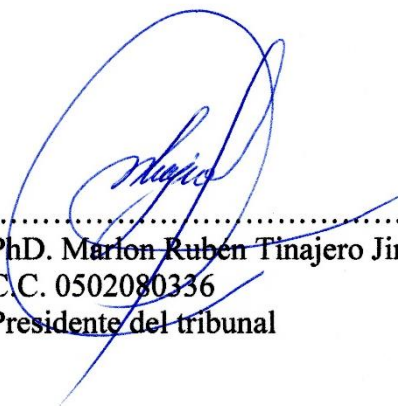


PhD. Magda Francisca Cejas Martínez
CC.:1757404502

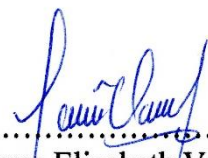
APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación: La innovación como factor estratégico en la competitividad de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria. Provincia de Cotopaxi, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas; el presente trabajo reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la exposición y defensa.


Latacunga, enero, 19, 2023



.....
PhD. Marlon Rubén Tinajero Jiménez
C.C. 0502080336
Presidente del tribunal



.....
Mgtr. Jirma Elizabeth Veintimilla Ruiz
C.C. 0502969587
Lector 2



.....
MSc. Roberto Carlos Herrera Albarracín
C.C. 0502310253
Lector 3

DEDICATORIA

Para la estrella más brillante del cielo.

Gabriela Karolina

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios como siempre en primer lugar por brindarme la oportunidad de haber alcanzado esta meta.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi y todo su personal docente, en especial a la Ing. Jirma Veintimilla quien ha guiado de manera acertada este programa de maestría siempre con entereza y calidad humana.

A la Dra. Magda Cejas quien ha sido un apoyo tanto en lo académico como en lo espiritual.

A toda mi familia que nunca ha dejado de creer en mí, los amo infinitamente.

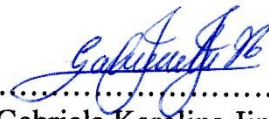
Y a mi esposo Ricardo, quien ha hecho que todo sea posible.

Gabriela Karolina Jiménez Jácome

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente Trabajo de Titulación.

Latacunga, enero, 19, 2023




.....
Ing. Gabriela Karolina Jiménez Jácome
CC.: 0503986390

RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, enero, 19, 2023

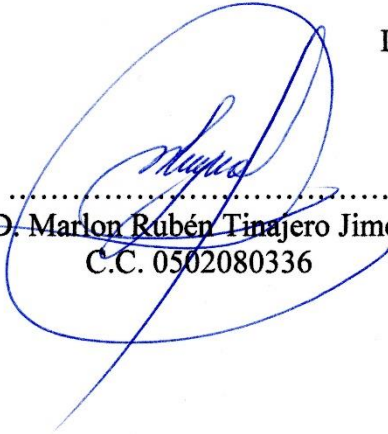


.....
Ing. Gabriela Karolina Jiménez Jácome
CC.: 0503986390

AVAL DEL VEEDOR

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: La innovación como factor estratégico en la competitividad de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria. Provincia de Cotopaxi contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, enero, 19, 2023



.....
~~PhD. Marlon Rubén Tinajero Jiménez~~
C.C. 0502080336

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Título: LA INNOVACIÓN COMO FACTOR ESTRATÉGICO EN LA
COMPETITIVIDAD DE LAS ASOCIACIONES DE LA ECONOMÍA
POPULAR Y SOLIDARIA. PROVINCIA DE COTOPAXI**

Autor: Jiménez Jácome Gabriela Karolina
Tutor: Magda Francisca Cejas Martínez, PhD.

RESUMEN

Las Asociaciones de la Economía Popular y Solidaria de la provincia de Cotopaxi son entes importantes para la economía provincial por su capacidad para generar bienestar de sus asociados a través del trabajo sostenible basado en sus principios de ayuda mutua, cooperación y autogestión. El informe de investigación presentado, surgió de la necesidad de determinar si la innovación que realizan las asociaciones constituye un factor estratégico de su competitividad, ya que actualmente existe una baja participación de estas en los procesos de contratación pública, se identificó la necesidad de estudiar su realidad actual, pues el desconocimiento de este factor limita una posible intervención sobre las áreas clave que restringe un crecimiento en su cuota en el mercado frente a otras entidades. Se desarrolló una investigación no experimental, transeccional y correlacional, aplicando una encuesta que englobó las 2 variables de estudio, con sus correspondientes dimensiones, luego de tomados los datos se determinó que en promedio la innovación y competitividad alcanzan 2,77 y 2,30 puntos sobre 5 respectivamente, en cuanto a relación existente entre estas al aplicar el coeficiente de correlación Rho de Spearman se obtuvo un valor de 0,216, equivalente a una correlación positiva baja, adicional se identificó que los tipos de innovación clave que actualmente realizan las asociaciones son las enfocada a los productos con un impacto positivo moderado en su competitividad, seguido de innovaciones del proceso y finalmente los sistemas de gestión, por lo que se evidencia se debe intervenir todos estos tipos para mejorar su competitividad.

PALABRAS CLAVE: Asociaciones; competitividad; economía popular y solidaria; factor estratégico; innovación.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DIRECCIÓN DE POSGRADO**

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Title: INNOVATION AS A STRATEGIC FACTOR IN THE
COMPETITIVENESS OF POPULAR AND SOLIDARITY ECONOMY
ASSOCIATIONS. COTOPAXI PROVINCE**

Author: Jimenez Jacome Gabriela Karolina
Tutor: Magda Francisca Cejas Martinez, PhD.


ABSTRACT

The Popular and Solidarity Economy Associations of Cotopaxi province are important entities for the provincial economy due to their capacity to generate wellbeing for their affiliates through sustainable work based on their principles of mutual aid, cooperation, and self-management. The research report presented arose from the need to determine if the innovation made by associations is a strategic factor of their competitiveness, since currently there is a low participation of these in public procurement processes. The need to study their current reality was identified, since the lack of knowledge of this factor limits a possible intervention on the key areas that restrict a growth in their market share compared to other entities. A non-experimental, cross-sectional and correlational research was developed, applying a survey that included the 2 variables of study, with their corresponding dimensions, after taking the data it was determined that on average innovation and competitiveness reach 2.77 and 2.30 points out of 5 respectively, with respect to the existing relationship between these, applying the Spearman's Rho correlation coefficient was obtained a value of 0,216, equivalent to a low positive correlation. In addition, it was identified that the key types of innovation currently made by the associations are those focused on products with a moderate positive impact on their competitiveness, followed by process innovations and finally management systems, so it is evident that all these types must interpose to improve their competitiveness.

KEYWORD: Associations; competitiveness; innovation; popular and solidarity economy; strategic factor.

Mariana de Jesús Cevallos Tapia, con cédula de identidad número: 0502212947, Diploma Superior de la Enseñanza de Inglés como Segunda Lengua con número de registro de la SENESCYT: 1004-08-679683, Licenciada en: Ciencias de la Educación mención Inglés; con número de registro de la SENESCYT: 1010-07-753348; **CERTIFICO** haber revisado y aprobado la traducción al idioma inglés del resumen del trabajo de investigación con el título: La innovación como factor estratégico en la competitividad de las asociaciones de la economía popular y solidaria. Provincia de Cotopaxi de Gabriela Karolina Jiménez Jácome, aspirante a magíster en Administración de Empresas.

Latacunga, enero, 19, 2023


.....
Lic. Mariana de Jesús Cevallos Tapia
ID. 0502212947

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Planteamiento del problema	1
1.3. Justificación.....	4
1.4. Beneficiarios.....	5
1.5. Hipótesis o Pregunta de Investigación	5
1.6. Objetivos de la Investigación	5
1.6.1. Objetivo General	5
1.6.2. Objetivos Específicos.....	5
2. CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	6
2.1. Antecedentes.....	6
2.2. Bases teóricas de la innovación.....	7
2.2.1. Teoría de la contingencia estructural	7
2.2.2. Teoría del cambio organizacional	8
2.2.3. Teoría de la cognición y aprendizaje organizacional.....	8
2.2.4. Teoría de la innovación disruptiva.....	8
2.2.5. La innovación en la teoría del desenvolvimiento económico de Schumpeter.....	8
2.2.6. La innovación sistemática de Peter Drucker	9
2.3. Bases teóricas de la competitividad.....	9
2.3.1. Teoría de la competitividad.....	9
2.3.2. Teoría de la competitividad sostenible.....	10
2.4. Innovación	11
2.4.1. Definición de innovación	11
2.4.2. Principios elementales de la innovación	11
2.4.3. Factores determinantes de la innovación e insumos	12
2.4.4. Clasificación de la innovación	13
2.4.5. Problemas que afectan el nivel de innovación	13
2.4.6. Importancia de la innovación	14
2.4.7. Innovación como elemento del desarrollo empresarial.....	14
2.4.8. Innovación como fuente de competitividad	15

2.5.	Competitividad	15
2.5.1.	Factores de la competitividad.....	16
2.5.2.	Importancia de la competitividad.....	17
2.5.3.	Tipos de competitividad.....	17
2.5.4.	Estrategias competitivas.....	18
2.6.	Asociatividad.....	18
2.6.1.	Economía Popular y Solidaria.....	18
2.6.2.	Asociaciones de la Economía Popular y Solidaria EPS.....	19
3.	CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....	20
3.1.	Marco metodológico.....	20
3.2.	Investigación no experimental.....	20
3.2.1.	Tipos de Investigación no Experimental.....	21
3.3.	Investigación Descriptiva	21
3.4.	Investigación correlacional.....	22
3.5.	Enfoque.....	22
3.6.	Prueba de hipótesis	23
3.7.	Población	23
3.8.	Muestra.....	24
3.9.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	24
3.10.	Análisis de datos.....	25
3.11.	Coefficiente de correlación de Spearman	26
4.	CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	27
4.1.	Resultados obtenidos de las encuestas	27
4.2.	Datos informativos de las asociaciones.....	30
4.3.	Variable innovación.....	34
4.3.1.	Indicadores de innovación – Dimensión innovación del producto .	34
4.3.2.	Resultados dimensión innovación del producto.....	37
4.3.3.	Indicadores de innovación – Dimensión innovación del proceso...	38
4.3.4.	Resultados dimensión innovación del proceso	40
4.3.5.	Indicadores de innovación – Dimensión innovación de sistemas de gestión	41
4.3.6.	Resultados dimensión innovación de sistemas de gestión	43

4.4.	Promedio de la variable innovación en las asociaciones EPS de Cotopaxi	44
4.5.	Variable competitividad	45
4.5.1.	Indicadores de competitividad – Dimensión desempeño financiero.....	45
4.5.2.	Resultados dimensión competitividad desempeño financiero	47
4.5.3.	Indicadores de competitividad – dimensión reducción de costos ...	48
4.5.4.	Resultados dimensión competitividad reducción de costos.....	50
4.6.	Indicadores de competitividad – dimensión uso de tecnología.....	51
4.6.1.	Resultados dimensión competitividad uso de tecnología	53
4.7.	Promedio de la variable competitividad en las asociaciones EPS de Cotopaxi	54
4.8.	Correlación variables innovación y competitividad	55
4.9.	Prueba de Hipótesis	56
4.10.	Otros resultados: correlaciones por dimensión.....	56
4.11.	Discusión	61
5.	CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	63
5.1.	Conclusiones.....	63
5.2.	Recomendaciones	64
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66
	ANEXOS.....	71
	Anexo 1: Modelo encuesta	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Áreas como fuentes de oportunidad de innovación	9
Tabla 2. Clasificación de la innovación	13
Tabla 3. Elementos del desarrollo empresarial	14
Tabla 4. Factores de la competitividad	16
Tabla 5. Estrategias competitivas	18
Tabla 6. Características de una población.....	23
Tabla 7. Escala de Likert.....	25
Tabla 8. Resultados de la encuesta resumido.....	27
Tabla 9. Resultado dimensión innovación del producto	37
Tabla 10. Resultados dimensión innovación del proceso	41
Tabla 11. Resultados dimensión innovación de sistemas de gestión	44
Tabla 12. Promedio de innovación en las asociaciones EPS de Cotopaxi.....	44
Tabla 13. Resultados dimensión competitividad desempeño financiero	47
Tabla 14. Resultados dimensión competitividad reducción de costos.....	50
Tabla 15. Resultados dimensión competitividad uso de tecnología	54
Tabla 16. Promedio de competitividad en las asociaciones EPS de Cotopaxi.....	54
Tabla 17. Correlación innovación y competitividad en las asociaciones EPS de Cotopaxi	55
Tabla 18. Grado de relación según coeficiente de correlación	55
Tabla 19. Correlación dimensiones de la innovación y competitividad	57
Tabla 20. Correlación dimensiones de la innovación y dimensiones de la competitividad.....	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Ventaja competitiva: Fuerzas competitivas y estrategias genéricas	10
Gráfico 2 Factores del entorno que facilitan la innovación	12
Gráfico 3 Insumos para la innovación	12
Gráfico 4 Ciclo de la interacción innovación-competitividad	15
Gráfico 5 Tipos de competitividad.....	17
Gráfico 6 Grupo de pertenencia de la actividad económica principal	30
Gráfico 7 Ubicación de la Asociación por cantones	31
Gráfico 8 Años de existencia de la Asociación.....	31
Gráfico 9 Personas que conforman la Asociación	32
Gráfico 10 Sector productivo de la Asociación	32
Gráfico 11 Género del dirigente de la Asociación	33
Gráfico 12 Nivel de estudios dirigente de la Asociación.....	33
Gráfico 13 Indicador de innovación I1	34
Gráfico 14 Indicador de innovación I2	35
Gráfico 15 Indicador de innovación I3	35
Gráfico 16 Indicador de innovación I4	36
Gráfico 17 Indicador de innovación I5	37
Gráfico 18 Indicador de innovación I6	38
Gráfico 19 Indicador de innovación I7	39
Gráfico 20 Indicador de innovación I8	39
Gráfico 21 Indicador de innovación I9	40
Gráfico 22 Indicador de innovación I10	41
Gráfico 23 Indicador de innovación I11	42
Gráfico 24 Indicador de innovación I12	42
Gráfico 25 Indicador de innovación I13	43
Gráfico 26 Indicador de competitividad C1	45
Gráfico 27 Indicador de competitividad C2.....	45
Gráfico 28 Indicador de competitividad C3.....	46
Gráfico 29 Indicador de competitividad C4.....	47
Gráfico 30 Indicador de competitividad C5.....	48
Gráfico 31 Indicador de competitividad C6.....	48

Gráfico 32 Indicador de competitividad C7	49
Gráfico 33 Indicador de competitividad C8	50
Gráfico 34 Indicador de competitividad C9	51
Gráfico 35 Indicador de competitividad C10	52
Gráfico 36 Indicador de competitividad C11	52
Gráfico 37 Indicador de competitividad C12	53
Gráfico 38 Correlación Innovación - Competitividad y línea de tendencia.....	56
Gráfico 39 Correlación dimensión innovación del producto - competitividad y línea de tendencia.....	57
Gráfico 40 Correlación dimensión innovación del proceso - competitividad y línea de tendencia.....	58
Gráfico 41 Correlación dimensión innovación de los sistemas de gestión - competitividad y línea de tendencia.....	58
Gráfico 42 Correlación dimensión innovación del producto y dimensión competitividad reducción de costos	59
Gráfico 43 Correlación dimensión innovación del proceso y dimensión competitividad desempeño financiero.....	60
Gráfico 44 Correlación dimensión innovación de sistemas de gestión y dimensión competitividad desempeño financiero.....	60

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Introducción

La innovación y competitividad empresarial en la actualidad son temas de alta relevancia para las entidades públicas o privadas pues se enfrentan a una constante necesidad de mejorar sus procesos, sus productos, su marca; alcanzar nuevos mercados, incrementar sus ventas y reducir sus costos y gastos, todo esto con la finalidad de lograr un crecimiento económico.

El presente informe de investigación parte de una fundamentación teórica que establece los conceptos más relevantes sobre innovación y competitividad; conocimientos indispensables para cimentar el diagnóstico de la situación actual de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria (EPS) de la provincia de Cotopaxi - Ecuador, lo que se logra con la aplicación de instrumentos de medición para determinar si la innovación es un factor estratégico en la competitividad de las asociaciones EPS de Cotopaxi beneficiarias del plan de fortalecimiento de BanEcuador.

Este análisis permite identificar los factores estratégicos de la competitividad, y las áreas claves de innovación en las que las asociaciones pueden trabajar para fortalecerlas o corregirlas oportunamente, luego de este diagnóstico también se abre la posibilidad de que en lo posterior organismos públicos o privados intervengan en las asociaciones de la EPS; aportando con conocimientos y experiencias, generando estrategias de mejora enfocadas en el desarrollo de las diferentes áreas que cada asociación requiera.

1.2. Planteamiento del problema

La competitividad basada en la innovación es un aspecto que requiere especial atención en las organizaciones que buscan responder a las necesidades y exigencias de sus clientes, necesidades que pueden ser tanto actuales como futuras, a fin de

alcanzar mayor rentabilidad con el menor uso de recursos, con esto se busca también alcanzar más mercados no solo a nivel nacional sino también traspasar fronteras e internacionalizar sus productos.

La innovación y crecimiento coexisten, se relacionan estrechamente a tal punto que se predijo que el 20% de las organizaciones que presentaban mayor innovación a nivel mundial, dentro de los cinco siguientes años, tendrían un crecimiento proyectado que superaría el 62%, en contraparte el 20% de las empresas con menor nivel de innovación difícilmente en esos mismos cinco años alcanzaría un crecimiento de apenas el 20,7% (PricewaterhouseCoopers [PWC], 2013).

Esta brecha de cerca de 40% de crecimiento es un fuerte indicador para demostrar a las empresas la importancia que tiene innovar, pues invertir en ésta, ayuda a establecerse en la vía de mayor desarrollo y crecimiento económico. Varios países europeos asignan entre el 1 al 5% de total de sus ingresos a procesos de innovación, enfocados a diferentes áreas (productos, procesos y sistemas, tecnología y modelos de negocio) ya que conciben la innovación como un proceso gestión, es decir, algo que forma parte de las actividades cotidianas y por tanto debe estar planificada y estructurada.

En cuanto a regiones, para el año 2021, el nivel de innovación viene liderado por Estados Unidos en Norte América, Chile en Latinoamérica y El Caribe, Israel en Asia del Oeste, India en Asia del Sur y Central, Corea en Asia del Este, Sudáfrica en África y Suiza en Europa; este último además lidera el top diez de las economías con mayor innovación a nivel mundial, mientras que ningún país latino aparece en este top, mismo que fue elaborado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI en el año 2021 y se basó en un análisis de 81 indicadores.

Chile es el referente a nivel de América Latina, aparece en ranking de economías innovadoras en el puesto 53 de 132, mientras que el Ecuador se ubica en el lugar número 91, lo que representa el doceavo país en la región de los 18 que conforman este grupo, sin embargo, un hecho alentador es que frente al año 2020 escaló 8 posiciones, ya en ese año se ubicó en el puesto 99 del ranking general.

En Ecuador, el reporte sobre innovación publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2016, enfocado en las actividades de innovación de las empresas entre los años 2012 al 2014, dentro de los resultados

más relevantes destaca que introducir innovaciones tiene un impacto del 76,10% en el incremento de participación en el mercado (INEC, 2016).

Además, la División de Competitividad e Innovación del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) refiere para el caso ecuatoriano que “la innovación y competitividad en Ecuador se encuentran en niveles bajos en comparación con otras economías de la región y de la OCDE. Los resultados de la actividad innovadora en Ecuador son escasos” (Guaipatin & Schwartz, 2014, p.106).

En concordancia también señala que son las empresas ecuatorianas las que realizan menos innovaciones que sus equivalentes en otros países vecinos, considerando que la empresa es uno de los entes más importantes responsables de dinamizar la economía, es apremiante impulsar un crecimiento de la innovación sobremanera en el sector servicios ya que este es que aglutina la mayoría del empleo y del valor agregado de la economía. (Guaipatin & Schwartz, 2014).

Por lo anterior se puede inferir que parte de la importancia de la innovación en una empresa radica en que coadyuva a desarrollar nuevos proyectos basados en el aprendizaje continuo, así logra que las organizaciones no se mantengan estáticas o estancadas sin crecer ya que esto conlleva a que sean menos competitivas en el mercado.

Actualmente existe una baja participación de asociaciones de la EPS en los procesos de contratación pública en Cotopaxi debido a temas relacionados a la innovación y competitividad de las organizaciones postulantes (Velásquez, 2022).

Partiendo del criterio anterior y considerando uno de los acontecimientos más fuertes suscitados a nivel mundial, la propagación del COVID-19, varias empresas se enfrentaron a muchos retos que desafiaron su capacidad de respuesta, el caso de las asociaciones de la EPS no fue la excepción; desde el primer día, uno de los principales desafíos fue descubrir como continuar con las actividades pese a las restricciones que se establecieron desde el gobierno, ya que en primera instancia se vio afectada la libre movilidad de personas, y las cadenas de abastecimiento de suministros también tuvieron que reorganizarse en base a horarios y prohibiciones que se impusieron en los diferentes cantones del país, sin bien esto complicó la situación económica de varias empresas, desde otra perspectiva puede considerarse como un fuerte impulso que llevó a la búsqueda de alternativas de producción y

comercialización, ya que caso contrario la existencia de estas empresas llegaría a su fin agravando la situación socio económica de las familias que dependen de los trabajos de estas instituciones. Hablando de cifras, la pandemia COVID-19 en el Ecuador representó una de las mayores crisis, afectando de tal manera que más de 22000 empresas desaparecieron, conllevando pérdidas de cerca de 14500 millones de dólares (DW Made for minds, 2021).

1.3. Justificación

Las asociaciones de la EPS de la provincia de Cotopaxi que trabajan bajo el programa de fortalecimiento de BanEcuador desconocen el nivel de innovación que poseen, por tanto, no se ha identificado la incidencia de ésta en su competitividad, esto limita una posible intervención sobre las áreas clave en su estructura, lo que restringe un crecimiento en su cuota en el mercado frente a otras entidades presentes en la localidad. Esto se ve reflejado en la baja participación de las asociaciones en procesos de contratación pública dado que muy pocas cumplen los requisitos para adjudicarse los contratos.

Lo único constante en cualquier entorno es el cambio, por ello es indispensable innovar, saber responder con base en el conocimiento y aprendizaje, también se necesita tener la apertura para cambiar estructuras preestablecidas, creencias, procesos; implementar tecnologías y fomentar la capacitación del personal. De este modo surge la apremiante necesidad de analizar si la innovación influye en su competitividad a fin de proporcionar información útil para las asociaciones EPS, para que potencien su desarrollo a través de la innovación y que aporten al bienestar económico de todos los miembros que las conforman y por ende de las familias y las comunidades donde están establecidas.

Además, fomentar la competitividad de las asociaciones está ligada no solo con su crecimiento económico, sino que a nivel macro se enlaza con el objetivo número ocho de desarrollo sostenible planteados por las Naciones Unidas: “Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos” (Naciones Unidas, 2022). Este objetivo busca responder los embates de la pandemia e impulsar el progreso y crecimiento económico para lograr una mejor calidad de vida.

1.4. Beneficiarios

Los beneficiarios directos de esta investigación son las asociaciones EPS que conforman el plan de fortalecimiento de BanEcuador, no solo el asociado principal sino también los miembros de su familia y también la colectividad ya que son ellos los que propician fuentes de empleo en sus localidades.

Las asociaciones EPS beneficiarias son 14, lo que a su vez representa un total de 244 personas o miembros activos de las mismas.

1.5. Hipótesis o Pregunta de Investigación

La innovación es un factor estratégico en la competitividad de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria de Cotopaxi.

1.6. Objetivos de la Investigación

1.6.1. Objetivo General

Analizar la innovación como factor estratégico en el marco de la competitividad en las asociaciones de la economía popular y solidaria. Provincia de Cotopaxi.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Identificar los factores clave de la innovación en el marco de la competitividad empresarial de las asociaciones de la EPS de Cotopaxi.
- Realizar un diagnóstico de la innovación y su incidencia en la competitividad de las asociaciones de la económica popular y solidaria en Cotopaxi.
- Establecer las áreas clave de la innovación y su incidencia en la competitividad de las asociaciones de la económica popular y solidaria en Cotopaxi.

CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La innovación organizacional como tal, a través de los años, ha cobrado mayor notabilidad ya que en un inicio la innovación se había estudiado con énfasis en la tecnología. La innovación “es un cambio que se introduce al bien o servicio que ofrece una compañía, o a los procesos que se desarrollan dentro de la organización. Esto, a fin de alcanzar mayor competitividad” (Westreicher, 2020, p.1).

2.1. Antecedentes

A nivel del Ecuador el autor Erazo Mario en el año 2018 realizó el estudio titulado “Análisis situacional de la innovación empresarial en el Ecuador”, a través de la realización de entrevistas, como fuente primaria de información, aplicadas a representantes de organizaciones que realizan actividades afines con la innovación en el país, concluyo que los sectores más innovadores (manufactura y servicios) aportaban más al PIB nacional, identificando así la relación entre innovación y desarrollo económico; sin embargo, las debilidades identificadas en las organizaciones del país son: un débil del marco regulatorio, la baja inversión en I+D (investigación y desarrollo), y la baja producción de patentes (Erazo, 2018).

En el estudio denominado “La innovación y su incidencia en la competitividad de las PYMES de la ciudad de Sangolquí, cantón Rumiñahui” (Almachi, 2020), su autor luego de realizada la recolección de datos a través de encuestas concluyó que en el caso de la localidad y tipo de entidades analizadas existe una alta relación entre innovación y competitividad demostrando que la primera es determinante para la continuidad de las empresas y que por ello es necesario impulsar la innovación en todos los sectores por medio de mecanismos que pueden desarrollar las instituciones públicas para mejorar la economía de los diferentes sectores del país . En Latacunga en el año 2019 se realizó el proyecto denominado “Estudio de la innovación de procesos en la pequeña y mediana industria en el sector

manufacturero de la ciudad de Latacunga”, sus autores luego de una evaluación de los procesos de producción basada en el modelo Oslo llegaron a la conclusión que el 80% de las industrias objeto de investigación no habían realizado innovación en sus procesos, por lo que para impulsar a las mismas era necesario que se brinde apoyo técnico a través de diferentes tipos de proyectos formativos y generativos (Medina & Molina, 2019).

Por su parte en la investigación titulada “Estudio de la innovación de productos en la pequeña y Mediana industria en el sector manufacturero de la ciudad de Latacunga” como resultado se obtuvo que el 66% de las industrias que participaron no habían realizado innovación enfocada a sus productos, por lo que para expandir sus empresas es necesario que se realice actualizaciones o mejoras de las tecnologías incorporadas y también se realice el registro de propiedad industrial (López & Alvarado, 2019).

2.2. Bases teóricas de la innovación

Respecto a teorías de la innovación empresarial se tienen diferentes corrientes entre las más importantes destacan:

- Teoría de la contingencia estructural
- Teoría del cambio organizacional
- Teoría de la cognición y aprendizaje organizacional
- Teoría de la innovación disruptiva

2.2.1. Teoría de la contingencia estructural

Una estructura organizacional orgánica, impacta de manera positiva sobre la innovación gerencial es se debe a tres características:

1. Al ser más flexible, facilita la forma en que se identifican las debilidades, capacidades y prácticas de gestión de la organización, mediante la participación de todo el personal incluidos empleados y gerentes, propiciando innovación en la gestión.
2. Es flexible en cuanto a comunicación, facilitando la aplicaciones y creación de nuevos conocimientos y el cómo hacer, mejorando las prácticas de gestión, causando el progreso de la innovación en la gestión.

3. Al poner poco énfasis en las reglas y procedimientos, elimina la resistencia a la innovación (Su et al., 2018).

2.2.2. Teoría del cambio organizacional

En eje principal de esta teoría infiere el rol limitado desempeñan las empresas en relación con el cambio, por presiones tanto internas como externas, las primeras se refieren a inversión en planta, equipo y talento humano especializado; y, la inercia, puesto que las tareas y otras actividades, con el tiempo se convierten en normas, fortaleciendo la resistencia al cambio negando alternativas de cambio (Perilla & Gonzáles, 2021).

2.2.3. Teoría de la cognición y aprendizaje organizacional

Esta teoría, vincula aspectos de como el aprendizaje y la creación de conocimiento organizacional, brindando fundamentos para entender cómo generar innovación a nivel organizacional a través de la creatividad a nivel individual, grupal y la inteligencia, resultando en una respuesta al cambio ambiental o medios de provocar cambios en una organización (Perilla & Gonzáles, 2021).

2.2.4. Teoría de la innovación disruptiva

Indica que en cierto punto los productos llegan a un alto grado de avance y ciertos consumidores no tienen la capacidad de comprarlos, convirtiéndose estos últimos en nichos de oportunidad de mercado para empresas con menor reconocimiento, y recursos, esto quiere decir que se debe generar innovación y estrategias identificado los sectores no atendidos por las grandes empresas, ganando mercado poco a poco (Hilarión, 2014).

2.2.5. La innovación en la teoría del desenvolvimiento económico de Schumpeter

El economista Joseph Schumpeter, en el año 1912, continuó con la investigación del tema del desarrollo económico, previamente trabajado por Smith, Ricardo y Marx, para Schumpeter el cambio de los procesos económicos proceden desde la parte interna de la empresa mas no de la parte externa, haciendo del empresario un agente activo del proceso económico, además planteo dos conceptos:

- Innovación como causa del desarrollo y

- Empresario innovador como propiciador de los procesos de innovación

Así pues, la innovación es importante en conjunto con el avance tecnológico pues son motor fundamental del desarrollo económico y también de bienestar social, las innovaciones además deben ser radicales para propiciar cambios relevantes, es decir, destruir lo antiguo y crear nuevos elementos, a este proceso se le denomina “destrucción creadora” o también conocida como “destrucción creativa” (Montoya, 2004).

2.2.6. La innovación sistemática de Peter Drucker

Para Peter F. Drucker "la innovación sistemática consiste en la búsqueda organizada y con un objetivo, de cambios, y en el análisis sistemático de las oportunidades que ellos, (los cambios) pueden ofrecer para la innovación social o económica" (Drucker, 1986, p. 50). Para Drucker el objetivo único de la empresa que debe ser crear clientes, es alcanzable únicamente con una dirección administrativa adecuada que debe explorar siete áreas, ya que la innovación debe diagnosticar de manera interna y externa a la empresa:

Tabla 1. Áreas como fuentes de oportunidad de innovación

Área	Fuente	Descripción
Interna	Lo inesperado	El éxito inesperado, fracaso inesperado, la sorpresa
	Lo incongruente	Entre la realidad como es y lo que se supuso "que debía ser"
	Proceso	Se basa en la necesidad de establecer un proceso
	El desmoronamiento	El cambio súbito en la estructura de la industria o del mercado que toma desprevenido
Externa	Cambios en la población	Crecimiento poblacional
	Cambios en la percepción, modalidad y significado	Cambios fuera de la industria
	Nuevos conocimientos	Tanto científicos como no científicos

Fuente: (Drucker, 1986, p. 50-51)

2.3. Bases teóricas de la competitividad

En cuanto a la competitividad se distinguen dos teorías:

- Teoría de la competitividad
- Teoría de la competitividad sostenible

2.3.1. Teoría de la competitividad

La base de esta teoría fue enunciada por Michael Porter en su obra La ventaja competitiva de las naciones: “La prosperidad de una nación depende de su

competitividad, la cual se basa en la productividad con la cual esta produce bienes y servicios” (Órganos de Palencia, 2021, párr.1).

A nivel de producto o servicio una empresa posee una ventaja competitiva, cuando al compararse con el de otra entidad, sobresalga alguna característica o propiedad que haga que el cliente o usuario lo aprecie como único y que logre satisfacer sus necesidades.

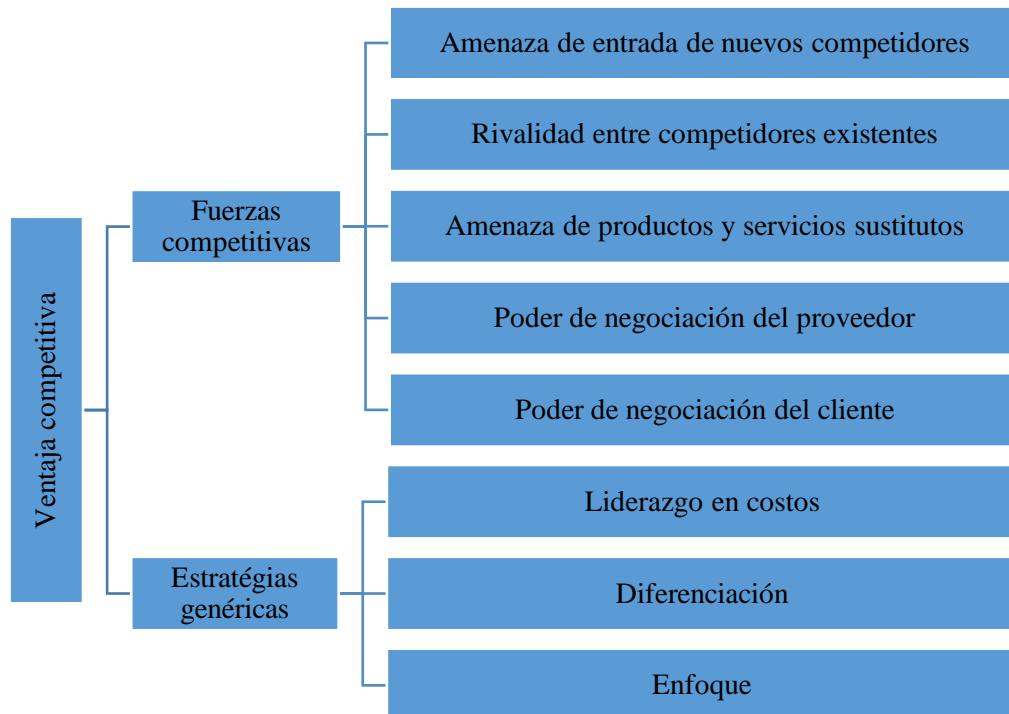


Gráfico 1 Ventaja competitiva: Fuerzas competitivas y estrategias genéricas

Fuente: (Porter, 1991)

Porter también señala, que la ventaja competitiva son aquellas acciones tanto de ofensiva y defensiva para establecerse en el mercado en respuesta a las cinco fuerzas competitivas y además identifico 3 estrategias genéricas, como se muestra en el Gráfico 1.

2.3.2. Teoría de la competitividad sostenible

Identificada también como sustentable es definida como “las instituciones, políticas y factores que hacen que una nación se mantenga productiva en el largo plazo, al mismo tiempo que asegure la sustentabilidad social” (Órganos de Palencia, 2021, párr. 2).

La obra Estrategia Competitiva de Michael Porter se resume de la siguiente manera: “se establece una metodología general para diseñar, establecer, y poner en práctica

en la Empresa, una Estrategia Competitiva que se denomina Sostenible, ya que implica que debe ser mantenida permanentemente en la empresa en base al Plan de Innovación” (Contreras, 2022, p.7).

Corroborando además que para que sea exitosos debe mantenerse vigilia en este proceso además de una actualización constante a fin de mejorar la competitividad.

2.4. Innovación

2.4.1. Definición de innovación

La innovación se define como un procedimiento que incluye: imaginar, desarrollar y difundir un producto o servicio nuevo, o también uno preexistente con alguna modificación; por tanto, puede incluirse al rediseño, mejora en presentación, avance tecnológico para producción, optimización de recursos, entre otros como innovación, siempre y cuando solucionen una necesidad o problema de una manera novedosa (Universidad Veracruzana Facultad de Estadística e Informática , 2019). Pero además de esto para complementar las características de la innovación debe considerarse que las soluciones deben cumplir una meta económica, fundamental en toda empresa, incrementar la rentabilidad.

“La innovación involucra actividades diversas, tales como la inversión en I+D interna y externa a las empresas, licencias, adquisiciones de tecnología, hardware y software, servicios de ingeniería, capacitación del personal, reorganización de la institución, nuevos métodos de comercialización, etc” (Guaipatin & Schwartz, 2014, p.30).

2.4.2. Principios elementales de la innovación

En base al trabajo de Peter Drucker, la autora Meneses Rico (2019) resume los principios de la innovación de la siguiente forma:

1. Comienza con el análisis de oportunidades
2. Para innovar se debe analizar el entorno (preguntar, observar, escuchar)
3. Se debe estudiar las expectativas de los consumidores potenciales
4. Debe ser simple
5. Debe ser pequeña y enfocada para no confundir al consumidor

2.4.3. Factores determinantes de la innovación e insumos

Dentro de los factores determinantes de la innovación se distinguen dos grupos principales: los factores del entorno que facilitan la innovación, y los insumos para la innovación o factores internos.

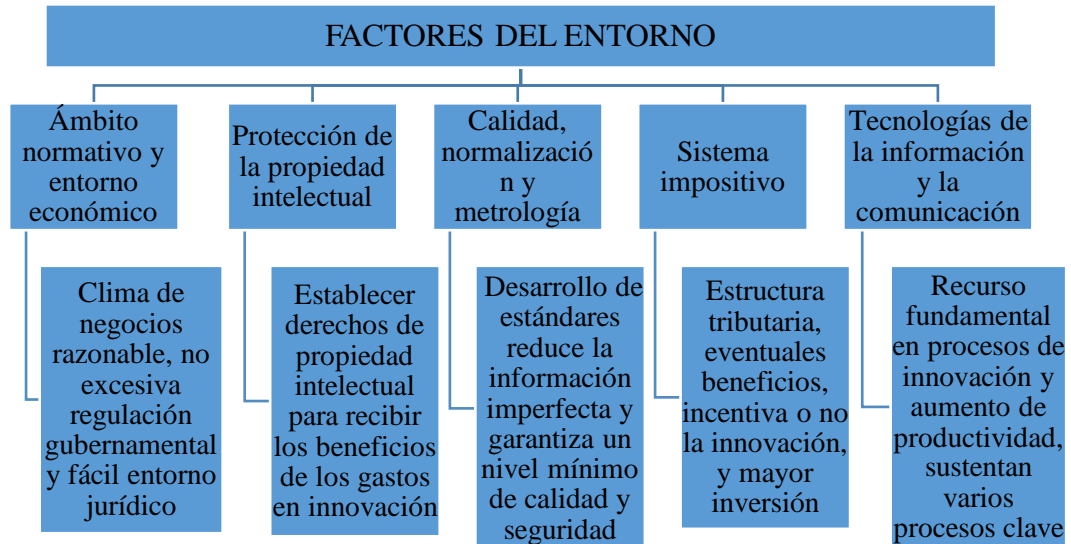


Gráfico 2 Factores del entorno que facilitan la innovación
Fuente: (Guaipatin & Schwartz, 2014)

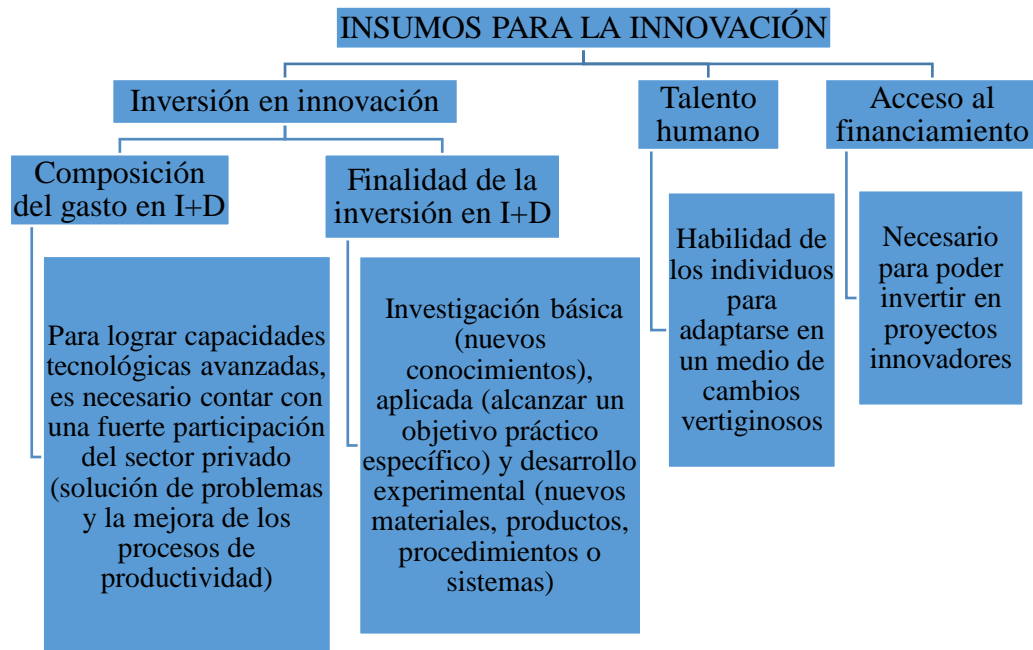


Gráfico 3 Insumos para la innovación
Fuente: (Guaipatin & Schwartz, 2014)

Para Salazar (2008) los factores internos “se centran en la capacidad que tienen las organizaciones para generar y transmitir información” (p. 15). Estos son:

- Desarrollo de capital intelectual
- Capacidad para generar información
- Apertura de la organización hacia el exterior
- Capacidad de relacionarse con otros
- Estructura flexible que facilita la absorción del conocimiento.

2.4.4. Clasificación de la innovación

La innovación se clasifica en cuatro grupos, mismos que se presentan en la tabla a continuación:

Tabla 2. Clasificación de la innovación

Tipo	Características
Innovación del producto	<ul style="list-style-type: none"> • Bien o servicio nuevo, o con una mejora significativa (uso o características) • Mejora de características técnicas (componentes, materiales, informática integrada, facilidad de uso y funcionalidad) • Servicios: rapidez, eficiencia, adición de funciones características
Innovación de proceso	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso (producción o distribución) nuevo, o con mejora significativa • Cambios significativos en las técnicas, materiales o programas informáticos utilizados en áreas de apoyo como compras, contabilidad o mantenimiento • El objeto de reducir los costos unitarios de producción, mejorar la calidad o producir o distribuir nuevos productos
Innovación de mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevo método de comercialización con cambios significativos (diseño, envase, posicionamiento, promoción o tarificación) • Satisfacen las necesidades del consumidor, abren mercados nuevos • Introduce un método de comercialización que no se usaba antes
Innovación de organización	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevo método en las prácticas, organización del lugar de trabajo o relaciones exteriores de la empresa (mejorando la satisfacción del trabajo), facilitando el acceso a bienes no comercializados o reduciendo costos de suministros. • Son formas de organización que no han sido utilizadas antes por la empresa e incluye nuevos métodos para organizar las rutinas y procedimientos de gestión del trabajo

Fuente: (OCDE & EUROSTAT, 2005)

2.4.5. Problemas que afectan el nivel de innovación

Guaipatin y Schwartz (2014) agrupan las fallas que agravan el nivel de innovación de acuerdo con el problema:

- Insuficiente apropiabilidad de los beneficios derivados de esfuerzos en investigación, desarrollo e innovación (I+D+i).

- Asimetrías de información.
- Alta incertidumbre, inherente a los procesos innovadores, que refuerza las dificultades para financiar inversiones y emprendimientos innovadores.
- Problemas de coordinación.

2.4.6. Importancia de la innovación

La importancia de la innovación radica en que “permite a una empresa diferenciarse de sus competidores. Así, podrá tener una ventaja frente a ellos si logra ofrecer un producto o servicio que se ajuste mejor a las necesidades de los consumidores” (Westreicher, 2020, p.1). Si una empresa desea mantener su cuota de mercado debe innovar como eje diferenciador en un entorno competitivo.

2.4.7. Innovación como elemento del desarrollo empresarial

El desarrollo empresarial por su parte es la conjugación de diferentes elementos con los que la dirección de una empresa puede llegar a cumplir sus objetivos y metas, dentro de los elementos referidos tenemos al crecimiento económico, el liderazgo, la cultura empresarial y la gestión del conocimiento e innovación, con la integración de todos estos elementos se puede lograr un impacto positivo en las empresas u organizaciones a través del reconocimiento de las capacidades del talento humano (Delfín & Acosta, 2016).

Tabla 3. Elementos del desarrollo empresarial

Elemento	Descripción
CRECIMIENTO ECONÓMICO	La productividad implica hacer un mejor y mayor uso de los recursos disponibles en el proceso productivo.
CULTURA EMPRESARIAL	Indica cómo se realizan las cosas en cada organización, representan las ideologías que prevalecen en la cabeza de las personas que la integran. Provee a todos los miembros de un sentido de identidad.
LIDERAZGO	Incluir el concepto de liderazgo en el desarrollo empresarial se basa en la relación directa que tiene con el éxito y logro de los objetivos de la organización.
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	El mismo recurso humano puede ser generador de conocimiento e innovación, y es parte del capital intelectual que las empresas deben de desarrollar. La información y el conocimiento son los elementos estratégicos de la competitividad en las organizaciones.
INNOVACIÓN	Los procesos de innovación varían según el sector económico, campo de conocimiento, tipo de innovación, periodo histórico, y país en el que se desarrolla. Varía incluso con el tamaño de la empresa, su estrategia corporativa y su experiencia en innovación. La innovación es el proceso a través del cual se genera ventajas competitivas sostenibles.

Fuente: (Delfín & Acosta, 2016)

2.4.8. Innovación como fuente de competitividad

Dado que en las empresas no se llevan a cabo procesos de innovación por una cuestión de voluntariedad o moda sino por necesidad es importante entender que aprender a innovar es fundamental.

El desarrollo de la innovación implica la implementación de un cambio en el ámbito de la organización que no necesariamente tiene que ser de especial relevancia. Más bien sucede, al contrario, es decir, que con frecuencia es la acumulación de pequeñas innovaciones la que origina importantes avances en el ámbito competitivo. (Hidalgo et al., 2013, p.60)

Existe un ciclo interno y uno externo que entrelaza la innovación con la competitividad, lo que revela que las empresas con mayor competitividad deben innovar aún más a fin de mantener su ventaja competitiva.

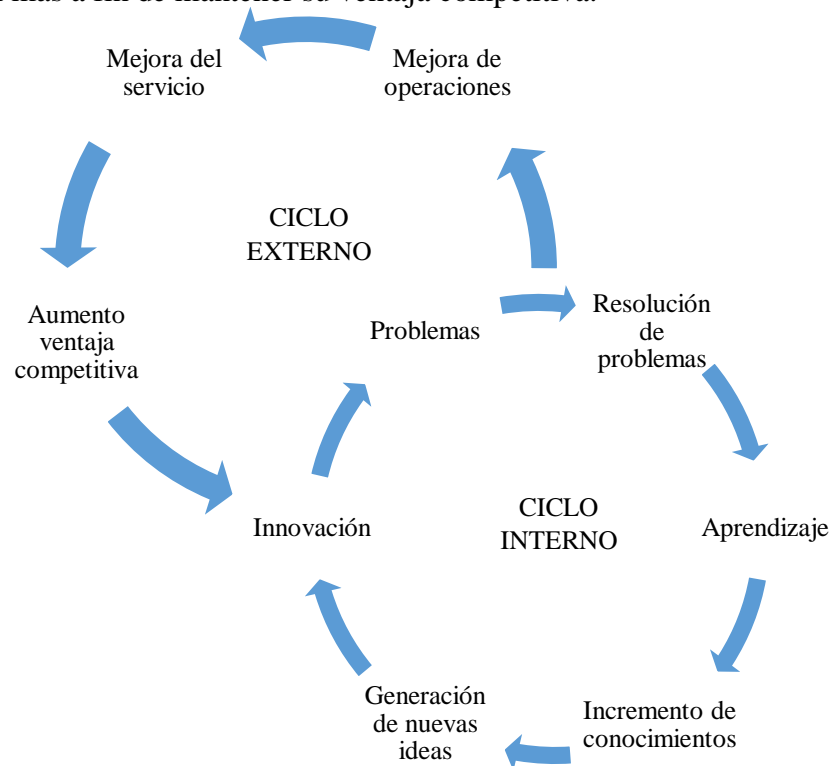


Gráfico 4 Ciclo de la interacción innovación-competitividad
Fuente: (Hidalgo et al., 2013, p.61)

2.5. Competitividad

A nivel de empresas la competitividad se define así:

La capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar

su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve. Estas ventajas están definidas por sus recursos y su habilidad para obtener rendimientos mayores a los de sus competidores. (Mathews, 2009, p.13)

Así pues, la característica de competitividad puede otorgarse a aquellas empresas que conjugan eficacia y eficiencia permitiéndole ofrecer a sus clientes o consumidores tanto productos como servicios con atributos apreciados y que sean valorados por dichas características.

No se puede olvidar que el mercado no se mantiene siempre con las mismas condiciones, dado que están en un constante cambio, por lo tanto, las circunstancias que en un inicio hicieron que este alcance una ventaja competitiva son propensas a variar por eso se necesitan planes y políticas que se adapten y respondan a la organización en sus diferentes etapas (Díaz et al., 2021).

2.5.1. Factores de la competitividad

De acuerdo con Clavijo (2022) la competitividad está determinada por los siguientes 8 factores:

Tabla 4. Factores de la competitividad

Factor	Descripción
Capacidad directiva	<ul style="list-style-type: none"> Las aptitudes de liderazgo y dirección adecuadas que posee el director o el comité directivo y los líderes de cada área propician el desarrollo de la empresa
Diferenciación en los roles de producción o prestación de servicio	<ul style="list-style-type: none"> Relacionado con las categorías de organización y del servicio al cliente, una buena distinción de los cargos y responsabilidades es esencial para obtener y mantener una productividad óptima
Relación entre calidad y precio	<ul style="list-style-type: none"> Atender este elemento con el cuidado necesario (conocer los gastos, ganancias y riesgos que reporta la producción, distribución y comercialización de sus productos o servicios), favorece la supervivencia de la empresa
Recursos tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> Poseer tecnología de punta o estrategias de marketing actualizadas Capacidad de seleccionar los recursos tecnológicos necesarios de acuerdo con el alcance y recursos con los que cuentan
Capacidad innovadora	<ul style="list-style-type: none"> Sin la capacidad innovadora una marca o empresa ve reducidas sus probabilidades de subsistir, sobre todo en las épocas de crisis
Recursos comerciales	<ul style="list-style-type: none"> Estos recursos determinan la infraestructura para producción, distribución y comercialización de los productos o servicios

Capacidades del capital humano	<ul style="list-style-type: none"> El talento humano es el que permite realizar las tareas clave y brindar las interacciones más sobresalientes con los clientes, también es fundamental para la competitividad
Recursos financieros	<ul style="list-style-type: none"> Sin él es imposible atender las necesidades de infraestructura, mantener un buen capital humano, o invertir en los recursos tecnológicos que requiere la empresa

Fuente: (Clavijo, 2022)

2.5.2. Importancia de la competitividad

La competitividad es de suma importancia ya que permite conocer la forma en que se deben administrar los recursos de los que disponen las empresas, atender las necesidades del mercado a fin de acrecentar su productividad.

Estando en una economía de libre mercado es indispensable el conocer el nivel de competitividad de nuestras empresas y del país en general, lo cual permitirá la mejor toma de decisiones que lleven a las empresas a prosperar y por ende generen un mayor crecimiento nacional y mejores condiciones de vida para sus habitantes. (García Ramírez, 2015)

2.5.3. Tipos de competitividad

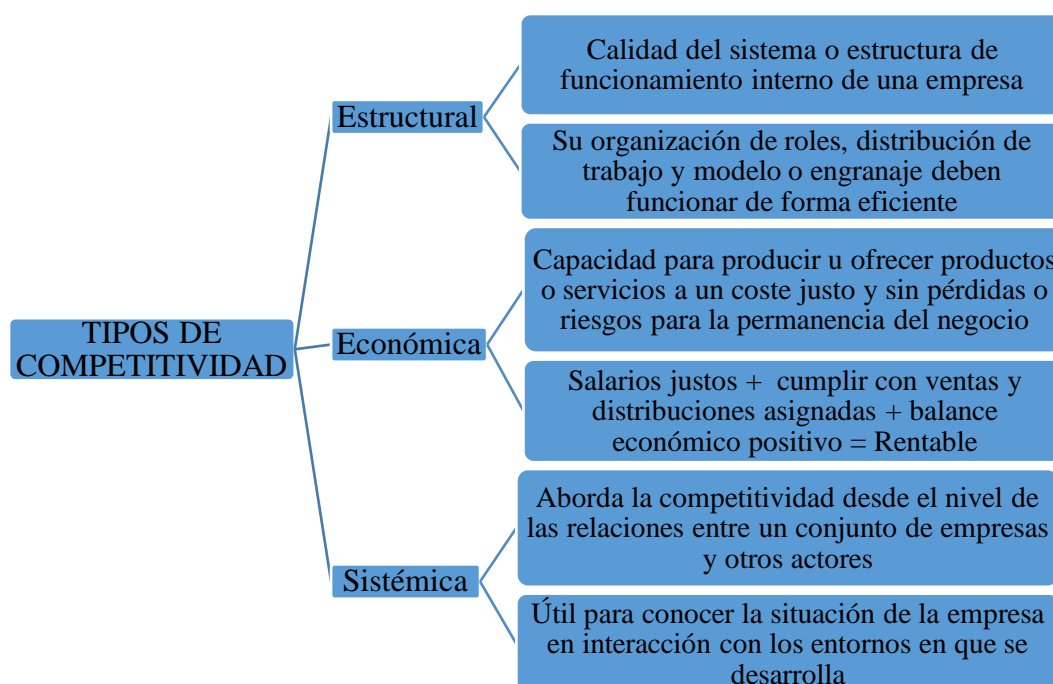


Gráfico 5 Tipos de competitividad

Fuente: (Clavijo, 2022)

2.5.4. Estrategias competitivas

Las estrategias competitivas que pueden ser utilizadas en una empresa luego de analizar su realidad con relación a las fuerzas competitivas se muestran a continuación:

Tabla 5. Estrategias competitivas

Estrategia	Descripción
Liderazgo en costos	<ul style="list-style-type: none">• Mayor eficiencia en los procesos y una alta inversión en personal y equipos permiten grandes volúmenes de producción y menores costos por unidad.
Diferenciación	<ul style="list-style-type: none">• Mayor conocimiento de las necesidades de los clientes y flexibilidad en los procesos permite otorgar productos o servicios diferenciados y adaptado a las necesidades de cada cliente y por tanto cobrar un mayor precio.
Enfoque	<ul style="list-style-type: none">• Profundo conocimiento de la las necesidades de un nicho de mercado en particular, permite otorgar un producto o servicio a un pequeño segmento de mercado que busca exclusividad.

Fuente: (Weinberger, 2009)

2.6. Asociatividad

La asociatividad se define como “un grupo de empresas que mediante la propia voluntad y manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial participan en un esfuerzo en común con objetivos claros y bien definidos” (Gobierno de Chile, 2022)

La asociatividad surge como uno de los mecanismos de cooperación entre las empresas para enfrentar procesos de globalización de las economías. En el Ecuador, se han implementado los negocios inclusivos como iniciativas socio empresariales por medio de las cuales se vincula a pequeños productores con mercados dinámicos. (Meza et al., 2017, p.32)

2.6.1. Economía Popular y Solidaria

La economía popular y solidaria (EPS) está definida en artículo 1 de la Ley Orgánica del mismo nombre como:

la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al

trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2011, p.3)

2.6.2. Asociaciones de la Economía Popular y Solidaria EPS

Por su parte las organizaciones del sector asociativo de la EPS en el artículo 18 Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria se encuentran definidas como:

Art. 18.- Sector Asociativo. Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley. (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2011, p.6)

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

La investigación “es un proceso que consiste en la búsqueda de nuevos conocimientos con el propósito de encontrar la verdad o falsedad de conjeturas y coadyuvar al desarrollo de la ciencia, poniendo en práctica el método científico” (Valderrama, 2003, p.24), por lo que la investigación examina informaciones o datos tanto de fuentes primarias y secundarias para lograr nuevos conocimientos.

3.1.Marco metodológico

Un marco metodológico “incluye el tipo o tipos de investigación, las técnicas y los instrumentos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación. Es el “cómo” se realizará el estudio para responder al problema planteado” (Arias, 2012, p.110).

En el presente apartado de este informe de investigación se elabora un marco metodológico porque de ese modo se estructura el orden, instrumentos y la forma en que se analizó la información, es decir, su funcionalidad reside en la utilidad de tener una planificación que facilita cumplir los objetivos de investigación planteados.

3.2. Investigación no experimental

El diseño de la investigación aplicado en el proceso y desarrollo de esta investigación y que permite cumplir con los objetivos planteados (general y específicos) es de tipo no experimental, esta se define como: “investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.” (Hernández et al, 2014, p. 152), así en esta investigación lo que se realizó es observar un fenómeno en su entorno natural sin interferir de manera alguna sobre las variables.

3.2.1. Tipos de Investigación no Experimental

Los tipos de investigación no experimentales clasificados por su dimensión temporal o el número de momentos o puntos en el tiempo en los cuales se recolectan datos, son:

- **Transeccional o transversal:** En este tipo de investigación se recolectan datos en un solo momento, es decir en un único tiempo.
- **Longitudinal:** recolectan datos en diferentes momentos o periodos para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias (Hernández et al, 2014).

La presente investigación por sus características es transeccional o transversal, ya que se realizó una única toma de datos de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria de la provincia de Cotopaxi que forman parte del plan de fortalecimiento de BanEcuador.

3.3. Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández et al, 2014, p.92). Así los datos recolectados son sometidos a medición y evaluación con base a varias características o variables que constituyen el fenómeno en estudio.

Por tanto, en este tipo de investigaciones se debe tener definido a claridad todos los datos que se van a recolectar, identificar que se desea medir, así también se debe considerar que mientras se estén recolectando los datos pueden surgir nuevas interrogantes, algunas aportaran al tema y otras no, de ahí la importancia de tener claramente definido que es lo que se desea medir, para poder describir lo que se está investigando.

En esta investigación, con el análisis de los datos recolectados a través de la aplicación de la encuesta identifica los factores clave de la innovación, con ello se puede realizar un diagnóstico y establecer las áreas clave de este concepto, todo esto en el marco de la competitividad de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria en Cotopaxi.

3.4. Investigación correlacional

La investigación desarrollada es correlacional, ya que concuerda con la definición: “La utilidad principal de los estudios correlacionales es saber cómo se puede comportar un concepto o una variable al conocer el comportamiento de otras variables vinculadas.” (Hernández et al, 2014, p.94).

Esta investigación tiene como característica que valora la relación presente entre las variables, posteriormente estudia la correlación que tienen, misma que puede ser positiva, negativa o no existir.

Cuando se refiere en pruebas de hipótesis una correlación positiva implica que, si una de las variables tiene un valor alto, en consecuencia, la otra variable tendrá un valor alto, si la correlación es negativa cuando la primera variable tiene valores altos en cambio la otra variable presentará bajos valores, finalmente si no existe correlación esto es un indicativo de que las variables estudiadas no manifiestan relación alguna entre ellas.

Esta investigación por tanto persigue definir la relación entre las dos variables de estudio: innovación y competitividad.

Se debe considerar también al ser un estudio realizado sobre un grupo específico, en donde se debe tomar en cuenta las interrelaciones que se forman entre la estructura e interacción social; el análisis de los datos puede dar de forma cuantitativa o cualitativa.

3.5. Enfoque

El enfoque que se trabajó es cuantitativo, porque utilizó la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (Hernández et al, 2014, p.4).

El enfoque cuantitativo, se aplica “cuando el objetivo es describir ciertas características de un grupo mediante la aplicación de un cuestionario, el análisis estadístico más elemental radica en la elaboración de una tabla de distribución de frecuencias absolutas y relativas o porcentajes” (Arias, 2012, p. 136).

En el caso de la investigación se realizó acudiendo a las asociaciones para determinar cuál es su situación actual a través de la aplicación de la encuesta para

evaluar el nivel de impacto de la innovación en la competitividad, a través del uso de la estadística para proceder con la verificación de la hipótesis. Por lo que, en este caso, no aplica un enfoque cualitativo ya que analiza un fenómeno y sus características generalmente sociales.

3.6. Prueba de hipótesis

El paso siguiente en el proceso de investigación, una vez definida la hipótesis, es comprobarla o rechazarla, esto se logra realizando una prueba a la misma.

“El diseño de la prueba consiste en elegir la técnica más adecuada para la comprobación de la hipótesis, diseñar los instrumentos de recolección de información, el esquema de muestreo y el de recopilación, análisis y evaluación de la información” (Münch & Ángeles, 2007, p.91).

Para la presente investigación se realizó, a través del análisis estadístico, estableciendo la hipótesis nula y alternativa, y realizando una prueba que permitió determinar si se afirma un supuesto de una característica de la población objeto de estudio, en este caso la innovación, amparados o respaldado en datos recolectados, a través del instrumento diseñado.

La hipótesis nula H_0 e hipótesis alternativa H_1 de esta investigación son respectivamente:

H_0 : La innovación no es un factor estratégico en la competitividad de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria de Cotopaxi.

H_1 : La innovación es un factor estratégico en la competitividad de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria de Cotopaxi.

3.7. Población

Tabla 6. Características de una población

Característica	Descripción
Homogeneidad	<ul style="list-style-type: none"> Todos los miembros de la población deben tener las mismas características de acuerdo con las variables de estudio.
Tiempo	<ul style="list-style-type: none"> Definir si la investigación se realiza en el presente o de años pasados.
Espacio	<ul style="list-style-type: none"> Lugar donde se ubica la población, deberá delimitarse considerando los recursos disponibles para llevar a cabo la investigación.
Cantidad	<ul style="list-style-type: none"> Del tamaño de la población dependerá el tamaño de la muestra.

Fuente: (Wigodski, 2010)

La población es la totalidad de un caso de estudio que puede cuantificarse. Para complementar los anterior puede decir que es una agrupación global de elementos o personas que tienen varias características en común mismas que se pueden observar en un tiempo y espacio específico. (Wigodski, 2010)

Adicional se han identificado cuatro características que deben considerarse al elegir una población para todo análisis o estudio, que se exponen en la Tabla anterior.

La población directa considerando que se refiere a un grupo finito, dentro de este estudio son 14 asociaciones de la EPS, que son parte del plan de fortalecimiento de BanEcuador.

3.8. Muestra

La muestra es una parte representativa de una población definida como: “un subconjunto fielmente representativo de la población” (Wigodski, 2010, párr.4). Se puede inferir que la principal característica de una muestra es que pueda representar a la totalidad de la población estudiada, así la ventaja del muestreo radica en que le facilita al investigador obtener los datos de la población objeto de estudio.

Para la investigación, sin embargo, se analizó la realidad actual respecto a la influencia de la innovación en la competitividad que tienen las asociaciones EPS beneficiarias del plan de fortalecimiento del BanEcuador en la provincia de Cotopaxi.

Por tanto, no se han aplicado tipos de muestreo ya que la población conformada por 14 Asociaciones ha sido objeto de estudio en su totalidad.

3.9. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

A través de los instrumentos de recolección de datos se obtiene la información requerida de las fuentes objeto de estudio, una vez levantada esta información se la analiza para la discusión de resultados y hallazgos, es por este motivo que los instrumentos estén validados y que sean confiables, de lo contrario los resultados no serán útiles.

En la investigación se ha utilizado la encuesta ya que esta técnica logra extraer información de una parte de la población a través de un cuestionario previamente establecido.

Cabe destacar que en la encuesta se ha utilizado la escala de Likert que se define como:

Es un tipo de escala aditiva que corresponde a un nivel de medición ordinal; consiste en una serie de í-tems o juicios a modo de afirmaciones ante los cuales se solicita la reacción del sujeto. El estímulo (í-tem o juicio) que se presenta al sujeto, representa la propiedad que el investigador está interesado en medir y las respuestas son solicitadas en términos de grados de acuerdo o desacuerdo que el sujeto tenga con la sentencia en particular. (Maldonado, 2007, p. 1.)

En la escala de Likert el número de opciones más usado es de 5, para el instrumento de esta investigación la escala está definida así:

Tabla 7. Escala de Likert

Orden	Interpretación
1	Completo desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni en acuerdo ni desacuerdo
4	De acuerdo
5	Completo acuerdo

Elaborado por: Jiménez Gabriela

Es menester señalar que la encuesta corresponde a un instrumento previamente diseñado y validado, que ha sido tomado de la investigación realizada por el ecuatoriano Edison Almachi en el año 2020, cuyos resultados se resumieron en el capítulo 2 dentro de los antecedentes.

El modelo de la encuesta se encuentra en el Anexo 1.

3.10. Análisis de datos

Para el análisis de los datos es necesario en primera instancia tabularlos esto “consiste en resumir los datos en tablas estadísticas. Según sea el volumen de la información, la tabulación puede hacerse en forma manual o computarizada” (Münch & Ángeles, 2012, p.124).

La tabulación se ha realizado en el programa estadístico SPSS, que entre sus bondades tiene un fácil ingreso de datos, análisis breve y entrega de reportes que facilitan su interpretación.

3.11. Coeficiente de correlación de Spearman

Es un coeficiente utilizado para relacionar de forma estadística escalas de tipo Likert, este coeficiente puede variar entre -1.0 a 1.0 , representando el primer valor una correlación negativa perfecta, el valor 1.0 representa una correlación positiva perfecta, y el 0 implica que no existe correlación entre las variables (Hernández et al., 2014, p.323).

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados obtenidos de las encuestas

En la siguiente tabla se presenta de forma resumida las frecuencias y porcentajes por cada uno de los resultados de los indicadores, obtenidos con la aplicación de las encuestas.

De manera detallada las interpretaciones de los resultados se visualizan en los gráficos posteriores.

Tabla 8. Resultados de la encuesta resumido

Indicador	Pregunta y alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Pregunta 1	¿Cuál es el grupo al que pertenece su actividad económica principal?		
	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	5	35,7
	Industrias manufactureras	7	50,0
	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	2	14,3
Pregunta 2	¿En qué cantón está ubicada la Asociación?		
	Latacunga	10	71,4
	Pujilí	1	7,1
	Saquisilí	2	14,3
Pregunta 3	¿Cuántos años tiene su asociación?		
	De 0- 5 años	3	21,4
	De 6 - 10 años	9	64,3
	De 11 -20 años	2	14,3
Pregunta 4	¿Cuál es el número actual de personas que conforman su asociación?		
	Pequeña de 10 - 49 empleados	14	100,0
Pregunta 5	¿Sector productivo de su asociación?		
	Manufactura	4	28,6
	Comercio	6	42,9
	Servicios	2	14,3
Pregunta 6	¿Cuál es el género del gerente o la persona que dirige la asociación?		
	Femenino	14	100,0
Pregunta 7	¿Cuál es el nivel de estudio del gerente o persona que dirige a la asociación?		
	Bachillerato	10	71,4
	Ingeniería / Licenciatura	4	28,6

I1	¿Adquiere, desarrolla o mejora con frecuencia nuevos productos/servicios que sean aceptados en el mercado?		
	En desacuerdo	7	50,0
	De acuerdo	6	42,9
	Completo acuerdo	1	7,1
I2	¿Las ventas de los nuevos o mejorados productos/servicios aportan de manera significativa en las utilidades de su asociación?		
	Completo desacuerdo	2	14,3
	En desacuerdo	9	64,3
	De acuerdo	2	14,3
I3	¿Los nuevos o mejorados productos/servicios constantemente generan imitación de la competencia?		
	En desacuerdo	8	57,1
	Ni en acuerdo ni desacuerdo	3	21,4
	De acuerdo	2	14,3
I4	¿Cuenta con una capacidad de I+D (investigación y desarrollo) de nuevos productos/servicios mejor que la competencia?		
	En desacuerdo	11	78,6
	De acuerdo	1	7,1
	Completo acuerdo	2	14,3
I5	¿Lanza con frecuencia nuevos o mejorados productos/servicios más rápido que la competencia?		
	En desacuerdo	11	78,6
	Ni en acuerdo ni desacuerdo	3	21,4
I6	¿Adquiere con frecuencia nuevos equipos o habilidades para mejorar las operaciones o procesos?		
	En desacuerdo	11	78,6
	Ni en acuerdo ni desacuerdo	3	21,4
I7	¿Puede desarrollar operaciones o procesos más eficientes que la competencia?		
	En desacuerdo	13	92,9
	Ni en acuerdo ni desacuerdo	1	7,1
I8	¿Existe flexibilidad al adquirir o desarrollar productos/servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes?		
	En desacuerdo	11	78,6
	Ni en acuerdo ni desacuerdo	3	21,4
I9	¿Los nuevos procesos de operación aplicados en la asociación despiertan imitación de los competidores?		
	En desacuerdo	6	42,9
	Completo acuerdo	8	57,1
I10	¿Los líderes efectúan cambios en la división de trabajo entre las diferentes áreas de acuerdo a las exigencias de la gestión del mercado?		
	En desacuerdo	7	50,0
	Completo acuerdo	7	50,0
I11	¿Se enfatiza la capacidad innovadora y creativa en la contratación de personal?		
	En desacuerdo	9	64,3
	Completo acuerdo	5	35,7

I12	¿El nuevo sistema de contratación de personal acogido por la asociación es eficaz y eficiente?		
	En desacuerdo	5	35,7
	Completo acuerdo	9	64,3
I13	¿El nuevo método de evaluación del desempeño acogido permite a los líderes de las distintas áreas saber el nivel de cumplimiento del personal en los objetivos de la asociación?		
	En desacuerdo	11	78,6
	Ni en acuerdo ni desacuerdo	2	14,3
	Completo acuerdo	1	7,1
C1	¿El ROI (retorno de inversión) ha sido muy bueno en los últimos tres años?		
	Completo desacuerdo	3	21,4
	En desacuerdo	6	42,9
	Completo acuerdo	5	35,7
C2	¿Las ventas han sido muy buenas en los últimos tres años?		
	Completo desacuerdo	4	28,6
	En desacuerdo	7	50,0
	Ni en acuerdo ni desacuerdo	2	14,3
	Completo acuerdo	1	7,1
C3	¿Los resultados financieros han sido muy buenos en los últimos tres años?		
	Completo desacuerdo	4	28,6
	En desacuerdo	9	64,3
	Completo acuerdo	1	7,1
C4	¿Las utilidades ha sido buenas en los últimos tres años?		
	Completo desacuerdo	5	35,7
	En desacuerdo	8	57,1
	Completo acuerdo	1	7,1
C5	¿Los costos de los pedidos con los proveedores son bajos?		
	Completo desacuerdo	2	14,3
	En desacuerdo	8	57,1
	Ni en acuerdo ni desacuerdo	1	7,1
	Completo acuerdo	3	21,4
C6	¿Los costos de materia primas e insumos con los proveedores son bajos?		
	En desacuerdo	8	57,1
	Ni en acuerdo ni desacuerdo	1	7,1
	Completo acuerdo	5	35,7
C7	¿Los costos de transporte con los proveedores son bajos?		
	En desacuerdo	8	57,1
	Ni en acuerdo ni desacuerdo	1	7,1
	Completo acuerdo	5	35,7
C8	¿Los costos de producción/ presentación del servicio/ venta de su asociación son bajos?		
	Completo desacuerdo	2	14,3
	En desacuerdo	11	78,6
	Ni en acuerdo ni desacuerdo	1	7,1
C9	¿Considera que ha incrementado el desarrollo de productos/servicios?		
	Completo desacuerdo	2	14,3

	En desacuerdo	11	78,6
	Ni en acuerdo ni desacuerdo	1	7,1
C10	¿Ha mejorado el proceso de producción/servicios?		
	Completo desacuerdo	2	14,3
	En desacuerdo	10	71,4
	Ni en acuerdo ni desacuerdo	2	14,3
C11	¿Ha realizado planificación de proyectos?		
	Completo desacuerdo	3	21,4
	En desacuerdo	9	64,3
	De acuerdo	2	14,3
C12	¿Considera que ha incrementado el desarrollo de sistemas de información?		
	Completo desacuerdo	3	21,4
	En desacuerdo	9	64,3
	De acuerdo	2	14,3

Elaborado por: Jiménez Gabriela

4.2. Datos informativos de las asociaciones

Pregunta 1: ¿Cuál es el grupo al que pertenece su actividad económica principal?

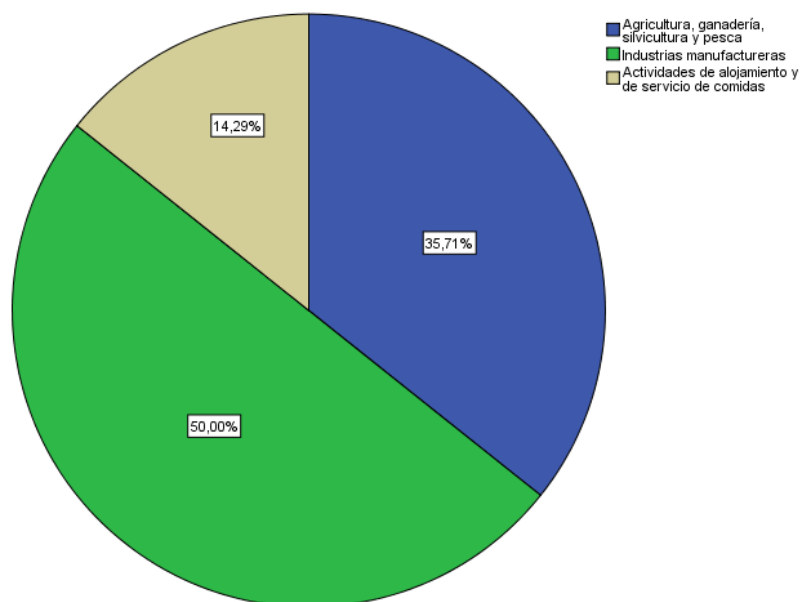


Gráfico 6 Grupo de pertenencia de la actividad económica principal

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

Las asociaciones pertenecen mayoritariamente a Industrias manufactureras con el 50%, seguido de Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con el 35,7% y finalmente Actividades de alojamiento y de servicio de comidas con el 14,3%, lo que demuestra que en la provincia las actividades están focalizadas en estos tres grupos dejando por fuera a los demás que se detallan en el CIU.

Pregunta 2: ¿En qué cantón está ubicada la Asociación?

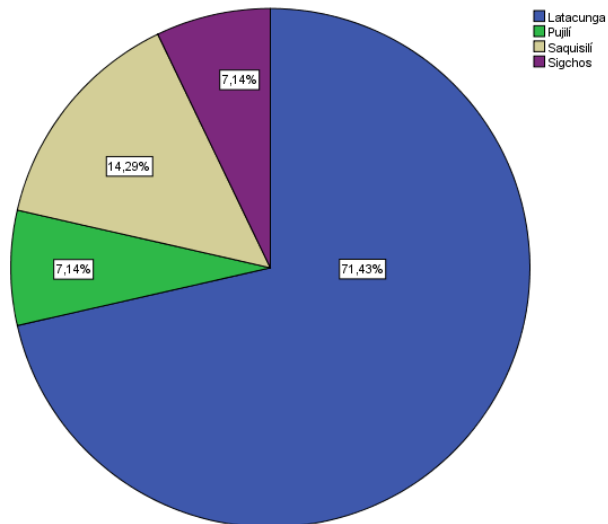


Gráfico 7 Ubicación de la Asociación por cantones
Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

La mayor parte de las asociaciones objeto de estudio, es decir, un 71,43% se encuentran ubicadas en el cantón Latacunga, seguido de Saquisilí con el 14,3%, mientras que Pujilí y Saquisilí coinciden con el 7,1%, así pues, se evidencia una fuerte concentración en la cabecera provincial.

Pregunta 3: ¿Cuántos años tiene su asociación?

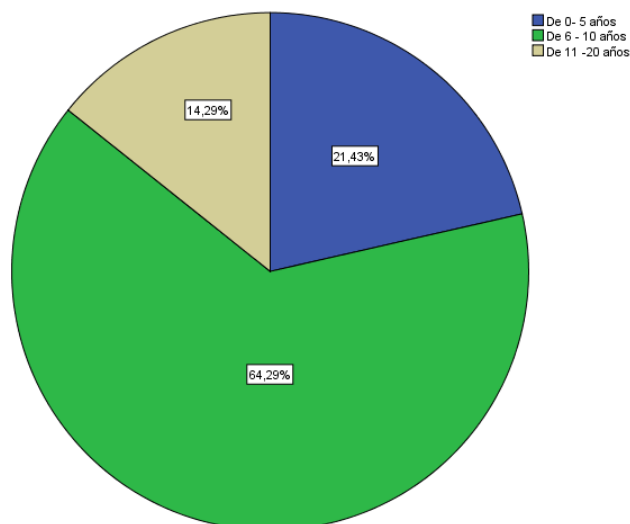


Gráfico 8 Años de existencia de la Asociación
Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

La mayoría de las asociaciones estudiadas son maduras, con el 64,29% tienen una existencia en un rango de 6 a 10 años, el 21,43% son empresas nuevas, existen entre

0 a 5 años, y las empresas más maduras son el 14,29% cuyas actividades se llevan desarrollando entre 11 a 20 años.

Pregunta 4: ¿Cuál es el número actual de personas que conforman su asociación?

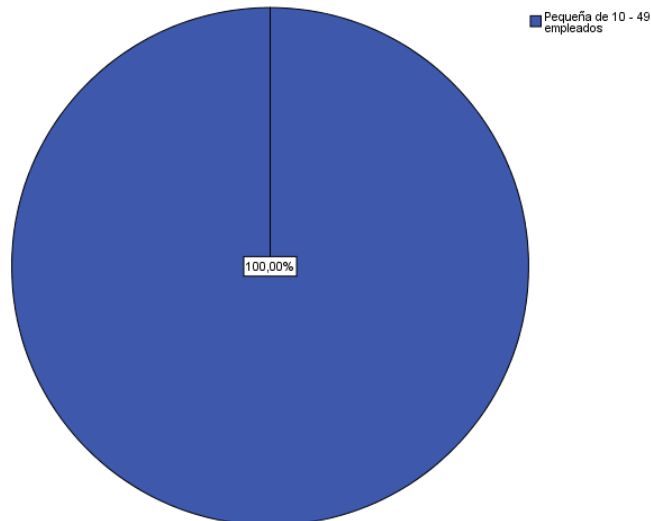


Gráfico 9 Personas que conforman la Asociación
Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

La totalidad de las asociaciones objeto de estudio son pequeñas si se considera el número de integrantes o trabajadores de las mismas ya que están conformadas entre 10 a 49 personas.

Pregunta 5: ¿Sector productivo de su asociación?

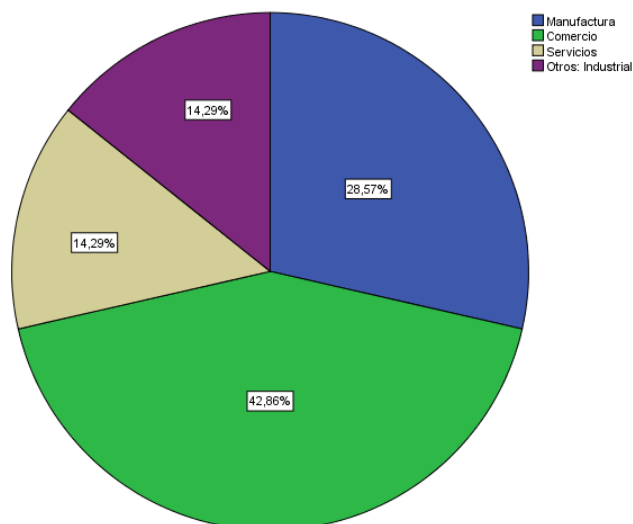


Gráfico 10 Sector productivo de la Asociación
Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

En cuanto al sector productivo el 42,86% de las asociaciones se encuentran en el sector comercio, seguido de la manufactura con el 28,6% mientras que el sector servicio e industrial coinciden con el 14,29%, por lo que la presencia de las asociaciones es más evidente en manufactura.

Pregunta 6: ¿Cuál es el género del gerente o la persona que dirige la asociación?

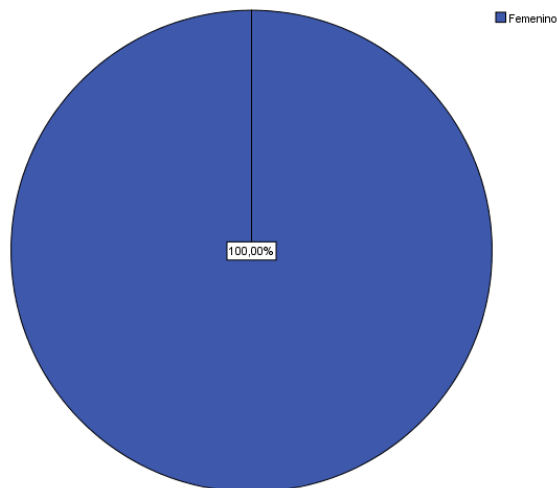


Gráfico 11 Género del dirigente de la Asociación
Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

La totalidad de las asociaciones objeto de estudio están dirigidas exclusivamente por mujeres.

Pregunta 7: ¿Cuál es el nivel de estudio del gerente o persona que dirige a la asociación?

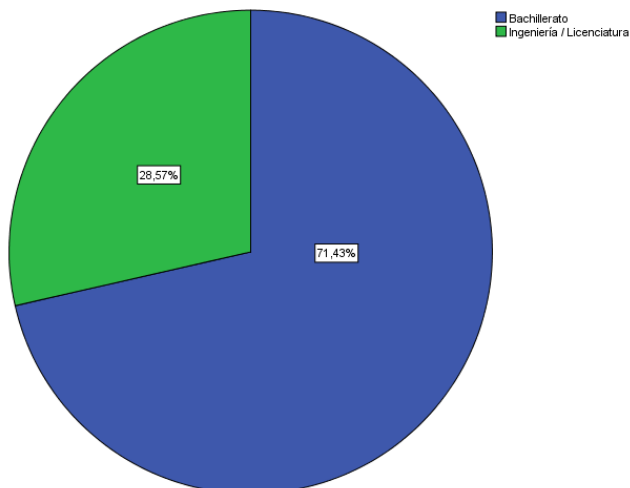


Gráfico 12 Nivel de estudios dirigente de la Asociación
Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

Las dirigentes de las asociaciones con el 71,43%, mayoritariamente tiene una formación de bachillerato, el restante 28,57% tiene formación universitaria, es decir, Ingeniería o licenciatura.

4.3. Variable innovación

4.3.1. Indicadores de innovación – Dimensión innovación del producto

Indicador de innovación I1: Adquisición, desarrollo o mejora frecuente de nuevos productos/servicios aceptados en el mercado

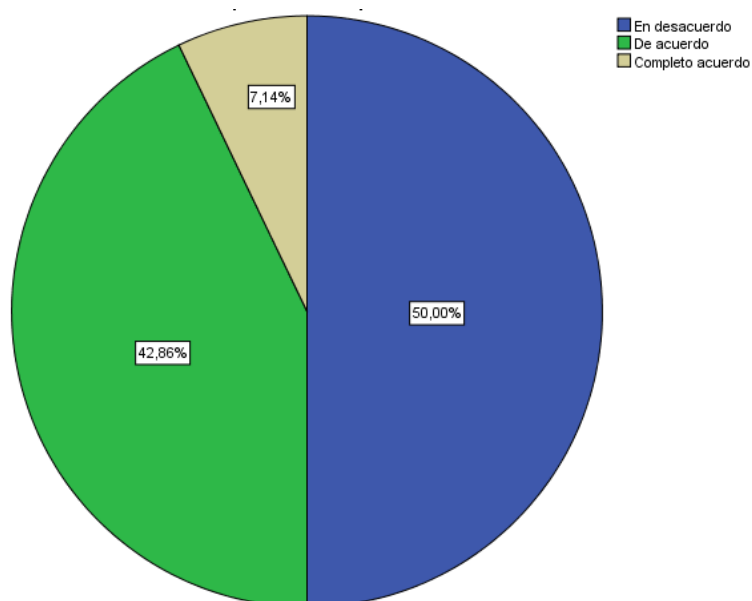


Gráfico 13 Indicador de innovación I1
Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

El 50% de las asociaciones afirman estar en desacuerdo respecto a adquirir, desarrollar o mejorar con frecuencia nuevos productos/servicios que sean aceptados en el mercado, el 42,06% en cambio están de acuerdo, mientras que solo el 7,14% sostiene encontrarse en completo acuerdo, lo que indica que la opinión respecto a generar nuevos productos es dividida.

Indicador de innovación I2: Aporte significativo de las ventas de los nuevos o mejorados productos/servicios en las utilidades

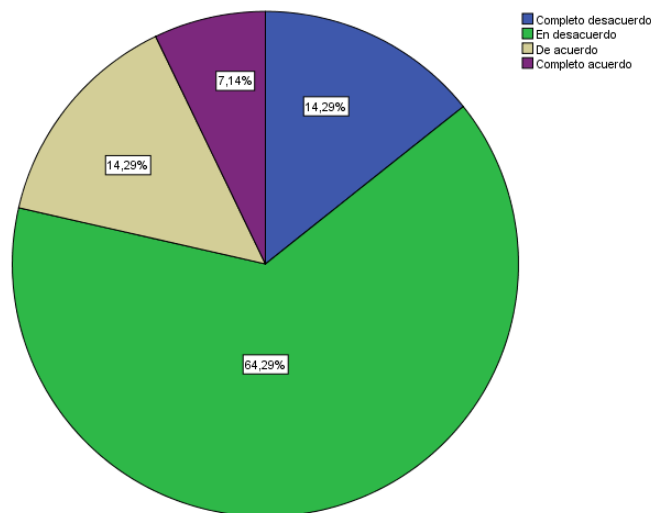


Gráfico 14 Indicador de innovación I2

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

En cuanto a un aporte significativo de las ventas de nuevos o mejorados productos o servicios en las utilidades, la mayoría de las encuestadas afirman con el 64,29% estar en desacuerdo, el 14,29% opinan estar en completo desacuerdo, otro 14,29% afirman es de acuerdo y solo el 7,13% están en completo acuerdo, esto implica que la principal percepción es que las asociaciones no se benefician en cuanto a utilidades por ventas de productos o servicios innovadores.

Indicador de innovación I3: Generación de imitación constante de la competencia de los nuevos o mejorados productos/servicios

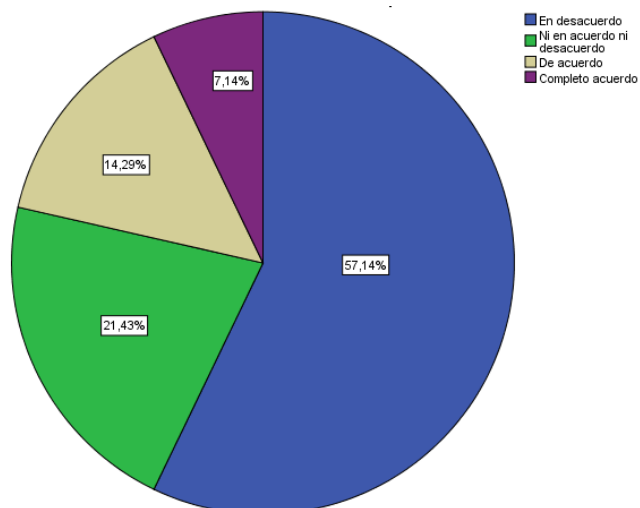


Gráfico 15 Indicador de innovación I3

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

El 57,14% de las asociaciones encuestadas aseveran estar en desacuerdo respecto a que los nuevos o mejorados productos/servicios constantemente generan imitación de la competencia, el 21,43% mantienen una postura neutral, es decir, ni en acuerdo ni desacuerdo, le sigue el 14,29% que están de acuerdo y finalmente el 7,14% están completamente de acuerdo, por tanto, es bajo el porcentaje en conjunto que aprecian imitación de la competencia de productos o servicios innovadores.

Indicador de innovación I4: Capacidad de I+D (investigación y desarrollo) de nuevos productos/servicios mejor que la competencia

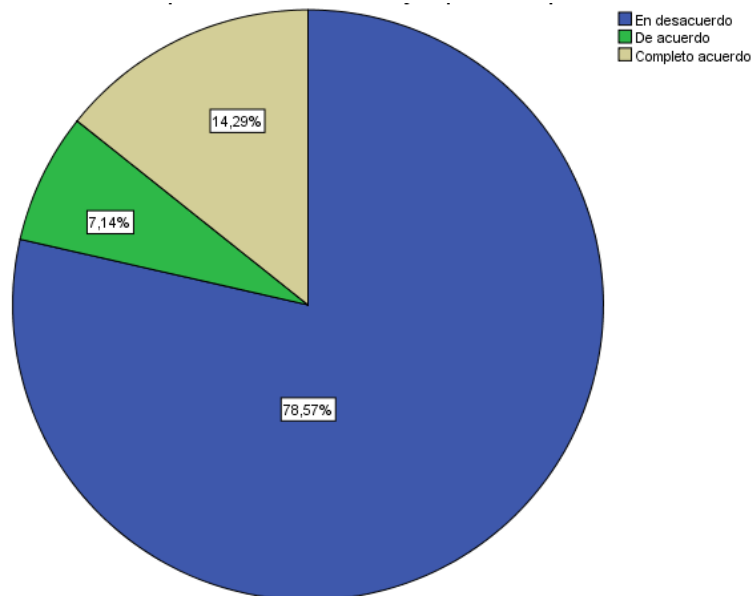


Gráfico 16 Indicador de innovación I4

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

Respecto a si las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria cuentan con una capacidad de I+D (investigación y desarrollo) de nuevos productos/servicios mejor que la competencia, el 78,57% manifiesta estar en desacuerdo, el 14,29% está en completo acuerdo y el 7,14% afirma encontrarse de acuerdo, se identifica a primera vista que las asociaciones encuestadas no cuentan con capacidad de I+D.

Indicador de innovación I5: Lanzamiento frecuente de nuevos o mejorados productos/servicios más rápido que la competencia

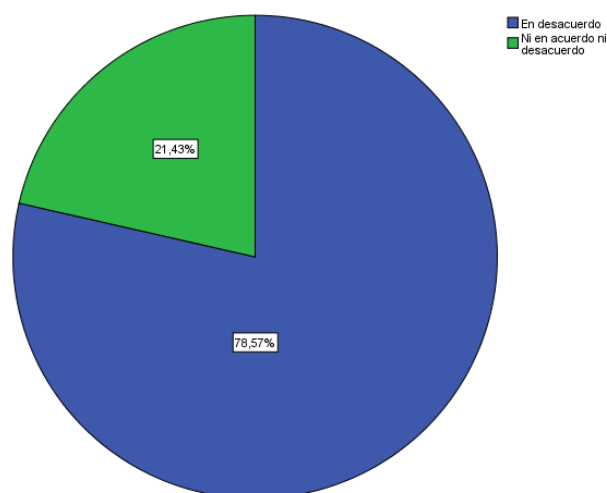


Gráfico 17 Indicador de innovación I5

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

Las encuestadas en un 78,57% están en desacuerdo respecto al lanzamiento frecuente de nuevos o mejorados productos/servicios más rápido que la competencia, el 21,43% restante es neutral ya que no están ni en desacuerdo ni de acuerdo, a simple vista se entiende que las asociaciones no se anticipan a la competencia al lanzar al mercado productos o servicios innovadores.

4.3.2. Resultados dimensión innovación del producto

Tabla 9. Resultado dimensión innovación del producto

Alternativa	Completo desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completo acuerdo	Suma	Promedio indicador
Valor alternativa	1	2	3	4	5		
I1 Frecuencia	0	7	0	6	1	14	3,07
Producto	0	14	0	24	5	43	
I2 Frecuencia	2	9	0	2	1	14	2,36
Producto	2	18	0	8	5	33	
I3 Frecuencia	0	8	3	2	1	14	2,71
Producto	0	16	9	8	5	38	
I4 Frecuencia	0	11	0	1	2	14	2,57
Producto	0	22	0	4	10	36	
I5 Frecuencia	0	11	3	0	0	14	2,21
Producto	0	22	9	0	0	31	

Elaborado por: Jiménez Gabriela

La dimensión innovación del producto se compone de los indicadores I1, I2, I3, I4 e I5, en la tabla anterior se visualiza el promedio de cada indicador, al analizar cada

uno de los resultados se evidencia que para las asociaciones EPS de la provincia de Cotopaxi tiene más relevancia la adquisición, desarrollo o mejora con frecuencia de nuevos productos/servicios que sean aceptados en el mercado con un promedio de 3,07 puntos, seguido de la generación constante de imitación de la competencia de los nuevos o mejorados productos/servicios con 2,71 puntos, además consideran contar con capacidad de I+D (investigación y desarrollo) de nuevos productos/servicios mejor que la competencia en un promedio de 2,57 puntos, mientras que las ventas de los nuevos o mejorados productos/servicios representan un aporte significativo en las utilidades y el lanzamiento de los nuevos o mejorados productos/servicios más rápido que la competencia tienen un promedio de 2,36 y 2,21 puntos respectivamente.

4.3.3. Indicadores de innovación – Dimensión innovación del proceso

Indicador de innovación I6: Adquisición frecuente de nuevos equipos o habilidades para mejorar las operaciones o procesos

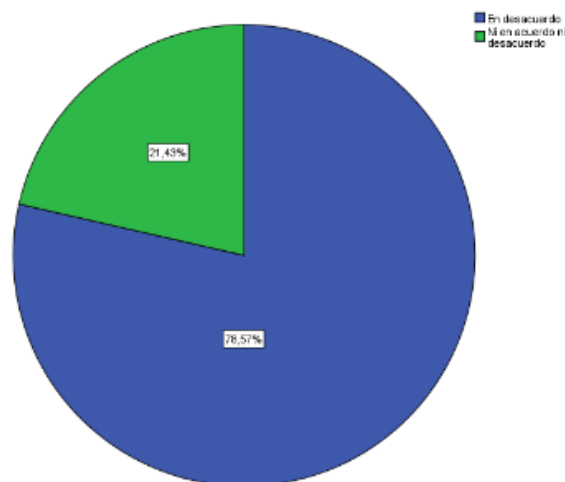


Gráfico 18 Indicador de innovación I6

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

En cuanto a adquisición frecuente de nuevos equipos o habilidades para mejorar las operaciones o procesos, las asociaciones que fueron encuestadas en este estudio, manifiestan en su mayoría con el 78,57% estar en desacuerdo, mientras el restante el 21,43% mantiene una postura neutral, es decir, no se muestran ni en desacuerdo ni de acuerdo, considerando solo este indicador se puede decir, de manera preliminar, que las asociaciones no adquieren nuevos equipos o habilidades para mejorar sus procesos.

Indicador de innovación I7: Posibilidad de desarrollar operaciones o procesos más eficientes que la competencia

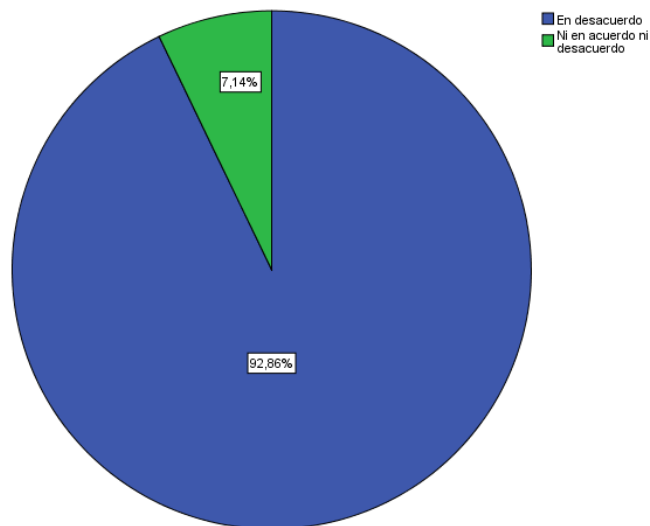


Gráfico 19 Indicador de innovación I7
Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

Las asociaciones encuestadas sostienen en un 92,86% estar en desacuerdo respecto a la posibilidad de desarrollar operaciones o procesos más eficientes que la competencia, el restante 7,14% no está ni en desacuerdo ni de acuerdo, es contundente que las asociaciones no perciben tener actualmente más posibilidades frente a sus competidores de desarrollar procesos u operaciones.

Indicador de innovación I8: Flexibilidad al adquirir o desarrollar productos/servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes

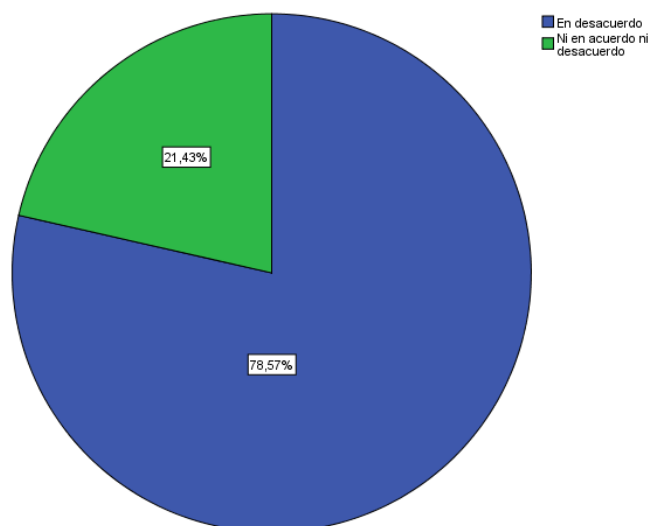


Gráfico 20 Indicador de innovación I8
Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

Respecto a flexibilidad al adquirir o desarrollar productos/servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes, las asociaciones EPS encuestadas sostienen mayoritariamente con el 78,57% estar en desacuerdo, el 21,43% restante es neutral, muestran una postura ni en desacuerdo ni de acuerdo, considerando únicamente este indicador se puede decir que no hay flexibilidad para adquirir nuevos productos en las asociaciones.

Indicador de innovación I9: Imitación de la competencia de los nuevos procesos de operación aplicados

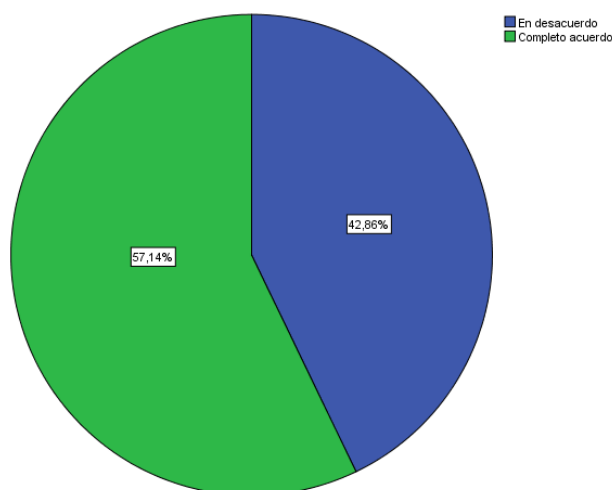


Gráfico 21 Indicador de innovación I9

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

Si los nuevos procesos de operación aplicados en la asociación despiertan imitación de los competidores, las encuestadas en un 57,14% manifiestan estar en desacuerdo, en contraparte el 42,86% están en completo acuerdo, la mayoría percibe que su innovación en procesos no despierta imitación.

4.3.4. Resultados dimensión innovación del proceso

La dimensión innovación del proceso se compone de cuatro indicadores: I6, I7, I8 e I9, en la tabla siguiente se visualiza el promedio de cada uno, al analizar los resultados se evidencia que para las asociaciones EPS de la provincia de Cotopaxi tiene más relevancia el hecho que los nuevos procesos de operación aplicados en la asociación despiertan imitación de los competidores con un promedio de 3,71 puntos, seguido de dos indicadores con promedio de 2,21 puntos: la adquisición frecuente de nuevos equipos o habilidades para mejorar las operaciones o procesos

y la flexibilidad al adquirir o desarrollar productos/servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes, finalmente la posibilidad de desarrollar operaciones o procesos más eficientes que la competencia tiene un promedio de 2,07 puntos.

Tabla 10. Resultados dimensión innovación del proceso

Alternativa	Completo desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completo acuerdo	Suma	Promedio indicador
Valor alternativa	1	2	3	4	5		
I6 Frecuencia	0	11	3	0	0	14	2,21
Producto	0	22	9	0	0	31	
I7 Frecuencia	0	13	1	0	0	14	2,07
Producto	0	26	3	0	0	29	
I8 Frecuencia	0	11	3	0	0	14	2,21
Producto	0	22	9	0	0	31	
I9 Frecuencia	0	6	0	0	8	14	3,71
Producto	0	12	0	0	40	52	

Elaborado por: Jiménez Gabriela

4.3.5. Indicadores de innovación – Dimensión innovación de sistemas de gestión

Indicador de innovación I10: Cambios efectuados por los líderes en la división de trabajo entre las diferentes áreas de acuerdo a las exigencias de la gestión del mercado

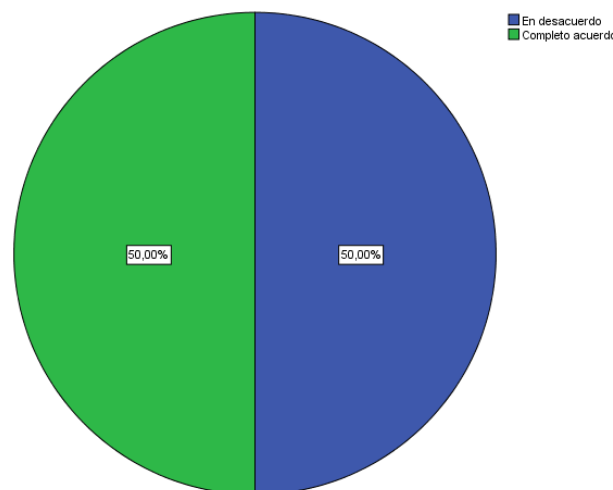


Gráfico 22 Indicador de innovación I10

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

Respecto a si los líderes efectúan cambios en la división de trabajo entre las diferentes áreas de acuerdo a las exigencias de la gestión del mercado las asociaciones encuestadas dividen su postura equitativamente entre las alternativas: en desacuerdo y completo acuerdo con 50% cada una.

Indicador de innovación I11: Énfasis en la capacidad innovadora y creativa en la contratación de personal

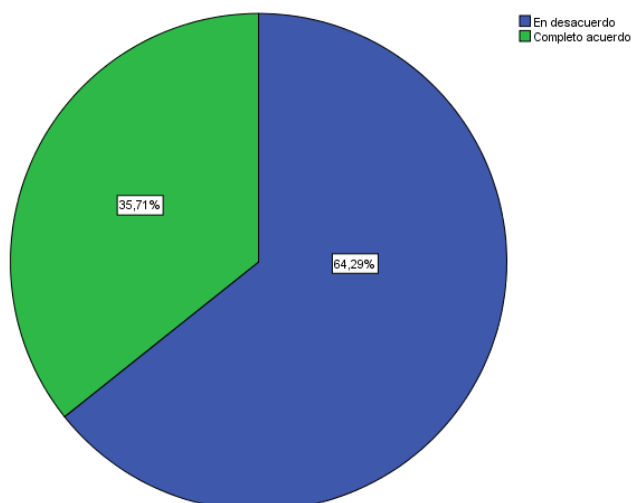


Gráfico 23 Indicador de innovación I11

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

Sobre si se enfatiza la capacidad innovadora y creativa en la contratación de personal, el 64,29% de las representantes de las asociaciones encuestados para el presente estudio, indican estar en desacuerdo ante el enunciado, mientras que el 31,71% restante está completamente de acuerdo con la afirmación, por lo que se puede decir que si se evidencia énfasis en la capacidad innovadora y creativa de las personas a contratar.

Indicador de innovación I12: Eficacia y eficiencia del nuevo sistema de contratación de personal acogido por la asociación

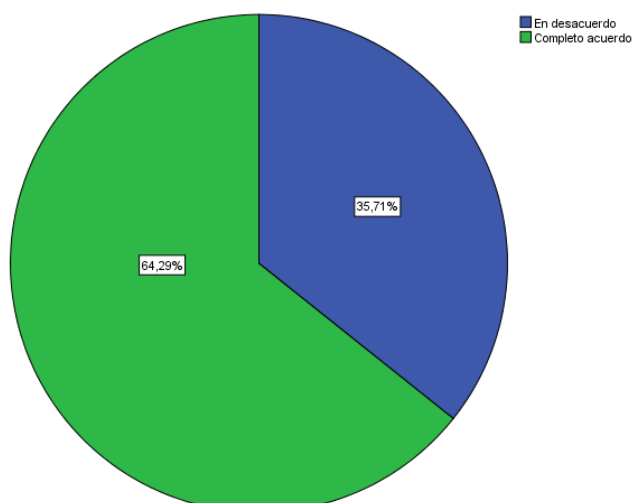


Gráfico 24 Indicador de innovación I12

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

En cuanto a si el nuevo sistema de contratación de personal acogido por la asociación es eficaz y eficiente las asociaciones encuestadas en su mayoría con el 62,29% aseveran estar en completo acuerdo, en contraparte el 35,71% opinan estar en desacuerdo, para el caso de este indicador la diferencia se encuentra bastante marcada.

Indicador de innovación I13: Nuevo método de evaluación del desempeño acogido permite a los líderes de las distintas áreas saber el nivel de cumplimiento del personal en los objetivos de la asociación

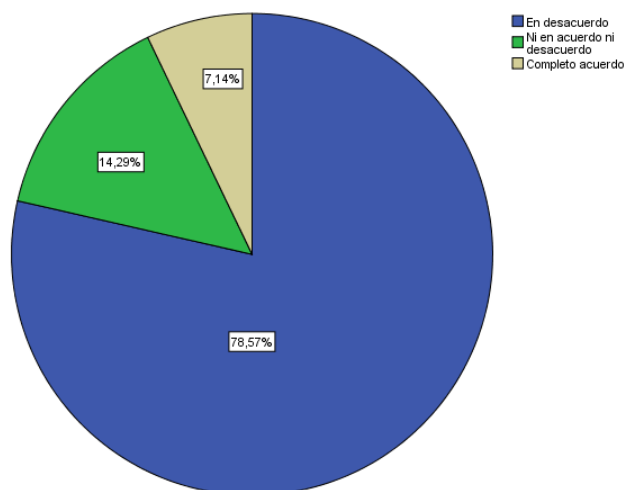


Gráfico 25 Indicador de innovación I13

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

Si el nuevo método de evaluación del desempeño acogido permite a los líderes de las distintas áreas saber el nivel de cumplimiento del personal en los objetivos de la asociación, las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria con el 78,57%, es decir la mayoría manifiesta estar de desacuerdo, seguido del 14,29% que mantiene una postura indiferente, lo que quiere decir que no se encuentran ni en desacuerdo ni de acuerdo, finalmente el 7,14% indica estar en completo acuerdo.

4.3.6. Resultados dimensión innovación de sistemas de gestión

La dimensión innovación de sistemas de gestión se compone de los indicadores I10, I11, I12 e I13, en la tabla siguiente se visualiza el promedio de cada indicador, al analizar los resultados se evidencia que para las asociaciones EPS de la provincia de Cotopaxi tiene más relevancia la eficacia y eficiencia del nuevo sistema de contratación de personal acogido por la asociación con un promedio de 3,93 puntos,

seguido con 3,50 puntos por los cambios efectuados por los líderes en la división de trabajo entre las diferentes áreas de acuerdo a las exigencias de la gestión del mercado, en cuarto lugar con 3,07 puntos se encuentra el énfasis de la capacidad innovadora y creativa en la contratación de personal; y por último con 2,36 puntos se encuentra el nuevo método de evaluación del desempeño acogido que permite a los líderes de las distintas áreas saber el nivel de cumplimiento del personal en los objetivos de la asociación.

Tabla 11. Resultados dimensión innovación de sistemas de gestión

Alternativa	Completo desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completo acuerdo	Suma	Promedio indicador	
Valor alternativa	1	2	3	4	5			
I10	Frecuencia	0	7	0	0	7	14	3,50
	Producto	0	14	0	0	35	49	
I11	Frecuencia	0	9	0	0	5	14	3,07
	Producto	0	18	0	0	25	43	
I12	Frecuencia	0	5	0	0	9	14	3,93
	Producto	0	10	0	0	45	55	
I13	Frecuencia	0	11	2	0	1	14	2,36
	Producto	0	22	6	0	5	33	

Elaborado por: Jiménez Gabriela

4.4. Promedio de la variable innovación en las asociaciones EPS de Cotopaxi

En general considerando los promedios de cada indicador de las tres dimensiones analizadas, el promedio de la variable innovación, en las asociaciones EPS de Cotopaxi, alcanza los 2,77 puntos sobre 5, equivalente a un nivel medio.

Tabla 12. Promedio de innovación en las asociaciones EPS de Cotopaxi

Dimensión	Indicador	Promedio indicador	Promedio dimensión
Innovación del producto	I1	3,07	2,59
	I2	2,36	
	I3	2,71	
	I4	2,57	
	I5	2,21	
Innovación del proceso	I6	2,21	2,55
	I7	2,07	
	I8	2,21	
	I9	3,71	
Innovación de sistemas de gestión	I10	3,50	3,21
	I11	3,07	
	I12	3,93	
	I13	2,36	
Promedio innovación			2,77

Elaborado por: Jiménez Gabriela

4.5. Variable competitividad

4.5.1. Indicadores de competitividad – Dimensión desempeño financiero

Indicador de competitividad C1: Buen ROI en los últimos tres años

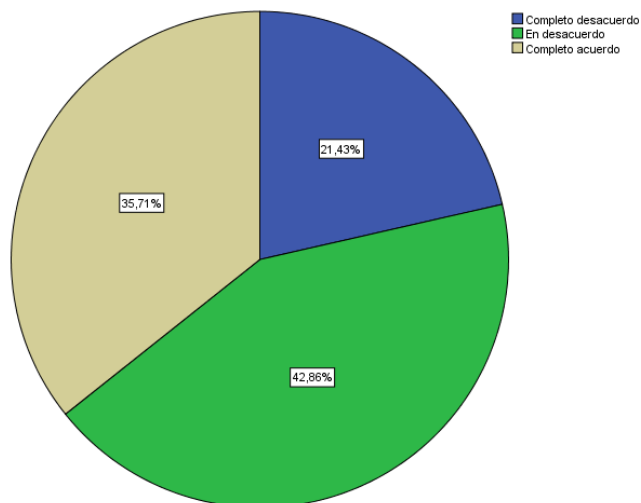


Gráfico 26 Indicador de competitividad C1

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

Respecto a si el ROI (retorno de inversión) ha sido muy bueno en los últimos tres años, las encuestadas afirman con el 42,86% estar en desacuerdo, el 35,71% opinan estar en completo acuerdo, y el 21,43% están en completo desacuerdo, por lo que se evidencia que es más notable que el ROI en los últimos periodos no ha sido favorable para las asociaciones.

Indicador de competitividad C2: Buenas ventas los últimos tres años

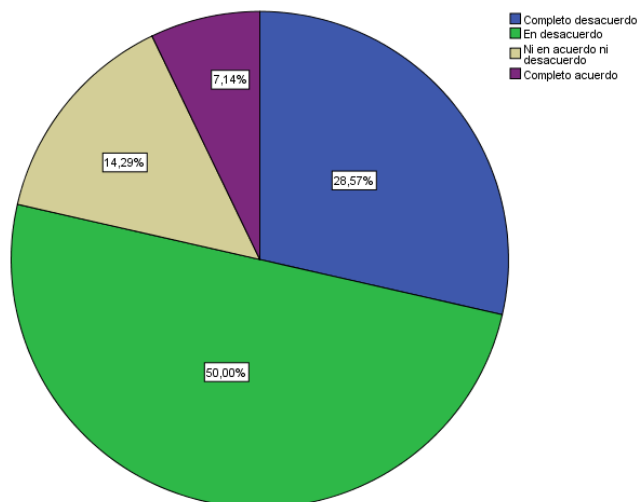


Gráfico 27 Indicador de competitividad C2

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

Sobre buenas ventas alcanzadas en los últimos tres años, el 50% afirman estar en desacuerdo, el 28,57% opinan estar en completo desacuerdo, el 14,29% ni en acuerdo ni desacuerdo, y solo el 7,14% están en completo acuerdo, por lo que se evidencia que es más notable que en los últimos periodos las ventas no han sido favorables para las asociaciones.

Indicador de competitividad C3: Buenos resultados financieros los últimos tres años

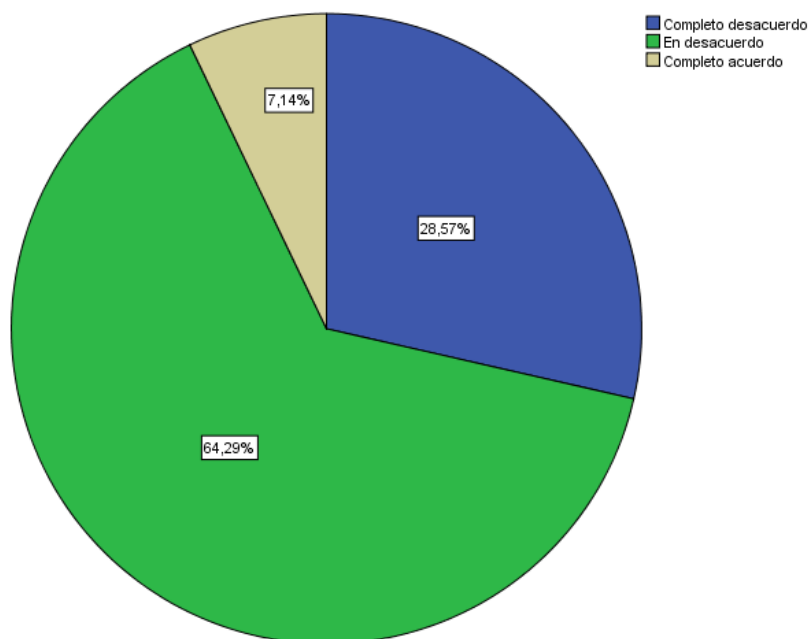


Gráfico 28 Indicador de competitividad C3
Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

El 64,29% de las asociaciones encuestadas sostienen estar en desacuerdo respecto a que se ha alcanzado buenos resultados financieros los tres últimos años, por su parte el 28,57% está en completo desacuerdo, finalmente el 7,14% está en completo acuerdo, así la mayor parte percibe no haber tenido buenos resultados los últimos tres periodos.

Indicador de competitividad C4: Utilidades en los últimos tres años

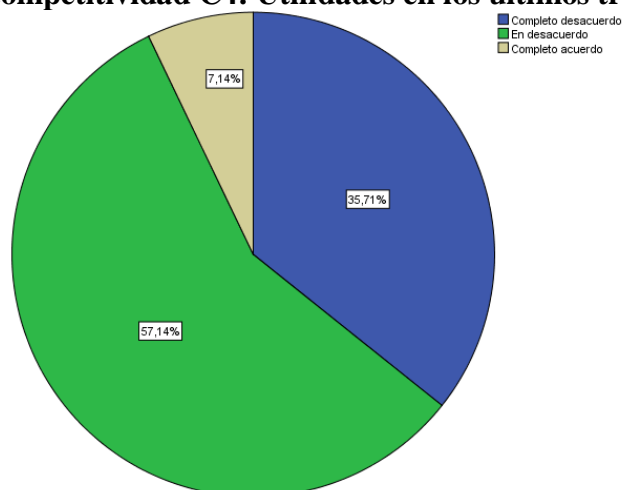


Gráfico 29 Indicador de competitividad C4

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

El 57,14% de las asociaciones encuestadas sostienen estar en desacuerdo respecto a que las utilidades han sido buenas en los tres últimos años, por su parte el 35,72% está en completo desacuerdo, finalmente el 7,14% está en completo acuerdo, así la mayor parte percibe no haber tenido buenas utilidades los últimos tres periodos.

4.5.2. Resultados dimensión competitividad desempeño financiero

Tabla 13. Resultados dimensión competitividad desempeño financiero

Alternativa	Completo desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completo acuerdo	Suma	Promedio indicador
Valor alternativa	1	2	3	4	5		
C1 Frecuencia	3	6	0	0	5	14	2,86
C1 Producto	3	12	0	0	25	40	
C2 Frecuencia	4	7	2	0	1	14	2,07
C2 Producto	4	14	6	0	5	29	
C3 Frecuencia	4	9	0	0	1	14	1,93
C3 Producto	4	18	0	0	5	27	
C4 Frecuencia	5	8	0	0	1	14	1,86
C4 Producto	5	16	0	0	5	26	

Elaborado por: Jiménez Gabriela

La dimensión competitividad desempeño financiero se compone de los indicadores C1, C2, C3 y C4, en la tabla anterior se visualiza el promedio de cada indicador, al analizar cada uno de los resultados se evidencia que para las asociaciones EPS de la provincia de Cotopaxi tiene más impacto alcanzar un buen ROI en los últimos tres años con un promedio de 2,86 puntos; seguido con 2,07 puntos buenas ventas; en tercer lugar con 1,93 puntos se encuentra buenos resultados financieros; y por

último con 1,86 puntos se encuentra haber alcanzado buenas utilidades en los últimos 3 periodos.

4.5.3. Indicadores de competitividad – dimensión reducción de costos

Indicador de competitividad C5: Costos bajos de los pedidos con proveedores

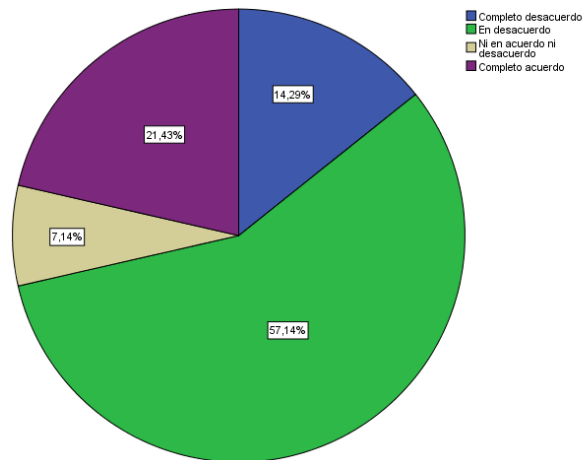


Gráfico 30 Indicador de competitividad C5
Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

Si los costos de los pedidos con los proveedores son bajos, la mayoría de las encuestadas con el 57,14% afirman estar en desacuerdo, el 21,43% opinan estar en completo acuerdo, seguido del 14,29% quienes manifiestan estar en completo desacuerdo y el 7,14% no se encuentran ni en acuerdo ni desacuerdo, por lo que se evidencia que es más notable que para muchas de las asociaciones los costos de los pedidos con los proveedores no son bajos.

Indicador de competitividad C6: Costos bajos de materia primas e insumos con los proveedores

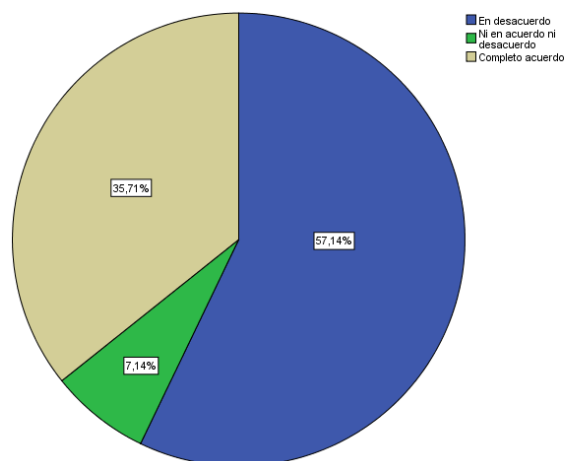


Gráfico 31 Indicador de competitividad C6
Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

El 57,14% de las encuestadas sostienen estar en desacuerdo respecto a que los costos de materia primas e insumos con los proveedores son bajos, por su parte el 35,72% está en completo acuerdo, y finalmente el 7,14% tienen una postura neutral, es decir ni en acuerdo ni desacuerdo, así la mayor parte de las asociaciones perciben no tener costos bajos en cuanto a materias primas e insumos.

Indicador de competitividad C7: Costos de transporte bajos con los proveedores

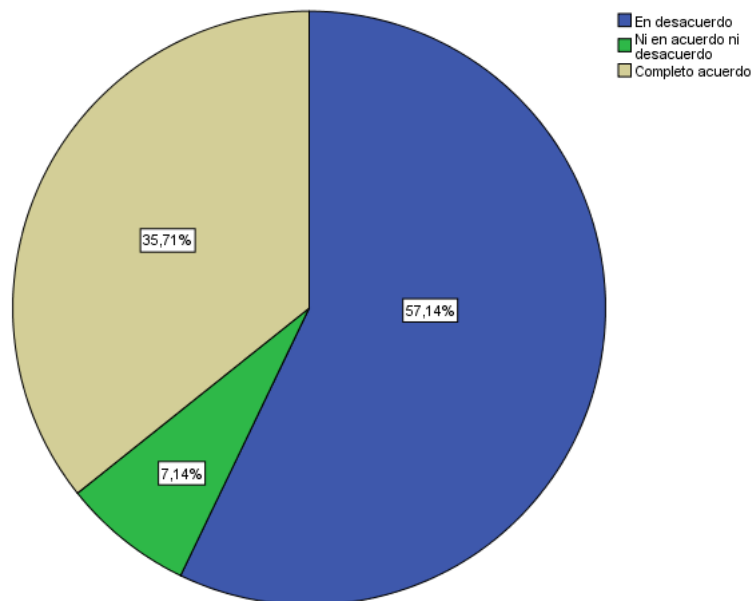


Gráfico 32 Indicador de competitividad C7

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

Sobre costos de transporte bajos con los proveedores, el 57,14% de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria de la provincia de Cotopaxi, afirman estar en desacuerdo, el 35,72% opinan estar en completo acuerdo, y el 7,14% sostienen no estar ni en acuerdo ni desacuerdo, es decir que mantienen una postura neutral. Por lo que se evidencia que es más notable para las asociaciones que los costos de transporte no son bajos.

Indicador de competitividad C8: Costos bajos de producción/prestación del servicio/venta de la asociación

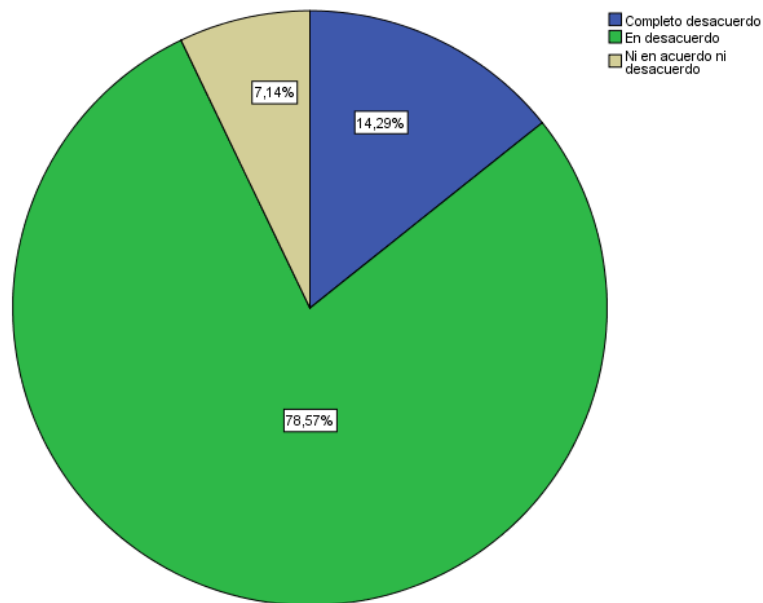


Gráfico 33 Indicador de competitividad C8
Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

El 78,57% de las asociaciones encuestadas sostienen estar en desacuerdo respecto a que los costos de venta son bajos, por su parte el 14,29% está en completo desacuerdo, finalmente el 7,14% no están ni en acuerdo ni desacuerdo, así la mayor parte percibe no tener costos de venta/ producción bajos.

4.5.4. Resultados dimensión competitividad reducción de costos

Tabla 14. Resultados dimensión competitividad reducción de costos

Alternativa	Completo desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completo acuerdo	Suma	Promedio indicador
Valor alternativa	1	2	3	4	5		
C5 Frecuencia	2	8	1	0	3	14	2,57
Producto	2	16	3	0	15	36	
C6 Frecuencia	0	8	1	0	5	14	3,14
Producto	0	16	3	0	25	44	
C7 Frecuencia	0	8	1	0	5	14	3,14
Producto	0	16	3	0	25	44	
C8 Frecuencia	2	11	1	0	0	14	1,93
Producto	2	22	3	0	0	27	

Elaborado por: Jiménez Gabriela

La dimensión competitividad reducción de costos se compone de los indicadores C5, C6, C7 y C8, en la tabla anterior se visualiza el promedio de cada indicador, al

analizar los resultados se evidencia que para las asociaciones EPS de la provincia de Cotopaxi tiene más impacto dos indicadores cuyo promedio coincide en 3,14 puntos: bajo costo de transporte y bajo costo de materias primas e insumos, le sigue con 2,57 puntos, costos bajos de materia primas e insumos con los proveedores; y por último con 1,93 puntos se encuentra costos bajos de venta o producción.

4.6. Indicadores de competitividad – dimensión uso de tecnología

Indicador de competitividad C9: Incremento del desarrollo de productos / servicios

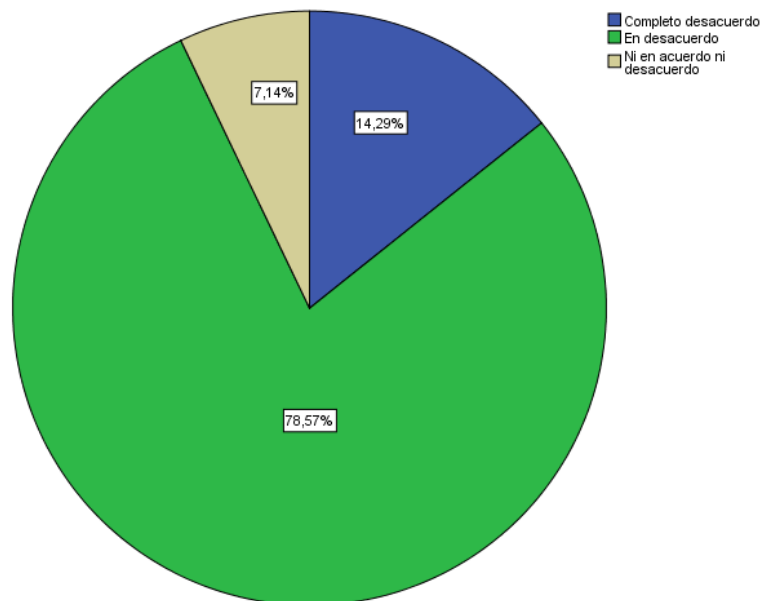


Gráfico 34 Indicador de competitividad C9

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

El 78,57% de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria de la provincia de Cotopaxi encuestadas sostienen estar en desacuerdo respecto a que exista un incremento del desarrollo de productos /servicios gracias a la tecnología, el 14,29% en cambio sostiene estar en completo desacuerdo, mientras que el 7,14% es indiferente no se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo, por lo que se percibe que la mayor parte de asociaciones no presentan un incremento en el desarrollo de productos o servicios.

Indicador de competitividad C10: Mejora del proceso de producción / prestación de servicios

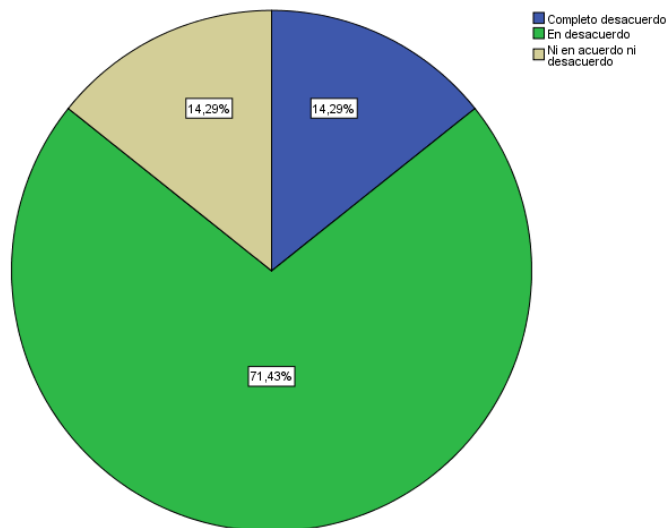


Gráfico 35 Indicador de competitividad C10
Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

El 71,42% de las asociaciones encuestadas sostienen estar en desacuerdo respecto a haber realizado mejora en el proceso de producción o prestación de servicios, en contraparte el 14,29% está en completo desacuerdo, dicho porcentaje coincide con el 14,29% restante que mantienen una postura neutral ya que no están ni en acuerdo ni desacuerdo con esta afirmación, así la mayor parte de asociaciones EPS, declara que actualmente no realizan mejoras tecnológicas.

Indicador de competitividad C11: Planificación de proyectos

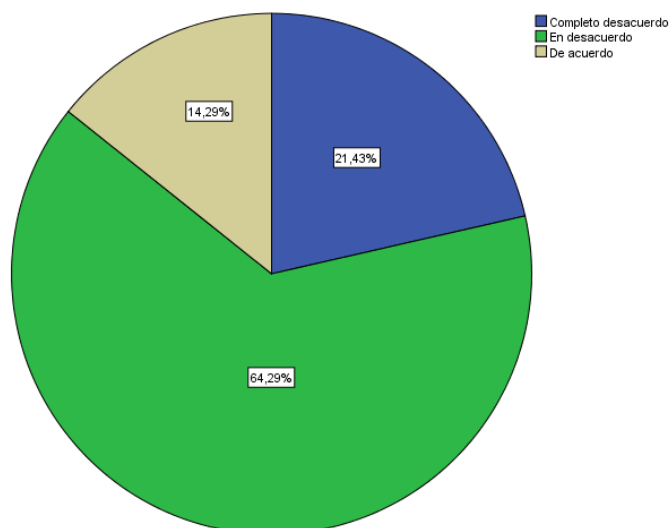


Gráfico 36 Indicador de competitividad C11
Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

El 64,29% de las asociaciones encuestadas sostienen estar en desacuerdo respecto a haber realizado planificación de proyectos, en contraparte el 21,43% está en completo desacuerdo, y finalmente el 14,28% restante están de acuerdo, así la mayor parte de asociaciones EPS declara que actualmente no realizan planificación de proyectos.

Indicador de competitividad C12: Incremento del desarrollo de sistemas de información

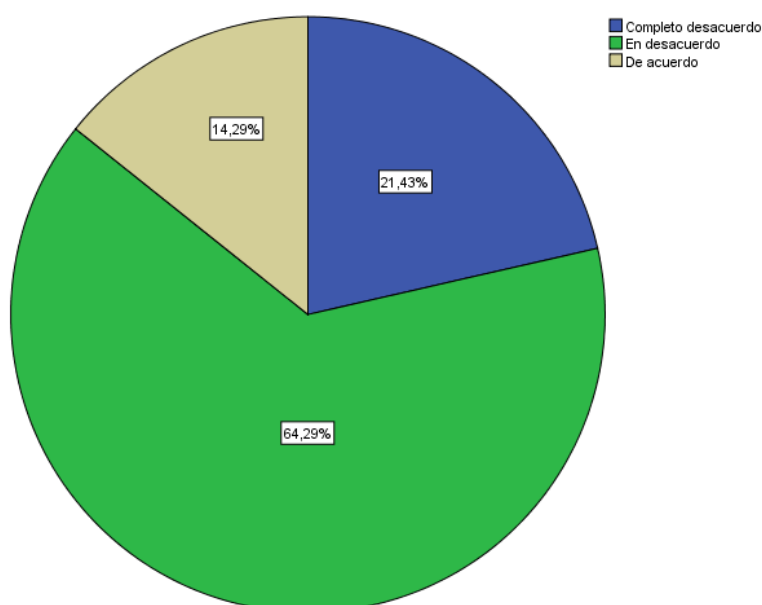


Gráfico 37 Indicador de competitividad C12

Fuente: Encuesta

Interpretación y análisis:

Sobre incremento del desarrollo de sistemas de información, la mayoría de asociaciones con el 64,29% afirman estar en desacuerdo, el 21,43% opinan estar en completo desacuerdo, y apenas el 14,28% sostienen estar de acuerdo, por lo que se evidencia que es más notable para las asociaciones no existe incremento de uso de sistemas y tecnologías de información.

4.6.1. Resultados dimensión competitividad uso de tecnología

La dimensión competitividad uso de tecnología se compone de los indicadores C9, C10, C11 y C12, en la tabla siguiente se visualiza el promedio de cada indicador, al analizar cada uno de los resultados se evidencia que para las asociaciones EPS

de la provincia de Cotopaxi tiene más impacto el indicador incremento del desarrollo de sistemas de información con 2,07 puntos al igual que la planificación de proyectos, seguido de la mejora de producción o prestación de servicios basados en tecnología con 2,00 puntos y en último lugar con un promedio de 1,93 puntos, el incremento del desarrollo de productos/servicios, basado en tecnología.

Tabla 15. Resultados dimensión competitividad uso de tecnología

Alternativa	Completo desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completo acuerdo	Suma	Promedio indicador	
Valor alternativa	1	2	3	4	5			
C9	Frecuencia	2	11	1	0	0	14	1,93
	Producto	2	22	3	0	0	27	
C10	Frecuencia	2	10	2	0	0	14	2,00
	Producto	2	20	6	0	0	28	
C11	Frecuencia	3	9	0	2	0	14	2,07
	Producto	3	18	0	8	0	29	
C12	Frecuencia	3	9	0	2	0	14	2,07
	Producto	3	18	0	8	0	29	

Elaborado por: Jiménez Gabriela

4.7. Promedio de la variable competitividad en las asociaciones EPS de Cotopaxi

En general considerando los promedios de cada indicador de las tres dimensiones analizadas, el promedio de la variable competitividad, en las asociaciones EPS de la provincia de Cotopaxi, alcanza los 2,30 puntos sobre 5, lo que equivale a un nivel medio bajo.

Tabla 16. Promedio de competitividad en las asociaciones EPS de Cotopaxi

Dimensión	Indicador	Promedio indicador	Promedio dimensión
Desempeño Financiero	C1	2,86	2,18
	C2	2,07	
	C3	1,93	
	C4	1,86	
Reducción de costos	C5	2,57	2,70
	C6	3,14	
	C7	3,14	
	C8	1,93	
Uso de tecnología	C9	1,93	2,02
	C10	2,00	
	C11	2,07	
	C12	2,07	
Promedio competitividad			2,30

Elaborado por: Jiménez Gabriela

4.8. Correlación variables innovación y competitividad

Una vez que se ha tabulado los datos recolectados en las encuestas aplicadas y se los ha procesado en el programa SPSS se han creado con ellos la variable innovación que conjuga los indicadores I1 a I13, esta constituye la variable independiente; mientras que la variable innovación se compone de los indicadores C1 a C12 representa la variable dependiente.

Tabla 17. Correlación innovación y competitividad en las asociaciones EPS de Cotopaxi

		Competitividad Promedio	
Rho de Spearman	Innovación Promedio	Coefficiente de correlación	0,216
		Sig. (bilateral)	0,457
		N	14

Elaborado por: Jiménez Gabriela

El valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0,216 al contrarrestarlo con la tabla de interpretación de este coeficiente (Tabla 18) se determina que la correlación de las variables es positiva baja, es decir, que levemente a mayor nivel de innovación incrementa la competitividad, sin embargo, esto no es concluyente al visualizar el gráfico de dispersión de los datos y la línea de tendencia (Gráfico 38) se observa que no es considerable la relación entre estos, además se debe interpretar también la significancia para dictaminar finalmente el cumplimiento o no de la hipótesis.

Tabla 18. Grado de relación según coeficiente de correlación

Rango valor de Rho	Significado
-1,00	Correlación negativa grande y perfecta
-0,90 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,70 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,40 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,20 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,10 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0,00	No existe correlación / Correlación nula
+0,01 a +0,19	Correlación positiva muy baja
+0,20 a +0,39	Correlación positiva baja
+0,40 a +0,69	Correlación positiva moderada
+0,70 a +0,89	Correlación positiva alta
+0,90 a +0,99	Correlación positiva muy alta
+1,00	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: (Martínez & Campos, 2015)

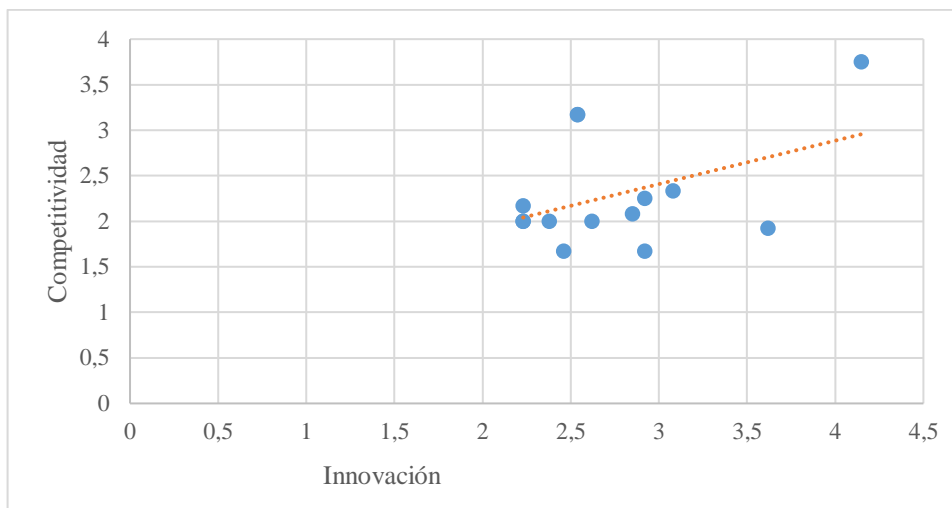


Gráfico 38 Correlación Innovación - Competitividad y línea de tendencia
 Elaborado por: Jiménez Gabriela

4.9. Prueba de Hipótesis

Retomando las hipótesis planteadas:

H₀: La innovación no es un factor estratégico en la competitividad de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria de Cotopaxi.

H₁: La innovación es un factor estratégico en la competitividad de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria de Cotopaxi.

Y con el procesamiento de los datos de las encuestas al obtener el coeficiente de correlación Rho de Spearman con el software SPSS, el reporte entrega el valor de significancia cuya nomenclatura estadística es p, de 0,457 como se observa en la Tabla 16, con el 95% de nivel de confianza y al contrarrestar este dato con la definición: “obtenemos que $p < .05$, rechazamos la H₀ y decimos que existe una correlación significativa (H₁). En caso contrario, no podemos rechazar la hipótesis nula, y no podemos afirmar que la correlación difiera significativamente de 0” (Ferrero, 2020, párr.5). Entonces no podemos rechazar la hipótesis nula, por tanto, la misma se acepta, para esta investigación esto implica que bajo las condiciones actuales la innovación no es un factor estratégico en la competitividad de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria de Cotopaxi.

4.10. Otros resultados: correlaciones por dimensión

Adicional al análisis en general sobre la innovación como factor clave de la competitividad, se ha realizado el análisis de la correlación existente entre las

diferentes dimensiones de las variables y la competitividad en general, los resultados se presentan a continuación:

Tabla 19. Correlación dimensiones de la innovación y competitividad

Rho de Spearman	Competitividad Promedio	Coeficiente de correlación	Dimensión Innovación		
			Del producto	Del proceso	De sistemas de gestión
			0,660	0,244	-0,141
		Sig. (bilateral)	0,010	0,401	0,631
		N	14	14	14

Elaborado por: Jiménez Gabriela

Los valores obtenidos al contrarrestarlos con la Tabla 18 muestran que la innovación del producto con un Rho de Spearman de 0,660 tiene una correlación positiva moderada con la competitividad, y una significancia $p = 0,01$, por tanto, en este caso existe correlación significativa, se interpreta entonces que esta primera dimensión es la que impacta de manera positiva a la competitividad de la asociaciones; respecto a la segunda dimensión, innovación del proceso, con un Rho de Spearman = 0,244 indica una correlación positiva baja, con un $p=0,40$ por lo que no hay significancia y finalmente la tercera dimensión innovación en sistemas de gestión con un Rho de Spearman = - 0,141 indica una correlación negativa muy baja, su $p = 0,631$ demuestra que no hay significancia.

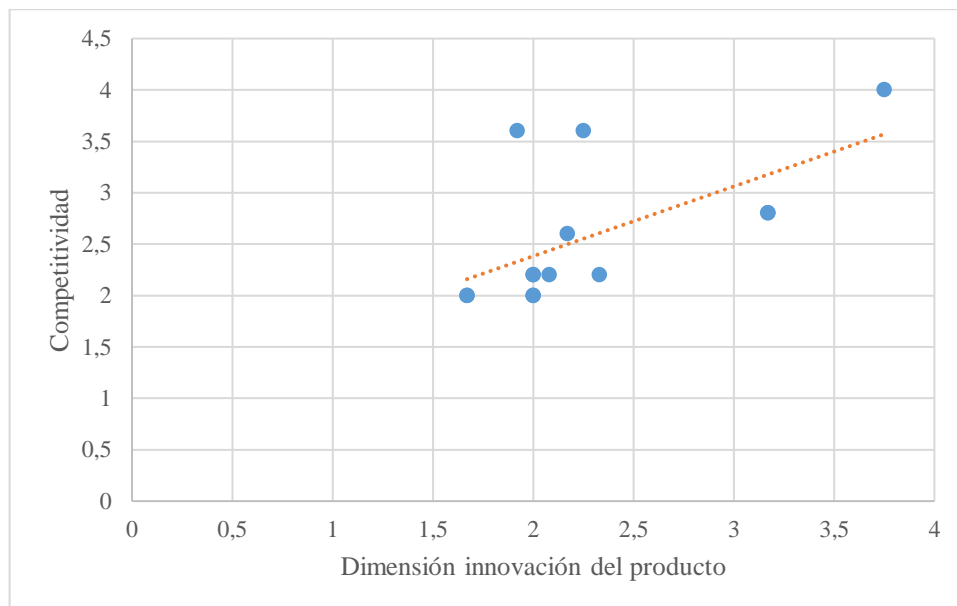


Gráfico 39 Correlación dimensión innovación del producto - competitividad y línea de tendencia
Elaborado por: Jiménez Gabriela

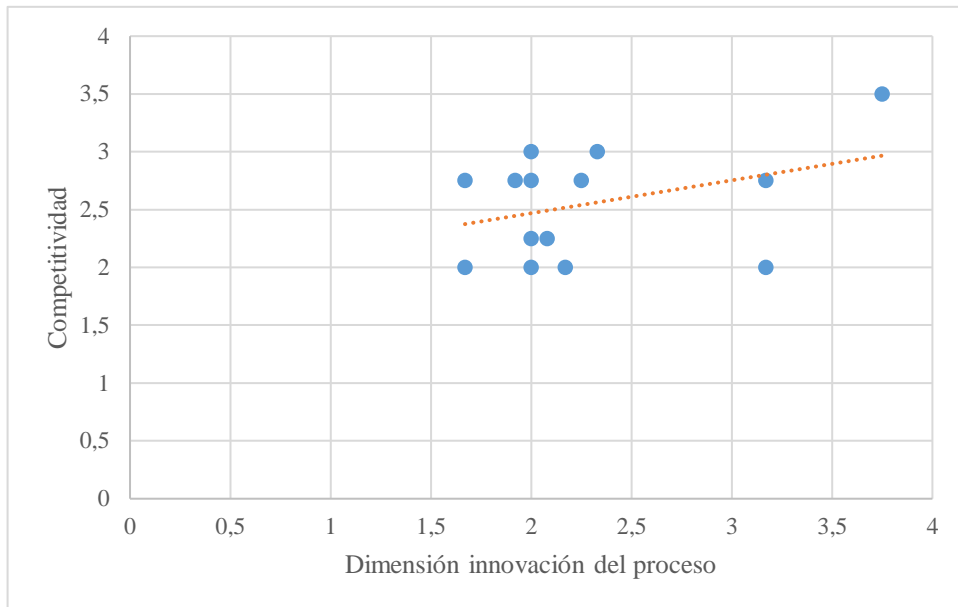


Gráfico 40 Correlación dimensión innovación del proceso - competitividad y línea de tendencia
 Elaborado por: Jiménez Gabriela

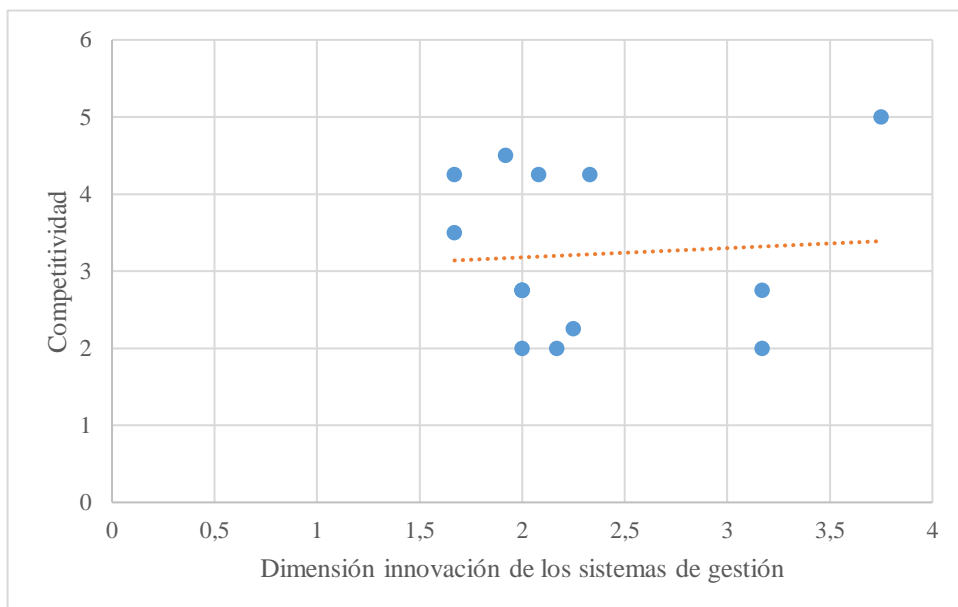


Gráfico 41 Correlación dimensión innovación de los sistemas de gestión - competitividad y línea de tendencia
 Elaborado por: Jiménez Gabriela

Al realizar el análisis de la correlación de las diferentes dimensiones de la innovación con las diferentes dimensiones de la competitividad, se obtuvo la información siguiente, en la que se han resaltado los más distintivos:

Tabla 20. Correlación dimensiones de la innovación y dimensiones de la competitividad

			Dimensión Competitividad		
			Desempeño Financiero	Reducción de costos	Uso de tecnología
Rho de Spearman	Dimensión Innovación del producto	Coeficiente de correlación	0,422	0,522	0,203
		Sig. (bilateral)	0,133	0,055	0,487
		N	14	14	14
	Dimensión innovación del proceso	Coeficiente de correlación	0,497	0,074	-0,073
		Sig. (bilateral)	0,071	0,801	0,803
		N	14	14	14
	Dimensión innovación de sistemas de gestión	Coeficiente de correlación	0,131	-,207	0,025
		Sig. (bilateral)	0,655	0,477	0,933
		N	14	14	14

Elaborado por: Jiménez Gabriela

Con base a la interpretación de los valores y la Tabla 18, el valor más representativo de la dimensión innovación del producto con un Rho de Spearman 0,522 tiene una correlación positiva moderada con la dimensión de competitividad reducción de costos, y una significancia $p = 0,055$, por tanto, en este caso no hay significancia.

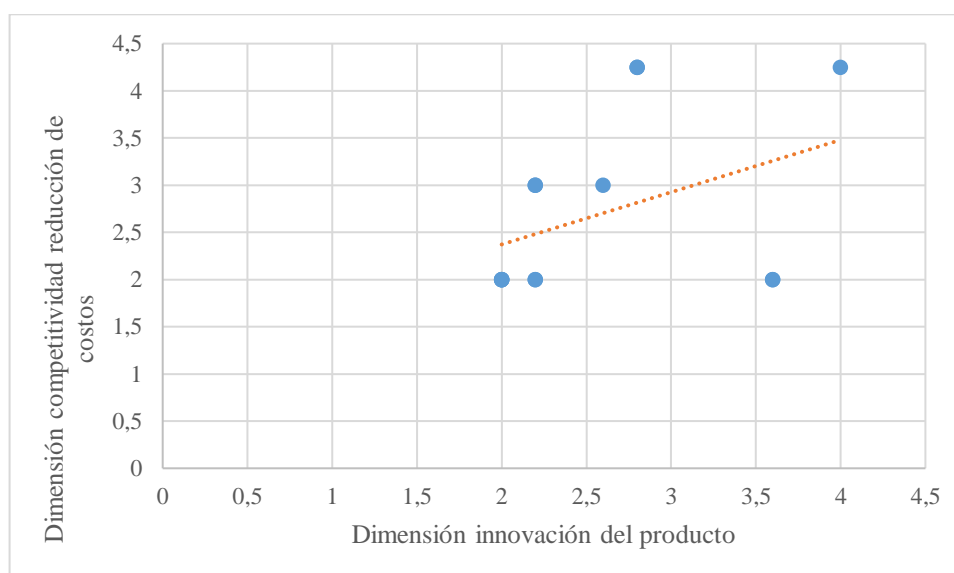


Gráfico 42 Correlación dimensión innovación del producto y dimensión competitividad reducción de costos

Elaborado por: Jiménez Gabriela

Respecto a la segunda dimensión, innovación del proceso, con un Rho de Spearman = 0,497 indica una correlación positiva moderada con la dimensión competitividad desempeño financiero, con un $p=0,071$, por lo que no hay significancia.

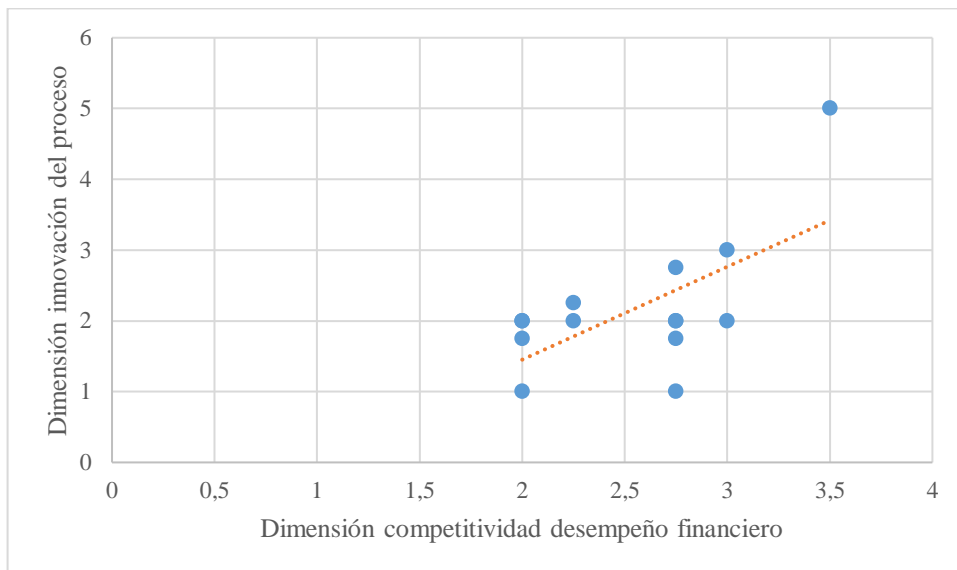


Gráfico 43 Correlación dimensión innovación del proceso y dimensión competitividad desempeño financiero
 Elaborado por: Jiménez Gabriela

Finalmente, la tercera dimensión innovación en sistemas de gestión con un Rho de Spearman = 0,131 indica una correlación positiva muy baja en cuanto al desempeño financiero, su $p = 0,655$ demuestra que no hay significancia.

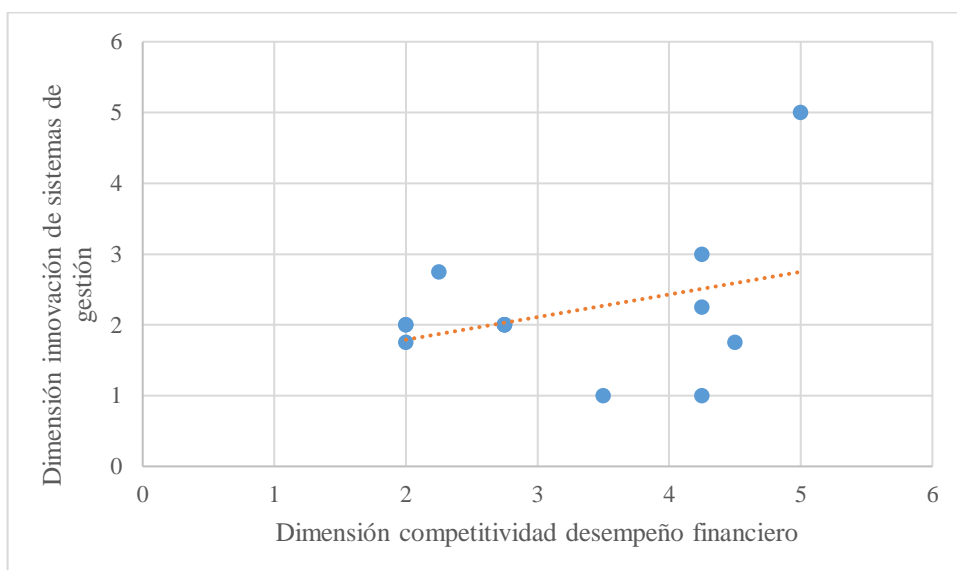


Gráfico 44 Correlación dimensión innovación de sistemas de gestión y dimensión competitividad desempeño financiero
 Elaborado por: Jiménez Gabriela

4.11. Discusión

El principal hallazgo de esta investigación, resultado de las pruebas estadísticas aplicadas es que la innovación no es un factor estratégico en la competitividad de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria de Cotopaxi, esto es un indicador que bajo las circunstancias presentes que atraviesan las asociaciones que se encuentran en el programa de fortalecimiento de BanEcuador otros factores pueden ser estratégicos para su competitividad como la relación entre calidad y precio y sus recursos financieros a través de un adecuado control de costos y gastos, estos 2 entre los 8 factores citados previamente en la Tabla 4.

Una de las limitaciones de esta investigación es la población de estudio puede ya que incluye asociaciones cuya actividad económica principal es la Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, industrias manufactureras y, actividades de alojamiento y de servicio de comidas, mientras que excluye otros sectores como actividades de servicios profesionales y transporte, sin embargo, su fortaleza radica en que ha arrojado información indispensable para continuar desarrollando estudios para identificar cuáles son los factores estratégicos que aportan de manera significativa a la competitividad de este sector de la economía popular, por otra parte indica los elementos de la innovación que pueden ser objeto de procesos de desarrollo para elevar en nivel de innovación con el que cuentan a fin de que a futuro sea la variable independiente de este estudio la que contribuya al incremento de la capacidad competitiva de las Asociaciones.

Al contrario de lo que concluyo el Autor Almachi sobre las PYMES del Cantón Rumiñahui para las asociaciones EPS de Cotopaxi no existe una alta relación entre innovación y competitividad demostrando que la primera no es un factor determinante, por lo tanto, es necesario impulsar la innovación de manera tal que pueda contribuir a la mejor de la economía de sus integrantes.

Los promedios de innovación y competitividad determinados en la investigación son 2,77 y 2,30, es decir medio y bajo respectivamente, esto es indicativo que lo establecido en el trabajo de Guaipatin y Schwartz concuerda en este caso, es decir la innovación y competitividad se encuentran en niveles bajos, las actividades de innovación tienen pocos resultados, así también sobre innovación realizada a los procesos coincide con lo establecido por Medida y Molina quienes concluyeron que

la mayor parte de las industrias que fueron estudiadas no habían realizado innovaciones de este tipo, por su parte López y Alvarado identificaron que la mayoría de industrias manufactureras de Cotopaxi no habían realizado innovación enfocada a los productos; sin embargo, es necesario distinguir en el caso de las asociaciones EPS que en cuanto a innovaciones realizadas en los productos estas presentan un impacto positivo moderado en su competitividad.

La investigación de Erazo sobre innovación identifico tres debilidades en las empresas ecuatorianas: débil del marco regulatorio, baja inversión en (investigación y desarrollo), y la baja producción de patentes, en cuanto a las Asociaciones su principal debilidad es la baja innovación en procesos, específicamente la falta de capacidad de desarrollar operaciones o procesos más eficientes en comparación con la competencia, la deficiente adquisición de nuevos equipos o habilidades para mejorar las operaciones o procesos, y la falta de flexibilidad para crear procesos para adquirir productos o servicios se acuerdo a las necesidades de los clientes.

En general se puede señalar que las investigaciones previas concuerdan en su mayoría con los hallazgos de esta investigación, es decir, existe una baja relación entre innovación y competitividad por lo que se abre la posibilidad de estudiar otros factores de la competitividad a fin de identificar como potenciarlos en las asociaciones EPS, se puede generar proyectos de desarrollo para mejorar los procesos de investigación + desarrollo + innovación para cambiar la realidad actual, impacto de la innovación tecnológica, entre otros, todo con miras de fomentar el desarrollo económico de los diferentes actores de la economía del país y lograr alcanzar el objetivo de desarrollo sostenible número 8 previamente citado en el Capítulo 1.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Considerados los objetivos planteados en el inicio y luego del proceso investigativo y estadístico realizado se concluye:

- En las circunstancias actuales de las de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria de Cotopaxi, con un valor Rho de Spearman de 0,216 se determina que la innovación no es un factor estratégico en su competitividad – siendo el caso de estudio abordado- por lo que son otros factores los que contribuyen a la innovación con impacto en la competitividad; en este sentido estos requieren ser evaluados para poder tener información clara que guíe la forma adecuada sobre cómo deben ser intervenidas las asociaciones para mejorar su economía y permanencia en el mercado; por lo cual identificar los factores clave de la innovación en el marco de la competitividad empresarial de las asociaciones de la EPS genera una importancia estrategia en el marco de los escenarios mundiales y nacionales.
- Los factores clave de la innovación en el marco de la competitividad empresarial de las asociaciones de la EPS de la provincia de Cotopaxi para efecto del estudio se han considerado internos y se relacionan estrechamente con su capacidad para generar innovación en los productos-servicio que brindan como productos alimenticios, mantenimiento viales, limpieza entre otros - por lo que deben prestar especial amparo a la protección de su propiedad intelectual e industrial, así como a la calidad, normalización y metrología para garantizar que los productos innovadores que penetren en el mercado obtengan beneficios generado por las inversión

y que satisfagan las necesidades de los clientes cumpliendo con los estándares de calidad mínimos requeridos.

- En el caso del estudio abordado en la provincia de Cotopaxi, cabe señalar que si bien a nivel general se determinó que la innovación no incide en la competitividad de las asociaciones EPS, se constató que las innovaciones en productos si poseen una correlación positiva moderada con la competitividad en cuanto a la reducción de costos, por su parte las innovaciones en procesos influyen de manera positiva moderada con la competitividad en el desempeño financiero, mientras que las innovaciones en los sistemas de gestión a pesar de tener el promedio aritmético más alto son las que menor influencia tienen en la competitividad. Es por ello que realizar un diagnóstico de la innovación y su incidencia en la competitividad de las asociaciones de la EPS en Cotopaxi genero una gran incertidumbre por cuanto en la actualidad la innovación tiene incidencia en la competitividad en el marco de los productos que se destinan a un determinado sector, siendo este caso el sector comercial y manufactura los que mayor representación tienen en Cotopaxi.
- En este ámbito cabe señalar que las áreas clave de la innovación y su incidencia en la competitividad de las asociaciones de la EPS principalmente se centran en la innovación enfocada a los productos ya que estas tienen un impacto positivo moderado en su competitividad, seguido de las innovaciones del proceso y finalmente los sistemas de gestión, por lo que se puede intervenir estas áreas para mejorar la competitividad. Por lo cual las áreas clave de la innovación y su incidencia en la competitividad de las asociaciones de la EPS en Cotopaxi estarían determinadas fundamentalmente por estrategias enfocadas al fortalecimiento comercial de la provincia a través de procesos tecnológicos, financieros, internacionalización, alianzas estratégicas, entre otras.

5.2.Recomendaciones

- Para potenciar la competitividad, es necesario incrementar la innovación en las asociaciones EPS, existiendo diferentes tipos de innovación que se deben

considerar en pro de las mejoras que puedan implementarse en las pequeñas actividades innovadoras que sean nuevas para las empresas y que permitan introducir mecanismos de mejoras en la innovación que se perciban como nuevas en el mercado vinculando la potencialización apoyado en I+D y derechos de propiedad intelectual e industrial para alcanzar la exportación de los productos logrando que las innovaciones lleguen a ser nuevas para el mundo.

- Las asociaciones EPS tienen como propósito fortalecer la innovación enfocada a sus productos, por lo que para expandir su competitividad pueden basarse y potencializarse en nuevas tecnologías de la información, estrategias de marketing digital, comercio electrónico y evaluar el costo beneficio del gasto en registro de propiedad intentar para protegerse de la competencia y recibir los beneficios de su inversión.
- Con el objetivo de la búsqueda de planes de mejora para la innovación en los procesos que se llevan a cabo por parte de las asociaciones EPS, es necesario contar con tecnología adecuada, apoyo técnico y asesoría en proyectos, con el fin de articularse con diferentes instituciones públicas o privadas que brinda capacitaciones y talleres, así como también se pueden establecer proyectos de vinculación de las carreras técnicas de las universidades para que aporten con sus conocimientos al crecimiento de la competitividad empresarial de las asociaciones.
- Es necesario fortalecer el liderazgo positivo en la innovación que permita desarrollar correctamente las capacidades del talento humano potenciar su capacidad creativa e innovadora, logrando que los procesos sean más eficaces y eficientes ya que las soluciones se identifican por las personas que están realizando de manera diaria las actividades así se lograra que se presente innovación en todas las áreas de las asociaciones, considerar además a la mujer en su protagonismo representa un factor clave en los procesos de innovación y competitividad de las asociaciones de la EPS por lo cual se requiere de procesos de formación y capacitación que incentiven el crecimiento del mercado en especial en el sector comercial y manufacturero de la provincia de Cotopaxi.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almachi, E. (2020). *La innovación y su incidencia en la competitividad de las PYMES de la ciudad de Sangolquí, cantón Rumiñahui*. Repositorio Institucional de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/21926/1/T-ESPE-043530.pdf>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación* (Sexta ed.). Editorial Episteme.
- Clavijo, C. (2022). *Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos*. Hubspot. <https://blog.hubspot.es/sales/competitividad-empresarial>
- Contreras, E. (2022). *Centro de Innovación y creatividad empresarial*. Universidad Ricardo Palma. <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/6330/n/>
- Delfín, F., & Acosta, M. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento y Gestión*. 40(1), 184-202. <http://dx.doi.org/10.14482/pege.40.8810>
- Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- Drucker, P. (1986). *La innovación y el empresario innovador. Práctica y los principios*. Sudamericana.
- DW Made for minds. (2021). *Más de 22.000 empresas desaparecieron por la pandemia en Ecuador*. Actualidad. <https://www.dw.com/es/m%C3%A1s-de-22000-empresas-desaparecieron-por-la-pandemia-en-ecuador/a-58183852>
- Erazo, M. (2018). *Análisis situacional de la innovación empresarial en el Ecuador*. Universidad Andina Simón Bolívar. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6239/1/T2670-MAE-Erazo-Analisis.pdf>
- Ferrero, R. (2020). *Cómo evaluar si la correlación es significativa: pruebas de hipótesis para la correlación*. Máxima formación. <https://www.maximaformacion.es/blog-dat/como-evaluar-si-la-correlacion-es-significativa-pruebas-de-hipotesis-para-la-correlacion/>

García, O. (2015). *Competitividad, concepto e importancia*. Milenio. <https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>

Gobierno de Chile. (2022). *Asociatividad*. Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales. <https://www.subrei.gob.cl/preguntas-frecuentes/asociatividad>

Guaipatin, C., & Schwartz, L. (2014). *Ecuador: análisis del Sistema Nacional de Innovación: hacia la consolidación de una cultura innovadora* (Primera ed.). Banco Interamericano de Desarrollo.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). McGRAW-HILL.

Hidalgo, A., León, G., & Pavón, J. (2013). *La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones*. (Primera ed.). Pirámide.

Hilarión, J. (2014). *Emprendimiento e Innovación*. (Primera ed.). Cengage Learning.

Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos. (2016). *Encuesta Nacional de Innovación 2012-2014, Convenio INEC-SENESCYT*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-actividades-de-ciencia-tecnologia-e-innovacion-acti/>

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria de 2011. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. 16 de marzo de 2011. D.o. No. 116-SCM-MF-2011

López, H., & Alvarado, V. (2019). *Estudio de la innovación de productos en la pequeña y mediana industria del sector manufacturero de la ciudad de Latacunga*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/5869/1/PI-001173.pdf>

Maldonado, S. (2007). Manual práctico para el diseño de la Escala Likert. *Xihmai*, 2(4), 1-3. <https://doi.org/10.37646/xihmai.v2i4.101>

Martínez, A., & Campos, W. (2015). Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores. *Revista Mexicana de Ingeniería Biomédica*, 36(3), 181-191. <https://doi.org/10.17488/RMIB.36.3.4>

Mathews, J. (2009). *Competitividad* (Primera ed.). Nathan Associates Inc.

Medina, C., & Molina, A. (2019). *Estudio de la innovación de procesos en la pequeña y mediana industria en el sector manufacturero de la ciudad de Latacunga*. Universidad Técnica de Cotopaxi. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/5567/1/T-001097.pdf>

Meneses, E. (2019). *Administración de Proyectos de Red Creatividad e Innovación*. Universidad Veracruzana. https://www.uv.mx/personal/ermeneses/files/2019/08/Clase4-Creatividad_e_Innovacion_2v2.pdf

Meza, T., Cisneros, O., & Meza, J. (2017). Experiencia de asociatividad en Ecuador: Caso APOVINCES. *Sotavento MBA*, 30(1), 32-41. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/view/5807/7470>

Montoya, O. (2004). Schumpeter, Innovación y Determinismo Tecnológico. *Scientia et Technica*, 10(25), 209-213. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84911685037.pdf>

Münch, L., & Ángeles, E. (2012). *Métodos y técnicas de investigación*. Trillas.

Naciones Unidas. (2022). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Objetivos de desarrollo sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>

OCDE y EUROSTAT. (2005). *Manual de Oslo*. Medición de las Actividades Científicas y Tecnológicas. Directrices propuestas para recabar e interpretar datos de la innovación tecnológica. <http://www.itq.edu.mx/convocatorias/manualdeoslo.pdf>

Órganos de Palencia (2021). *¿Qué es teoría de competitividad?. ¿Qué es teoría de competitividad?.* <https://organosdepalencia.com/biblioteca/articulo/read/77221-que-es-teoria-de-competitividad>

Perilla, R., & Gonzáles, M. (2021). La innovación organizacional examinada desde las teorías del diseño, el cambio, la cognición y aprendizaje organizacionales. *Espacios*, 42(2), 84-100. <http://www.revistaespacios.com/a21v42n02/a21v42n02p08.pdf>

Porter, M. (1991). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior* (Primera ed.). Rei Argentina.

PricewaterhouseCoopers PWC. (2013). *¿Cómo influye la innovación al crecimiento de las grandes compañías?.* Encuesta mundial sobre innovación. <https://www.pwc.es/es/publicaciones/gestion-empresarial/assets/breakthrough-innovation-growth-resumen-ejecutivo.pdf>

Salazar, B. (2008). *Factores internos y externos que influyen en la innovación de las PYMES.* Academia. https://www.academia.edu/3743460/Factores_internos_y_externos_que_influyen_en_la_innovaci%C3%B3n_de_las_PYMES

Su, Z., Chen, J., & Wang, D. (2018). Organisational structure and managerial innovation: the mediating effect of cross-functional integration. *Technology Analysis & Strategic Management*, 31, 253-265. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09537325.2018.1495324?journalCode=ctas20>

Universidad Veracruzana Facultad de Estadística e Informática (2019). *Teorías y modelos de la innovación.* Universidad Veracruzana. https://www.uv.mx/personal/ermeneses/files/2019/08/Clase4-Creatividad_e_Innovacion_2v2.pdf

Valderrama, S. (2003). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación científica* (Primera ed.).

Velásquez, P. (2022). *Análisis de participación de PYMES en los procesos de contratación pública del Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Cotopaxi durante el año 2019*. Universidad Israel. <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2959/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADMP-378.242-2022-009.pdf>

Weinberger Villarán, K. (2009). *Estrategia para lograr y mantener la competitividad de la empresa* (Primera ed.). Nathan Associates Inc.

Westreicher, G. (2020). *Innovación empresarial*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-empresarial.html>

Wigodski, J. (2010). *Población y muestra*. Metodología de la Investigación. <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

ANEXOS

Anexo 1: Modelo encuesta

El modelo de la encuesta aplicada a las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria de la provincia de Cotopaxi se presenta a continuación:

Encuesta dirigida a Asociaciones de la Economía Popular y Solidaria de la Provincia de Cotopaxi

Objetivo: Analizar la innovación como factor estratégico en el marco de la competitividad en las asociaciones de la economía popular y solidaria Provincia de Cotopaxi

Indicaciones: De acuerdo a su experiencia responda a las interrogantes con la opción más adecuada a la realidad de su representada

DATOS GENERALES DE LA ASOCIACIÓN

1. ¿Cuál es el grupo al que pertenece su actividad económica principal?

Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	
Explotación de minas y canteras	
Industrias manufactureras	
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	
Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento	
Construcción	
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	
Transporte y almacenamiento	
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	
Información y comunicación	
Actividades financieras y de seguros	
Actividades inmobiliarias	
Actividades profesionales, científicas y técnicas	
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	
Enseñanza	
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	
Artes, entretenimiento y recreación	
Otras actividades de servicios	

2. ¿En qué cantón está ubicada la Asociación?

La Maná		Salcedo	
Latacunga		Saquisilí	
Pangua		Sigchos	
Pujilí			

3. ¿Cuántos años tiene su asociación?

De 0- 5 años	
De 6 - 10 años	
De 11 -20 años	
Más de 20 años	

4. ¿Cuál es el número actual de personas que conforman su asociación?

Pequeña de 10 - 49 empleados	
Mediana de 50 - 199 empleados	

5. ¿Sector productivo de su asociación?

Manufactura	
Comercio	
Servicios	
Otros	

6. ¿Cuál es el género del gerente o la persona que dirige la asociación?

Masculino	
Femenino	

7. ¿Cuál es el nivel de estudio del gerente o persona que dirige a la asociación?

Educación básica	
Bachillerato	
Tecnología	
Ingeniería / Licenciatura	
Magíster	
Doctorado	

CUESTIONARIO

Innovación

		Respuestas				
		1	2	3	4	5
Pregunta		Completo desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Completo acuerdo
I1	¿Adquiere, desarrolla o mejora con frecuencia nuevos productos/servicios que sean aceptados en el mercado?					
I2	¿Las ventas de los nuevos o mejorados productos/servicios aportan de manera significativa en las utilidades de su asociación?					
I3	¿Los nuevos o mejorados productos/servicios constantemente generan imitación de la competencia?					
I4	¿Cuenta con una capacidad de I+D (investigación y desarrollo) de nuevos productos/servicios mejor que la competencia?					
I5	¿Lanza con frecuencia nuevos o mejorados productos/servicios más rápido que la competencia?					
I6	¿Adquiere con frecuencia nuevos equipos o habilidades para mejorar las operaciones o procesos?					
I7	¿Puede desarrollar operaciones o procesos más eficientes que la competencia?					
I8	¿Existe flexibilidad al adquirir o desarrollar productos/servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes?					
I9	¿Los nuevos procesos de operación aplicados en la asociación despiertan imitación de los competidores?					
I10	¿Los líderes efectúan cambios en la división de trabajo entre las diferentes áreas de acuerdo a las exigencias de la gestión del mercado?					
I11	¿Se enfatiza la capacidad innovadora y creativa en la contratación de personal?					
I12	¿El nuevo sistema de contratación de personal acogido por la asociación es eficaz y eficiente?					
I13	¿El nuevo método de evaluación del desempeño acogido permite a los líderes de las distintas áreas saber el nivel de cumplimiento del personal en los objetivos de la asociación?					

Competitividad

		Respuestas				
		1	2	3	4	5
Pregunta		Completo desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Completo acuerdo
C1	¿El ROI (retorno de inversión) ha sido muy bueno en los últimos tres años?					
C2	¿Las ventas han sido muy buenas en los últimos tres años?					
C3	¿Los resultados financieros han sido muy buenos en los últimos tres años?					
C4	¿Las utilidades ha sido buenas en los últimos tres años?					
C5	¿Los costos de los pedidos con los proveedores son bajos?					
C6	¿Los costos de materia primas e insumos con los proveedores son bajos?					
C7	¿Los costos de transporte con los proveedores son bajos?					
C8	¿Los costos de producción/ presentación del servicio/ venta de su asociación son bajos?					
C9	¿Considera que ha incrementado el desarrollo de productos/servicios?					
C10	¿Ha mejorado el proceso de producción/servicios?					
C11	¿Ha realizado planificación de proyectos?					
C12	¿Considera que ha incrementado el desarrollo de sistemas de información?					