



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**EXTENSIÓN LA MANÁ**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA CREATIVIDAD EN LA  
ASOCIACIÓN COTOPAXI (LA BAHIA) EN EL CANTÓN LA  
MANÁ, AÑO 2024”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de  
Licenciado en Administración de Empresas

**Autor:**

Elvis Enrique Loor Bustamante

**Tutor:**

Dr. Fabián Xavier Martínez Ortiz.

**LA MANÁ-ECUADOR**  
**AGOSTO-2024**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Loor Bustamante Elvis Enrique, con cédula de ciudadanía No 1208414803 declaro ser autor del presente **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA CREATIVIDAD EN LA ASOCIACIÓN COTOPAXI (LA BAHIA) EN EL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2024”**, siendo el Dr. Fabián Xavier Martínez Ortiz., Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi extensión La Maná y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo son de nuestra exclusiva responsabilidad.

La Maná, 21 de agosto del 2024



Loor Bustamante Elvis Enrique

C.C: 120841480-3

## **AVAL DE TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el título:

**“GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA CREATIVIDAD EN LA ASOCIACIÓN COTOPAXI (LA BAHIA) EN EL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2024”**, de Loor Bustamante Elvis Enrique, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho informe investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

La Maná, 21 de agosto del 2024



**Dr. Fabián Xavier Martínez Ortiz**  
**C.C: 160050885-5**  
**TUTOR**

## **AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN**

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Extensión La Maná; por cuanto, el postulante: Loor Bustamante Elvis Enrique, con el título de Proyecto de Investigación: **“GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA CREATIVIDAD EN LA ASOCIACIÓN COTOPAXI (LA BAHIA) EN EL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2024”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

La Maná, 21 de agosto del 2024

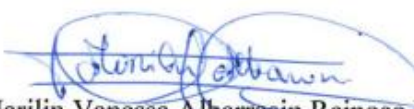
Para constancia firmar:



MBA. Gloria Evelina Pazmiño Cano  
C.C: 120556823-9  
**LECTOR 1 (PRESIDENTE)**



MBA. Euardo Fabricio Cabrera Toscano  
C.C: 171231719-5  
**LECTOR 2 (MIEMBRO)**



Dra. Marilin Vanessa Albarrasin Reinoso PhD.  
C.C: 171971537-5  
**LECTOR 3 (MIEMBRO)**

## **AGRADECIMIENTO**

*Quiero agradecer a mi director de tesis por su invaluable guía, apoyo y paciencia durante todo el proceso de investigación y redacción del proyecto. Sus conocimientos y experiencia fueron fundamentales para este trabajo. A mis padres, por su incondicional amor, apoyo, aliento y por creer en mí y motivarme a alcanzar mis metas. A mis hermanos/as, por su apoyo y comprensión. A mis amigos/as, compañeros de clase y profesores, les agradezco por su apoyo y colaboración en la investigación y redacción de la tesis. Sin ellos, no hubiera sido posible completar este importante trabajo académico. Gracias a todas las personas que contribuyeron en la realización de esta tesis. Mi más sincero agradecimiento.*

**Elvis**

## **DEDICATORIA**

*Este proyecto de investigación se lo dedico a mi familia por su apoyo inquebrantable y amor constante. Dedico el trabajo a mi madre por su paciencia y sabiduría, y a mi padre por su ejemplo de esfuerzo incansable. A mis hermanos, maestros y tutor de tesis por su influencia positiva en mi vida y en este proyecto de investigación. A todos por confiar en mí, motivarme a perseguir mis metas y celebrar mis éxitos. A mí, por la perseverancia y dedicación en este proceso de aprendizaje y desarrollo personal.*

**Elvis**

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## EXTENSIÓN LA MANÁ

**TÍTULO: “GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA CREATIVIDAD EN LA ASOCIACIÓN COTOPAXI (LA BAHIA) EN EL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2024”**

**Autor:**

Loor Bustamante Elvis Enrique

### RESUMEN

La presente investigación se enfoca en la implementación de estrategias de innovación y creatividad para la Asociación Cotopaxi (La Bahía) en el cantón La Maná. El objetivo principal es diagnosticar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con estos temas dentro de la asociación, así como comprender las percepciones de los clientes respecto a la innovación y creatividad en los locales de la Bahía. A partir de este diagnóstico, se busca diseñar un plan de gestión que fomente una cultura de innovación y creatividad. La Asociación cuenta con un entorno competitivo y desafiante. La baja rentabilidad de los productos, el aumento de costos, y la competencia desleal son factores que amenazan la viabilidad a largo plazo de la asociación, y la falta de una estrategia clara para gestionar estos aspectos complica aún más la situación. El estudio utilizó un enfoque de investigación mixto. Se llevó a cabo una investigación cuantitativa mediante encuestas y una investigación cualitativa a través de entrevistas. El enfoque mixto permitió recopilar datos tanto sobre las percepciones y actitudes de los clientes en relación con la innovación y la creatividad, como sobre los comportamientos y respuestas de los miembros de la asociación. El carácter exploratorio y descriptivo del estudio permitió identificar no solo las percepciones actuales, sino también las áreas de mejora que podrían contribuir a un cambio positivo en la organización. En respuesta a estas necesidades, se propusieron fomentar una cultura de colaboración y el compromiso de la dirección para crear un entorno favorable a la innovación. Entre los principales hallazgos, se identificaron áreas críticas como la significativa en la percepción sobre la novedad de los productos y servicios, donde un 36% de los miembros se mostró insatisfecho. Se identificó una percepción generalizada de ineficiencia en los procesos, subrayando la necesidad de modernizar las operaciones de la asociación. Se recomendó buscar alianzas estratégicas que permitan acceder a recursos y conocimientos para maximizar el potencial creativo de los miembros. Esta investigación subraya la necesidad urgente de que la Asociación Cotopaxi adopte un enfoque más innovador y proactivo para fortalecer su competitividad y asegurar su sostenibilidad en el futuro.

**Palabras claves:** creatividad, innovación, microempresas.

# UNIVERSITY TECHNICAL OF COTOPAXI

## EXTENSION LA MANA

**THEME: “MANAGEMENT OF INNOVATION AND CREATIVITY IN THE COTOPAXI ASSOCIATION (LA BAHIA) IN THE CANTON LA MANÁ, YEAR 2024”**

**Author:**

Loor Bustamante Elvis Enrique

### ABSTRACT

This research focuses on the implementation of innovation and creativity strategies for the Cotopaxi Association (La Bahía) in the canton of La Maná. The main objective is to diagnose the strengths, weaknesses, opportunities and threats related to these issues within the association, as well as understand clients' perceptions regarding innovation and creativity in the Bay Area. Based on this diagnosis, we seek to design a management plan that fosters a culture of innovation and creativity. The Association has a competitive and challenging environment. Low product profitability, rising costs, and unfair competition are factors that threaten the long-term viability of the association, and the lack of a clear strategy to manage these aspects further complicates the situation. The study used a mixed research approach. Quantitative research was carried out through surveys and qualitative research through interviews. The mixed approach allowed data to be collected both on the perceptions and attitudes of clients in relation to innovation and creativity, and on the behaviors and responses of the members of the association. The exploratory and descriptive nature of the study allowed us to identify not only current perceptions, but also areas of improvement that could contribute to positive change in the organization. In response to these needs, they set out to foster a culture of collaboration and management commitment to create an environment conducive to innovation. Among the main findings, critical areas were identified as significant in the perception of the novelty of products and services, where 36% of members were dissatisfied. A widespread perception of inefficiency in the processes was identified, highlighting the need to modernize the association's operations. It was recommended to seek strategic alliances that allow access to resources and knowledge to maximize the creative potential of the members. This research highlights the urgent need for the Cotopaxi Association to adopt a more innovative and proactive approach to strengthen its competitiveness and ensure its sustainability in the future.

**Keywords:** creativity, innovation, microenterprise.

# ÍNDICE

Contenido	Pág.
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
AVAL DE TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	iii
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
ÍNDICE.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
1. INFORMACIÓN GENERAL .....	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	2
3. JUSTIFICACIÓN .....	3
4. BENEFICIARIOS .....	4
4.1. Beneficiarios directos .....	4
4.2. Beneficiarios indirectos .....	4
5. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
5.1. Formulación del problema.....	7
5.2. Delimitación del problema .....	7
6. OBJETIVOS .....	8
6.1. Objetivo General.....	8
6.2. Objetivos específicos .....	8
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS .	9
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	10
8.1. Antecedentes de la investigación.....	10
8.2. Marco conceptual .....	11
8.2.1. Introducción a la Gestión de la Innovación y la Creatividad .....	11
8.2.2. Innovación y creatividad .....	11
8.2.3. Importancia de la Innovación y la Creatividad en la Actualidad .....	12
8.2.4. Modelo de Gestión de la Innovación .....	13
8.2.5. Fuentes de Innovación .....	15
8.2.6. Proceso de Innovación.....	16

8.2.7.	Herramienta y técnicas para la Gestión de la Innovación .....	17
8.2.8.	Cultura Organizacional Innovadora.....	18
8.3.	Liderazgo y Gestión del Cambio en Procesos Innovadores .....	18
8.4.	Estrategias de Colaboración y Alianzas para la Innovación.....	19
8.5.	Evaluación y Medición de la Innovación .....	19
8.5.1.	Indicadores de innovación .....	20
8.6.	Ética y Responsabilidad en la Innovación.....	21
8.7.	Innovación Social y Sostenibilidad .....	22
8.8.	Innovación y Emprendimiento .....	23
8.9.	Retos y Oportunidades Futuras en la Gestión de la Innovación.....	23
9.	PREGUNTAS CIENTÍFICAS .....	24
9.1.	Preguntas científicas .....	24
10.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	24
10.1.	Descripción del área de estudio .....	24
10.2.	Enfoque e investigación.....	25
10.2.1.	Enfoque.....	25
10.2.2.	Tipo de investigación .....	25
10.2.2.1.	Exploratoria .....	25
10.2.2.2.	Descriptiva.....	25
10.3.	Técnicas de la investigación utilizada .....	25
10.3.1.	Encuesta.....	26
10.3.2.	Instrumentos utilizados.....	26
10.3.2.1.	Cuestionario.....	26
10.4.	Proceso de validación del instrumento .....	26
10.5.	Población y muestra.....	27
10.6.	Procesamiento y análisis de la información .....	27
11.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	29
11.1.	Encuesta.....	29
11.2.	Conclusiones de las encuestas .....	40
11.3.	Recomendaciones de las encuestas.....	40
12.	Análisis FODA según las respuestas de los miembros .....	41
13.	PROPUESTA .....	42
13.1.	Título .....	42

13.2.	Objetivos.....	42
13.2.1.	Objetivo general .....	42
13.2.2.	Específicos.....	42
13.3.	Justificación.....	42
13.4.	Introducción.....	43
13.5.	Fases adaptadas del Modelo Lineal de Innovación para la Gestión de la Innovación (MLI)	43
13.6.	Descripción de la Matriz.....	47
13.7.	Indicadores para monitorear el plan de gestión basado en el Modelo lineal de Innovación .....	47
14.	IMPACTOS .....	49
14.1.	Impacto técnico.....	49
14.2.	Impacto Social .....	49
14.3.	Impacto Económico.....	50
15.	PRESUPUESTO Y RECURSOS NECESARIOS PARA LA INVESTIGACIÓN ...	50
16.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	51
16.1.	Conclusiones.....	51
16.2.	Recomendaciones .....	52
17.	BIBLIOGRAFÍA .....	53

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>N°</b>	<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
Tabla 1.	Beneficiarios.....	4
Tabla 2.	Actividades y sistemas de tareas .....	9
Tabla 3.	Productos y servicios novedosos y actualizados .....	29
Tabla 4.	Implementa procesos eficientes y modernos.....	30
Tabla 5.	Cultura organizacional que fomenta la creatividad.....	31
Tabla 6.	Soluciones creativas a las necesidades de los clientes .....	32
Tabla 7.	Originalidad y el ingenio .....	33
Tabla 8.	Formas de mejorar sus productos y servicios.....	34
Tabla 9.	Tipo de innovaciones.....	35
Tabla 10.	Áreas que necesitan mayor creatividad .....	36
Tabla 11.	Sugerencias para ser más innovadora y creativa .....	37
Tabla 12.	Acciones para ser más innovadora .....	38
Tabla 13.	Participación de los clientes en sus procesos de innovación.....	39
Tabla 14.	Análisis de Matriz FODA.....	41
Tabla 15.	Plan de capacitación .....	45
Tabla 16.	Presupuesto detallado para la ejecución del proyecto .....	50

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>N°</b>	<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
Gráfico 1.	Productos y servicios novedosos y actualizados .....	29
Gráfico 2.	Implementa procesos eficientes y modernos.....	30
Gráfico 3.	Cultura organizacional que fomenta la creatividad.....	31
Gráfico 4.	Soluciones creativas a las necesidades de los clientes .....	32
Gráfico 5.	Originalidad y el ingenio.....	33
Gráfico 6.	Formas de mejorar sus productos y servicios.....	34
Gráfico 7.	Tipo de innovaciones.....	35
Gráfico 8.	Áreas que necesitan mayor creatividad.....	36
Gráfico 9.	Sugerencias para ser más innovadora y creativa .....	37
Gráfico 10.	Acciones para ser más innovadora .....	38
Gráfico 11.	Participación de los clientes en sus procesos de innovación.....	39

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

### Título del proyecto

“Gestión de la innovación y la creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía) en el cantón la maná, año 2024”.

<b>Fecha de inicio:</b>	Abril 2024
<b>Fecha de finalización:</b>	Agosto 2024
<b>Lugar de ejecución</b>	Cantón La Maná, provincia de Cotopaxi
<b>Facultad que auspicia:</b>	Faculta de Ciencias Administrativas y Económicas.
<b>Carrera que auspicia:</b>	Licenciatura en Administración de Empresas
<b>Proyecto de investigación vinculado:</b>	Sector comercial y su incidencia en la economía del cantón La Maná
<b>Equipo de Trabajo:</b>	Dr. Fabián Xavier Martinez Ortiz Loor Bustamante Elvis Enrique
<b>Área de conocimiento:</b>	Educación comercial y administración.
<b>Línea de investigación:</b>	Administración y Economía para el desarrollo sostenible de organizaciones.
<b>Sub línea de investigación:</b>	Estrategias administrativas, productividad y emprendimiento.

## **2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

La presente investigación se centra implementar estrategias de innovación y la creatividad para la Asociación Cotopaxi (La Bahía) en el cantón La Maná. El estudio buscó diagnosticar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con la innovación y la creatividad en la asociación, identificar las percepciones de los clientes de la asociación en relación con la innovación y la creatividad en los locales de la Bahía para determinación de los factores que influyen en la capacidad para innovar y ser creativo en la asociación y diseñar una propuesta de plan de gestión para fomentar la cultura de innovación y creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía) en el cantón La Maná.

La investigación estableció la importancia la creatividad y la innovación en las empresas actuales que deben ser gestionadas de manera adecuada para mejorar la competitividad, la supervivencia y el crecimiento de las organizaciones. Es fundamental que la innovación y la gestión de la creatividad tengan un rol destacado en las empresas. La baja rentabilidad de sus productos sumada al aumento de costos y la competencia desleal, pone en riesgo su sostenibilidad. La falta de una estrategia clara para gestionar la innovación y la creatividad agrava la situación. Por esto, la Asociación necesita implementar estrategias que fomenten la creatividad y la innovación en sus procesos comerciales.

Entre los principales hallazgos fueron Identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en la Asociación de comerciantes La Bahía y se propone como estrategias: fomentar la cultura de colaboración y el compromiso de la dirección para crear un entorno propicio para la innovación, y se recomienda buscar alianzas estratégicas con otras organizaciones para acceder a recursos, tecnologías y conocimientos que apoyen la innovación y aprovechar el potencial creativo de los miembros de la asociación.

La evaluación realizada sobre la percepción de los miembros de la Asociación de Comerciantes La Bahía revela varias áreas críticas que requieren atención para fortalecer su competitividad y capacidad de innovación. En primer lugar, la significativa brecha en la percepción sobre la novedad de los productos y servicios, donde un 36% de los miembros está insatisfecho y un 57% indeciso, indica la necesidad urgente de realizar investigaciones adicionales para comprender las causas de esta insatisfacción. Esta situación sugiere una desconexión entre la oferta actual y las expectativas de los clientes. La eficiencia de los procesos, la percepción generalizada de ineficiencia y falta de modernización subraya la necesidad de revisar y

actualizar los procedimientos operativos de la asociación. La percepción de una ausencia de un enfoque proactivo para la mejora continua destaca una oportunidad para que la asociación demuestre su compromiso con la innovación, adoptando medidas concretas que reflejen un enfoque orientado al futuro.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

La creciente demanda de productos y servicios cada vez más especializados y sofisticados por parte de los consumidores, junto con la potencial competencia de nuevos productos y servicios a nivel global, requiere que los directivos, consejeros y profesionales se preparen de manera adecuada y exhaustiva para afrontar desafíos que demandan conocimientos y habilidades muy específicas en el ámbito de la toma de decisiones empresariales. En este contexto es donde cobra máxima relevancia el concepto de Gestión de la Innovación y la Creatividad, puesto que se convierte en un elemento clave para promover y fomentar una auténtica cultura innovadora y creativa entre los colaboradores y todos los miembros de la organización.

En el ámbito económico y empresarial, la 'innovación' es reconocida ampliamente y aceptada por todos los expertos como un pilar estratégico esencial y fundamental para el progreso empresarial y para alcanzar el éxito en el cada vez más competitivo y exigente mercado global. Asimismo, tanto las empresas nacionales como las extranjeras experimentan en la actualidad un importante e indiscutible auge en términos de innovación y creatividad debido a las múltiples oportunidades y aperturas que se están presentando a nivel internacional en los ámbitos político, económico, cultural e industrial. Estos factores, sumados a otros de diferente índole, han propiciado y estimulado que la innovación y creatividad se asocien principalmente con la tecnología y con los avances espectaculares en campos tan relevantes como la informática, la biotecnología, la química, entre otros; sin embargo, no se debe dejar de considerar ni subestimar el impacto de la acelerada globalización en este escenario.

De esta forma, la innovación en todas sus manifestaciones se presenta y se postula como una opción totalmente viable para introducir cambios disruptivos en productos, servicios, mercados, procesos o tecnologías, con el fin último y supremo de adaptarse de manera eficaz y exitosa a fenómenos y problemas tan inherentes y dinámicos como la globalización, y de esta forma garantizar y asegurar altos niveles de rendimiento y éxito incluso en el actual entorno empresarial lleno de retos y dificultades. En consecuencia, muchas empresas que anteriormente destacaban y sobresalían por encima de las demás se han visto lamentablemente relegadas y relegadas a un segundo plano. La innovación y creatividad en las empresas están

experimentando un notable auge debido a las múltiples aperturas a nivel político, económico, y cultural.

#### 4. BENEFICIARIOS

El proyecto de investigación denominado “Gestión de la innovación y la creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía) en el cantón la maná, año 2024”, tiene como beneficiarios directos e indirectos como se representa en la tabla 1 a continuación:

**Tabla 1.** Beneficiarios

<b>Beneficiarios Directos</b>	<b>Nº</b>	<b>Beneficiarios Indirectos</b>	<b>Nº</b>
Socios	70	Ciudadanía	56955
		SRI	1
Estudiante	1	Cuerpo de Bomberos	1
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>Total</b>	<b>56957</b>

Elaboración: Autor.

##### 4.1. Beneficiarios directos

Un beneficiario directo es una persona que recibe un beneficio de manera inmediata:

- Los socios son los principales beneficiarios del proyecto Gestión de la innovación y la creatividad, ya que son quienes reciben información de los resultados relacionados con la investigación para bienestar y desarrollo.
- El estudiante podrá obtener información valiosa para poner en práctica lo aprendido. Se beneficia directamente del proyecto de investigación, ya que contribuye a su formación académica, fortalece sus habilidades de investigación

##### 4.2. Beneficiarios indirectos

Los beneficiarios indirectos del Gestión de la innovación y la creatividad son los que no reciben la intervención de manera directa, pero se benefician de los cambios positivos que experimentan los beneficiarios directos.

- La ciudadanía del cantón La Maná según el Plan de Desarrollo Territorial del cantón La Maná es de 56955 personas para el 2020. Tendrán una mejor atención al cliente con posibles productos innovadores y creativos. La ciudadanía son los beneficiarios

indirectos porque al satisfacer sus necesidades, mejorar sus productos y servicios, se contribuye al desarrollo económico y social del cantón.

- El SRI obtiene sus ingresos principalmente a través de la recaudación de impuestos sobre la renta, el consumo, las ventas. El SRI es un beneficiario indirecto de la actividad económica porque su principal fuente de ingresos son los impuestos que se generan a partir de esa actividad. Cuanto mayor sea el consumo y el comercio en un país, mayores serán los ingresos del SRI y servirán para las obras del cantón y el país.
- El Cuerpo de Bomberos de La Maná es una institución que se beneficia con el cobro de impuestos con el objetivo de salvaguardar a la ciudadanía de incidentes. También, puede beneficiarse indirectamente de manera significativa al acceder a mejoras en procesos y organización de los comerciantes.

## **5. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

La contextualización macro se enfoca en el entorno externo a la organización que puede tener impacto y problemas en la gestión de la innovación y la creatividad. Un informe de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) publicado en 2022, señala que la proporción de pequeñas y medianas empresas (PYMES) que llevan a cabo actividades de innovación ha incrementado en un 15% en los últimos diez años. Este crecimiento está motivado por factores como el mayor acceso a las tecnologías digitales, la creciente demanda de productos y servicios personalizados y la presión competitiva en un mercado globalizado (García-Martínez et al. 2023).

Los aspectos políticos y legales a nivel macro pueden afectar las posibilidades de protección de la propiedad intelectual y las regulaciones que rigen la comercialización de nuevos productos y servicios. Así mismo, el entorno social y tecnológico puede influir en las tendencias y preferencias del mercado, lo que a su vez puede afectar la demanda de innovaciones y creatividad en determinadas áreas. Por lo tanto, es crucial que las empresas comprendan y se adapten a estos factores externos para maximizar su capacidad de innovación y creatividad. La capacidad de adaptarse a estos factores externos puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso en un entorno empresarial competitivo y en constante cambio (Torres, 2023).

Los factores que limitan la administración de la innovación y la creatividad pueden ser

abordada desde diversas perspectivas conceptuales. La falta de recursos financieros, la resistencia al cambio y la ausencia de liderazgo innovador. Estos aspectos tienen el potencial de afectar negativamente la generación de ideas y la implementación de procesos creativos en la empresa. La evolución del entorno competitivo lleva a las empresas a destinar más recursos a la innovación. La gestión de la innovación y la creatividad requiere un enfoque integral, que aborde tanto los elementos internos como externos que influyen en dichos procesos (Yuquilema et al.2023; Marco-Lajara et al., 2023).

A nivel meso, la creatividad se ve impulsada por la colaboración entre empresas, instituciones de investigación, universidades y centros de desarrollo tecnológico (Queiroz Sperotto y Peyré Tartaruga, 2022). Según el informe del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) de Ecuador, hubo un aumento del 8% en la proporción de empresas que llevaron a cabo actividades de innovación entre 2012 y 2015. La industria manufacturera, la información y la comunicación, y los servicios empresariales fueron los sectores que más crecieron en innovación. Las razones principales para innovar fueron mejorar la competitividad, aumentar la productividad y satisfacer las nuevas necesidades del mercado. En cuanto al Índice Global de Innovación 2023, Ecuador se sitúa en el puesto 77 entre 132 países evaluados. Aunque esta posición muestra un rezago en comparación con los países desarrollados, también refleja una mejora respecto a años anteriores (INEC, 2017; Campos Caccha y Mejia Atachagua).

A nivel micro, fomentar la creatividad y la innovación a nivel meso es crucial para el crecimiento y la competitividad de un sector. Esto se logra a través de políticas públicas que incentiven la colaboración, la investigación y el desarrollo tecnológico, la creación de espacios de intercambio y la formación de talento humano especializado. Además, es importante fomentar una cultura de apertura al cambio, la tolerancia al riesgo y la celebración del éxito, creando un ecosistema favorable para la innovación (Achuri and Álvarez2022; Chavarría Arrieta).

La Asociación Cotopaxi (La Bahía), ubicada en el cantón La Maná necesita de transformación local a través de la creatividad e innovación. En un contexto socioeconómico marcado por la falta de oportunidades, la asociación ha impulsado el desarrollo sostenible mediante iniciativas innovadoras en áreas comerciales. El acceso a financiamiento han sido pilares fundamentales para su desempeño. La creatividad e innovación son necesarios para la Asociación Cotopaxi con el objetivo de mejorar los ingresos de sus miembros, generar empleos, empoderar a la comunidad, preservar la cultura local y proteger el medio ambiente.

### **5.1. Formulación del problema**

¿De qué manera está relacionada la creatividad con la innovación en la Asociación Cotopaxi (la bahía) en el cantón la Maná, año 2024?

### **5.2. Delimitación del problema**

Contenido: Gestión de la innovación

Clasificación: La creatividad

Espacio: Asociación Cotopaxi

Muestra: compradores

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1. Objetivo General**

Implementar estrategias de innovación y la creatividad para la Asociación Cotopaxi (La Bahía) en el cantón La Maná durante el año 2024.

### **6.2. Objetivos específicos**

- ❖ Diagnosticar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con la innovación y la creatividad en la asociación.
- ❖ Identificar las percepciones de los clientes de la asociación en relación con la innovación y la creatividad en los locales de la Bahía para determinación de los factores que influyen en la capacidad para innovar y ser creativo en la asociación.
- ❖ Diseñar una propuesta de plan de gestión para fomentar la cultura de innovación y creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía) en el cantón La Maná.

## 7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS

**Tabla 2.** Actividades y sistemas de tareas

<b>Objetivos específicos</b>	<b>Actividades</b>	<b>Resultado de la actividad</b>	<b>Medio de verificación</b>
Diagnosticar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con la innovación y la creatividad en la asociación.	Observación de los negocios	Una matriz de oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas.	Matriz FODA
Identificar las percepciones de los clientes de la asociación en relación con la innovación y la creatividad en los locales de la Bahía para determinación de los factores que influyen en la capacidad para innovar y ser creativo en la asociación.	Realización del cuestionario para clientes	Cuestionario de preguntas	Cuestionario
Diseñar una propuesta de plan de gestión para fomentar la cultura de innovación y creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía) en el cantón La Maná.	Redacción de un plan de gestión para fomentar la cultura de innovación y creatividad.	El plan de gestión para la creatividad e innovación	Plan de gestión de la creatividad y la innovación

Fuente: Elaboración por Loor Elvis

## 8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

### 8.1. Antecedentes de la investigación

El proyecto se fundamenta en diferentes investigaciones ya realizadas, las cuales se describen a continuación:

**Proyecto 1:** María Fernanda León y Carlos Andrés López (2021) en su investigación titulada "La innovación social como herramienta para el desarrollo local: Un estudio de caso de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de la comunidad de San Pedro de Vilcabamba, Ecuador". Este estudio analiza la experiencia de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de San Pedro de Vilcabamba en la implementación de un programa de innovación social. El estudio destaca la importancia de la participación comunitaria, el trabajo en equipo y la capacitación en el éxito de este tipo de iniciativas. La colaboración con otras organizaciones locales también fue fundamental para el desarrollo del programa. Además, se observó que la creatividad y la búsqueda de soluciones innovadoras fueron clave en la sostenibilidad del proyecto (Herrera-Hernández y Gutiérrez-Barroso, 2023)

**Proyecto 2:** Juan Pablo Salazar y Gabriela González (2020) en su investigación titulada "La gestión de la creatividad en organizaciones de base comunitaria: Un estudio comparativo de dos casos en el cantón Otavalo, Ecuador" analizaron el impacto de la gestión de la innovación y la creatividad en las organizaciones comunitarias en el cantón Otavalo, Ecuador. Este estudio compara las estrategias de gestión de la creatividad implementadas por dos organizaciones de base comunitaria en el cantón Otavalo. El estudio identifica las buenas prácticas que pueden ser replicadas en otras organizaciones. Los resultados revelaron que la implementación de estrategias de gestión de la innovación y la creatividad tuvo un impacto significativo en el desarrollo de las organizaciones comunitarias en el cantón Otavalo, Ecuador (Chávez y Romero, 2022).

**Proyecto 3:** Patricia Sánchez y Ana Lucía Martínez (2019) en su trabajo que lleva como título "La innovación como herramienta para el empoderamiento de las mujeres en comunidades rurales: Un estudio de caso de la Asociación de Mujeres Artesanas de la comunidad de Mindo, Ecuador" analizaron cómo la innovación ha contribuido al empoderamiento de las mujeres en la comunidad de Mindo. El estudio destaca el papel de la innovación en la generación de ingresos, la creación de empleo y la mejora de la calidad de vida de las mujeres. En la investigación se identificó que la implementación de estrategias innovadoras ha permitido a las

mujeres artesanas de la comunidad de Mindo diversificar sus productos y acceder a nuevos mercados. Además, se evidenció que la innovación ha fortalecido la autoestima y la participación de las mujeres en la toma de decisiones dentro de la asociación. Por tanto, se concluye que la gestión de la innovación ha sido fundamental para el empoderamiento de las mujeres en esta comunidad rural (Correa Castro y Sojo Jiménez, 2022).

## **8.2. Marco conceptual**

### **8.2.1. Introducción a la Gestión de la Innovación y la Creatividad**

La gestión de la innovación y la creatividad es un proceso fundamental en las organizaciones modernas, ya que les permite mantenerse relevantes y competitivas en un entorno cambiante. Se trata de un enfoque estratégico que busca fomentar la generación de ideas novedosas, su desarrollo y posterior implementación con el fin de generar valor. A través de la gestión de la innovación y la creatividad, las empresas buscan mejorar sus productos, servicios, procesos y modelos de negocio, adaptándose a las necesidades del mercado y superando a la competencia (Álvarez, 2021).

### **8.2.2. Innovación y creatividad**

La creatividad es la capacidad de generar ideas originales e ingeniosas que puedan ser aplicadas en diferentes contextos. Por otro lado, Ambos conceptos son esenciales en la gestión de la innovación, ya que la creatividad es el motor que impulsa la generación de ideas innovadoras, y la innovación es el proceso que permite convertirlas en realidades tangibles que generen impacto positivo (Hidalgo et al.2022).

La creatividad se refiere a la capacidad de generar ideas nuevas y originales. Es la base de la innovación, ya que proporciona las ideas que luego se pueden desarrollar y poner en práctica. La creatividad puede ser asociativa o convergente. La creatividad asociativa implica la generación de nuevas ideas a partir de la combinación de ideas existentes, mientras que la creatividad convergente implica la selección y combinación de ideas para llegar a una solución específica (Villegas, 2021).

Los elementos clave de la creatividad corresponden:

- **Fluidez:** la capacidad de generar muchas ideas en un corto período de tiempo.
- **Originalidad:** la capacidad de generar ideas que son nuevas y diferentes a lo que ya existe.

- **Flexibilidad:** la capacidad de adaptar las ideas a diferentes situaciones y necesidades.
- **Elaboración:** la capacidad de desarrollar y refinar las ideas para convertirlas en soluciones viables (Matta et al.2022).

La innovación se refiere a la introducción de nuevas ideas, productos, servicios o procesos que mejoran lo existente o crean algo nuevo. La innovación puede ser radical o incremental. La innovación radical implica una ruptura con las prácticas o tecnologías existentes, mientras que la innovación incremental implica mejoras graduales en productos o servicios existentes (Reyes et al.2022).

Los elementos clave de la innovación son:

- **Novedad:** la innovación implica algo nuevo, original y diferente a lo que ya existe.
- **Valor:** la innovación debe aportar valor a los usuarios o clientes, satisfaciendo sus necesidades o deseos de manera mejor o más eficiente.
- **Implementación:** la innovación no solo se trata de tener una idea nueva, sino también de implementarla con éxito en el mercado o en la práctica (Blacutt Olmos, 2021).

Finalmente, la innovación y la creatividad están estrechamente relacionadas. La creatividad es la base de la innovación, ya que proporciona las ideas que luego se pueden desarrollar y poner en práctica. La innovación, a su vez, puede estimular la creatividad al proporcionar nuevos desafíos y oportunidades para la generación de ideas. La innovación es la introducción de nuevas ideas, productos, servicios o procesos que mejoran lo existente o crean algo nuevo. La creatividad es la capacidad de generar ideas nuevas y originales. La creatividad es la base de la innovación. La innovación puede estimular la creatividad. La innovación y la creatividad son esenciales para el éxito en un mundo en constante cambio. Las empresas y organizaciones que pueden innovar y ser creativas estarán mejor posicionadas para adaptarse a los nuevos desafíos y oportunidades, y para satisfacer las necesidades de sus clientes o usuarios.

### 8.2.3. Importancia de la Innovación y la Creatividad en la Actualidad

En la actualidad, la innovación y la creatividad son fundamentales para la supervivencia y el éxito de las organizaciones en un entorno altamente competitivo y en constante cambio. La capacidad de adaptarse a nuevas tendencias, desarrollar productos y servicios innovadores, y

encontrar soluciones creativas a los desafíos empresariales, se ha convertido en un diferenciador crucial. Aquellas empresas que priorizan la innovación y la creatividad tienen mayores probabilidades de mantenerse relevantes, atraer y retener talento, satisfacer las necesidades de los clientes, y generar un impacto positivo en la sociedad. Las ventajas competitivas derivadas de la innovación y la creatividad son numerosas y significativas. Estas incluyen:

- La capacidad de ofrecer productos y servicios únicos que satisfacen las necesidades del mercado de manera innovadora.
- Diferenciación frente a la competencia, la mejora continua de procesos y la eficiencia operativa.
- Capacidad de adaptarse ágilmente a los cambios del entorno, la creación de una cultura organizacional atractiva para empleados talentosos.
- La generación de una reputación positiva que fortalece la marca. En resumen, la innovación y la creatividad son poderosos impulsores de ventajas competitivas sostenibles en el largo plazo (Muñoz et al.2021).

#### **8.2.4. Modelo de Gestión de la Innovación**

La gestión de la innovación se basa en diferentes modelos y enfoques para fomentar el desarrollo de nuevas ideas y su implementación en el mercado. Estos modelos proporcionan un marco de trabajo para entender cómo surge la innovación, cómo se desarrolla y cómo se difunde. Es fundamental para las organizaciones comprender y aplicar estos modelos de manera efectiva para impulsar su capacidad innovadora y mantenerse competitivas en un entorno en constante cambio.

##### **8.2.4.1. Modelo lineal de innovación**

El modelo lineal de innovación, también conocido como modelo de difusión, describe la innovación como un proceso secuencial y lineal que comienza con la investigación y desarrollo, seguido por la producción, marketing y la adopción por parte del mercado. Aunque ha sido criticado por su simplicidad y falta de adaptación a la realidad de la innovación, sigue siendo relevante, especialmente en industrias basadas en tecnología, donde la investigación y el desarrollo desempeñan un papel crucial en la generación de nuevas ideas y avances tecnológicos. Este modelo enfatiza la importancia de cada etapa en el proceso de innovación,

resaltando la necesidad de un enfoque sistemático para lograr resultados exitosos en innovación. Además, subraya la naturaleza interconectada de la innovación, con cada etapa construyendo sobre la anterior para finalmente llevar un nuevo producto o idea al mercado (Perilla Marín & Monsalve Boter, 2024).

El Modelo Lineal de Innovación (MLI), también conocido como Modelo de Empuje Tecnológico o Modelo de Investigación Básica a Desarrollo y Comercialización, es un enfoque clásico para comprender el proceso de innovación. Se caracteriza por su visión secuencial y unidireccional, donde la innovación fluye de manera lineal desde la investigación científica básica hasta la comercialización de un nuevo producto o servicio. En este contexto, es importante destacar que el modelo lineal de innovación ha sido ampliamente cuestionado en los últimos años debido a su falta de inclusividad y dinamismo. Este modelo ha sido criticado por su simplicidad y por no reflejar la realidad compleja del proceso de innovación. Se argumenta que el proceso no es lineal, la ciencia no es la única fuente de innovación, la tecnología no es neutral y el mercado no es pasivo. A pesar de sus limitaciones, el MLI sigue siendo una herramienta útil para comprender los aspectos básicos del proceso de innovación. Es importante tener en cuenta sus limitaciones y complementarlo con otros enfoques más complejos que consideren la naturaleza dinámica e interactiva de la innovación. Las principales fases del Modelo Lineal de Innovación son:

- **Investigación y Desarrollo (I+D):** Descripción: En esta fase, se generan nuevas ideas y se realiza la investigación necesaria para transformar esas ideas en conceptos viables. Es el punto de partida donde se investigan nuevas tecnologías, materiales, o procesos que pueden ser la base de futuros productos o servicios. Objetivo: Desarrollar conocimientos científicos y tecnológicos que puedan ser aplicados en nuevas innovaciones.
- **Desarrollo de Producto o Prototipo:** Descripción: Aquí se desarrolla un prototipo o una versión inicial del producto, basada en los resultados de la fase de I+D. Este prototipo permite realizar pruebas preliminares y ajustes antes de la producción a gran escala. Objetivo: Crear un modelo funcional que pueda ser evaluado y mejorado antes de su comercialización.
- **Prueba y Validación:** Descripción: Se realizan pruebas exhaustivas del prototipo para asegurar que cumple con los requisitos técnicos y de mercado. Esta fase incluye pruebas en condiciones reales o simuladas y la validación con usuarios finales. Objetivo:

Confirmar la viabilidad técnica y comercial del producto, y realizar los ajustes necesarios.

- **Producción y Comercialización:** Descripción: Una vez que el prototipo ha sido validado, se inicia la producción en masa y se lanza el producto al mercado. Esto incluye la fabricación, el desarrollo de estrategias de marketing, y la distribución del producto. Objetivo: Introducir el producto al mercado y asegurar su aceptación y éxito comercial.
- **Distribución y Post-Comercialización:** Descripción: En esta fase, se gestionan las actividades relacionadas con la distribución del producto y se supervisa su rendimiento en el mercado. También se recopila retroalimentación para futuras mejoras o innovaciones. Objetivo: Asegurar la disponibilidad del producto en el mercado y recoger datos que permitan mejoras continuas.

#### 8.2.5. Fuentes de Innovación

Las fuentes de innovación pueden ser tanto internas como externas a la organización. La innovación interna se refiere a la generación de nuevas ideas, procesos o productos dentro de la propia empresa, a través del fomento de la creatividad de los empleados, el establecimiento de equipos de trabajo multidisciplinarios o la implementación de programas de intra-empresarial. Por otro lado, la innovación externa proviene de fuentes fuera de la organización, como la colaboración con universidades, centros de investigación, proveedores, clientes o la participación en redes de innovación. Ambas fuentes son fundamentales para alimentar el proceso de innovación en las empresas. Además, la innovación interna puede ser impulsada por líderes visionarios que fomentan la autonomía y la experimentación, dando a los empleados la libertad de probar nuevas ideas y enfoques. Mientras que la innovación externa puede provenir de la adquisición de nuevas tecnologías, la colaboración con empresas emergentes o la participación en ferias y conferencias de la industria. En última instancia, la combinación de fuentes de innovación interna y externa puede dar lugar a un ecosistema de innovación sólido y dinámico. Esto puede promover la diferenciación en el mercado, mejorar la eficiencia operativa y estimular el crecimiento sostenible a largo plazo (Castillo-Reina & Cruz Vásquez, 2022).

Existen dos fuentes de innovación. La innovación interna y externa son dos formas distintas de buscar y desarrollar nuevas ideas y soluciones:

- **La innovación interna:** se enfoca en la creatividad y el conocimiento existente dentro de la organización, fomentando la participación de los empleados en la generación de nuevas propuestas.
- **La innovación externa:** busca incorporar ideas y perspectivas externas a la empresa, a través de alianzas estratégicas, colaboración con proveedores, clientes, universidades e instituciones de investigación. Ambas formas de innovación son complementarias y esencial para mantener la competitividad y el crecimiento sostenible de la empresa en un entorno cambiante y exigente (Narciso et al.2021).

### 8.2.6. Proceso de Innovación

En el entorno dinámico y competitivo actual, la innovación se ha convertido en un factor crucial para la supervivencia y el éxito de los negocios pequeños. Estos negocios, a menudo con recursos limitados y estructuras más flexibles, poseen la capacidad de adaptarse y responder a los cambios del mercado con mayor rapidez que las grandes empresas. Sin embargo, el proceso de innovación en negocios pequeños presenta desafíos particulares que deben ser considerados y abordados de manera estratégica. La generación de ideas innovadoras en negocios pequeños suele surgir de la estrecha relación que los propietarios y empleados tienen con sus clientes y con el mercado. Sin embargo, la falta de recursos financieros y humanos puede limitar la capacidad de los negocios pequeños para desarrollar y comercializar con éxito sus ideas innovadoras (Miranda-Torrez, 2021).

Para superar estos desafíos, los negocios pequeños deben adoptar un enfoque sistemático y estratégico para la innovación. Esto implica establecer objetivos claros de innovación, identificar los recursos disponibles, fomentar una cultura de creatividad y colaboración, y desarrollar procesos eficientes para la evaluación, desarrollo y comercialización de ideas innovadoras. Comprende una serie de etapas que van desde la identificación de oportunidades hasta la materialización de la innovación. Este proceso puede ser lineal o iterativo, dependiendo del enfoque y las necesidades de la empresa. La correcta gestión de este proceso garantiza que las innovaciones sean exitosas y contribuyan al crecimiento y sostenibilidad de la organización (Agredo Benavidez, 2024).

El proceso de innovación es un conjunto de pasos o actividades que una organización sigue para desarrollar y llevar al mercado nuevas ideas, productos, servicios, o procesos que generen valor. Este proceso, aunque puede variar dependiendo del enfoque y la industria, generalmente

incluye las siguientes etapas:

- Generación de Ideas
- Selección y Evaluación de Ideas
- Desarrollo de Concepto
- Desarrollo y Prototipado:
- Prueba de Mercado:
- Comercialización:
- Monitoreo y Mejora Continua:
- Aprendizaje y Retroalimentación

#### **8.2.7. Herramienta y técnicas para la Gestión de la Innovación**

En el ámbito de la gestión de la innovación, es fundamental contar con herramientas y técnicas que impulsen y faciliten el proceso creativo. Estas herramientas pueden incluir:

- Software especializado
- Plataformas de colaboración
- Metodologías de desarrollo ágil

Otros recursos que permiten gestionar de manera eficiente el flujo de ideas, la experimentación y la implementación de proyectos innovadores. Asimismo, las técnicas de gestión de la innovación se enfocan en estrategias de creatividad, resolución de problemas, gestión del cambio y evaluación de resultados, lo que contribuye a maximizar el impacto de la innovación en la organización (Yuquilema et al.2023).

El Design Thinking es una metodología de innovación centrada en el ser humano que se ha convertido en una herramienta poderosa para abordar desafíos complejos. A través de la comprensión profunda de las necesidades y deseos de los usuarios el design thinking fomenta la generación de soluciones creativas y viables. Esta metodología se caracteriza por:

- Enfoque colaborativo,
- Iterativo y experimental,

- Prototipado rápido
- Pruebas de concepto para validar ideas.

Al aplicar el Design Thinking, las organizaciones pueden lograr una mayor empatía con sus clientes, mejorar la efectividad de sus productos y servicios, y fomentar una cultura de innovación continua.

### **8.2.8. Cultura Organizacional Innovadora**

Una cultura organizacional innovadora se compone de varios elementos fundamentales, tales como la promoción de la creatividad, la tolerancia al fracaso, la apertura a nuevas ideas, la incentivación a la experimentación y el pensamiento fuera de lo convencional. Además, una cultura innovadora implica la inclusión de la diversidad, tanto en términos de perfiles de empleados como de perspectivas. La comunicación abierta y fluida, el empoderamiento de los empleados, la flexibilidad en las estructuras organizativas y el reconocimiento a la innovación son también componentes esenciales de una cultura organizacional innovadora. Los componentes de una cultura innovadora incluyen la colaboración y el trabajo en equipo, el fomento de la participación de todos los miembros de la organización en el proceso de innovación, y la creación de un entorno que fomente la curiosidad y el aprendizaje continuo. Asimismo, la alineación de los valores de la empresa con la innovación, la transparencia en la toma de decisiones y el establecimiento de mecanismos que premien la generación de ideas novedosas contribuyen a consolidar una cultura de innovación sólida y efectiva (Leyva et al.2021).

### **8.3. Liderazgo y Gestión del Cambio en Procesos Innovadores**

El liderazgo y la gestión del cambio son fundamentales en los procesos innovadores, ya que el líder debe ser capaz de promover una visión clara, motivar al equipo y gestionar eficazmente la resistencia al cambio. El líder debe estar en constante búsqueda de nuevas ideas y oportunidades, fomentando la creatividad y la experimentación. Asimismo, debe ser un agente de cambio, identificando obstáculos y desafíos, y promoviendo la adaptabilidad y flexibilidad en la organización para abrazar la innovación de manera efectiva. Dentro del proceso de innovación, el líder desempeña múltiples roles clave, tales como el catalizador de la creatividad y la innovación, el defensor de nuevas ideas y proyectos, el gerente del cambio y el promotor de una cultura organizacional que fomente la innovación. Además, el líder debe ser un

facilitador del trabajo en equipo y un comunicador efectivo, capaz de inspirar y alinear a su equipo hacia los objetivos de innovación de la organización. En resumen, el líder en la innovación debe tener la habilidad de liderar, motivar, gestionar el cambio y fomentar un ambiente propicio para la generación y ejecución de ideas innovadoras (Chavarria, 2023).

#### **8.4. Estrategias de Colaboración y Alianzas para la Innovación**

La colaboración y las alianzas estratégicas son fundamentales para fomentar la innovación en las organizaciones. Establecer alianzas con otras empresas, instituciones académicas o incluso con competidores puede ampliar el acceso a recursos, conocimientos y tecnologías necesarias para impulsar la innovación. Además, la colaboración brinda la oportunidad de obtener diferentes perspectivas y enfoques que enriquecen el proceso innovador y promueven:

- La co-creación y la generación de soluciones más completas y efectivas.
- Las redes de innovación permiten conectar a diferentes actores del ecosistema innovador, como empresas, centros de investigación, startups y organizaciones gubernamentales, con el fin de compartir conocimientos, experiencias y recursos.
- Facilitan la interacción y el intercambio de buenas prácticas, promoviendo la colaboración y el aprendizaje conjunto.

Asimismo, las redes de innovación pueden favorecer la identificación de oportunidades de colaboración y la creación de sinergias que impulsen el desarrollo de proyectos innovadores con un mayor potencial de éxito en el mercado (Machuca-Contreras et al.2023).

#### **8.5. Evaluación y Medición de la Innovación**

La evaluación y medición de la innovación son fundamentales para comprender el impacto y el rendimiento de las actividades innovadoras. Permite identificar áreas de mejora, asignar recursos de manera eficiente y tomar decisiones informadas. La evaluación puede realizarse a través de indicadores cuantitativos y cualitativos, como el número de patentes o el grado de satisfacción del cliente. Asimismo, se pueden emplear métricas como el retorno de la inversión en innovación o la tasa de éxito de nuevos productos. Estos indicadores ofrecen una visión integral de la capacidad innovadora de la organización y su alineación con los objetivos estratégicos, facilitando la toma de decisiones para impulsar la innovación de manera efectiva (Martín et al.2020).

A continuación, se describen los principales enfoques y métricas utilizadas en la evaluación y medición de la innovación:

- Indicadores de Resultados: Patentes Registradas, Nuevos Productos/Servicios Lanzados, Participación de Nuevos Productos en los Ingresos.
- Indicadores de Proceso: Tasa de Éxito de Proyectos de Innovación, Tiempo de Ciclo de Innovación, Recursos Asignados a Innovación.
- Indicadores de Entrada: Inversión en I+D, Colaboración e Iniciativas de Innovación Abierta, Capacitación en Innovación.
- Indicadores de Impacto: Rentabilidad del Proceso de Innovación, Satisfacción del Cliente, Penetración en Nuevos Mercados.
- Indicadores de Cultura y Capacidad de Innovación: Clima Organizacional para la Innovación, Nivel de Colaboración Interna, Tasa de Adopción de Innovaciones Internas.

#### **8.5.1. Indicadores de innovación**

Los indicadores de innovación son herramientas clave para evaluar el desempeño innovador de una organización. Estos pueden abarcar varios aspectos:

- La inversión en I+D
- El porcentaje de ingresos generados por nuevos productos o servicios
- La participación en el mercado
- La tasa de desarrollo de nuevas tecnologías.

A través de indicadores específicos y medibles, es posible cuantificar el progreso en la generación de ideas, su conversión en productos o procesos exitosos, y su impacto en la competitividad y sostenibilidad. La selección adecuada de indicadores de innovación permite monitorear, comparar y mejorar continuamente la capacidad innovadora de la organización, contribuyendo a su crecimiento y éxito a largo plazo (Díaz-Canel and Delgado2021).

También, la evaluación de la innovación es un elemento crucial para determinar el éxito y el impacto del proyecto en cuestión. Los indicadores de innovación se convierten en herramientas valiosas para medir el grado de novedad, creatividad y valor del proyecto, así como su potencial para generar cambios positivos. Los indicadores de innovación son medidas cuantitativas o

cualitativas que permiten evaluar el nivel de innovación de un proyecto. Estos indicadores abarcan diversos aspectos del proyecto, incluyendo:

- Novedad: ¿En qué medida el proyecto introduce ideas, productos, servicios o procesos nuevos y originales?
- Creatividad: ¿Demuestra el proyecto un enfoque creativo y original para abordar el problema o desafío planteado?
- Impacto: ¿Tiene el proyecto el potencial de generar cambios positivos en el entorno o en la comunidad?
- Viabilidad: ¿Es el proyecto técnicamente viable y económicamente sostenible?
- Adopción: ¿Existe un interés o una demanda por el proyecto por parte de los usuarios o clientes potenciales? (Aguilera-Martínez and Medina-Ruiz2023)

La relevancia de los indicadores de innovación radica en diversos aspectos:

- Proporcionan información valiosa sobre el progreso del proyecto. Los indicadores permiten a los monitorear el avance del proyecto en términos de su innovación. Identifican áreas de mejora: al analizar los indicadores se pueden identificar las áreas del proyecto que necesitan ser fortalecidas para aumentar su nivel de innovación.
- Facilitan la toma de decisiones: Los indicadores sirven como base para tomar decisiones informadas sobre la dirección del proyecto y la asignación de recursos.
- Demuestran el impacto del proyecto: Los indicadores permiten comunicar de manera efectiva el valor y el impacto del proyecto a stakeholders internos y externos (Arroyo et al.2020).

## **8.6. Ética y Responsabilidad en la Innovación**

La ética y la responsabilidad son aspectos fundamentales en el ámbito de la innovación, ya que el impacto de las nuevas ideas y tecnologías puede tener consecuencias significativas en la sociedad y el medio ambiente. Es importante que las organizaciones promuevan una cultura ética que guíe las decisiones y acciones relacionadas con la innovación, asegurando que se tomen en cuenta los valores y principios morales. Esto implica tener en cuenta aspectos como

la equidad, la transparencia, la integridad y el respeto por los derechos humanos en todo el proceso innovador, desde la generación de ideas hasta la implementación de soluciones.

Los principios éticos en la innovación buscan orientar el comportamiento de las empresas y profesionales hacia prácticas responsables y sostenibles. Algunos de estos principios incluyen la protección del medio ambiente, el respeto a la diversidad cultural, la promoción de la equidad y la justicia social, la transparencia en la comunicación de información, el consentimiento informado en la investigación, y la consideración de los posibles impactos negativos en la sociedad. Estos principios éticos ayudan a establecer un marco de referencia para tomar decisiones éticas durante el proceso de innovación, contribuyendo a la construcción de un entorno empresarial más responsable y comprometido con el bienestar de la sociedad (Salaiza et al.2020).

### **8.7. Innovación Social y Sostenibilidad**

La innovación tecnológica y la transformación digital son aspectos fundamentales en el entorno empresarial actual. Estas implican la adopción de tecnologías disruptivas que tienen el potencial de cambiar radicalmente la forma en que las organizaciones operan, interactúan con sus clientes y generan valor. Ejemplos de tecnologías disruptivas incluyen la inteligencia artificial, el internet de las cosas, la impresión 3D, entre otras. Estas tecnologías están revolucionando industrias enteras al permitir la automatización de procesos, la personalización de productos y servicios, así como el análisis avanzado de datos para la toma de decisiones estratégicas (Hoffmann & Stassi, 2023).

Las tecnologías disruptivas representan una ruptura significativa en el mercado, generando cambios drásticos en la forma en que se realizan las actividades comerciales. Ejemplos de tecnologías disruptivas incluyen la inteligencia artificial, la computación en la nube, la realidad virtual/aumentada, la biotecnología, entre otras. Estas tecnologías no solo transforman la forma en que las empresas operan, sino que también abren nuevas oportunidades de mercado y crean ventajas competitivas para aquellos que saben adoptarlas de manera efectiva. Es crucial comprender el impacto y el potencial de estas tecnologías para poder aprovechar al máximo su influencia en la gestión de la innovación y la creatividad. La innovación en el sector puede verse impulsada por tecnologías disruptivas como la inteligencia artificial, el Internet de las cosas y la realidad virtual. Estas tecnologías están cambiando la forma en que las empresas operan y ofrecen nuevas oportunidades para la creatividad y la innovación (Guerra, 2023).

## **8.8. Innovación y Emprendimiento**

El emprendimiento innovador es aquel que busca generar ideas y soluciones novedosas para satisfacer las necesidades del mercado, aportando un valor diferencial. Se caracteriza por la búsqueda de oportunidades, la capacidad de asumir riesgos y la aplicación de la creatividad en la materialización de proyectos. Este tipo de emprendimiento impulsa el desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos, fomentando la competitividad y la mejora continua en las organizaciones. Además, contribuye al dinamismo económico y social, promoviendo la generación de empleo y el progreso en diferentes ámbitos de la sociedad (Lazarte Aguirre y Sotelo Flores, 2020).

El emprendimiento innovador se distingue por su enfoque disruptivo, que desafía los paradigmas establecidos y busca transformar sectores y mercados a través de la innovación. Los emprendedores innovadores buscan identificar oportunidades de cambio y crecimiento, aplicando procesos creativos y estrategias diferenciadoras. Este tipo de emprendimiento no solo busca la rentabilidad económica, sino que también persigue un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. A través de la implementación de nuevas tecnologías, modelos de negocio sostenibles y soluciones a problemáticas sociales, el emprendimiento innovador contribuye al desarrollo sostenible y a la construcción de un futuro más prometedor (Molina, 2020).

## **8.9. Retos y Oportunidades Futuras en la Gestión de la Innovación**

Los retos futuros en la gestión de la innovación incluyen la incorporación de tecnologías emergentes, el fomento de la diversidad y la inclusión en los equipos de trabajo, la adaptación a cambios en la regulación y la protección de la propiedad intelectual. Asimismo, las oportunidades futuras se presentan en la colaboración global, la integración de la sostenibilidad en la estrategia de innovación, el desarrollo de modelos de negocio disruptivos y la creación de una cultura organizacional que promueva la experimentación y el aprendizaje continuo. Entre las tendencias emergentes en la gestión de la innovación se encuentran:

- El impulso de la inteligencia artificial y el machine learning.
- Enfoque en la economía circular.
- La apertura a la co-creación con clientes y otros stakeholders.

Además, se observa un énfasis en la innovación abierta, la exploración de tecnologías cuánticas

y la integración de la ética y responsabilidad social en los procesos de innovación. Estas tendencias representan oportunidades para las organizaciones que buscan mantenerse a la vanguardia y generar impacto sostenible en el futuro (Briones and López, 2024).

## **9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS**

### **9.1. Preguntas científicas**

#### **¿Qué nivel de conocimiento y habilidades tienen los miembros de la asociación en materia de innovación y creatividad?**

Los miembros de la asociación parecen tener un buen nivel de creatividad, pero carecen de un marco estructurado para desarrollar y gestionar sus ideas. Esto implica que es necesario invertir en capacitación y en la implementación de herramientas y metodologías que les permitan transformar su potencial creativo en resultados tangibles. El nivel de conocimiento y habilidades en innovación y creatividad de los miembros de la asociación es prometedor, pero requiere de un mayor desarrollo y apoyo institucional para alcanzar su máximo potencial.

#### **¿Cuáles son las principales barreras que perciben los miembros de la asociación para generar nuevas ideas y soluciones creativas?**

Las principales barreras percibidas por los miembros de la asociación se relacionan con la falta de recursos, la ausencia de un proceso estructurado, el miedo al fracaso, la resistencia al cambio y la falta de capacitación. Es importante abordar estas barreras para fomentar una cultura de innovación y maximizar el potencial creativo de la asociación.

## **10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **10.1. Descripción del área de estudio**

La Asociación Cotopaxi (La Bahía) es una organización que trabaja para promover el desarrollo social y económico. La innovación y la creatividad son claves para el desarrollo sostenible de los socios, y se ha establecido un área de estudio dedicada a la investigación en esta área. El objetivo del área de estudio es generar conocimiento sobre la innovación y la creatividad en el contexto de La Bahía. Este conocimiento se utilizará para desarrollar e implementar estrategias que promuevan la innovación y la creatividad en la Asociación, y que contribuyan al desarrollo social y económico de la misma.

## **10.2. Enfoque e investigación**

### **10.2.1. Enfoque**

El área de estudio sobre Innovación y Creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía) utilizará un enfoque de investigación cuantitativo mediante encuestas y cualitativa para la entrevista, específicamente encuestas, para recopilar datos sobre las percepciones, actitudes y comportamientos de los clientes en relación con la innovación y la creatividad de la organización.

### **10.2.2. Tipo de investigación**

Los tipos de investigación para el estudio sobre Innovación y Creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía) empleará dos tipos de investigación: exploratoria y descriptiva, utilizando encuestas para clientes como principal herramienta de recolección de datos.

#### **10.2.2.1. Exploratoria**

La investigación exploratoria se llevará a cabo con el objetivo de obtener una comprensión inicial de las percepciones, actitudes y comportamientos de los clientes en relación con la innovación y la creatividad de la Asociación Cotopaxi (La Bahía). Se utiliza cuando el tema de investigación es poco conocido o no hay suficiente información disponible. Además, se busca descubrir nuevas ideas y generar hipótesis para investigaciones futuras. Finalmente, es flexible y adaptable, permitiendo ajustar la metodología según los hallazgos emergentes.

#### **10.2.2.2. Descriptiva**

La investigación descriptiva se realizará para describir y caracterizar las variables de interés con mayor precisión, profundizando en los aspectos identificados en la fase exploratoria. Con la investigación descriptiva en este estudio se pretende buscar y describir la realidad de manera objetiva y sistemática. Se utiliza para cuantificar las variables y establecer relaciones entre ellas. Finalmente, permite obtener información detallada y precisa sobre el tema de investigación.

## **10.3. Técnicas de la investigación utilizada**

El área de estudio sobre Innovación y Creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía) utilizará encuestas como una de las principales técnicas de investigación para recopilar datos sobre las percepciones de los clientes en relación con la innovación y la creatividad de la

organización. Para ello, se diseñará y aplicará un cuestionario estructurado que permita obtener información cuantitativa y cualitativa valiosa.

### **10.3.1. Encuesta**

La aplicación de encuestas y el uso de un cuestionario bien diseñado permitirán al área de estudio sobre Innovación y Creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía) recopilar información valiosa y confiable sobre las percepciones de los clientes en relación con la innovación y la creatividad de la organización. Esta información será fundamental para comprender mejor las necesidades y expectativas de los clientes, identificar áreas de mejora y desarrollar estrategias que promuevan una cultura de innovación y creatividad en la asociación. (Anexo 2).

### **10.3.2. Instrumentos utilizados**

#### **10.3.2.1. Cuestionario**

El uso de un cuestionario como herramienta de investigación para el estudio sobre innovación y creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía) presenta diversas ventajas y consideraciones importantes que deben ser tomadas en cuenta para garantizar la efectividad y confiabilidad del proceso. Permite recopilar datos de manera rápida y económica, posibilitando encuestar a un gran número de participantes en un corto período de tiempo. También, estandarización y comparabilidad porque facilita la comparación de resultados entre diferentes grupos de clientes o a lo largo del tiempo, al utilizar preguntas y opciones de respuesta uniformes.

### **10.4. Proceso de validación del instrumento**

La validación del instrumento, el cuestionario para la investigación sobre innovación y creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía), es un proceso crucial para garantizar la confiabilidad y validez de los datos recolectados. Este proceso implica una serie de pasos sistemáticos que permiten evaluar la calidad del instrumento y su capacidad para medir. Un grupo de expertos en metodología de investigación revisa el cuestionario para evaluar la pertinencia, claridad y adecuación de las preguntas en relación con los objetivos de la investigación. Se aplica una prueba piloto al cuestionario a un pequeño grupo de clientes que representen la muestra objetivo para identificar posibles problemas de comprensión, ambigüedades o falta de claridad en las preguntas. Finalmente, se calcula coeficientes de

confiabilidad como el Alfa de Cronbach para determinar la correlación entre las preguntas y la homogeneidad del instrumento.

### **10.5. Población y muestra**

En el ámbito de la investigación, es común encontrarse con situaciones en las que se desconoce el número exacto de individuos que conforman una población objetivo, especialmente cuando se trata de clientes o usuarios de un servicio o producto en los comercios de la Bahía. Sin embargo, esto no impide realizar estudios y obtener información valiosa sobre la población. Se presenta una descripción de cómo abordar esta situación en el marco de la metodología de investigación.

Cuando no se conoce el tamaño de la población ni se dispone de un marco muestral, es necesario utilizar métodos de muestreo no probabilísticos para seleccionar una muestra representativa de la población objetivo. Los métodos de muestreo no probabilísticos no se basan en la selección aleatoria de los elementos de la población, por lo que no es posible calcular la probabilidad exacta de que cada elemento sea seleccionado. Estos métodos pueden ser útiles para obtener información valiosa sobre la población objetivo, especialmente cuando es difícil o costoso obtener un marco muestral completo.

En el caso de la Asociación Cotopaxi (La Bahía), que no conoce el tamaño de su población ni dispone de un marco muestral completo, se considera útil un muestreo no probabilístico para recopilar información. Para efectos de este estudio es útil el muestreo por conveniencia. El método implica seleccionar los elementos de la población que son más accesibles o convenientes para el investigador. Si bien este método es rápido y económico, no es representativo de la población objetivo y puede generar resultados sesgados.

El muestreo de poblaciones infinitas requiere una cuidadosa consideración de los objetivos de la investigación, las características de la población y la aplicación de técnicas de muestreo adecuadas. La muestra para este caso en particular tomada por el investigador es de 148 clientes.

### **10.6. Procesamiento y análisis de la información**

El procesamiento y análisis de la información son pasos cruciales en cualquier investigación, permitiendo transformar datos en conocimiento y hallazgos significativos. Este proceso implica una serie de etapas que garantizan la rigurosidad y confiabilidad de los resultados. Mediante el sistema operativo de Excel se tabuló y se realizó los análisis. Al abordar estas dimensiones, el

cuestionario permitió a la asociación comprender mejor las percepciones, expectativas y necesidades de sus clientes en materia de innovación y creatividad. Esta información será fundamental para desarrollar estrategias y acciones que fortalezcan estos aspectos en la organización, en consonancia con las demandas del mercado y contribuyendo al éxito sostenido de la asociación.

## 11. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 11.1. Encuesta

#### Percepción de la Innovación

#### 1. ¿Considera útil que la asociación ofrezca productos y servicios novedosos y actualizados?

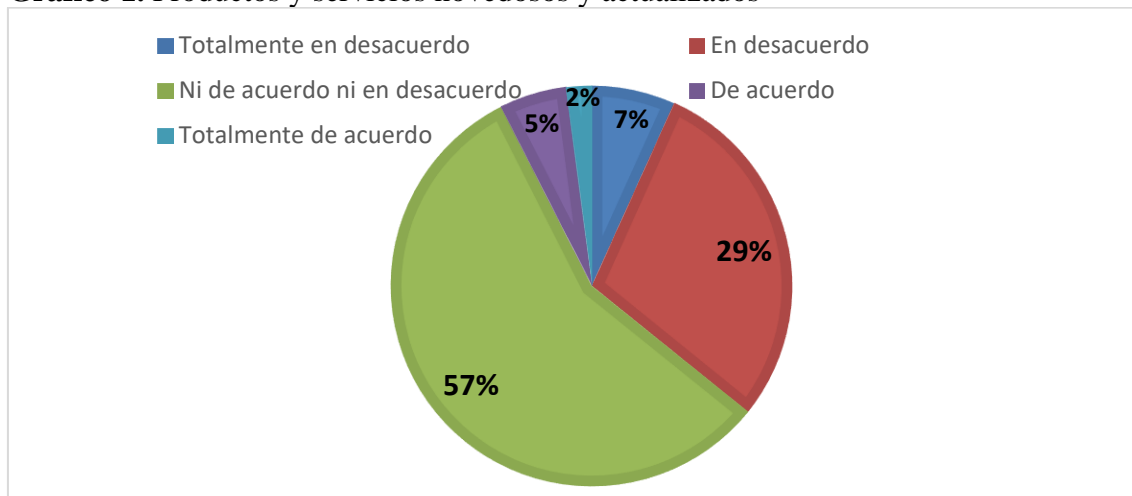
**Tabla 3.** Productos y servicios novedosos y actualizados

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	10	7%
En desacuerdo	43	29%
Neutral	84	57%
De acuerdo	8	5%
Totalmente de acuerdo	3	2%
<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

**Gráfico 1.** Productos y servicios novedosos y actualizados



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

#### Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados (57%) se encuentran en la categoría de "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo que indica que no tienen una opinión clara sobre si la asociación ofrece productos y servicios novedosos y actualizados. El 36% de los encuestados (29% en desacuerdo y 7% totalmente en desacuerdo) considera que la asociación no ofrece productos y servicios novedosos y actualizados. Un 7% de los encuestados (5% de acuerdo y 2% totalmente de acuerdo) considera que la asociación sí ofrece productos y servicios novedosos y actualizados.

## 2. ¿Percibe que la asociación implementa procesos eficientes y modernos?

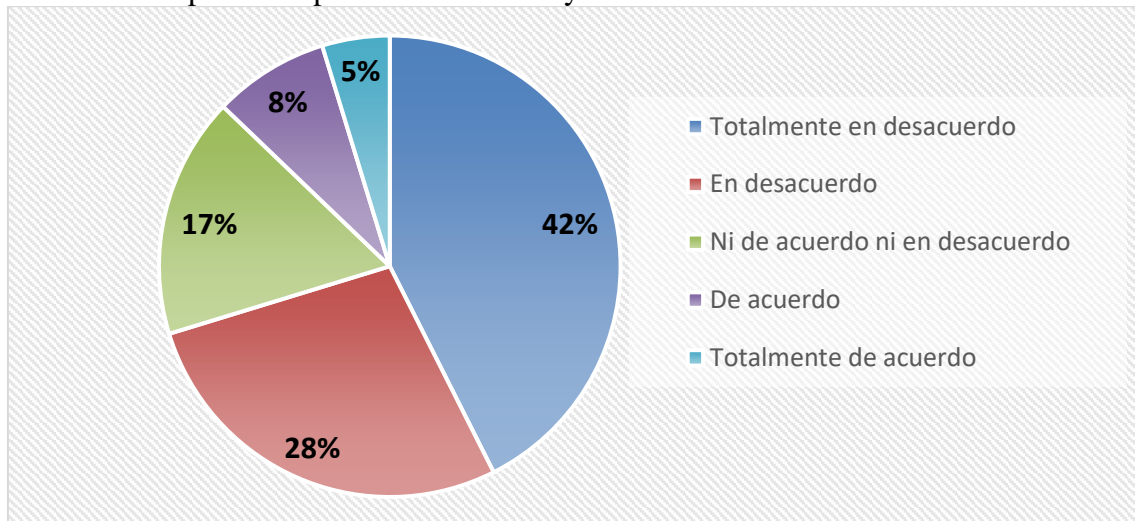
**Tabla 4.** Implementa procesos eficientes y modernos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	63	43%
En desacuerdo	41	28%
Neutral	25	17%
De acuerdo	12	8%
Totalmente de acuerdo	7	5%
<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

**Gráfico 2.** Implementa procesos eficientes y modernos



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

### Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados (71%) se encuentran en las categorías de "Totalmente en desacuerdo" (43%) y "En desacuerdo" (28%), lo que indica que una gran parte de los miembros de la asociación no percibe que la misma implemente procesos eficientes y modernos. Un 22% de los encuestados (17% "Ni de acuerdo ni en desacuerdo" y 5% "Totalmente de acuerdo") se encuentran en las categorías positivas, lo que sugiere que una minoría sí percibe la existencia de procesos eficientes y modernos en la asociación. Los resultados de esta pregunta son preocupantes para la asociación, ya que revelan una percepción generalizada de ineficiencia y falta de modernización en sus procesos. Es importante que la asociación investigue las razones detrás de esta percepción negativa y tome medidas para mejorar sus procesos y hacerlos más eficientes y modernos.

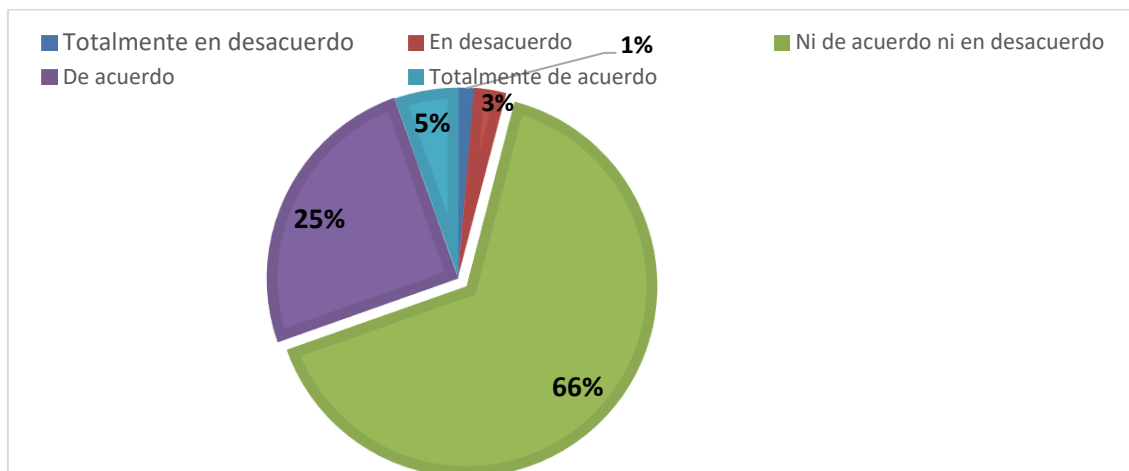
### 3. ¿Observa una cultura organizacional que fomenta la creatividad y la búsqueda de nuevas ideas?

**Tabla 5.** Cultura organizacional que fomenta la creatividad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	1%
En desacuerdo	4	3%
Nuetral	97	66%
De acuerdo	37	25%
Totalmente de acuerdo	8	5%
<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Autor

**Gráfico 3.** Cultura organizacional que fomenta la creatividad



Fuente: Encuestas  
Elaboración: Autor

#### Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados (66%) se encuentran en la categoría de "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo que indica que no tienen una opinión clara sobre si la asociación fomenta una cultura de creatividad e innovación. El 28% de los encuestados (3% en desacuerdo y 25% de acuerdo) considera que la asociación sí fomenta una cultura de creatividad e innovación. Un 7% de los encuestados (1% totalmente en desacuerdo y 6% totalmente de acuerdo) tiene opiniones extremas sobre el tema. Los resultados de esta pregunta sugieren que existe una brecha significativa en la percepción sobre la existencia de una cultura que fomente la creatividad y la búsqueda de nuevas ideas. Si bien una minoría significativa (28%) considera que sí existe tal cultura, una mayoría aún mayor (66%) se encuentra indecisa.

## Valoración de la Creatividad

### 4. ¿Considera que la asociación presenta soluciones creativas a las necesidades de los clientes?

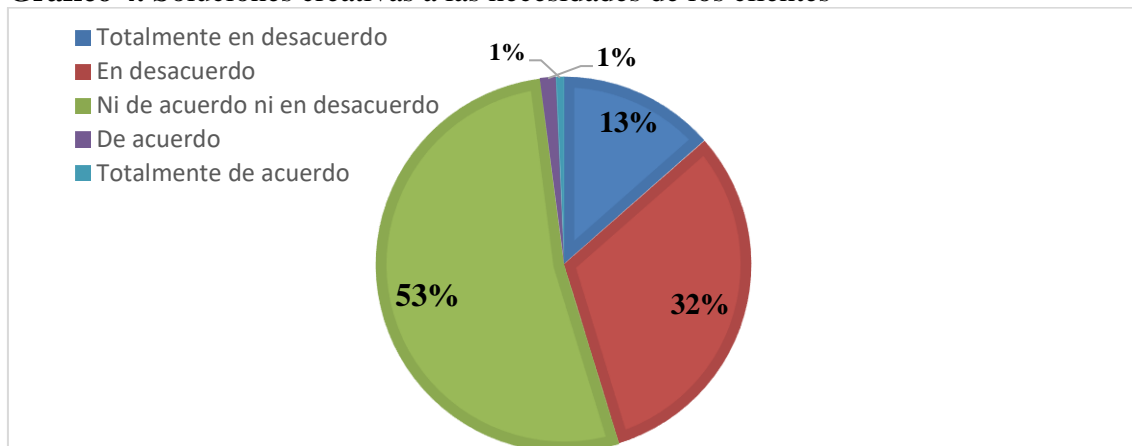
**Tabla 6.** Soluciones creativas a las necesidades de los clientes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	20	13%
En desacuerdo	47	32%
Neutral	78	53%
De acuerdo	2	1%
Totalmente de acuerdo	1	1%
<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

**Gráfico 4.** Soluciones creativas a las necesidades de los clientes



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

### Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados (53%) se encuentran en la categoría de "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo que indica que no tienen una opinión clara sobre si la asociación presenta soluciones creativas a las necesidades de los clientes. Un 46% de los encuestados (32% en desacuerdo y 14% totalmente en desacuerdo) considera que la asociación no presenta soluciones creativas a las necesidades de los clientes. Un 2% de los encuestados (1% de acuerdo y 1% totalmente de acuerdo) considera que la asociación sí presenta soluciones creativas a las necesidades de los clientes. Los resultados de esta pregunta son preocupantes para la asociación, ya que revelan una percepción generalizada de que la misma no es capaz de ofrecer soluciones creativas e innovadoras a las necesidades de sus clientes.

## 5. ¿Aprecia la originalidad y el ingenio en las propuestas y estrategias de la asociación?

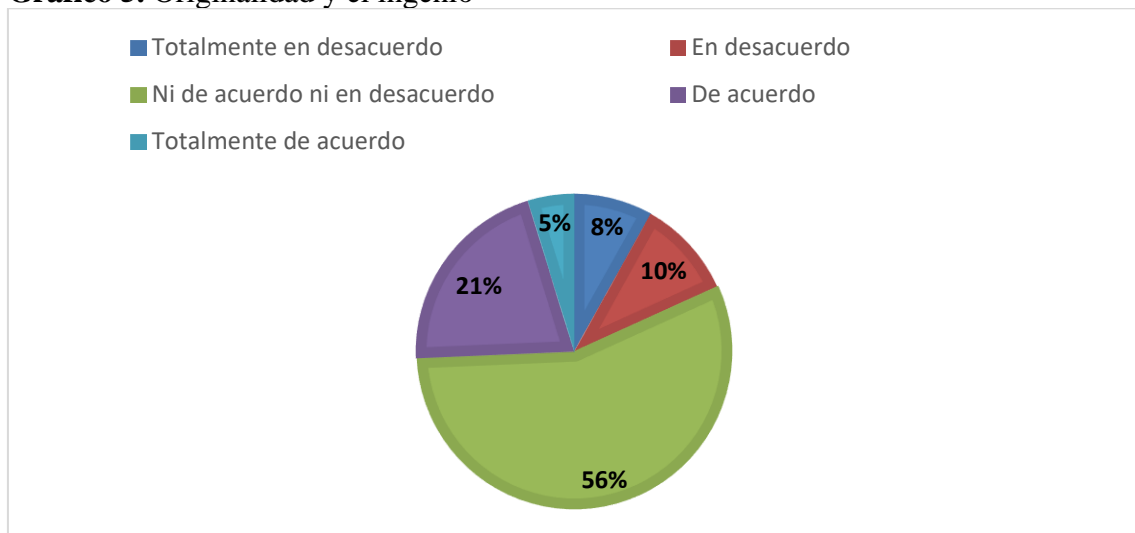
**Tabla 7.** Originalidad y el ingenio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	12	8%
En desacuerdo	15	10%
Neutral	83	56%
De acuerdo	31	21%
Totalmente de acuerdo	7	5%
<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

**Gráfico 5.** Originalidad y el ingenio



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

### Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados (56.1%) se encuentra en la categoría de "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo que indica que no tienen una opinión clara sobre la originalidad y el ingenio de las propuestas y estrategias de la asociación. Un 18.2% de los encuestados (10.1% en desacuerdo y 8.1% totalmente en desacuerdo) considera que las propuestas y estrategias de la asociación no son originales ni ingeniosas. Un 25.6% de los encuestados (20.9% de acuerdo y 4.7% totalmente de acuerdo) considera que las propuestas y estrategias de la asociación sí son originales e ingeniosas. Los resultados de esta pregunta sugieren que existe una percepción mixta sobre la originalidad y el ingenio de las propuestas y estrategias de la asociación.

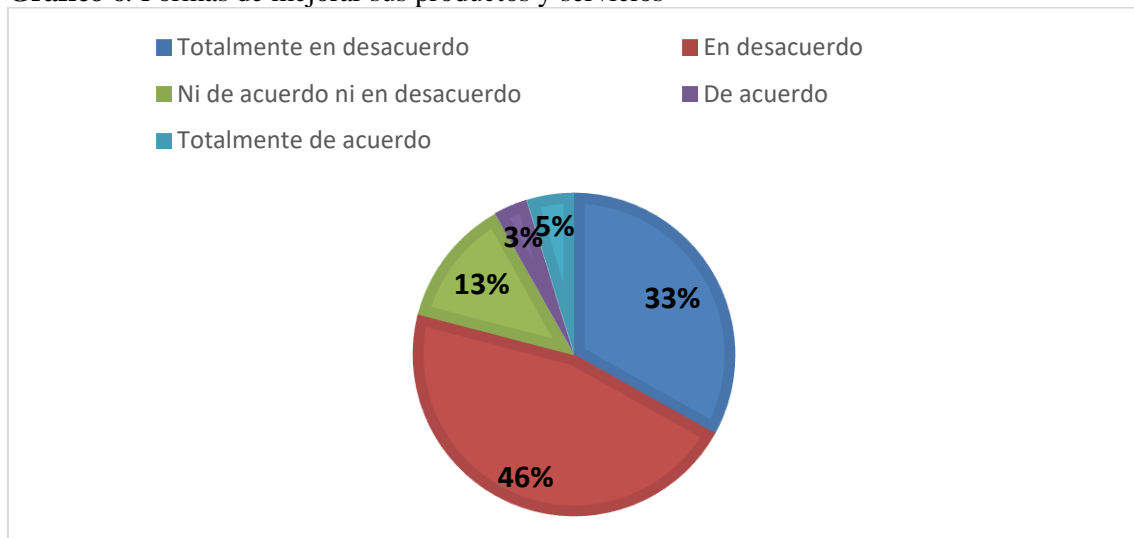
## 6. ¿Percibe que la asociación busca constantemente nuevas formas de mejorar sus productos y servicios?

**Tabla 8.** Formas de mejorar sus productos y servicios

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	49	33%
En desacuerdo	68	46%
Neutral	19	13%
De acuerdo	5	3%
Totalmente de acuerdo	7	5%
<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Autor

**Gráfico 6.** Formas de mejorar sus productos y servicios



Fuente: Encuestas  
Elaboración: Autor

### Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados (79%) se encuentran en las categorías de "Totalmente en desacuerdo" (33.1%) y "En desacuerdo" (45.9%), lo que indica que una gran parte de los miembros de la asociación no percibe que la misma busque constantemente nuevas formas de mejorar sus productos y servicios. Un 8.1% de los encuestados (3.4% de acuerdo y 4.7% totalmente de acuerdo) considera que la asociación sí busca constantemente nuevas formas de mejorar.

Un 12.8% de los encuestados se encuentra en la categoría de "Ni de acuerdo ni en desacuerdo". Los resultados de esta pregunta son preocupantes para la asociación, ya que revelan una percepción generalizada de que no existe un enfoque proactivo para la mejora continua de productos y servicios.

## Expectativas y Necesidades

### 7. ¿Qué tipo de innovaciones espera ver en los productos y servicios de la asociación?

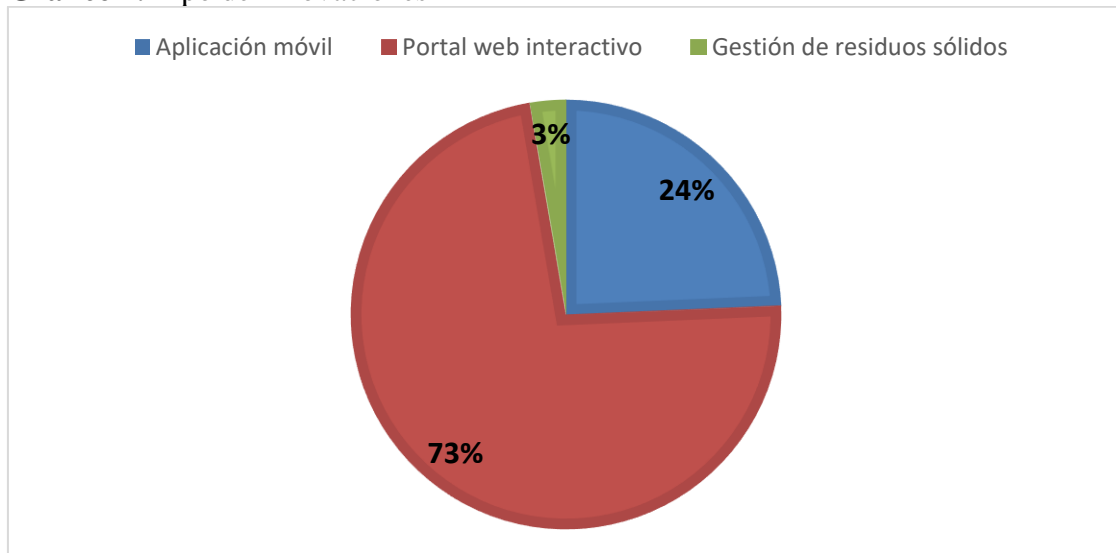
**Tabla 9.** Tipo de innovaciones

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Aplicación móvil	36	24%
Portal web interactivo	108	73%
Gestión de residuos sólidos	4	3%
<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

**Gráfico 7.** Tipo de innovaciones



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

### Análisis e interpretación

La innovación más esperada por los miembros de la asociación es un portal web interactivo (73%), seguido de una aplicación móvil (24%). Un porcentaje bajo (3%) espera innovaciones relacionadas con la gestión de residuos sólidos. Los resultados de esta pregunta sugieren que los miembros de la asociación deben valorar la accesibilidad que pueden ofrecer a las herramientas digitales. Un portal web interactivo y una aplicación móvil podrían proporcionar a los clientes una forma más fácil y conveniente de acceder a información, realizar trámites, comunicarse con la asociación y participar en sus actividades.

## 8. ¿Qué áreas de la asociación considera que necesitan mayor creatividad?

**Tabla 10.** Áreas que necesitan mayor creatividad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Programas de fidelización	51	34%
Eventos exclusivos	47	32%
Crear espacios para expresar sus necesidades	38	26%
Implementar campañas creativas y efectivas para conservación del medio ambiente.	12	8%
<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Autor

**Gráfico 8.** Áreas que necesitan mayor creatividad



Fuente: Encuestas  
Elaboración: Autor

### Análisis e interpretación

Los clientes de la asociación identifican tres áreas principales que consideran que necesitan mayor creatividad: programas de fidelización (34%), eventos exclusivos (32%) y crear espacios para expresar sus necesidades (26%). Los resultados de esta pregunta sugieren que los miembros de la asociación buscan que la organización implemente estrategias más creativas e innovadoras para fortalecer la lealtad de los miembros.

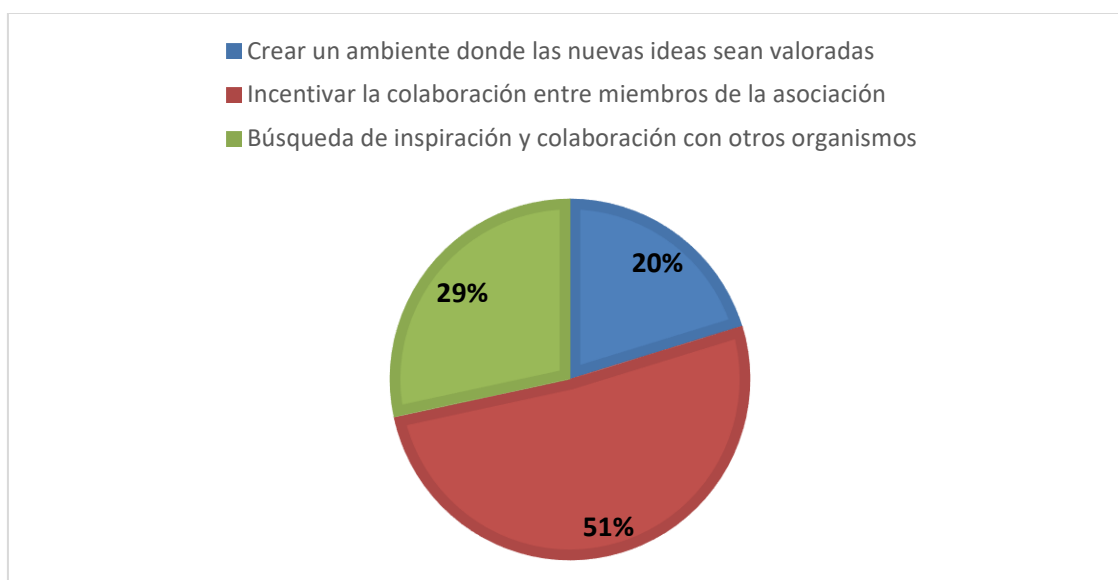
## 9. ¿Qué sugerencias tiene para que la asociación sea más innovadora y creativa?

**Tabla 11.** Sugerencias para ser más innovadora y creativa

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Crear un ambiente donde las nuevas ideas sean valoradas	30	20%
Incentivar la colaboración entre miembros de la asociación	76	51%
Búsqueda de inspiración y colaboración con otros organismos	42	29%
<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Autor

**Gráfico 9.** Sugerencias para ser más innovadora y creativa



Fuente: Encuestas  
Elaboración: Autor

### Análisis e interpretación

La sugerencia más frecuente para que la asociación sea más innovadora y creativa es incentivar la colaboración entre miembros de la asociación (51%). Un 28% de los encuestados propone la búsqueda de inspiración y colaboración con otros organismos. Un 20% considera importante crear un ambiente donde las nuevas ideas sean valoradas. Los resultados de esta pregunta refuerzan la importancia de la colaboración y el trabajo en equipo como elementos clave para fomentar la innovación y la creatividad dentro de la asociación. Es fundamental que la organización genere un entorno donde los miembros se sientan seguros para compartir sus ideas, sin importar su jerarquía o experiencia, y donde la experimentación y el aprendizaje sean valorados.

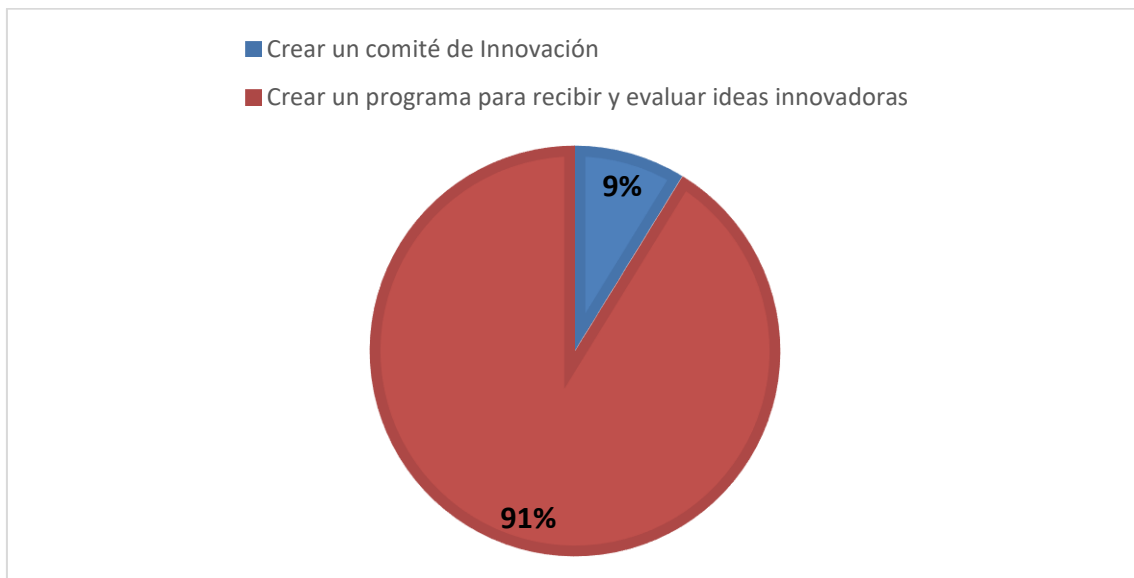
## 10. ¿Qué acciones concretas cree que la asociación debería tomar para ser más innovadora?

**Tabla 12.** Acciones para ser más innovadora

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Crear un comité de Innovación	13	9%
Crear un programa para recibir y evaluar ideas innovadoras	135	91%
<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Autor

**Gráfico 10.** Acciones para ser más innovadora



Fuente: Encuestas  
Elaboración: Autor

### Análisis e interpretación

La acción concreta más apoyada por los miembros de la asociación es crear un programa para recibir y evaluar ideas innovadoras (91%). Un 9% de los encuestados propone crear un comité de Innovación. Los resultados de esta pregunta sugieren que los miembros de la asociación valoran la creación de un mecanismo formal para capturar, evaluar y potencialmente implementar ideas innovadoras. Un programa bien diseñado puede ayudar a la organización a identificar oportunidades que podrían pasar desapercibidas y a aprovechar el talento y la creatividad de sus miembros.

## 11. ¿Cómo puede la asociación fomentar una mayor participación de los clientes en sus procesos de innovación?

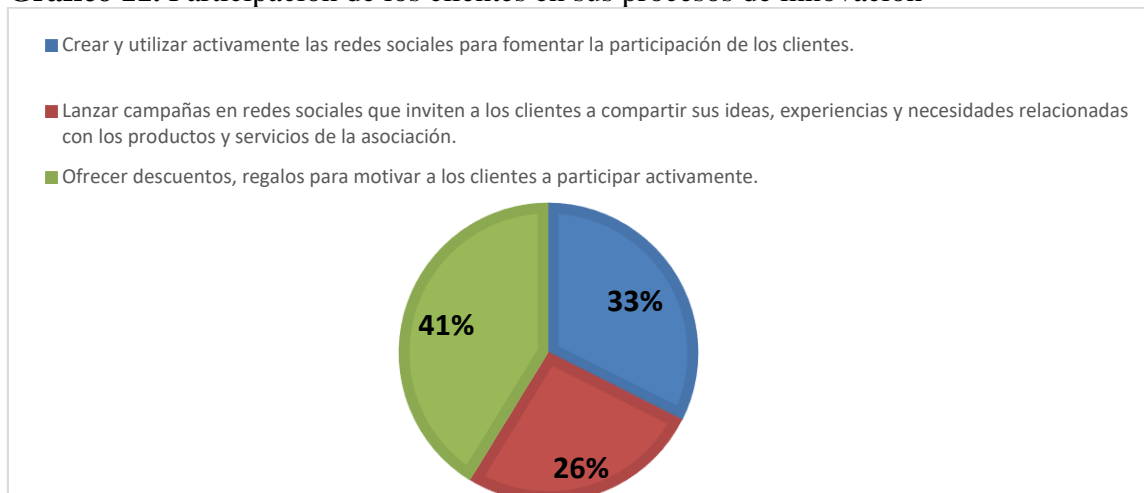
**Tabla 13.** Participación de los clientes en sus procesos de innovación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Crear y utilizar activamente las redes sociales para fomentar la participación de los clientes.	48	32%
Lanzar campañas en redes sociales que inviten a los clientes a compartir sus ideas, experiencias y necesidades relacionadas con los productos y servicios de la asociación.	39	26%
Ofrecer descuentos, regalos para motivar a los clientes a participar activamente.	61	41%
<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

**Gráfico 11.** Participación de los clientes en sus procesos de innovación



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

### Análisis e interpretación

La opción más seleccionada (41%) es ofrecer descuentos o regalos para motivar a los clientes a participar. Un 32% de los encuestados propone crear y utilizar activamente las redes sociales para fomentar la participación. El 26% sugiere lanzar campañas en redes sociales para invitar a los clientes a compartir sus ideas. Los resultados de esta pregunta indican que los miembros de la asociación ven las redes sociales como una herramienta valiosa para fomentar la participación de los clientes en la innovación. Las redes sociales pueden proporcionar un canal directo para que los clientes compartan sus ideas, experiencias y necesidades, y para que la asociación recopile información valiosa para sus procesos de innovación.

## 11.2. Conclusiones de las encuestas

- **Percepción de Falta de Innovación:** Una parte significativa de los miembros de la asociación no percibe que se ofrezcan productos y servicios novedosos ni que se implementen procesos modernos y eficientes. Esto sugiere una percepción generalizada de ineficiencia y falta de actualización dentro de la organización.
- **Indecisión Generalizada:** Un porcentaje considerable de encuestados se muestra indeciso en cuanto a la creatividad, la innovación, y la originalidad de las propuestas de la asociación. Esta falta de opinión clara puede indicar que la comunicación y las iniciativas de la asociación no están siendo efectivas para destacar sus esfuerzos en estas áreas.
- **Demanda por Herramientas Digitales y Colaboración:** Los miembros de la asociación expresan un fuerte interés en la creación de un portal web interactivo y una aplicación móvil, así como en incentivar la colaboración entre miembros para fomentar la innovación. Esto refleja una demanda por mayor accesibilidad digital y un entorno colaborativo que potencie la creatividad.

## 11.3. Recomendaciones de las encuestas

- Fortalecer la comunicación y visibilidad de iniciativas innovadoras porque es crucial que la asociación mejore la comunicación sobre sus esfuerzos en innovación y modernización para reducir la indecisión entre sus miembros. Esto podría lograrse mediante campañas informativas y la promoción activa de los productos y servicios innovadores que se estén desarrollando.
- Es fundamental identificar y aprovechar las ideas creativas de los miembros, asegurando que las oportunidades no pasen desapercibidas y que el talento de la asociación se canalice de manera efectiva.
- Se recomienda el diseño de un plan de gestión, innovación y creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía) para promover una cultura de innovación basado en el modelo lineal de innovación (MLI). Estas herramientas no solo mejorarían la accesibilidad, sino que también podrían servir como plataformas para la participación de los miembros en la toma de decisiones y la innovación.

## 12. Análisis FODA según las respuestas de los miembros

**Tabla 14.** Análisis de Matriz FODA

Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)		Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)				
		Fortalezas		Debilidades		
			1	Potencial creativo	1	Recursos limitados
			2	Compromiso de la dirección	2	Falta de proceso formal para la gestión de la innovación
	3	Cultura de colaboración	3	Infraestructura		
Oportunidades		1-Estrategias FO		2-Estrategias DO		
1	Tecnologías emergentes	1	Fomentar la cultura de colaboración y el compromiso de la dirección para crear un entorno propicio para la innovación (F1, F2).	1	Desarrollar un proceso formal para la gestión de la innovación y aprovechar el potencial creativo de los miembros de la asociación (D2, F1).	
2	Necesidades del mercado					
3	Apoyo de Universidad y otros organismos estatales.					
Amenazas		3-Estrategias FA		4-Estrategias DA		
1	Competencia	1	Buscar alianzas estratégicas con otras organizaciones para acceder a recursos, tecnologías y conocimientos que apoyen la innovación (O1, O2, O3)	1	Capacitar a los miembros de la asociación en innovación y gestionar el cambio del entorno de manera efectiva para minimizar la falta de recursos y financiamiento. (D1, D2, A2, A3).	
2	Falta de financiamiento					
3	Cambios en el entorno					

Elaboración: Autor.

### Análisis

La Asociación Cotopaxi tiene un gran potencial para innovar y crear valor para sus miembros. Sin embargo, también enfrenta algunos desafíos y necesita la implementación de estrategias para que aprovechen las fortalezas y minimicen sus debilidades, aprovechen las oportunidades y mitiguen las amenazas puede contribuir al éxito de la asociación en su camino hacia una cultura más innovadora y creativa.

## **13. PROPUESTA**

### **13.1. Título**

Gestión de la Innovación y Creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía).

### **13.2. Objetivos**

#### **13.2.1. Objetivo general**

Diseñar un plan de gestión, innovación y creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía).

#### **13.2.2. Específicos**

- Describir el plan de gestión de innovación de la Asociación Cotopaxi (La Bahía) basada en el Modelo Lineal de Innovación (MLI).
- Desarrollar el plan en una matriz para fomentar la innovación y la creatividad en diferentes áreas de la asociación.
- Listar los indicadores para monitorear el progreso del plan de gestión, para asegurar su efectividad.

### **13.3. Justificación**

El presente plan de acción estratégico para fomentar la cultura de innovación y creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía) se justifica por dos razones fundamentales. En primer lugar, por la necesidad de adaptarse a un entorno cambiante y fortalecer la competitividad. El mundo actual se caracteriza por una gran dinámica y una constante evolución. Los cambios tecnológicos, sociales, económicos y políticos obligan a las organizaciones a adaptarse y renovarse constantemente para mantenerse competitivas y relevantes. La innovación y la creatividad son herramientas esenciales para afrontar estos desafíos y aprovechar las oportunidades que surgen de estos cambios. La Asociación Cotopaxi (La Bahía) no es ajena a la necesidad de fortalecer su cultura de innovación y creatividad. Para mantener su posición en el mercado, atraer nuevos clientes y generar un mayor impacto en el cantón La Maná, la asociación debe desarrollar nuevas soluciones, mejorar la calidad de sus servicios y aprovechar el potencial creativo de sus miembros. En segundo lugar, el potencial creativo es necesario en la dirección de La Asociación Cotopaxi (La Bahía) que puede ser explotado para generar nuevas

ideas y soluciones. Sin embargo, este potencial no se está aprovechando al máximo debido a la falta de un entorno propicio y de herramientas para la innovación. Afortunadamente. Un plan de acción permitirá asignar los recursos necesarios y crear un ambiente de apoyo para la innovación.

#### **13.4. Introducción**

La Asociación Cotopaxi (La Bahía), situada en el cantón La Maná, se encuentra en un entorno dinámico y competitivo en el que la innovación y la creatividad son fundamentales para alcanzar el éxito y la sostenibilidad. Con el fin de promover una cultura de innovación, se plantea la implementación de un plan de gestión basado en el Modelo Lineal de Innovación (MLI). Este modelo, comúnmente utilizado para dirigir el desarrollo de nuevos productos o procesos desde la etapa de investigación hasta la comercialización, servirá como estructura fundamental para llevar a cabo estrategias que impulsen la innovación dentro de la asociación.

#### **13.5. Fases adaptadas del Modelo Lineal de Innovación para la Gestión de la Innovación (MLI)**

Fases adaptadas del Modelo Lineal de Innovación para la Gestión de la Innovación en la Asociación:

1. **Investigación y Generación de Ideas:** Promover la generación de ideas innovadoras entre los miembros a través de talleres de creatividad y sesiones de brainstorming.
2. **Desarrollo y Filtrado de Ideas:** Implementar un proceso de evaluación de ideas donde se seleccionen las más viables y alineadas con los objetivos estratégicos de la asociación.
3. **Desarrollo de Prototipos o Pilotos:** Una vez seleccionadas, las ideas deben ser desarrolladas en forma de prototipos o proyectos piloto para su prueba en un entorno controlado.
4. **Prueba y Validación:** Implementar pruebas piloto en escenarios reales o simulados dentro de la asociación para validar la eficacia y aplicabilidad de las innovaciones propuestas.
5. **Comercialización o Implementación:** Las ideas y prototipos validados se integrarán

en las operaciones diarias de la asociación, o se comercializarán si son productos o servicios viables.

6. **Retroalimentación y Mejora Continua:** Establecer un sistema de retroalimentación para capturar las lecciones aprendidas y aplicar mejoras continuas en el proceso de innovación.

El mundo actual se caracteriza por una gran dinámica y una constante evolución. Los cambios tecnológicos, sociales, económicos y políticos obligan a las organizaciones a adaptarse y renovarse constantemente para mantenerse competitivas y relevantes. La innovación y la creatividad son herramientas esenciales para afrontar estos desafíos y aprovechar las oportunidades que surgen de estos cambios. La Asociación Cotopaxi (La Bahía) opera en un entorno competitivo donde existen otras organizaciones que también están innovando y desarrollando nuevos productos y servicios. Para mantener su posición en el mercado y atraer a nuevos clientes, la asociación necesita fortalecer su cultura de innovación y creatividad. La Asociación tiene un gran potencial para fortalecer su cultura de innovación y creatividad, lo que le permitirá adaptarse a los cambios del entorno, mejorar su competitividad y generar un mayor impacto en el cantón La Maná. Para ello, se propone implementar un plan de gestión que se basa en los siguientes pilares: sensibilización y capacitación, creación de un entorno propicio, implementación de estrategias de innovación, monitoreo y evaluación. En la tabla 15 se observan las temáticas en detalle:

**Tabla 15.** Plan de gestión de innovación de la Asociación Cotopaxi (La Bahía) basada en el Modelo Lineal de Innovación (MLI).

	<b>Fase del MLI</b>	<b>Acción</b>	<b>Responsable</b>	<b>Recursos Necesarios</b>	<b>Indicadores de Éxito</b>	<b>Plazo</b>
<b>1</b>	<b>Investigación y Generación de Ideas</b>	Promover la generación de ideas innovadoras a través de talleres y brainstorming.	Comité de Innovación	Facilitadores externos, software de diseño, laboratorio de ideas.	Número de ideas propuestas por ciclo de talleres.	1 mes
<b>2</b>	<b>Desarrollo y Filtrado de Ideas</b>	Implementar un proceso de evaluación para seleccionar las ideas más viables.	Comité de Innovación, Consejo Directivo	Criterios de evaluación, panel de expertos internos y externos.	Porcentaje de ideas que pasan la fase de filtrado.	1 mes
<b>3</b>	<b>Desarrollo de Prototipos o Pilotos</b>	Desarrollar prototipos o proyectos piloto para probar las ideas seleccionadas.	Equipos de Proyecto	Financiamiento inicial, herramientas para creación de prototipos.	Número de prototipos desarrollados y testados con éxito.	2 meses

<b>4</b>	<b>Prueba y Validación</b>	Implementar pruebas piloto para validar la eficacia y aplicabilidad de las innovaciones.	Equipos de Implementación	Feedback de usuarios, métricas de desempeño.	Tasa de éxito de los proyectos piloto en pruebas reales.	2 meses
<b>5</b>	<b>Comercialización o Implementación</b>	Integrar las ideas y prototipos validados en las operaciones diarias o comercializarlas.	Presidente de la Asociación y Comité de Innovación	Estrategias de lanzamiento, canales de distribución, soporte técnico.	Incremento en ingresos o mejoras en eficiencia operativa.	3 meses
<b>6</b>	<b>Retroalimentación y Mejora Continua</b>	Establecer un sistema de retroalimentación para capturar lecciones aprendidas y mejorar.	Comité de Innovación, Dirección General	Encuestas de satisfacción, análisis post-implementación.	Nivel de satisfacción de miembros y clientes, número de mejoras implementadas.	Continuo

Elaboración: Autor.

### **13.6. Descripción de la Matriz**

El papel del coaching en las compañías es esencial para el avance personal y profesional de los trabajadores. Los coaches expertos ayudan a los empleados a identificar sus fortalezas y debilidades, desarrollar habilidades y superar obstáculos. Mediante sesiones individuales y grupales, se fomenta el crecimiento de cada individuo, potenciando su rendimiento y motivación.

La representación en la matriz propuesta en la tabla 18 ofrece una síntesis visual y organizada del diseño de gestión para la innovación, simplificando su ejecución y monitoreo. Además, permite una visualización clara de cada etapa del proyecto, lo que facilita la toma de decisiones y la asignación de recursos. Asimismo, una perspectiva más completa y detallada de la información, lo cual mejora la comprensión y el análisis de los datos.

- Fase del MLI: Corresponde a las fases del Modelo Lineal de Innovación adaptadas para este plan.
- Acción: Actividades específicas que se llevarán a cabo para fomentar la innovación en la asociación.
- Responsable: Personas o grupos encargados de llevar a cabo las acciones.
- Recursos Necesarios: Herramientas, financiamiento, y cualquier otro recurso necesario para implementar las acciones.
- Indicadores de Éxito: Métricas que se utilizarán para evaluar el éxito de cada fase.
- Plazo: Tiempo estimado para la implementación de cada fase.

### **13.7. Indicadores para monitorear el plan de gestión basado en el Modelo lineal de Innovación**

Para monitorear el plan de gestión basado en el Modelo Lineal de Innovación en la Asociación de Comerciantes La Bahía del cantón La Maná, se deben establecer indicadores clave que permitan evaluar el progreso y éxito del proceso de innovación. A continuación, se presentan los indicadores propuestos:

#### **Indicadores de Input (Entrada)**

1. **Inversión en Innovación:** Monto invertido en programas, herramientas y recursos destinados a fomentar la innovación.

2. **Número de capacitaciones realizadas:** Total de sesiones de formación y talleres realizados para mejorar las competencias en innovación.
3. **Participación en actividades de innovación:** Número de comerciantes y socios que participan activamente en las iniciativas de innovación.

#### **Indicadores de Proceso**

4. **Tasa de participación en proyectos de innovación:** Proporción de miembros que participan en los proyectos de innovación respecto al total de socios.
5. **Tiempo de implementación de nuevas ideas:** Promedio de tiempo que tarda en implementarse una nueva idea desde su conceptualización hasta su ejecución.
6. **Nivel de adopción de nuevas tecnologías:** Porcentaje de comerciantes que han adoptado nuevas tecnologías o métodos innovadores como resultado del plan.

#### **Indicadores de Output (Salida)**

7. **Número de productos o servicios innovadores lanzados:** Cantidad de nuevos productos o servicios introducidos al mercado como resultado de las iniciativas de innovación.
8. **Incremento en la satisfacción de clientes:** Cambio porcentual en la satisfacción de los clientes con respecto a los productos y servicios ofrecidos.
9. **Incremento en ventas:** Porcentaje de crecimiento en ventas atribuible a los productos o servicios innovadores.

#### **Indicadores de Outcome (Resultado)**

10. **Impacto en la competitividad:** Evaluación del posicionamiento competitivo de la Asociación en el mercado local antes y después de la implementación del plan de innovación.
11. **Sostenibilidad de las innovaciones:** Proporción de innovaciones que continúan generando valor a largo plazo.
12. **Incremento en el número de socios:** Crecimiento en el número de nuevos socios que se han unido a la Asociación como resultado de la mejora en innovación y competitividad.

## Indicadores de Impacto

13. **Cambio en la cuota de mercado:** Variación en la participación de mercado de la Asociación en el cantón La Maná después de la implementación del plan de innovación.
14. **Mejora en la rentabilidad global:** Incremento en la rentabilidad total de los comercios miembros de la Asociación.
15. **Retención de socios:** Tasa de retención de socios después de la implementación de las estrategias de innovación.

Estos indicadores permiten una evaluación integral y continua del plan de gestión basado en el Modelo Lineal de Innovación, asegurando que la Asociación de Comerciantes La Bahía pueda medir el éxito y realizar ajustes necesarios en su estrategia.

## 14. IMPACTOS

### 14.1. Impacto técnico

El desarrollo de la investigación generaría un impacto técnico positivo en la organización. La adopción de nuevas tecnologías y procesos, el desarrollo de capacidades técnicas y la mejora de la infraestructura tecnológica. Adicionalmente, se capacitaría a los miembros en el uso de estas nuevas tecnologías, se fomentaría una cultura de aprendizaje continuo y se promovería el intercambio de experiencias entre miembros para de esta manera aportar con el desarrollo económico de los negocios. Finalmente, es una propuesta que tendría un impacto positivo en la eficiencia, la capacidad de toma de decisiones, la colaboración y el intercambio de información dentro de la asociación, impulsando una cultura de innovación y creatividad que contribuiría al logro de los objetivos estratégicos de la Asociación.

### 14.2. Impacto Social

La implementación del proyecto de Gestión de la Innovación y la Creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía) en el Cantón La Mana tendría un impacto social positivo. Mejoraría la calidad de vida de las personas mediante la creación de nuevas oportunidades de empleo y emprendimiento, la implementación de soluciones innovadoras a necesidades sociales, y el fortalecimiento de la cohesión social mediante productos y servicios innovadores que permitan un bienestar de la sociedad y el desarrollo de la economía local.

### 14.3. Impacto Económico

La implementación del proyecto de Gestión de la Innovación y la Creatividad en la Asociación Cotopaxi en el Cantón La Mana generaría un impacto económico positivo. Esto se traduciría en un aumento de la competitividad a través del desarrollo de productos y servicios innovadores, la mejora de la eficiencia y la productividad de las empresas locales, y la creación de nuevas empresas y oportunidades de negocio.

## 15. PRESUPUESTO Y RECURSOS NECESARIOS PARA LA INVESTIGACIÓN

El presupuesto y recursos para la investigación es el plan detallado que describe los costos y los recursos materiales para llevar a cabo el proyecto de investigación. Los recursos, cantidades y valores necesarios se muestran en la tabla 20:

**Tabla 16.** Presupuesto detallado para la ejecución del proyecto

<b>Recursos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario (\$)</b>	<b>Valor total (\$)</b>
<b>Equipos</b>			
Laptop	1	1200.00	1200,00
Impresora	1	500.00	500,00
<b>Materiales</b>			
Libreta	2	5.00	10,00
Esferos	15	0.50	7,50
Carpetas	2	1.00	2,00
<b>Total</b>			<b>1719,50</b>

Elaboración: Autor.

## 16. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 16.1. Conclusiones

- Con relación al objetivo 1 se identificaron las fortalezas (creativos, compromiso, cultura de colaboración), debilidades (recursos limitados, falta de proceso formal de la innovación, infraestructura), oportunidades (tecnologías emergentes, necesidades del mercado, apoyo de Universidad y otros organismos estatales) y amenazas (competencia, falta de financiamiento, cambios en el entorno) en la Asociación de comerciantes La Bahía. Asimismo, para se propone como estrategias: fomentar la cultura de colaboración y el compromiso de la dirección para crear un entorno propicio para la innovación, desarrollar un proceso formal para la gestión de la innovación, buscar alianzas estratégicas con otras organizaciones para acceder a recursos, tecnologías y conocimientos que apoyen la innovación y aprovechar el potencial creativo de los miembros de la asociación. Finalmente, la estrategia más relevante es capacitar a los miembros de la asociación en innovación para gestionar el cambio del entorno de manera efectiva para minimizar la falta de recursos y financiamiento.
- Para dar respuesta al objetivo 2 se encuestó a 148 clientes arrojando los siguientes resultados: el 36% está insatisfecho, mientras que el 57% está indeciso sobre la actualidad de productos y servicios que se ofrece en los negocios. En relación con la eficiencia de los procesos, existe una percepción generalizada de ineficiencia y falta de modernización en los procesos. La asociación debe investigar las razones de esta percepción negativa y tomar medidas para mejorar sus procesos. En cuanto a la percepción sobre la mejora continua los clientes indican que existe una percepción generalizada de que no hay un enfoque proactivo para la mejora continua. Los encuestados esperan un portal web interactivo (73%) y una aplicación móvil (24%). Se debe considerar la implementación de estas herramientas para mejorar la accesibilidad.
- Se plantea una propuesta de plan de gestión para fomentar la cultura de innovación y creatividad en la Asociación Cotopaxi (La Bahía) en el cantón La Maná. La propuesta se compone fases adaptadas del Modelo Lineal de Innovación para la Gestión de la Innovación (MLI): investigación y generación de ideas, desarrollo y filtrado de ideas, desarrollo de prototipos, prueba y validación, comercialización o implementación y retroalimentación y mejora continua.

## 16.2. Recomendaciones

- ❖ Para asegurar el éxito en la implementación de las estrategias propuestas en tu tesis, es fundamental establecer un plan de acción detallado que priorice la capacitación en innovación como la estrategia clave. Este plan debe incluir la identificación de expertos en innovación y cambio organizacional para liderar talleres y sesiones de formación, así como la creación de un cronograma que permita a los miembros de la asociación participar activamente sin interrumpir sus actividades comerciales. Además, se recomienda buscar financiamiento externo a través de alianzas con universidades y organismos estatales que puedan ofrecer recursos y apoyo técnico para implementar estas capacitaciones y desarrollar un proceso formal de gestión de la innovación. Esto no solo fortalecerá la capacidad innovadora de la asociación, sino que también contribuirá a crear un entorno más resiliente y adaptable a los cambios del mercado.
- ❖ Para abordar la insatisfacción y la indecisión de los clientes sobre la actualidad de los productos y servicios, así como la percepción de ineficiencia en los procesos, se recomienda que la Asociación de Comerciantes La Bahía desarrolle un plan que incluya la implementación de un portal web interactivo y una aplicación móvil. Estas herramientas digitales no solo mejorarán la accesibilidad y la experiencia del cliente, sino que modernizarán a la Asociación. Además, involucrar a los clientes en el proceso de desarrollo de estas herramientas, a través de encuestas o grupos focales, ayudará a garantizar que las soluciones implementadas respondan a sus necesidades y expectativas.
- ❖ Para maximizar el impacto de la propuesta de plan de gestión basado en el Modelo Lineal de Innovación (MLI), se recomienda establecer un equipo de innovación dentro de la Asociación Cotopaxi (La Bahía) en el cantón La Maná, que esté compuesto por miembros clave de la asociación y expertos externos en innovación. Este equipo debe liderar cada una de las fases del MLI, asegurando que haya una comunicación fluida y una coordinación efectiva en todas las etapas. Además, es crucial involucrar a todos los miembros de la asociación en el proceso, ya sea a través de talleres de creatividad, sesiones de brainstorming, o evaluaciones de prototipos. La formación continua y el acceso a recursos externos, como tecnologías emergentes y redes de colaboración, también serán fundamentales para garantizar el éxito del plan y la consolidación de una cultura de innovación sostenible.

## 17. BIBLIOGRAFÍA

- Agredo Benavidez, C. V. (2023). *Consultoría para el desarrollo y formulación de proyectos sociales* [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/eb17cfb0-34d2-438e-81f1a13bed950a46>
- Aguilera-Martínez, F. A., & Medina-Ruiz, M. (2023). La sostenibilidad y la innovación como nuevos principios para la construcción de bordes urbanos. *AUS Arquitectura/Urbanismo/Sustentabilidad*, 12(33), 32-40. [uach.cl](http://uach.cl)
- Álvarez, J. C. E. (2021). Capital intelectual y gestión de innovación: Pequeñas y medianas empresas de cuero y calzado en Tungurahua–Ecuador. *Revista De Ciencias Sociales* 27(21), 230-245.
- Arroyo, G. V., Sánchez, E. P. M., & Quiñonez, J. C. (2020). Innovación, emprendimiento e investigación científica. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(3), 163-174. [redalyc.org](http://redalyc.org)
- Blacutt Olmos, J. A. A. (2021). La innovación, un tema recorriendo los caminos de la teoría de la administración. *Revista Perspectivas* 24(47), 123-138. [scielo.org.bo](http://scielo.org.bo)
- Briones, A. M., & López, G. L. T. (2024). Las instituciones de educación superior manabitas frente a la innovación tecnológica. *REFCaLE: Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*. ISSN 1390-90
- Castillo-Reina, M. & Cruz Vásquez, J. L. (2022). La innovación en el sector turístico: una aproximación a los servicios y la cocreación de experiencias (Tourist Sector Innovation: An Approach to the Services. *Turismo y Sociedad* 30(22), 26-49- [redalyc.org](http://redalyc.org)
- Correa Castro, G. P., Sojo Jimenez, G., & Lafaurie Coronell, E. C. *Desarrollo un plan estratégico de marketing en el contexto de la producción de arepas de huevo de Luruaco, beneficiando con ello la productividad del municipio y la conservación del patrimonio gastronómico*. [Tesis de grado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia]. Repositorio de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/707/browse?type=author&value=Lafaurie+Coronell%2C+Edwin+Cesar>

- Chavarria, R. (2024). Innovación y Liderazgo. *Economía & Negocios*, 5(2), 127–141. <https://doi.org/10.33326/27086062.2023.2.1731>
- Chávez, K. M. & Romero, E. P. (2022). *Diseño de un modelo de gestión administrativa para la reactivación económica de la empresa ER & T*. [Tesis de grado, Universidad de Otavalo]. Repositorio de la Universidad de Otavalo. <https://repositorio.uotavalo.edu.ec/handle/52000/585>
- Díaz-Canel Bermúdez, M. M., & Delgado Fernández, M. (2021). Gestión del gobierno orientado a la innovación: Contexto y caracterización del Modelo. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(1), 6-16. [sld.cu](http://sld.cu)
- Guerra, D. L. (2023). *El metaverso como herramienta digital innovadora para beneficio competitivo de las empresas*. [Tesis de grado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio de la Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/c6796715-1e80-4dcf-891c-7bce7400c73f>
- Herrera-Hernández, J. M., & Gutiérrez-Barroso, J. (2023). Transferencia de conocimiento e innovación social desde la Universidad para la ruptura de la brecha digital desde los servicios sociales. *methaodos. Revista de Ciencias Sociales*, 11(2), m231102a11-m231102a11. [methaodos.org](http://methaodos.org)
- Hidalgo, L. J. G., Corredor, J. W. P., & Pelekais, E. A. (2022). La innovación como herramienta apalancadora de los procesos organizacionales. *Revista científica eonlinetech*, 1(3), 123-134.
- Hoffmann, G. E. & Stassi, H. M. (2023). *Digitalización organizacional y su relación con las ventajas competitivas*. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Córdoba;]. Repositorio de la Universidad Nacional de Córdoba. [https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/RDUNVM\\_0954cecaf24acb04670c1f853cf41d86](https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/RDUNVM_0954cecaf24acb04670c1f853cf41d86)
- Lazarte Aguirre, L. A., Sotelo Flores, D. A., & Llontop-Castillo, M. D. C. (2020). *El estado de la creatividad en el ecosistema de startups: análisis de casos en Perú*. [Tesis de grado, Universidad de Ciencias y Artes de América Latina]. Repositorio de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina.

<https://repositorio.ucal.edu.pe/handle/20.500.12637/373>

- Leyva, J. L. S., Zeferino, D. E. S., & Lara, H. D. C. Z. (2021). La gestión de la diversidad en las organizaciones como factor de innovación: una aproximación teórica. *Revista Colombiana de Contabilidad*, 9(18), 93-110.
- Machuca-Contreras, F., Canova-Barrios, C., & Castro, M. F. (2023). Una aproximación a los conceptos de innovación radical, incremental y disruptiva en las organizaciones. *Región Científica*, 2(1), 202324-202324.
- Marco-Lajara, B., Sánchez-García, E., Seva-Larrosa, P., & Martínez-Falcó, J. (2023). Factores determinantes de la generación, difusión y aprovechamiento del conocimiento externo y la innovación en el contexto de un clúster. *Revista digital Geographos 14*(152), 1-28.
- Martín, A. P., Martín, D. D., Sanz, J. M., & Escudero, J. B. (2020). La medición del impacto de las innovaciones metodológicas sobre los resultados de la docencia universitaria. *Revista de Investigación y Educación en Ciencias de la Salud (RIECS)*, 5(1), 50-69. [riece.es](http://riece.es)
- Matta, N. G., Monge, L. M. F., Neira, M. F. M., Taipe, P. F., & Marcano, M. F. (2022). Desarrollo de la creatividad en los niños de educación primaria en América Latina en tiempos de pandemia Covid-19. Polo del Conocimiento: *Revista científico-profesional*, 7(4), 6.
- Miranda-Torrez, J. (2021). Acciones competitivas y desempeño organizacional en la perspectiva dinámica competitiva. *Investigación administrativa*, 50(127) 89-105.
- Molina, E. B. (2020). El descubrimiento de oportunidades para crear valor a través del emprendimiento e innovación. *Ciencia Digital*. [cienciadigital.org](http://cienciadigital.org)
- Molina, L. (2023). El Sistema Nacional de Innovación: un intento por comprender el enfoque. *INNOVA UNTREF. Revista Argentina De Ciencia Y Tecnología*, (12). <https://revistas.untref.edu.ar/index.php/innova/article/view/1785>
- Muñoz Grijalva, J. S. (). Proceso de innovación social y ambiental en el proyecto Valle Verde, Municipio de Valle del Guamuez, Putumayo. [Tesis de grado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia]. Repositorio de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

[https://repository.unad.edu.co/handle/10596/3637/browse?type=subject&value=Educa  
tion](https://repository.unad.edu.co/handle/10596/3637/browse?type=subject&value=Educa%20tion)

- Muñoz, G. A. D., Lombeida, M. D. Q., & Mosquera, D. G. F. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161.
- Narciso, J. E. C., Tapia, A. S. O., & Guerrero, J. C. V. (2021). Propuesta de un modelo de procesos de gestión del conocimiento para las organizaciones empresariales. *Conocimiento global*, 6(1), 60-76.
- Perilla Marín, L. A., Monsalve Botero, A. F., & Tavera Oliveros, C. Y. (2024). *Desafíos y oportunidades en la gestión de la innovación en las pequeñas y medianas empresas (Pymes)*. [Tesis de grado, Escuela de Administración de Negocios]. Repositorio de la Escuela de Administración de Negocios. <https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/13597>
- Reyes Chacón, D. A., Cadena López, A., & Rivera González, G. (2022). El Sistema de Gestión de Calidad y su relación con la innovación. *Inter disciplina*, 10(26), 217-240.
- Salaiza, F., Osuna, L., Joya, I., & Peña, L. J. A. (2020). Responsabilidad social empresarial en la innovación de pymes en Sinaloa México. *Orbis: revista de Ciencias Humanas*, 16(46), 72-84. [unirioja.es](http://unirioja.es)
- Villegas R. M. (2021). Innovación, creatividad y desarrollo tecnológico en las PyMEs de Rio Gallegos-Santa Cruz. *Revista de Ciencias Empresariales y Sociales*, 3(1), 1-14.
- Yuquilema, J. C. P., Márquez, J. D. S., Nieto, L. E. B., & Romero, G. A. R. (2023). Innovación en la gestión pública y open government. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 8(9), 1219-1233. [unirioja.es](http://unirioja.es)
- Yuquilema, J. C. P., Márquez, J. D. S., Nieto, L. E. B., & Romero, G. A. R. (2023). Innovación en la gestión pública y open government. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 8(9), 1219-1233. [unirioja.es](http://unirioja.es)