



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**LA INNOVACIÓN Y SU IMPACTO EN LA COMPETITIVIDAD EN LA
EMPRESA FIREXTIN DE LA CIUDAD DE AMBATO.**

Proyecto de investigación presentado previo a la obtención del Título Profesional de
Licenciado en Administración de Empresas.

AUTORES:

Joel David Bermeo Acurio

TUTORA:

PhD. Jirma Elizabeth Veintimilla Ruiz MBA.

**Latacunga – Ecuador
agosto 2025**

Dedicatoria

Dedico este trabajo con todo mi amor y gratitud a mi familia, especialmente a mis padres, quienes, con su apoyo incondicional, esfuerzo constante y confianza en mí, hicieron posible que llegara hasta este momento. Su ejemplo de perseverancia y valores ha sido mi guía en los momentos de duda y desafío, y esta meta alcanzada también les pertenece.

También dedico esta tesis a mis profesores y mentores, quienes con su conocimiento y dedicación sembraron en mí el interés por seguir aprendiendo. Cada palabra en estas páginas lleva consigo parte del camino recorrido con ustedes.

Joel Bermeo

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas e instituciones que hicieron posible la realización de este trabajo. En primer lugar, agradezco profundamente a mi tutora de tesis, por su guía constante, sus valiosas observaciones y por compartir conmigo su conocimiento y experiencia a lo largo de este proceso. Su apoyo fue fundamental para el desarrollo académico y personal que implica culminar esta etapa.

También deseo agradecer a mi familia por su amor, paciencia y confianza en mí, especialmente en los momentos de mayor dificultad. A mis compañeros y profesores que de una u otra forma contribuyeron con palabras de aliento, ideas, les estoy profundamente agradecido. Este logro no habría sido posible sin el respaldo de todos ustedes.

Joel Bermeo

Resumen

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo con el objetivo de determinar el impacto de la innovación en la competitividad en la empresa Firextin, para el desarrollo y cumplimiento de este objetivo se aplicó una metodología de investigación con un enfoque cuantitativa, tipo de investigación descriptivo, aplicando dos encuestas, la primera enfocada a la innovación del autor Cocha (2025) y la segunda encuesta con la variable de competitividad del autor Hurtado (2021). Los factores que se estudiaron a través de las encuestas son la adopción de tecnologías avanzadas, impacto en la cultura organizacional y el desempeño, estrategias y futuro de la innovación tecnológica, el factor político, desarrollo de nuevos productos y procesos, capacitación y promoción, compensaciones y beneficios, grupo de trabajo y retroalimentación, planeación de materiales, insumos, normatividad, grado de satisfacción de los trabajadores, seguridad y salud y área de trabajo. El estudio realizado demuestra que los procesos de innovación en productos, organización y marketing tienen un impacto directo en la competitividad de la empresa Firextin en la ciudad de Ambato. Los resultados obtenidos mediante encuestas aplicadas a los socios y al personal, el 80% de los encuestados perciben que el nivel de innovación en la empresa es bajo, por otro lado, un 20% considera que dicho nivel es alto lo cual indica que existe una percepción dividida, aunque predominan las opiniones que reflejan una necesidad urgente de fortalecer los procesos de innovación para mejorar el posicionamiento competitivo de la empresa.

Palabras clave: Innovación tecnológica, Crecimiento empresarial, Medianas empresas.

Abstract

This research study was conducted with the aim of determining the impact of innovation on competitiveness in the company Firextin. To develop and achieve this objective, a research methodology with a quantitative approach and a descriptive design was applied. Two surveys were used: the first focused on innovation, based on the model by Cocha (2025), and the second addressed the variable of competitiveness, following the approach by Hurtado (2021). The factors analyzed through the surveys included the adoption of advanced technologies; the impact on organizational culture and performance; strategies and future prospects of technological innovation; political influences; the development of new products and processes; training and promotion; compensation and benefits; teamwork and feedback mechanisms; materials planning; availability of inputs; regulatory compliance; employees' level of job satisfaction; occupational health and safety conditions; and the overall work environment. The study conducted demonstrates that innovation processes in products, organization, and marketing have a direct impact on the competitiveness of the company Firextin, located in the city of Ambato.

The results obtained through surveys administered to both partners and staff indicate that 80% of respondents perceive the level of innovation within the company as low. On the other hand, 20% believe that the level of innovation is high, revealing a divided perception. However, the majority opinion reflects an urgent need to strengthen innovation processes in order to improve the company's competitive positioning.

Keywords: Technological innovation, Business growth, Medium-sized enterprises.

INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

La innovación y su impacto en la competitividad en la empresa Firextin de la ciudad de Ambato.

Fecha de inicio: abril 2025

Fecha de finalización: julio 2025

Lugar de ejecución:

Barrio El Ejido Sector San Felipe Latacunga Universidad Técnica de Cotopaxi.

Facultad que auspicia

Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera que auspicia:

Administración de Empresas

Equipo de Trabajo:

Ing. Jilma Veintimilla:

Joel Bermeo: 1850202258

Área de Conocimiento:

Emprendimiento.

Línea de investigación:

Administración y economía para el desarrollo sostenible de organizaciones.

Sub líneas de investigación de la Carrera (si corresponde):

- Gestión e innovación empresarial

- Estrategias financieras sostenibles.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación se llevó a cabo con el fin de determinar el impacto de la innovación en la competitividad en la empresa Firextin de la ciudad de Ambato.

Esto se debe a que la tecnología se ha convertido en un factor clave para el crecimiento económico a nivel global, lo que exige que estas empresas mantengan un proceso constante de innovación tecnológica para mantenerse en el mercado, mejorar su productividad y fortalecer su competitividad a lo largo del tiempo. La innovación se considera un componente fundamental para integrar eficientemente las actividades operativas básicas, permitiendo así un desempeño más productivo y eficaz.

La empresa Firextin carece de innovación tecnológica que facilite la agilización y automatización de sus procesos productivos lo que impide alcanzar resultados esperados como la disminución de los costos operativos, la optimización de la eficiencia en los procesos, una mejor gestión de inventarios, el aumento en la calidad de los productos y especialmente el incremento de la productividad que es un objetivo clave para asegurar la rentabilidad del negocio.

La falta de una cultura orientada a la innovación tecnológica en esta empresa se expone a la presión de la competencia lo que puede traducirse en bajos niveles de ventas e ingresos insuficientes para cubrir sus costos operativos llevando eventualmente al cierre de sus actividades. En este contexto la presente investigación se enfoca en abordar esta problemática, la cual se origina en la limitada adopción de tecnología, situación que repercute en su bajo posicionamiento dentro del mercado competitivo.

Con el propósito de alcanzar dicho objetivo, se establecieron varios objetivos específicos, a partir de la variable dependiente (Competitividad) y la variable independiente

(Innovación). Las bases teóricas correspondientes se desarrollaron dentro del marco teórico, lo que sirvió de sustento para la elaboración del instrumento de recolección de datos.

Es importante señalar que el desarrollo de este estudio se fundamenta en una metodología mixta, que integra tanto la investigación documental como la investigación de campo. Inicialmente se llevó a cabo una revisión bibliográfica de los documentos existentes relacionados con la problemática abordada. Posteriormente se aplicó una investigación de campo mediante la utilización de una encuesta estructurada dirigida a los socios de la empresa y otra encuesta para los trabajadores, lo cual permitió obtener información directa y confiable para el análisis.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El problema planteado para esta investigación surge de la necesidad de conocer la situación real de la empresa con respecto a la innovación. Aunque la información provista por el INEC (2023) plantea un panorama inicial de la innovación en el país, no necesariamente reflejan de forma real la situación de las empresas que quieren innovar o están innovando en el país, la encuesta de innovación del INEC parte del supuesto de que las empresas encuestadas conocen lo que significa innovar, sin embargo del análisis exploratorio inicial se desprende que las empresas en el Ecuador están empezando a subirse en el tren de la innovación, se están contratando expertos en el tema, se están ejecutando capacitaciones, se están implementando metodologías innovadoras y se está ampliando el conocimiento general de lo que significa innovar.

Así mismo según el estudio titulado Balance de la Economía Popular y Solidaria IMPS (2017), en el Ecuador, menciona que los principales problemas que atraviesa este sector están relacionados con la inversión, innovación y acceso al mercado lo cual se desencadena a partir del

limitado acceso al crédito por parte de los emprendedores por no cumplir con todos los requisitos que exigen las instituciones financieras tales como bancos, cooperativas, entre otras. Esto sin duda afecta directamente al desarrollo e implementación de estrategias de innovación provocando que los procesos de producción, calidad, gestión organizativa y estrategias de marketing se ven perjudicadas comprometiendo los niveles de inclusión y competitividad. Torres (2017).

Los emprendedores solo se dedican a comercializar productos sin realizar cambios significativos lo que provoca un menor nivel de competitividad, escaso uso de la tecnología y por ende un bajo nivel de innovación, a esto se le suma la falta de políticas gubernamentales apoyo financiero y capacidad de emprender que se ha convertido en un problema en estos últimos años. Ordeñana (2018).

Amaya (2019) manifiesta que se puede deber a la desvinculación que existe entre el sector privado, publico y la academia, pues por un lado existe una despreocupación para patentar productos que se desarrollan en el sector privado, lo que limita el desarrollo y producción de innovación.

De la misma manera, se ha identificado otros aspectos negativos en la industria ecuatoriana, como los bajos niveles de innovación en áreas de procesos, productos, gestión administrativa y publicidad, lo que influye en la satisfacción de los clientes, el cumplimiento de los objetivos empresariales, la productividad, rentabilidad y un alto riesgo de supervivencia dentro del mercado. Ortega (2017).

Bajo ese contexto la presente investigación se enfoca en abordar esta problemática, la cual se origina en la limitada adopción de tecnología, situación que repercute en su bajo posicionamiento dentro del mercado competitivo.

Formulación del Problema

¿Cuál es el impacto de la innovación en la competitividad en la empresa firextin de la ciudad de Ambato?

Justificación de la investigación

En la actualidad la innovación es uno de los principales factores de competitividad de las empresas. De hecho, en algunos sectores la innovación se ha convertido en un factor imprescindible de supervivencia de estas. Sin embargo, también hay escenarios para algunas empresas en la que la innovación es sinónimo de complejidad y desconocimiento y que solo está a la altura de las grandes organizaciones.

La experiencia internacional demuestra que la innovación puede y debe hacerse de manera rutinaria en el seno de las empresas, sujeta a la evaluación y planificación desde la perspectiva de los resultados de mediano plazo. De esta forma el protagonismo de la innovación está en la empresa, porque es ahí es donde se termina de transformar el conocimiento y la tecnología en valor de mercado y negocios. Por lo tanto, trabajadores, ejecutivos y empresarios deben ser los actores principales del proceso de creación de valor a través de la innovación.

La justificación teórica nos indica que este trabajo de investigación tiene como finalidad analizar el impacto de la innovación en la competitividad apoyando aquellos estudios que establezcan relación entre ambas variables, podremos conocer con mayor certeza el comportamiento de ambas variables y así desarrollar y/o reforzar una teoría que confirme el estrecho grado de relación existente entre ambas, buscando ampliar el conocimiento científico, complementar estudios previos y generar reflexión a través de los resultados obtenidos. La revisión de la información existente nos ha permitido notar la falta de investigaciones relacionadas con la población en mención, por lo que a través de esta investigación iniciaremos

una línea de estudio que permitirá conocer la interacción de ambas variables dentro de este tipo de población; es aquí donde radica su relevancia.

La justificación práctica nos indica que el presente proyecto de investigación es relevante porque pretende plantear posibles soluciones al problema de la innovación y la competitividad que tiene como punto de partida la percepción del ser humano. Considerando el statu quo de la empresa, se busca detectar sus puntos débiles y aquellos que falta reforzar para introducir políticas orientadas a generar cambios en la conducta y actitudes de sus miembros.

La justificación metodológica implica que a través de este trabajo de investigación buscamos aportar nuevos conocimientos a la comunidad científica y marcar un precedente en la organización. Si bien, se han realizado diferentes encuestas que han permitido dar algunas luces de la atmósfera percibida dentro de la organización. Zuleika (2017).

OBJETIVOS

Objetivo general

Determinar el impacto de la innovación en la competitividad en la empresa Firextin de la ciudad de Ambato.

Objetivos específicos

- Sustentar teóricamente los conceptos de innovación y competitividad, así como su interrelación dentro del contexto empresarial.
- Diagnosticar la situación actual de la empresa en cuanto a innovación y competitividad, mediante la aplicación de una encuesta al personal.
- Medir el impacto de la innovación en la empresa Firextin
- Proponer estrategias acordes a los resultados arrojados de la investigación enfocados en la competitividad y la innovación.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes de la investigación

OCDE & EUROSTAT (2006) Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. El presente trabajo es una guía para la realización de medición y estudios de actividades científicas y tecnológicas, donde resalta conceptos de la innovación tecnológica de productos y de procesos en el sector manufacturero. Esta obra se convirtió en un referente para las encuestas en gran escala orientadas en examinar la naturaleza y las incidencias de la innovación en el sector empresarial, donde la tercera edición del manual hace hincapié aún más en el papel de los vínculos con las otras empresas e instituciones en el proceso de innovación. En

segundo lugar, tiene en cuenta la importancia de la innovación en los sectores de baja intensidad

en I+D como los servicios y las industrias con escaso contenido tecnológico. Considera la innovación como un proceso en red en el que las interacciones entre los diversos agentes generan nuevos conocimientos y tecnología. El Manual plantea que los vínculos habituales entre empresa, proveedores y clientes se amplían en los procesos de innovación a otras relaciones con los centros de investigación, con la enseñanza superior y con las entidades públicas y privadas de desarrollo.

OCDE (2015) Guía para la recopilación y presentación de información sobre la investigación y el desarrollo experimental: Este manual metodológico es un referente para medir las actividades de tecnología e innovación al armonizar internacionalmente la producción y tratamiento de estos indicadores de la I+D, teniendo como objetivo ayudar a los responsables de la toma de decisiones en especial a los responsables de la formulación de políticas públicas al tiempo que los datos de I+D han pasado a ser más accesibles y ocupan un lugar más destacado en el debate público esta información también se ha convertido en un componente importante del diálogo político y social sobre el uso y el impacto de estos recursos. Existe una gran concienciación de que los datos de I+D, ya sean solos o combinados con otra información pueden proporcionar sólo parcialmente la base para la toma de decisiones. Sin embargo, siempre y cuando los gobiernos, los líderes empresariales y el público reconozcan las características especiales de la I+D y le confieran un estatus especial, la medición del esfuerzo humano y económico dedicado a tal labor continuará jugando un papel fundamental en la mayor parte de las evidencias estadísticas requeridas por las sociedades de todo el mundo.

Orellana (2017) En su investigación titulada: “La innovación tecnológica y su incidencia en la competitividad empresarial de las pymes de la industria manufacturera de la provincia del Azuay – Ecuador”: Cuyo objetivo fue determinar en qué medida la innovación tecnológica

incide en los niveles de competitividad empresarial de las PYMES de la industria manufacturera de la provincia del Azuay-Ecuador, partiendo del problema de la incidencia de la innovación tecnológica en la competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras, con el objetivo de visualizar estos dos tan importantes elementos de la gestión contemporánea en las Pymes, un sector clave y gravitante en la economía de nuestro país.

Artica, (2019). En su investigación titulada: “Innovación tecnológica y competitividad en las Pymes agroindustriales de la provincia de Pasco – 2017””: Cuyo objetivo fue conocer de qué manera la Innovación tecnológica influye en la Competitividad de las MYPES de la Provincia de Pasco, en lo cual su variable dependiente fue la competitividad y la variable independiente fue la innovación tecnológica, ejecutando un estudio no experimental de diseño explicativo tipo descriptivo la información se consiguió de los 27 gerentes o administradores de las Pymes Agroindustriales identificadas en el ámbito de la provincia de Pasco, a quienes el autor aplicó un cuestionario como instrumento de recolección de datos y una encuesta preguntas cerradas como de opinión. Los resultados evidenciaron que la innovación tecnológica es fundamental para el desarrollo y crecimiento de las empresas, es necesario la automatización y sistematización de los sistemas Integrales en las MYPES Agroindustriales lo cual permitirá tomar decisiones en tiempo real beneficiando a la organización y por ende se convierte en una ventaja competitiva su aplicación e implementación constante. Como conclusión, el éxito de esta innovación tecnológica mejoró los procesos productivos repercutiendo en una reducción de costos, lo cual, permitió consolidar el mercado interno. Una consecuencia adicional de este éxito es el fortalecimiento de la posición de las Pymes lo que permitió fijar el precio y las condiciones de venta, cuando las Pymes decidieron aceptar la oferta de compra que el mercado le impone.

Romero (2018) En su artículo titulado: “La innovación tecnológica en las empresas y su

impacto positivo dentro del Ecuador”: Cuyo objetivo fue demostrar el impacto positivo de la innovación tecnológica en un mundo globalizado, ya que el problema radica en que las empresas no mantienen una cultura de innovación tecnológica ni mucho menos cuentan con estrategias para la captación al consumidor, lo cual, no generan un aporte al crecimiento económico del país, ejecutando un estudio cualitativo exploratorio y descriptivo utilizando como principales herramientas para la recopilación de datos la entrevista que fue dirigida a varios propietarios de empresas, a más del grupo de encuestadores y el formulario de preguntas utilizado. Los resultados evidenciaron que la mayor parte de las empresas encuestadas si cuentan con tecnología de punta y mantienen actualizaciones constantes por sus beneficios a largo plazo, pero los empleados no están capacitados en el manejo de estas nuevas tecnologías. Por otro lado, la respectiva encuesta ofrece resultados de las opiniones de los empresarios, en las acciones que toma el gobierno en la libre comercialización ellos manifestaron que con la eliminación de ciertas restricciones al comercio mejoraría la salud económica del país y empresarios, como también, las empresas no les convendría que el gobierno no aportara en nada al sector comercial. Como conclusión, el entorno competitivo en el que se mueven las empresas obliga a estas a mantenerse al margen o mejor aún a renovarse continuamente e invertir en nuevas tecnologías para no aburrir al cliente con una molesta rutina, reducir los costos, potenciar la información, favorecer la competitividad, mejorar la marca de la empresa, entre otras. Es importante que el jefe de una empresa sepa adaptarse a los nuevos cambios y mantener a sus empleados motivados, así como actualizados con el objetivo de que puedan transmitir esa seguridad y confianza a sus nuevos compradores y mantenerla con los habituales. Recalcando que el papel que ejecuta el gobierno en el sector comercial para que este crezca constantemente es fundamental para el país,

de ese modo el nicho de los actuales mercados se fortalecería por las nuevas políticas, tanto así que atraería la inversión para el crecimiento del flujo económico.

Cardona (2017) En su artículo titulado: “Direccionamiento Estratégico: Proyección de la Innovación Tecnológica y Gestión Administrativa en las Pequeñas Empresas”: Cuyo objetivo fue establecer el nivel de innovación en tecnología y direccionamiento estratégico de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de la ciudad de Barranquilla, Colombia, ejecutando un estudio de tipo descriptivo, mediante una técnica de recolección de datos en la que se analizaron seis variables que determinaron el tamaño de la empresa en cuanto a número de trabajadores, el tipo de actividades innovadoras que implementan, el presupuesto que invierten en tecnología, las preferencias en cuanto al ámbito en el que innovan y las relaciones existentes entre lo que invierten y las innovaciones tecnológicas, llevadas a cabo en una muestra de 10 empresas de la ciudad de Barranquilla, Colombia. Los datos fueron tabulados en el programa Microsoft Excel en donde se analizaron los resultados arrojados, se identificaron las posibles causas y se establecieron posibles soluciones. Seguidamente y en base a un cálculo inferencial, se logró establecer la correlación derivada entre el crecimiento económico y la adopción de políticas de direccionamiento estratégico e innovación, para medir el impacto de estas variables en el entorno económico de las organizaciones. Como conclusión, los resultados de la investigación han evidenciado que en cada una de las etapas del proceso de direccionamiento estratégico se debe establecer una adecuada integración de la organización con el entorno, tomando como base de su cambio y mejora continua, la innovación tecnológica y la gestión administrativa. Solo así se puede lograr un avance sustancial que corresponda con las exigencias del sistema o entorno. Para ello las empresas, deben enfocarse en invertir económicamente en la implementación de innovaciones, que se ajusten a su perfil y que contribuyan al crecimiento de su organización, ya

que la correlación entre ambas variables es supremamente alta y en este caso es positiva. Sus innovaciones deben enfocarse en reforzar las áreas o servicios que más deficiencia presente, ya que al identificarlas y mejorarlas les permitiría disminuir los riesgos y mantener la mejora continua de su organización.

Quijije (2021) En su artículo titulado: “Innovación tecnológica y su impacto en el desarrollo de las micro empresas por covid-19”: Teniendo como objetivo conocer el desarrollo de innovación tecnológica en las micro empresas de la ciudad de Portoviejo y su impacto económico durante el COVID-19, la cual se utilizó como herramientas de recolección de datos el estudio de antecedentes y revisión de fuentes bibliográfica, por esta razón este estudio fue de carácter cualitativo como cuantitativo donde se aplicó una encuesta de manera anónima a 50 microempresarios de la ciudad de Portoviejo. Los resultados evidenciaron que una gran parte de las microempresas en la ciudad de Portoviejo no presenta los recursos necesarios para la implantación de tecnología e innovación ni tampoco invierten en ella. En cambio, otra parte de microempresas siguen innovando, por lo que han visto una ventaja para poder generar ingresos, pese a que se han visto afectado por la actual pandemia COVID-19 y las normas adoptadas por el COE, en Portoviejo por medio del GAD Municipal han intervenido para la capacitación y desarrollo de jóvenes emprendedores para el incentivo en la parte de innovación y tecnología generando apoyo financiero en la elaboración de productos con alto grado de innovación.

Manabí es considerado como el puesto 16 por medio del TIC donde conserva 42,5% teniendo a Portoviejo y Manta como las ciudades con mayor índice de innovación tecnológica. Como conclusión, Gran parte de la economía del Ecuador proviene del buen desempeño que realiza las microempresas para el país, pero a raíz del COVID-19 muchas microempresas se han ido deteriorando y otras han obtenido grandes beneficios pudiéndose adaptar a las condiciones de la

emergencia sanitaria, a la vez no muchas de las microempresas en la ciudad de Portoviejo invierten en tecnología e innovación, debido a que no existe cultura en la organización ni recurso ni capacitación alguna. Daza (2017). En su artículo titulado: “Innovación tecnológica como herramienta gerencial para el desarrollo organizacional”: El objetivo del artículo fue analizar la innovación tecnológica con la finalidad de encauzar la implementación de los avances innovadores que orienten a contribuir al desarrollo de las organizaciones ejecutando un estudio de tipo descriptivo recopilando información sobre temas como innovación, gestión de la innovación, e innovación en las organizaciones. En el cual, para dar cumplimiento al objetivo planteado las técnicas de recolección de datos incluyen en su conjunto al análisis documental.

Los resultados evidenciaron que dentro de los elementos del ciclo de innovación se aplica en primer orden el proceso de reingeniería en las actividades con el fin de buscar mejoras y mantener la efectividad de cada uno de los procesos que se ejecuta, siendo la concepción de dicha tarea crear un rediseño en los diversos procesos de trabajo con la finalidad de apartar lo tradicional e innovar, esta acción requiere un seguimiento de toda la diversidad de tareas y funciones que pueden afectar el proceso productivo, con la finalidad de reducir la incertidumbre y riesgos poco controlados en el proceso. Como también se debe propiciar dentro de las organizaciones el ambiente creativo, de generación de ideas y de estímulo a la innovación; esto se debe a la presencia de lineamientos estructurados de producción de ideas, no únicamente en la línea gerencial, sino que se extiende al talento humano en general. Los miembros de las organizaciones están dispuestos a expresar aquellas ideas que sean capaces de llevar a la empresa a un máximo de excelencia. Como conclusión, el plan de innovación dentro de las empresas posee como valor principal la producción generalizada y abundante de elementos con carácter de innovación, es decir toda producción tiene sus cimientos en un ámbito novedoso. De esta manera

las organizaciones han creado nuevos servicios para cubrir con la demanda del mercado involucrándose en proyectos que le permitan incursionar en nuevos escenarios que impliquen un mayor crecimiento social. Calvache, (2020) En su artículo titulado: “Los factores determinantes de la innovación en las empresas ecuatorianas”: Esta investigación tuvo por objetivo identificar los factores determinantes de la innovación de productos y procesos en las empresas ecuatorianas, ejecutando un estudio cuantitativo de diseño no experimental y transversal con una regresión Probit Bivariante, la información se consiguió de 7055 empresas clasificadas en los sectores de manufactura, minería, comercio interno y servicios del Ecuador a quienes el autor aplicó una encuesta con los siguientes factores de la variable independiente: I+D interna, I+D externa, fuentes de información del mercado, fuentes de información universidades, fuentes de información del sector público, fuentes de información general, intensidad I+D, tamaño de la empresa, antigüedad de la empresa y personal especializado, la encuesta registra una escala de uno a cuatro (1 = alta, 2= media, 3 = baja y 4= no ha utilizado) en cada fuente de información que ha utilizado la empresa, se formó una nueva variable por cada fuente de información y se consideró colocar el valor uno para empresas con escala uno y dos (alta y media) de utilización de la fuente de información y cero para empresas con escala tres y cuatro (baja y no ha utilizado) de la fuente de información. Como resultado se evidenció que ni la intensidad I+D, ni la antigüedad de la empresa son estadísticamente significativa en la innovación de productos y en la innovación de procesos, mientras que las fuente de información Universidad sólo es estadísticamente significativa en la innovación de proceso, las fuentes de información general es estadísticamente significativa sólo en la investigación de producto, y el tamaño de la empresa sólo es estadísticamente significativo en la innovación de proceso, y además que el personal capacitado sólo es estadísticamente significativo en la innovación de productos. Como

conclusión, los factores determinantes de la innovación en las empresas ecuatorianas innovadoras son la I+D interna e I+D externa, las fuentes de información del mercado, las fuentes de información general y el personal capacitado, lo cual produce del incremento de conocimientos y tecnologías a la empresa lo que conduce a la innovación de productos y procesos.

La innovación a nivel mundial

Para abordar el tema general en el que se enfoca la investigación se debe conocer de manera clara y concisa el significado de los términos innovación y competitividad que será mencionado en toda la investigación. La innovación marca la diferencia entre la supervivencia o la desaparición de una empresa. En un mundo globalizado el innovar es una tarea para desarrollar a diario es un proceso continuo y dinámico, no estacionario. La innovación debe ir de la mano con la Responsabilidad Social Empresarial, pues debe propender por ser un instrumento que proporcione una ventaja competitiva para la empresa y al mismo tiempo un beneficio real para todos los grupos de interés y para el medio ambiente Muñoz (2020).

Desde mi perspectiva, el enfoque que se da en esta información resalta de forma muy acertada la importancia crítica de la innovación en el entorno empresarial actual. Coincido plenamente con la afirmación de que innovar no es una acción puntual, sino un proceso continuo y dinámico. En un mundo tan cambiante y competitivo como el de hoy, las empresas que no se adaptan ni evolucionan corren el riesgo de quedarse atrás o incluso desaparecer.

Desafortunadamente, a nivel de América Latina la adopción de tecnología en pequeñas y medianas empresas todavía no es completa. Así lo confirman varios autores que después de profundas investigaciones han determinado que la región presenta una amplia brecha tecnológica, la cual representa un obstáculo estructural para el desarrollo económico y social de

los países que la conforman. En el caso de Ecuador la situación es todavía más preocupante, en efecto, no todas las organizaciones existentes en el país aplican el concepto de innovación tecnológica y aquellas que, si lo hacen, son en su mayoría empresas grandes. De acuerdo con un artículo publicado por Diario Hoy (2009, s/pág.): “En el Ecuador, sólo el 30% de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) utilizan las ventajas tecnológicas cifra muy baja con relación al 50% registrado en otros países de América Latina”; esto evidencia el alto nivel de retraso tecnológico que el país presenta en comparación al resto de la región mismo que repercute a su vez en los índices de competitividad nacional.

Esto demuestra que la innovación no es un concepto estático ni exclusivo de un área, sino que abarca muchas dimensiones: tecnológica, organizativa, estratégica y hasta cultural. Para mí, este enfoque multidisciplinario es clave, porque obliga a las empresas a mirar más allá de lo tangible como un nuevo producto y considerar también las mejoras en procesos, estructuras internas, formas de comercialización y relacionamiento con el entorno.

Tomando como referencia al Reporte de Competitividad Mundial del Foro Económico Mundial, (2011). Ecuador se ubica en el puesto 101 de entre 142 países, con un índice de competitividad de 3,8 sobre 7; siendo sus factores más débiles la disponibilidad en aceptación y uso de nuevas tecnologías y la capacidad de Innovación, con el adelanto tecnológico que supuso el internet y su creciente penetración a nivel mundial a partir de la década de los 90, se facilitó el acceso al conocimiento y el intercambio de ideas, originando una serie de innovaciones en diferentes campos de la actividad humana como son: el entretenimiento, la medicina, las tecnologías de información y comunicación, la transportación, la robótica, la economía, la agricultura, los modelos de negocio, entre otros. Algunas de estas innovaciones, al volverse cada vez más accesibles han empezado a formar parte de la vida diaria de las personas,

ejemplos los podemos encontrar en la utilización de la fotografía digital, la iluminación LED, televisiones de ultra alta definición, automóviles híbridos y eléctricos, redes inalámbricas más veloces, teléfonos inteligentes, modelos de negocio de economía colaborativa, acceso a productos y servicios a través del internet y medios de pago electrónicos, por mencionar algunos. Durante el siglo actual, es de esperar que el entusiasmo por la innovación de los productos, servicios y modelos de negocio continúe creciendo, una vez que las empresas empiecen a adoptar a la innovación como parte de su estrategia, siguiendo el ejemplo de compañías que se aventuraron a explorar nuevos territorios, alejándose eventualmente de su negocio original, tal es el caso de la tienda en línea Amazon, considerada una de las compañías más innovadoras a nivel mundial en 2017 por la revista Forbes (2017).

Personalmente, considero que esta información pone en evidencia una realidad preocupante, pero al mismo tiempo llena de oportunidades para un país como Ecuador. El hecho de que el país se ubicara en el puesto 101 de 142 en el índice de competitividad mundial, con debilidades marcadas en la adopción de nuevas tecnologías y en la capacidad de innovación, refleja que todavía hay un largo camino por recorrer en cuanto a modernización, transformación digital y cultura de innovación.

El modelo tradicional de la innovación sostiene que la inversión en investigación y desarrollo es una de las fuentes de la innovación; además, muchos autores, como Mairesse y Mohnen (2005), comprobaron de manera empírica que la inversión en investigación y desarrollo está correlacionada positivamente con el desempeño innovador de las empresas. También, Ulku (2007) analiza la relación entre la intensidad en investigación y desarrollo y la tasa de innovación en cuatro tipos de industrias (química, eléctrica y electrónica, drogas y medicinas) en 17 países de la OCDE en el periodo 1981-1987, lo que confirma dicha relación. En esa misma línea,

Raymond y St-Pierre (2010) estudian cómo la inversión en investigación y desarrollo en las empresas australianas pequeñas y medianas favorece el desarrollo de la innovación en productos.

Con dicho criterio, la OCDE (2011) ha clasificado a las empresas manufactureras, según su intensidad tecnológica, en cuatro categorías: intensidad alta, intensidad media alta, intensidad media baja e intensidad baja. Así mismo, se ha evidenciado un énfasis en los estudios sobre innovación en mayor medida con datos provenientes de los países desarrollados y orientados a las empresas de alta intensidad; tecnológica. sin embargo, algunos investigadores observaron que la realidad era distinta. Así, Arundel, Bordoy y Kanerva (2007) señalan que existen empresas innovadoras que no realizan inversiones en investigación y desarrollo. A estas empresas se las denominó innovadores olvidados, porque no eran tomadas en cuenta por sus gobiernos en el diseño de políticas para promover la innovación.

Es por estos motivos que se hace necesario analizar el comportamiento de las empresas de baja y media baja intensidad tecnológica, debido a su contribución con el crecimiento de las economías en las que participan, el número de puestos de trabajo que ofrecen y las innovaciones introducidas en el mercado Heidenreich (2009); Jacobson (2008). También se debe señalar que las industrias de baja y media baja intensidad tecnológica se caracterizan por la innovación y la adopción gradual, es decir, una mejora constante de sus productos de acuerdo con la demanda del mercado; a menudo se centra en la eficiencia.

Amazon inició como una tienda de libros en internet y actualmente ofrece una gama muy amplia de productos y servicios, incluyendo dispositivos electrónicos con su propia marca, un asistente personal inteligente conocido como Alexa que responde a comandos de voz para realizar pedidos y ofrece sugerencias basadas en los gustos del usuario, Amazon video, una

plataforma de películas, series y canales de televisión bajo demanda, también ofrece servicios de almacenamiento en la nube, como muestra de innovación constante, Amazon está en la fase de implementación de los supermercados Amazon Go en Estados Unidos y Reino Unido sin necesidad de colas ni cajas registradoras, mediante la utilización de sensores e inteligencia artificial Chambers (2017). El caso de Amazon y de otras empresas como Apple, Tesla, Uber, y Netflix que son reconocidas mundialmente como muy innovadoras, constituyen un ejemplo claro de que en el siglo XXI la innovación constante de los productos, serobjevicios y modelos de negocio continuará siendo una tendencia que marcará el camino a seguir en los diferentes ámbitos de la actividad humana.

Considero que las políticas públicas de fomento a la innovación no deberían centrarse únicamente en el modelo tradicional de grandes inversiones tecnológicas, sino también en reconocer, apoyar y potenciar otras formas de innovación más accesibles, como las que surgen desde la experiencia, la mejora continua, la colaboración con clientes o el aprovechamiento de herramientas digitales ya disponibles.

Según el grado de originalidad o novedad de la innovación la literatura académica distingue entre la innovación incremental y la innovación radical o disruptiva. Nieto (2000) considera para esta clasificación la naturaleza continua o discontinua del proceso de innovación y la magnitud del impacto que tienen las innovaciones en su entorno de forma que la introducción gradual y continua de cambios se considera innovación incremental, mientras que la aplicación de cambios radicales en un proceso o producto se considera como innovación disruptiva. Tradicionalmente la innovación en las empresas era entendida como una forma de creación de conocimiento, por lo que su manejo fue interno para prevenir la transferencia hacia los competidores. Argote (2000) este tipo de innovación se ha denominado “innovación cerrada”.

Por otro lado, frente a este modelo aparece la llamada “innovación abierta”, término introducido por Henry Chesbrough (2006), quien considera que, en la actualidad, cuando la información es abundante, las compañías no pueden depender totalmente de sus propias ideas para avanzar, sino que surge la oportunidad de aprovechar las fuentes de ideas internas y externas para llevarlas al mercado a través de múltiples caminos. Además del ámbito organizacional existen otros campos en los que la innovación está siendo aplicada como la educación, la agricultura, la salud y talento humano, entre otros. Por ejemplo, los procesos de innovación direccionados a la mejora de las condiciones de vida, a la inclusión social, o a la cultura, se consideran innovación social. Innovar la organización significa introducir un nuevo método organizacional en las prácticas de negocio, lugar de trabajo o en las relaciones externas. Los objetivos de la innovación de la organización pueden estar encaminados a incrementar el rendimiento de la empresa mediante la reducción de costos administrativos y de transacciones, mejorar la satisfacción en el lugar de trabajo (y por ende la productividad), lograr acceso a activos intangibles como el conocimiento externo.

Desde mi punto de vista, esta información ofrece una visión muy completa y actualizada sobre las diferentes formas en que se puede entender y aplicar la innovación, me parece particularmente útil la distinción entre innovación incremental y radical, ya que nos ayuda a comprender que innovar no siempre significa hacer cambios grandes o rupturistas; también se puede innovar mediante pequeñas mejoras continuas que, con el tiempo, generan grandes resultados.

De acuerdo con el Forum (2016) el mundo está viviendo la cuarta revolución industrial, reconociendo que la transformación digital redefinirá los modelos y los sistemas de las empresas para mantenerse vigentes en la economía digital. Muchas empresas ya realizaron el cambio hacia

la economía digital integrando herramientas como el big data, la computación en la nube y la inteligencia artificial a sus operaciones generando más valor para sus clientes. Estos cambios pueden implicar modificaciones a sus modelos de negocio e inclusive la creación de nuevos modelos de negocio para atender nuevos mercados que van surgiendo.

Para poder innovar el modelo de negocio es necesario comprender el valor que se genera para los clientes, cómo se genera, de dónde provienen los recursos, qué canales se utilizan, cuáles son las actividades que generan ingresos, cuál es la estructura de costos del negocio, entre otros elementos, que son factores que interactúan en torno a una propuesta de valor y que son susceptibles de ser mejorados de acuerdo con los requerimientos del mercado Osterwalder (2011).

Lo que más destaca es la idea de que innovar ya no se limita a productos o servicios, sino que se ha trasladado al modelo de negocio en sí. Esto implica repensar desde cero cómo se crea y entrega valor al cliente, y cómo se estructura internamente una organización para responder a las exigencias del entorno digital. Ya no basta con tener un buen producto; hay que entender profundamente al cliente, ser flexible con los recursos y canales, y adaptar continuamente la propuesta de valor.

La innovación a nivel Nacional (Ecuador)

La inversión en innovación en el Ecuador tiene un comportamiento descendente con obstáculos para ubicarse en una mejor posición, obtuvo dos puntos menos que el año anterior en el Global Innovation Index 2019, ubicándose en el puesto número 99 (GII, 2019). Además, un análisis sobre el sistema nacional de innovación determina que “existe un conjunto de problemas o fallas que hacen que la inversión en innovación por parte de los agentes sea inferior al óptimo”. (BID, 2018) El GEM 2017 (Global Entrepreneurship monitor) ubica al Ecuador con una tasa de

actividad emprendedora (TEA) del 29.6%, destacada en la región. Sin embargo; el porcentaje de emprendimientos no necesariamente tiene un impacto en el crecimiento de la economía del país, esto se debe a que muchas iniciativas no alcanzan a consolidarse BID (2018). Problemas de financiamiento, falta de rentabilidad, así como la percepción de competencia alta fueron las principales razones para el cierre o abandono. GEM (2017) El acuerdo nacional 2030, define siete ejes prioritarios para el desarrollo socioeconómico del país. Uno de ellos es la competitividad, empleo e innovación, buscando desarrollar una cultura innovadora que promueva el crecimiento del sector empresarial Senescyt, (2019). Este eje está relacionado con la propuesta del plan nacional para el buen vivir, cuyo objetivo número cinco busca impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible. Senplades (2017).

Desde la mesa de innovación, como iniciativa del acuerdo 2030, se sugiere “la cooperación entre la academia y la empresa” Bonilla (2019). El sector privado posee un gran potencial para el desarrollo de la productividad y la innovación, porque las empresas micro, pequeñas y medianas (MiPymes) representan el 99.54% en el país, respectivamente: 90.78%, 17.22% y 1.54% INEC, (2018). Ilustrar la situación de las Pymes frente a estrategias de innovación amplía el conocimiento de los agentes que participan en la toma de decisiones tanto políticas como económicas del sector público-privado. Con lo expuesto se plantea: la insuficiente inversión en innovación, las dificultades de supervivencia que tienen los negocios ecuatorianos, así como también el interés desde el sector público por cambiar estas realidades y el alto potencial que tiene el sector privado para el desarrollo de la productividad e innovación como agentes de cambio para el crecimiento sostenible de la economía.

Conocer a detalle, cuáles son las innovaciones que consiguen mejorar el rendimiento de las empresas tiene un gran valor para el diseño de políticas, por ello, se considera información

relevante todo lo relativo a la puesta en marcha de innovaciones y la interacción de los distintos tipos de innovación OCDE/Eurostat, (2005). Además, hay evidencia dentro y fuera de la región de la influencia de la innovación en Pymes, así, por ejemplo, una reciente investigación doctoral en España determinó que “la innovación sí es fuente de ventajas competitivas para las empresas de tamaño reducido y sus efectos se notan especialmente en épocas de adversidad, en las cuales las más innovadoras obtienen mejores resultados” López (2017).

Este estudio toma en consideración la Encuesta Nacional de Actividades de Innovación 2013 -ACTI- realizada por la secretaria nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología e Innovación en coordinación con el Instituto Nacional de Estadística y Censos para datos referidos al periodo 2009-2011. Se debe mencionar que no existe una línea base comparativa para esta encuesta lo que permitirá generar nuevas líneas de estudios relacionados con el proceso innovador en el país. Para el presente análisis se considerará solamente los resultados obtenidos para el año 2011. En base a lo anterior, la información que nos proporciona la encuesta ACTI (2013) determina que existen 8.432 empresas, estas se dividen en las que realizaron algún tipo de innovación, sean estas de producto, servicio, proceso, de comercialización u organizacional y las que no lo hicieron; el primer grupo de firmas representa el 58,6 % del total. Al analizar el esfuerzo innovador de las empresas ecuatorianas durante el 2011, se observa que los gastos que se realizan en investigación y desarrollo tienen una participación del 15%, la adquisición de maquinarias, equipos y hardware 58%, la adquisición de tecnologías desincorporadas 25% y capacitación en personal un 2%. Este hecho indica que la inversión realizada en actividades que fomenten la innovación para las empresas ecuatorianas se destina a la reposición de activos mediante la adquisición de bienes de capital. Además, la inversión en actividades de adquisición de tecnologías desincorporadas, se orientan a la compra de patentes, licencias, diseños,

ingenierías y asistencia técnica, lo cual indicaría que las firmas ecuatorianas buscan conocimiento en fuentes externas, las actividades del esfuerzo innovador determinan que las empresas ecuatorianas introducen innovaciones nuevas o significativamente mejoradas, del total se observa que, en primer lugar, se encuentran las de proceso con 31% de participación, seguido a esto se encuentran las innovaciones de servicios con una participación de 19%. En tercer lugar, las innovaciones organizacionales y de comercialización ambas con 18% de participación y finalmente de producto con 14%.

Rodríguez (2024) establecen los tres elementos entrelazados que permiten el desarrollo de la innovación, los cuales se establecen dentro de las políticas fiscales, el incentivo de la capacitación y formación continua y el desarrollo de la academia propiciando el emprendimiento en Ecuador. Galaso et al., (2024) explican el rol principal del capital social en la producción de innovación para el mejoramiento empresarial sin descuidar la estructura empresarial flexible que posibilite el desarrollo de redes de innovación intersectorial e interterritorial. Marín (2020) indican que a pesar la utilización del marketing digital por parte del sector emprendedor esta herramienta no es utilizada en toda su potencialidad, ya que no se analiza los datos para mejorar su competitividad y eficiencia.

En consecuencia, en un SEI, aunque pocas empresas cooperan en actividades formales de I+D, existen muchas empresas que cooperan en otras actividades de innovación, en función de las capacidades tecnológicas que hayan desarrollado. Entre estas actividades se distinguen las siguientes: información tecnológica, capacitación, asistencia técnica, pruebas de productos, ingeniería y diseño, I+D. Tal y como se indicó, sólo Fernández-Sastre y Vaca-Vera (2017) analizan las relaciones de cooperación tecnológica en distintas actividades de innovación en un país con un SEI, como Ecuador.

Lo que más me llama la atención es la contradicción entre el alto nivel de actividad emprendedora y la baja tasa de consolidación de negocios. Esto deja en evidencia que no basta con fomentar el emprendimiento si no se acompaña con políticas que aseguren sostenibilidad: acceso a financiamiento, capacitación, redes de apoyo, innovación aplicada y articulación con el mercado. Muchas ideas buenas se pierden no por falta de creatividad, sino por falta de estructura para sostenerlas.

También destaco como muy acertada la propuesta de vincular a la academia con el sector productivo, ya que esa colaboración puede generar conocimiento útil y aplicable, resolver problemas reales, y promover un ecosistema más dinámico y colaborativo. La innovación no debería quedarse solo en laboratorios o centros de investigación, sino llegar al territorio, a los pequeños negocios, a las comunidades, para transformar verdaderamente la economía.

La innovación en la provincia de Tungurahua

La provincia de Tungurahua se ha distinguido históricamente por ser una de las regiones más productivas y comerciales a nivel nacional. De hecho, de acuerdo con el Gobierno Provincial de Tungurahua, la provincia se caracteriza por ser un territorio ideal para la instalación de industrias y empresas generadoras de productos y servicios tanto a nivel local, regional y nacional Vilcacundo (2014), p. 4.

La provincia de Tungurahua siempre ha sido reconocida por contar con grandes y medianas empresas dedicadas a la producción de calzado, así como también con artesanos capaces de competir en este mercado. De acuerdo con la CALTU citada por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad.

De acuerdo con la Cámara de Industrias de Tungurahua, citada por El Comercio (2016) la manufactura de calzado de los cantones de Tungurahua es de calidad y por eso es comercializada en diversos centros de expendio del país, adicionalmente cuenta con variedad de estilos y diseños.

Sin embargo, es necesario mencionar que las empresas tungurahueses no hacen inversiones en investigación y desarrollo de productos, pese a que la provincia es referente a nivel nacional. Es necesario que las empresas generen nuevas ideas que les permiten mejorar sus productos y entrar a nuevos mercados mediante productos innovadores.

Yugse (2020) señalan que las políticas públicas en los emprendimientos ecuatorianos; en la cual utilizaron como variables del modelo lineal: las políticas y los programas gubernamentales, la propiedad intelectual, la I+D y principalmente el apoyo financiero. Para su conclusión, exponen que Ecuador generó políticas públicas para el fomento del desarrollo de los emprendimientos con el desarrollo de centros que emitan certificados por los conocimientos. Argothy (2019) aportó con los determinantes de la innovación que influyen positivamente en la probabilidad de que las empresas públicas innoven; el estudio identificó como parte de los factores internos: trabajadores, capacitación, adquisición de tecnología y cuidado ambiental; y dentro de factores externos: gobierno y el apoyo en gestión de calidad.

Romo (2023) indica que la industria asentada en la provincia de Tungurahua ha logrado un incremento debido al mejoramiento de los procesos productivos, la ampliación de la oferta y el posicionamiento de sus productos en el mercado respecto a la competencia. Según, el sector de elaboración de bebidas de Tungurahua encuentra que las pymes tienen mayor participación en exportaciones en los últimos años, en comparación con las grandes empresas del mismo sector. La inversión de innovación se ha focalizado en la adquisición de maquinaria, equipos,

consultorías y asistencia técnica, acompañado de procesos de ingeniería y diseño industrial es importante señalar que las consultorías se han realizado en estudios de mercado para incrementar las ventas, encontrar nichos de mercado e incrementar las exportaciones de los productos que han incorporado innovación.

Desde mi punto de vista esta información retrata muy bien el potencial productivo y empresarial de la provincia de Tungurahua, especialmente en sectores tradicionales como la manufactura de calzado, que han sido históricamente motores de desarrollo local y orgullo regional. Es admirable cómo la combinación entre empresas medianas, grandes y artesanos ha logrado posicionar al calzado tungurahense a nivel nacional, destacando por su calidad, variedad y diseño.

Sin embargo, lo que más me llama la atención y también me preocupa es la falta de inversión en investigación y desarrollo a pesar de que la provincia tiene una base empresarial sólida, esta ausencia limita seriamente la capacidad de las empresas para innovar, diferenciarse, escalar y competir en mercados más exigentes. En el contexto actual, donde los consumidores demandan constantemente productos más sostenibles, funcionales y adaptados a nuevas tendencias, no innovar significa quedarse atrás.

Competitividad

La competitividad es un concepto multidimensional, que no posee una definición específica y su medición escapa a la capacidad teórica presente, planteándose muchos enfoques e indicadores para su medición Tapia (2013). Pese a esto, es un concepto universalmente aceptado como fórmula para estimar el crecimiento económico de los países y a nivel empresarial, como condición necesaria para internacionalización exitosa de la empresa Flores (2008).

Desde mi perspectiva, esta información refleja una realidad muy clara pero también desafiante: la competitividad, aunque difícil de definir y medir con exactitud, es esencial tanto para el crecimiento económico de un país como para el éxito de las empresas en mercados globales. Me parece muy acertado reconocer su carácter multidimensional, ya que no se trata únicamente de productividad o eficiencia, sino que también involucra factores como innovación, talento humano, calidad, tecnología, sostenibilidad y estrategia.

Comparto la importancia de distinguir claramente entre Pymes y grandes empresas al momento de estudiar la competitividad, muchas políticas, estudios y modelos se construyen desde la lógica de las grandes corporaciones, pero cuando se intentan aplicar a pequeñas empresas, simplemente no funcionan o resultan ineficaces, por eso, entender esta diferencia es clave para diseñar estrategias realistas, efectivas y acordes con el entorno y los recursos de las Pymes.

El índice de competitividad global 4.0 de 2019 identifica 103 indicadores que establecen un ranking entre los países, a través de 12 "pilares": Instituciones, Infraestructura, Adopción de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones (TIC), Estabilidad macroeconómica, Salud, Habilidades, Mercado de productos, Mercado laboral, Sistema financiero, Tamaño de mercado, Dinamismo de negocios y Capacidad de innovación. El índice del desarrollo industrial y la competitividad mide la eficiencia de procesos relacionados con el desarrollo industrial y refleja múltiples dimensiones de la competitividad, incorporando la capacidad de las economías para producir y vender sus productos a nivel nacional e internacional, adoptar tecnologías avanzadas y generar una mayor participación del valor agregado. También se reportan sistemas de evaluación de la competitividad con el modelo del diamante de Porter (Fang et al., 2018; Li &

Chen, 2020), indicadores de calidad, financieros, de proceso y de innovación Bernardes (2016); Fernández (2017), encuestas que miden las estrategias genéricas competitivas como las de diferenciación, diversificación, calidad, costos, liderazgo, servicio al mercado y la innovación Fernández (2019), estrategias competitivas sectoriales. Anaya (2018), y criterios que incluyen producción, comercialización, personal gestión, tecnología, ecología y eficiencia de ventas Afanasieva (2018), entre muchos otros. Adicionalmente, se recomiendan instrumentos como los observatorios de competitividad para su seguimiento y monitoreo Fernández (2019), para lo cual se requiere contar con un sistema de indicadores pertinentes, según el objetivo que se plantee.

Considero muy acertado el enfoque hacia la creación de observatorios de competitividad, ya que medir, monitorear y analizar datos de forma continua es clave para tomar decisiones basadas en evidencia. En muchos países, especialmente en economías en desarrollo, uno de los grandes retos es la falta de información confiable y actualizada, lo que impide diseñar políticas públicas eficaces o acompañar adecuadamente al sector productivo.

La competitividad es una de las condiciones más valoradas y perseguidas por los directivos organizacionales quienes conscientes de la creciente demanda y expectativas de la clientela, cada vez más exigente y compleja, intentan sacar sus mejores armas de batalla para ocupar una posición privilegiada en el mercado y asegurar su permanencia a mediano y largo plazo (Muñoz, 2021). Analizando factores de riesgo que afectan de manera directa a la producción y el cultivo con factores como agotamiento del suelo, la falta de regadío, el tipo de tierra, la energía para las maquinarias, entre otros factores que afectan a la producción agrícola y

que es necesario la adaptación de nuevas innovaciones y estrategias competitividad para mejorar los procesos agrícolas para actividades sostenibles y rentables.

Desde mi punto de vista esta información resalta una verdad clave del entorno actual: la competitividad se ha convertido en una prioridad estratégica para cualquier organización, ya sea agrícola, industrial o de servicios. En un mercado cada vez más exigente, diverso y cambiante, los directivos no solo deben preocuparse por producir, sino por diferenciarse, adaptarse e innovar continuamente para mantenerse vigentes y crecer.

El sector de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) se ha convertido en un importante centro de atención y debate en Centroamérica. Esto se debe en buena medida a su paradójica situación: es extremadamente importante en la generación de empleos y a la vez se encuentra al margen de las actividades más dinámicas de la economía, incluyendo el sector exportador. CEPAL, (2001).

La competitividad tiene orígenes en las teorías clásicas de la economía, donde se dice que toda organización debe producir elementos de valor para una diferenciación importante, Jiménez et al., (2023). La competitividad de las pymes se vincula estrechamente con diversos factores, como la eficiencia operativa, la innovación, el acceso a financiamiento, la calidad de la gestión y la capacidad de adaptación a los cambios del entorno. La competitividad puede definirse como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible.

En la literatura sobre el desarrollo regional, la competitividad regional está asociada con el conjunto de capacidades y potencialidades internas y externas que poseen los territorios y que son utilizados como instrumentos públicos o privados de desarrollo territorial integral Jiménez (2020). En muchos casos las políticas gubernamentales y el apoyo institucional juegan un papel

crucial en fortalecer la competitividad de estas empresas, mediante la implementación de programas de capacitación, acceso a créditos, estímulo a la innovación y mejora del entorno empresarial. El principal desafío que enfrentan los sectores público y privado en los países centroamericanos es facilitar la incorporación de las PYME (y claramente también de las microempresas) a los sectores productivos exitosos tanto en el ámbito nacional como en el internacional.

Desde mi perspectiva, esta información refleja con claridad una de las contradicciones más profundas que enfrentan las MIPYMES en América Latina y particularmente en Centroamérica son el motor principal del empleo y del sustento económico de millones de familias, pero a la vez están excluidas de los sectores más dinámicos y competitivos de la economía, como las exportaciones o la innovación tecnológica.

Este contraste genera una doble preocupación, por un lado, no se aprovecha su verdadero potencial, y por otro, su vulnerabilidad las mantiene estancadas en niveles bajos de productividad y crecimiento. Me parece fundamental que se reconozca que la competitividad de las PYMES no depende solo de su esfuerzo interno, sino también del entorno en el que operan: acceso a financiamiento, formación, políticas públicas efectivas, infraestructura, y vínculos con cadenas de valor más grandes.

La competitividad en el Ecuador forma un aspecto relevante dentro del sector especializado en la manufactura debido a que busca el crecimiento y desarrollo de este mercado a nivel nacional e internacional. Dentro del entorno empresarial la competitividad se convierte en una respuesta a la globalización y desafíos que el desarrollo tecnológico posee, convirtiéndose en un factor clave para el éxito a largo plazo de estas organizaciones, Ampudia, (2018). Existen varios factores que aportan a la competitividad del Ecuador, entre ellos se puede encontrar la

eficiencia en las operaciones, calidad en el producto, gestión del talento humano, productividad, eficiencia en cada uno de los procesos, desarrollo del personal, desarrollo tecnológico y adaptación a los desafíos Jiménez, (2016).

Desde mi punto de vista, esta información pone en evidencia algo fundamental la competitividad ya no es solo una ventaja, sino una condición necesaria para que las empresas ecuatorianas especialmente del sector manufacturero puedan crecer y sostenerse en un entorno globalizado y tecnológicamente exigente.

Datos Macro (2019) Ecuador ha obtenido 55,74 puntos en el Índice de Competitividad, publicado por el Foro Económico Mundial, que mide cómo utiliza un país sus recursos y capacidad para proveer a sus habitantes de un alto nivel de prosperidad, ha empeorado su puntuación respecto al informe de 2018 en el que en el que obtuvo 55,85 puntos.

Primicias.ec (2023) el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador, las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) han experimentado un crecimiento promedio del 10% anual en los últimos cinco años. Cabe recalcar que las PYMES ecuatorianas se caracterizan por ser empresas de tamaño reducido, con un número de empleados y recursos financieros limitados. Sin embargo, a pesar de sus obstáculos, son altamente emprendedoras y muestran una gran capacidad para adaptarse a los cambios y desafíos del entorno empresarial.

El verdadero motor del desarrollo está en estas pequeñas y medianas empresas, que con recursos limitados logran crecer, generar empleo y sostener economías locales. Sin embargo, también me parece urgente que el Estado y el sector financiero reconozcan ese potencial y lo apoyen con políticas más accesibles, formación técnica, tecnología y estímulos reales para que puedan escalar.

En resumen, creo que el crecimiento de las PYMES ecuatorianas es un motivo de optimismo, pero también un llamado de atención: si se les brinda el entorno adecuado, pueden ser la clave para revertir la caída en la competitividad nacional y construir una economía más inclusiva, sostenible y preparada para los desafíos del futuro.

La provincia de Santa Elena, en Ecuador, alberga un tejido empresarial fundamental constituido por PYMES, estas desempeñan un papel vital en el desarrollo económico y social de la región. La presente investigación busca indagar en la competitividad de estas Pymes, centrándose en la comprensión de los factores que influyen en su desempeño tanto desde el entorno externo como desde su gestión interna.

El estudio de la competitividad se ha convertido en una línea de investigación cada vez más trascendente no solo entre los académicos sino también entre las organizaciones, Demuner, (2017). Su importancia radica en que puede ser analizada desde diversas perspectivas y todas ellas contribuyen a revelar una parte de la competitividad que se genera en una organización.

Los patrones de competencia estarían influenciados por la composición del ambiente competitivo de la empresa, es decir, por los componentes estructurales y conductuales de un determinado sector o sistema económico Camargos, (2019).

Desde mi punto de vista, esta información pone en evidencia una realidad crítica pero también esperanzadora: las PYMES en la provincia de Santa Elena no solo son actores económicos, sino pilares del desarrollo social y productivo de la región. Me parece muy acertado que se enfoque el estudio de la competitividad no solo desde el entorno externo, sino también desde la gestión interna, ya que muchos de los problemas y oportunidades de estas empresas nacen precisamente de ese equilibrio (o desequilibrio) entre lo que sucede fuera y dentro de sus organizaciones.

En un entorno globalizado el éxito y el crecimiento de las Pymes depende de su capacidad para mantener altos niveles de competitividad. Por lo tanto, la competitividad se ha convertido en una problemática importante de los gobiernos. A nivel mundial el Ecuador se ubica en el puesto 90 entre 140 países según el Foro Económico Mundial, y en el puesto 12 de las 18 naciones latinoamericanas. Esto evidencia debilidades profundas en cuanto al dinamismo empresarial, la eficiencia del mercado laboral y mercado de bienes.

En ese sentido, a pesar de contribuir de manera importante a la economía ecuatoriana, las Pymes necesitan adaptarse a la lógica de relación con los mercados en el mundo y estos se ven afectados por crisis del sistema económico mundial Martínez (2012). La baja competitividad de las Pymes, las cuales tienden a desaparecer en poco tiempo por falta de una gestión organizacional correcta, o por falta de conocimiento sobre estrategias para generar ventajas competitivas en la organización; provoca que el creador de esta prefiera su extinción; además de otros asuntos como la falta de incentivo que se da a las Pymes por parte del sistema financiero y del Estado para inyección a su capital. En este sentido, se destaca que el Ecuador registra una de tasa de salida de los negocios de 9.3%, la más importante a nivel regional, debido a la falta de rentabilidad y falta de financiamiento Lasio et. al, (2020).

Lo que más me llama la atención es que, aunque las PYMES son reconocidas como motores de la economía nacional, al mismo tiempo enfrentan una alta tasa de mortalidad empresarial. Esto refleja una falta de equilibrio entre el discurso político y la acción concreta. Muchos emprendedores tienen ideas valiosas, pero se enfrentan solos a un sistema que no los protege ni los capacita adecuadamente, la ausencia de incentivos fiscales, acceso real a financiamiento, formación en gestión empresarial y acompañamiento técnico crea un ecosistema frágil y poco competitivo.

La actividad comercial se reconoce como un proceso en el cual se realizan operaciones de compraventa de productos o servicios. En el Ecuador el comercio es uno de los principales sectores de la economía, una buena parte del empleo es generado por el sector comercial minorista. En el artículo tres, literal uno del código de comercio se considera como “actos de comercio a la compra o permuta de bienes muebles, hechas con el ánimo de revenderlas o permutarlas en la misma forma o en otra distinta; y la reventa o permuta de estas mismas cosas”. Adicional a esto el literal cuatro las empresas de almacenes, tiendas, bazares, fondas, cafés y otros establecimientos semejantes; están considerados como centros para realizar actos de comercio. CODIGO DE COMERCIO (2012). El sector comercial de prendas de vestir está arraigado al sector de manufactura, específicamente a la industria textil. Para reconocer la evolución del sector a nivel del Ecuador, en PROECUADOR se indica: “La elaboración de textiles y tejidos en el Ecuador es una de las actividades artesanales más antiguas, su elaboración tenía gran importancia en la cultura Inca, pues servía para denotar la situación social–económica entre sus habitantes” PROECUADOR (2012). Geográficamente se realizaba cerca de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Latacunga y Riobamba. A finales del siglo XVI después de la conquista española, las actividades económicas en la Real Audiencia de Quito se concentraron tanto en la producción textil como en el comercio, es así como en el siglo XVII esta actividad se desarrolló más que otras, convirtiéndose en el eje principal de la economía colonial quiteña. La producción textil en el Ecuador inicio su desarrollo con la aparición de las primeras industrias que en un principio se dedicaron al procesamiento de lana, hasta que a inicios del siglo XX se introdujo el algodón; material que impulsó la producción hasta la década de los 50, momento en el que se consolidó la utilización de esta fibra. Actualmente la industria textil y de confecciones elabora productos provenientes de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster,

nylon, lana y seda. A pesar de que somos mundialmente conocidos como exportadores de productos naturales, en los últimos años Ecuador ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose en una de las actividades más importantes, generando empleo a más de 46.240 artesanos del país y ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero seguido de los alimentos, bebidas y trabajo en generación de empleo directo.

A pesar de la innegable importancia que en la actualidad ha adquirido la tecnología como herramienta de desarrollo empresarial, en Ecuador aún se evidencian bajos niveles de innovación tecnológica en el ámbito corporativo, principalmente en pequeñas y medianas empresas; las cuales, ya sea por desconocimiento o razones económicas, se ven privadas de los beneficios derivados de la adquisición de dichas tecnologías. Ante este contexto, el presente trabajo titulado “La Innovación Tecnológica como factor de Competitividad en las pequeñas y medianas empresas manufactureras del cantón Ambato”, surge para tratar esta temática poco estudiada a nivel regional, siendo su fin último el poder definir la incidencia que tiene la innovación tecnológica en la competitividad de las PYMES de la ciudad y así poder elaborar estrategias destinadas al fortalecimiento del sector productivo. Para alcanzar este objetivo, la metodología aplicada consistió en la ejecución tanto de un estudio documental, como de un trabajo de campo basado en la aplicación de encuestas a un grupo de PYMES escogidas a través de un muestreo aleatorio por conglomerados. Gracias a esto, se pudo obtener información de primera mano sobre la realidad actual de dichas entidades en lo que se refiere a sus niveles de competitividad y de innovación tecnológica. Efectivamente, con los datos conseguidos se logró efectuar un análisis detallado que permitió obtener resultados precisos sobre la problemática en estudio y plantear alternativas de solución. De esta manera, además de comprobar la hipótesis planteada: el indudable vínculo existente entre la innovación tecnológica y el desarrollo competitivo

empresarial; también se generaron conclusiones y recomendaciones valiosas que facilitaron el diseño de estrategias encaminadas a incrementar los niveles de innovación tecnológica en las PYMES como medio para mejorar su competitividad y promover un mayor desarrollo económico local.

Desde mi punto de vista, la innovación tecnológica ya no es una opción, sino una necesidad estratégica para las PYMES manufactureras, especialmente en ciudades como Ambato, donde existe un fuerte potencial industrial. El estudio que se menciona, al analizar la realidad concreta de las empresas locales, pone en evidencia que existe una relación directa entre el nivel de innovación y la capacidad de competir, algo que muchas veces se subestima. Me parece acertada la propuesta de utilizar los resultados del estudio para generar estrategias adaptadas a las necesidades reales del sector, y no solo replicar modelos externos que no siempre se ajustan a nuestra realidad. Esto demuestra que la competitividad no debe entenderse únicamente desde una lógica económica, sino también como una herramienta de desarrollo local, que puede mejorar la calidad de vida, dinamizar el empleo y reforzar la sostenibilidad de nuestras cadenas productivas.

La provincia de Tungurahua se ha distinguido históricamente por ser una de las regiones más productivas y comerciales a nivel nacional. De hecho, de acuerdo con el Gobierno Provincial de Tungurahua, la provincia se caracteriza por ser un territorio ideal para la instalación de industrias y empresas generadoras de productos y servicios tanto a nivel local, regional y nacional.

No obstante, en el panorama actual, el sector productivo provincial enfrenta grandes deficiencias en lo que a desarrollo competitivo se refiere, principalmente el sector PYME, uno de los principales motores de generación de empleo y, por tanto, un grupo empresarial clave en el

proceso de avance económico y social de la región. Tomando como referencia la Agenda de Competitividad de Tungurahua, creada en el año 2010 con el fin de identificar y dar solución a las problemáticas del sector productivo; el desarrollo competitivo empresarial en la provincia es bajo, detectándose como principales debilidades los aspectos relacionados con la escasa innovación y transferencia tecnológica a nivel de pequeñas empresas. Efectivamente de acuerdo con los resultados del Censo Económico del año 2010, elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, apenas un 4% de pequeñas y medianas empresas de la Provincia de Tungurahua realizan inversión en investigación y desarrollo (I+D); y un gran número de ellas, el 46%, aún no cuenta con servicio de internet.

En mi opinión, para que Tungurahua pueda recuperar y potenciar su papel como motor económico, es urgente promover una cultura de innovación y de adopción tecnológica entre sus PYMES, acompañada de políticas públicas y programas de apoyo que faciliten el acceso a recursos y capacitación en estas áreas. Además, la colaboración entre el sector privado, gobierno y academia puede ser un motor clave para superar estas barreras.

En este marco, es necesario señalar que la mayoría de las empresas del cantón Ambato no utilizan ni siquiera las tecnologías básicas dentro de sus procesos operativos y productivos; lo cual, a su vez, se deriva de la falta de colaboración de los empresarios como agentes iniciadores de cambio. Ciertamente, hoy en día son muy pocos los administradores de PYMES que conocen con certeza la trascendencia de las herramientas tecnológicas como factores clave para originar ventajas competitivas que permitan garantizar su permanencia en el mercado. Así mismo, se debe manifestar que, pese a los esfuerzos del Gobierno Central por promover el desarrollo tecnológico empresarial a nivel nacional, los encargados de política económica local no le han asignado mayor relevancia a la generación de instancias locales que promuevan la innovación

tecnológica en las PYMES, dejando este aspecto en un segundo plano. Ante este escenario, resulta primordial la generación de estrategias de desarrollo económico que promuevan un cambio de actitud de los empresarios y una mayor actuación de los encargados de política local en cuanto al diseño de estrategias encaminadas a promover la innovación tecnológica en las PYMES locales, solo de esta forma se logrará incentivar a las empresas a utilizar la tecnología como instrumento para innovar, producir, vender y reducir costos, así como para desarrollar ventajas competitivas basadas en la utilización más eficiente de los factores productivos; logrando finalmente el mejoramiento del sector productivo local, regional y nacional.

Pienso que esta información refleja una problemática común y bastante crítica en muchas regiones: la falta de conciencia y compromiso tanto de los empresarios como de los responsables de la política local respecto a la importancia de la innovación tecnológica para la competitividad. En el caso específico de Ambato, es alarmante que la mayoría de las PYMES no utilicen ni siquiera tecnologías básicas, lo cual limita gravemente su capacidad para competir, crecer y adaptarse a un mercado cada vez más dinámico y digital.

Ante esta situación, la presente investigación surge con el fin de generar un cambio de paradigma en los administradores de las PYMES y así promover el incremento de los niveles de innovación en el sector. De esta manera se busca lograr un mayor desarrollo de las pequeñas y medianas empresas manufactureras locales, propiciando la generación de puestos de trabajo, mayor producción y, por consiguiente, un mayor desarrollo económico de la sociedad. Para lograr aquello, el estudio se ha planteado el cumplimiento de varios objetivos específicos que comprenden la identificación de los niveles de innovación y de los índices de competitividad actuales de la empresa del cantón Ambato. De esta forma, a través de la investigación se pretende, como objetivo principal determinar el impacto que tiene la innovación en la

competitividad de dicha empresa para la elaboración de estrategias destinadas al fortalecimiento competitivo del sector productivo local. Cabe mencionar que el desarrollo del presente proyecto se realiza en base a una metodología que combina tanto la investigación documental como la investigación de campo. En efecto, el estudio comienza con una revisión bibliográfica de toda la documentación existente sobre la problemática, y prosigue con un trabajo de campo que comprende la aplicación de encuestas a los socios y trabajadores de la empresa mismo que, al estar involucrados directamente con la realidad, proporcionan información legítima y confiable para el estudio.

PROPUESTA METODOLÓGICA

Enfoque

El estudio se ha desarrollado mediante la combinación de los enfoques cuantitativo y cualitativo, puesto que de esta forma se logra una perspectiva más precisa del problema.

Bajo esta premisa, la investigación emplea un enfoque cuantitativo porque permite recoger y analizar datos numéricos que reflejen de manera objetiva la percepción de los colaboradores respecto a cómo la innovación impacta en la competitividad de la empresa Firextin. Se utilizó el enfoque cualitativo porque permite comprender a profundidad las percepciones, experiencias y significados que los colaboradores y directivos de la empresa Firextin atribuyen al proceso de innovación y su relación con la competitividad. A través de este enfoque se busca explorar cómo se vive la innovación dentro de la organización, cómo impacta en su cultura laboral, en la toma de decisiones, en el liderazgo y en la capacidad de adaptación al entorno competitivo. Por cuanto su propósito principal consiste en analizar la problemática tal y

como la perciben los actores involucrados en su contexto enfoque cualitativo mediante la utilización de instrumentos cuantitativos de medición y técnicas de análisis estadístico.

De esta manera, el investigador puede involucrarse con los sujetos de estudio de forma individual mediante la aplicación de componentes cuantitativos, obteniendo información que, después de ser analizada, permita generar conclusiones encaminadas a obtener una perspectiva general del problema.

Nivel o tipo de investigación:

Investigación Exploratoria

Dentro de este nivel se procede a examinar el problema mediante el análisis de la bibliografía existente, con el objetivo de lograr un acercamiento con la realidad que se investiga y así obtener elementos de juicio que permitan reforzar el conocimiento del problema planteado y otorgar mayor seguridad al proceso investigativo.

Este proyecto utiliza el enfoque de investigación exploratoria porque busca indagar y comprender un fenómeno poco estudiado dentro del contexto específico de la empresa Firextin

Investigación descriptiva

La investigación es de tipo descriptiva ya que se buscó detallar las percepciones de los empleados de la empresa Firextin sobre la relación entre innovación y competitividad, a través del análisis de encuestas aplicadas a todo el personal.

Método: Se utiliza el método analítico en este proyecto porque permite descomponer el fenómeno de estudio en sus diferentes componentes para analizarlos por separado y comprender cómo cada uno impacta en la competitividad de la empresa.

Instrumentos:

- Se utiliza dos encuestas la Innovación compuesta por 11 preguntas constituida por los 5 socios de la empresa Firextin.
- Encuesta de Competitividad compuesta por 18 preguntas constituida por los 20 empleados de la empresa.

La encuesta de Innovación se dividió en 3 factores:

Factor 1: Adopción de tecnologías avanzadas.

Se analizó si la empresa ha adoptado tecnologías avanzadas.

Factor 2: Impacto en la cultura Organizacional y el Desempeño.

En las preguntas se analizó el impacto de la adopción de tecnología en la cultura organizacional, y como ha cambiado el desempeño organizacional en la empresa como resultado de las tecnologías avanzadas.

Factor 3: Estrategias y futuro de la innovación tecnológica.

En esta pregunta se analizó las principales estrategias que la empresa está considerando para integrar para integrar más tecnologías avanzadas en el futuro, y si la adopción de estas tecnologías es un factor clave para el éxito futuro de la empresa.

La encuesta de competitividad se dividió en 10 factores:

Factor 1: Político.

Se analizó si consideran que las políticas de la empresa reflejan el estilo de trabajo, y si el responsable muestra interés por informar sobre los valores, misión y objetivos de la empresa.

Factor 2: Desarrollo de nuevos productos y procesos.

En las preguntas se analizó si los procesos y procedimientos de trabajo lo orientan hacia el cliente interno/externo, si consideran que la empresa mejora e innova constantemente para ser

líder en su industria, también se analizó si tienen la oportunidad de plantear nuevos métodos, estrategias de trabajo o proyectos.

Factor 3: Capacitación y Promoción

Se analizó si desempeñan bien su trabajo tienen la capacidad de asumir una nueva posición en el mercado, si su trabajo da la oportunidad de crecer y si le plantea retos continuamente y si reciben información para actualizar conocimientos de su trabajo.

Factor 4: Compensación y Beneficio.

En las preguntas se analizaron si los empleados están contentos con las remuneraciones y beneficios que la empresa ofrece, y si su trabajo es reconocido y valorado.

Factor 5: Grupo de Trabajo y Retroalimentación.

Se analizó si existe compañerismo en el área de trabajo, y si su empleador muestra interés por conocer sus opiniones o necesidades.

Factor 6: Planeación de materiales, insumos, etc.

Se analizó si los trabajadores tienen disponibilidad de los materiales necesarios para llevar a cabo su trabajo.

Factor 7: Normatividad

En este factor se analizó si los empleados tienen claro cuáles son responsabilidades en la empresa.

Factor 8: Grado de Satisfacción de los trabajadores.

Esta pregunta se analizó si hay un buen ambiente de trabajo. Factor

9: Seguridad y Salud de los trabajadores.

Se analizó si la empresa considera permanentemente las normas de seguridad y salud en el trabajo de manera diferencial.

Factor 10: Área de trabajo.

Esta pregunta se analizó si las condiciones de su ambiente de trabajo permiten desarrollar su labor con normatividad.

Población

La población del presente trabajo de investigación está constituida por los 5 socios de la empresa y los 20 trabajadores entre hombres y mujeres que laboran en las diferentes áreas de la empresa Firextin en el año 2025. Los colaboradores investigados se encuentran laborando de forma activa en la organización.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Sin duda, el análisis de datos consiste en examinar detalladamente la información recopilada durante el trabajo de campo, la cual puede tener un enfoque cuantitativo o cualitativo. En este caso, se ha optado por un análisis de tipo cuantitativo, ya que la técnica utilizada para la obtención de información fue la encuesta, lo que permite trabajar con datos numéricos.

La tabulación se refiere al proceso de organizar la información previamente recolectada, contabilizando la frecuencia con la que ciertos elementos aparecen en cada categoría. Esto permite identificar cuán representativos son dichos datos dentro del conjunto total.

En el presente proyecto se decidió aplicar este procedimiento, para lo cual se creó una base de datos utilizando el programa Excel. En dicha base se registraron las respuestas de los encuestados a cada pregunta, conformando una matriz de tabulación que no solo facilita el conteo de datos, sino que también simplifica su manejo para futuros análisis.

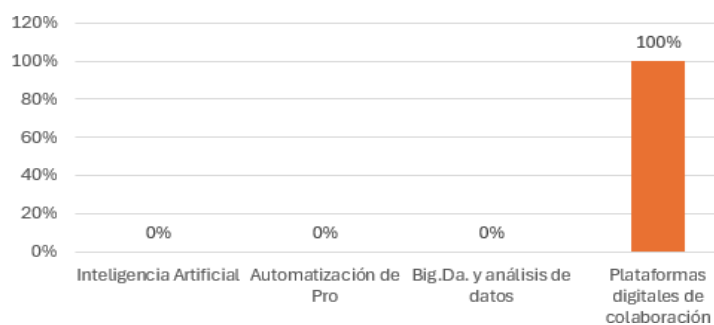
Análisis de la encuesta de innovación

Pregunta 1.

¿Su empresa ha adoptado alguna de las siguientes tecnologías avanzadas? (Marque todas las que apliquen)

Gráfico 1

Adopción de tecnologías avanzadas



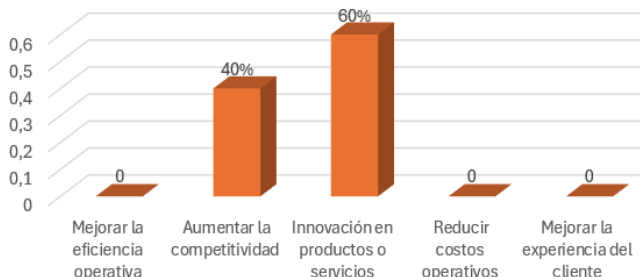
Nota. Elaboración propia

Análisis e Interpretación

De acuerdo con los empresarios encuestados existe una fuerte dependencia de las plataformas digitales de colaboración con el 100%, mientras que herramientas más avanzadas como la inteligencia artificial, automatización de procesos o Big Data aún no han sido consideradas o implementadas. Esto puede reflejar una brecha tecnológica en la digitalización o innovación del entorno evaluado.

Pregunta 2: ¿Cuál fue el principal motivo para adoptar tecnologías avanzadas en su empresa?

Gráfico 2



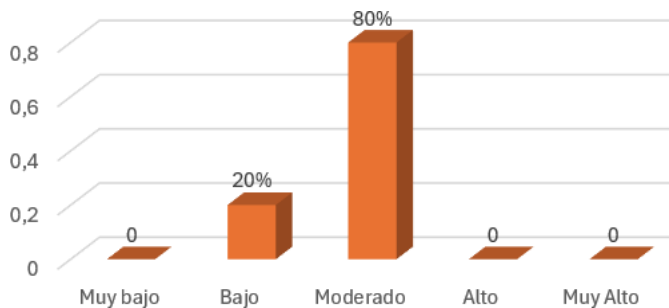
Nota: Elaboración propia.

Análisis e Interpretación

El objetivo más relevante para la mayoría de los encuestados o participantes fue la innovación en productos o servicios (60%). En segundo lugar, se encuentra el interés por aumentar la competitividad (40%). No se identificó interés o enfoque en: mejorar la eficiencia operativa, reducir costos operativos, mejorar la experiencia del cliente. El gráfico indica que las prioridades actuales están enfocadas en innovar y diferenciarse en el mercado, más que en la optimización de procesos o reducción de costos. Esto sugiere un enfoque estratégico hacia el crecimiento y diferenciación, más que hacia la eficiencia interna o atención al cliente.

Pregunta 3: En una escala de 1 a 5, ¿cómo calificaría el impacto de la innovación tecnológica en el éxito de su empresa?

Gráfico 3



Nota: Elaboración propia

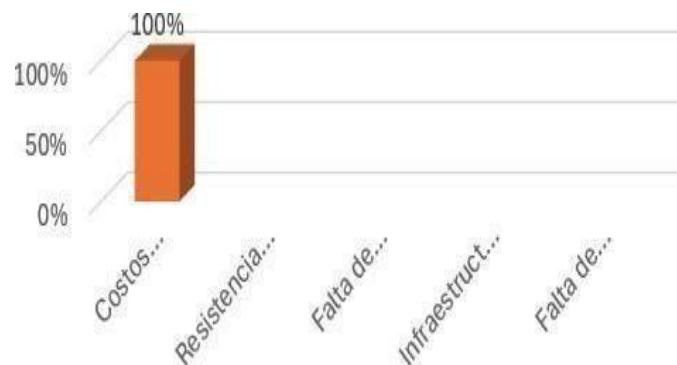
Análisis e Interpretación

La gran mayoría de los encuestados (80%) percibe el nivel del aspecto evaluado como moderado, lo que indica que se encuentra en un punto intermedio, sin ser deficiente pero tampoco sobresaliente. Un 20% considera que el nivel es bajo, lo cual evidencia que una parte menor aún no percibe avances o desarrollo suficiente. No hay percepciones en los extremos (muy bajo, alto o muy alto), lo que sugiere una visión general de desempeño medio o limitado.

El gráfico muestra que el aspecto evaluado (posiblemente el grado de implementación tecnológica, innovación o competitividad) se encuentra en una etapa media de desarrollo, con oportunidades claras de mejora. Aunque no se observa un estado crítico, tampoco se alcanzan niveles altos, lo que podría representar una necesidad de fortalecimiento en las estrategias o recursos aplicados.

Pregunta 6: ¿Cuáles han sido los principales desafíos al implementar tecnologías avanzadas en su empresa? (Marque todas las que apliquen)

Gráfico 4



Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación

Costos elevados de implementación: Representa el 100% en el gráfico, lo que indica que es el principal obstáculo identificado en el proceso. La mayor preocupación se centra en los altos

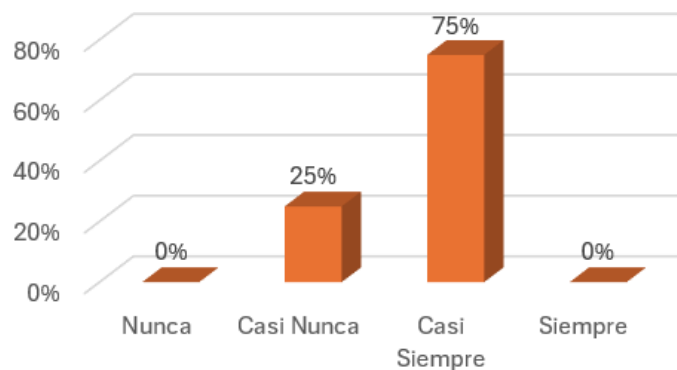
costos de implementación, lo que sugiere que las organizaciones deben encontrar maneras de gestionar o reducir estos costos para facilitar una implementación exitosa.

Análisis de la encuesta de Competitividad

Pregunta 2: Considera que las políticas de la empresa reflejan el estilo de trabajo que existe en la misma.

Gráfico 5

Factor político



Nota: Elaboración propia

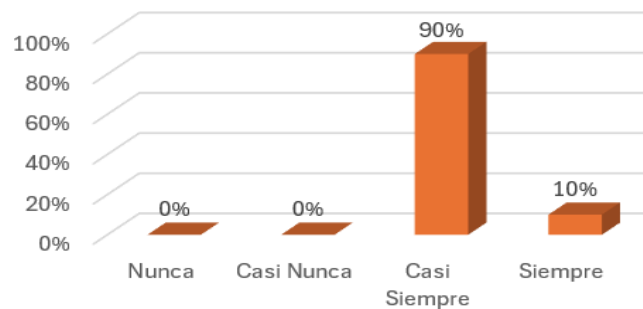
Análisis e Interpretación

El 75% de los encuestados respondió "Casi Siempre", lo que indica que una gran mayoría considera que las políticas de la empresa generalmente sí reflejan el estilo de trabajo, aunque no de manera total o constante. Un 25% respondió "Casi Nunca", lo cual sugiere que existe un grupo que percibe cierta desconexión entre las políticas y la realidad del estilo de trabajo en la empresa.

Pregunta 3: Los procesos y procedimientos de trabajo lo orientan hacia el cliente interno/externo.

Gráfico 6

Desarrollo de nuevos productos y procesos



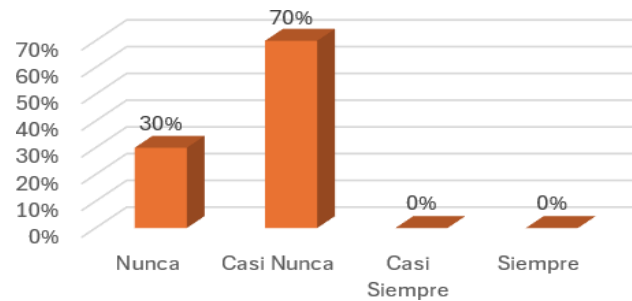
Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación

El 90% de los encuestados indica que casi siempre los procesos y procedimientos de trabajo les orientan hacia el cliente, lo que sugiere una alta efectividad en estos aspectos. Un 10% de los encuestados afirma que siempre están orientados hacia el cliente, lo que complementa la fuerte tendencia positiva. A pesar de los resultados positivos, el bajo porcentaje en "Siempre" puede señalar una oportunidad para mejorar aún más la consistencia en la orientación hacia el cliente.

Pregunta 4: Considera que la empresa mejora e innova constantemente para ser líder en su industria.?

Gráfico 7



Nota: Elaboración propia

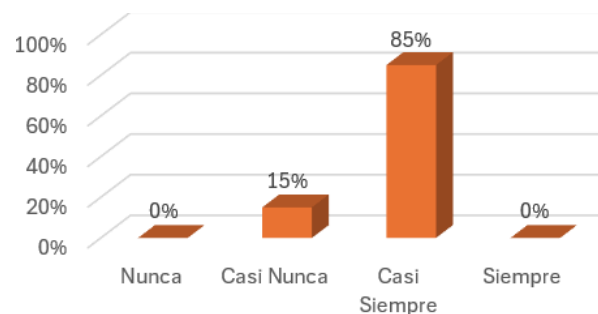
Análisis e Interpretación

Esta proporción indica que un 30% de los encuestados no creen que la empresa mejora e innova. La mayoría de los encuestados (70%) opina que la empresa rara vez mejora o innova, lo que sugiere una percepción negativa significativa sobre la capacidad de la empresa para liderar en su industria. Se debería investigar más a fondo las razones detrás de estas percepciones y considerar estrategias para mejorar la innovación y la mejora continua en la empresa.

Pregunta 7: Piensa que, si desempeña bien su trabajo, tiene la capacidad de asumir una nueva posición en la empresa.

Gráfico 8

Capacitación y Promoción



Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación

Un 85% de los encuestados considera que "Casi Siempre" siente que tiene la capacidad para asumir una nueva posición si desempeña bien su trabajo. Esto indica una alta confianza en sus capacidades para avanzar dentro de la empresa. Solo el 15% de los encuestados respondió "Casi Nunca", lo que sugiere que muy pocos sienten que no tienen la capacidad para crecer.

Presentación de resultados

- En términos de adopción tecnológica, la dependencia total de plataformas digitales básicas y la ausencia de tecnologías más avanzadas como Big Data, automatización o inteligencia artificial evidencian una brecha en la transformación digital del entorno empresarial evaluado. Asimismo, la percepción general del nivel de innovación y competitividad es moderada (80%), lo que indica avances, pero también un estancamiento que impide alcanzar niveles altos de rendimiento. La falta de interés en mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y fortalecer la relación con los clientes sugiere un enfoque estratégico limitado, centrado más en diferenciarse que en optimizar procesos. Un factor crítico identificado es el alto costo de implementación de nuevas tecnologías (100%), reconocido unánimemente como el principal obstáculo. Además, todos los encuestados reconocen que existen dificultades para adoptar tecnologías avanzadas, lo que demuestra una necesidad urgente de apoyo técnico, financiero y estratégico para superar dichas barreras.
- En lo que se refiere a la segunda dimensión Impacto a la Cultura Organizacional y el Desempeño los resultados reflejan una percepción general positiva respecto al tema evaluado. Un 100% de los encuestados reconoce mejoras en la situación actual, lo cual es un indicador alentador. Del total, un 60% considera que la mejora ha sido ligera, mientras que un 40% la percibe como significativa, lo que evidencia avances concretos en el aspecto analizado. Esta tendencia hacia la mejora demuestra que, aunque aún existen aspectos por

fortalecer, las acciones implementadas hasta el momento están generando resultados positivos. En este contexto, se sugiere dar continuidad a las estrategias actuales, complementándolas con nuevas iniciativas que permitan consolidar y acelerar el progreso, orientando los esfuerzos hacia una mejora continua y sostenible.

- En lo que se refiere a la tercera dimensión Estrategias y Futuro de la Innovación Tecnológica los resultados evidencian que la mayoría de los encuestados reconoce la importancia de la innovación tecnológica como un pilar clave para el éxito empresarial futuro. Un 60% prioriza la inversión en investigación y desarrollo (I+D), lo cual refleja un fuerte compromiso con la generación de nuevos productos y tecnologías. Además, un 40% valora la inversión en infraestructura digital, señalando un interés en la modernización de los recursos tecnológicos existentes. Sin embargo, se identifica una falta de atención hacia otras áreas fundamentales como la capacitación del personal y la colaboración externa, aspectos que también son determinantes para un desarrollo empresarial sostenible. Si no se abordan, podrían convertirse en limitantes para el aprovechamiento integral de la innovación.
- En el factor político los resultados revelan importantes debilidades en la comunicación organizacional dentro de la empresa. Un 85% de los encuestados percibe que el responsable casi nunca comunica los valores, misión y objetivos de la empresa, lo que refleja una deficiente transmisión de la identidad corporativa, aspecto esencial para alinear al personal con la visión institucional.
- Por otro lado, aunque el 75% considera que las políticas de la empresa casi siempre reflejan el estilo de trabajo, aún existe un 25% que percibe lo contrario, lo que indica una incongruencia parcial entre la normativa interna y la cultura organizacional real. En conjunto, estos resultados sugieren que la empresa necesita fortalecer su comunicación interna y alinear sus políticas con la práctica diaria, con el fin de construir una cultura organizacional más coherente, participativa y motivadora.

- En el factor de Desarrollo de nuevos productos y procesos los resultados evidencian un entorno laboral parcialmente orientado al cliente, pero con importantes debilidades en innovación y participación del personal. Aunque el 90% de los encuestados considera que los procesos están casi siempre orientados al cliente, lo que refleja una buena práctica en atención y servicio, solo el 10% lo percibe como totalmente constante, lo que señala una oportunidad de mejora en la consistencia de dicha orientación. Por otra parte, se observa una percepción negativa generalizada respecto a la capacidad de innovación de la empresa, ya que el 70% de los participantes opina que rara vez se mejora o innova. Esto se ve reforzado por el hecho de que el 55% indica que casi nunca puede proponer nuevos métodos, y un 10% afirma que nunca tiene esa oportunidad, lo que denota una falta de canales para fomentar la participación y creatividad del personal.
- En el factor Capacitación y Promoción los resultados reflejan un entorno laboral con altos niveles de alineación entre las capacidades del personal y las actividades asignadas, lo cual contribuye a una percepción general de satisfacción y competencia profesional. El 95% de los encuestados considera que está capacitado para realizar su trabajo, y el 85% confía en su capacidad para asumir nuevas responsabilidades, lo que demuestra una actitud positiva hacia el desarrollo profesional interno. Asimismo, el 70% percibe que su entorno laboral les permite crecer y enfrentarse a nuevos retos, y el 80% afirma recibir información para actualizar sus conocimientos, lo que sugiere que la empresa ha implementado ciertos mecanismos de formación y comunicación interna. No obstante, la falta de respuestas en los extremos (“Nunca” o “Siempre”) sugiere que las acciones de capacitación y desarrollo no son sistemáticas ni constantes, y un 30% de los

empleados aún no experimenta un entorno retador o favorable para su crecimiento, lo que indica oportunidades de mejora en la planificación del desarrollo profesional y en la promoción del talento interno.

- En el factor Compensaciones y Beneficio se puede concluir que existe una base sólida de reconocimiento y satisfacción, pero es necesario revisar los beneficios percibidos por una parte del personal, para evitar desmotivación o descontento que afecte la productividad y el compromiso a mediano plazo.
- En el factor Grupo de Trabajo y Retroalimentación como resultado se puede evidenciar que el clima laboral entre compañeros es saludable, urge mejorar la comunicación y el involucramiento del empleador con su equipo, promoviendo una cultura de escucha activa y participación que complemente el entorno colaborativo ya existente.

Tabla 1

Resumen de resultados

Dimensión Evaluada	% Bajo	% Medio	% Alto	Nivel Interpretado
Adopción de tecnologías avanzadas	100% uso básico, 0% IA/Big Data			Bajo (brecha tecnológica)
Políticas reflejan el estilo de trabajo			60% innovación, 40% competitividad	Alto en innovación
Procesos orientados al cliente	20%	80%	0%	Medio
Capacidad de mejora continua	100%			Alto obstáculo
Capacidad para asumir nuevas posiciones	25%		75% (Casi Siempre)	Medio-Alto

Desarrollo de nuevos productos y procesos			90% (Casi Siempre) + 10% (Siempre)	Alto
Apoyo entre compañeros	30% (No mejora)	70% (Rara vez)		Bajo
Capacitación y promoción	15%		85% (Casi Siempre)	Alto
Obstáculo: costos de implementación	10%		90% (50% Siempre + 40% Siempre)	Alto

Interpretación

La información de la tabla nace del análisis estadístico e interpretación de resultados obtenidos mediante la encuesta aplicada al personal de la empresa Firextin, dentro del marco de la investigación titulada "La innovación y su impacto en la competitividad en la empresa Firextin de la ciudad de Ambato."

¿Cómo se construyó esta tabla?

1. Encuesta aplicada: Se recolectaron datos cuantitativos a través de encuestas estructuradas que midieron percepciones sobre distintos aspectos vinculados a innovación y competitividad.
2. Agrupación por dimensiones: Los ítems de la encuesta fueron organizados en dimensiones evaluadas como: adopción tecnológica, orientación al cliente, desarrollo de productos, etc.
3. Clasificación porcentual: Las respuestas fueron cuantificadas en porcentajes (por ejemplo, cuántos respondieron "Siempre", "Casi siempre", "Rara vez", etc.) y luego clasificadas en rangos como:

- Bajo
 - Medio
 - Alto
4. Interpretación del nivel: Con base en los porcentajes, se interpretó el nivel de desarrollo o problemática en cada dimensión. Por ejemplo:
- Si el 100% reporta solo uso básico y 0% usa herramientas como IA o Big Data: se interpreta como “Bajo” nivel en adopción tecnológica.
 - Si un 90% considera que siempre hay desarrollo de productos, se clasifica como “Alto” en esa dimensión.
5. Resultados cualitativos derivados de lo cuantitativo: Finalmente, se les asignó una etiqueta interpretativa, como “brecha tecnológica” o “alto obstáculo”, que resume el diagnóstico obtenido.

DISEÑO DE LA PROPUESTA

Título de la propuesta:

Estrategias de Innovación para el Fortalecimiento de la Competitividad Empresarial.

Objetivo General

Proponer estrategias de innovación integral que permita mejorar los productos, procesos y modelos de gestión en la empresa, fortaleciendo así su posición competitiva en el mercado.

Objetivos específicos

- Diagnosticar el estado actual de la innovación en productos, procesos y gestión dentro de la empresa

- Desarrollar o mejorar productos y servicios con base en las necesidades del mercado.
- Implementar mejoras en los procesos operativos mediante el uso de tecnologías y metodologías innovadoras, con el objetivo de aumentar la eficiencia, reducir costos y optimizar recursos.

Matriz Foda

Fortalezas	Debilidades
Interés del personal en mejorar su desempeño y asumir nuevos retos.	Baja adopción de tecnologías avanzadas
Procesos orientados al cliente.	Escaza comunicación interna sobre misión, visión, y objetivos.
Reconocimiento laboral.	Limitada oportunidad para proponer ideas.
Capacidad profesional alineada con las tareas. Entorno interno favorable al crecimiento personal.	Ausencia de una estrategia solida de innovación continua. Ausencia de capacitación sistemática y constante. Falta de apoyo financiero y técnico externo.
Oportunidades	Amenazas
Alta valoración de la innovación tecnológica como factor de éxito futuro.	Altos costos de implementación tecnológica.

Predisposición para invertir en I+D e infraestructura digital.	Bajo nivel de inversión en el Ecuador en innovación.
Disponibilidad de capacitaciones internacionales en línea y certificaciones técnicas.	Inestabilidad económica y política.
	Elevada competencia en el sector.

Tabla 2

Propuesta de estrategias concretas

Área	Acción Propuesta	Impacto Esperado	Indicadores Medibles
Gestión del conocimiento	Crear un comité interno de innovación multidisciplinario.	Generación continua de ideas y seguimiento estructurado.	Número de reuniones mensuales del comité- Porcentaje de participación del personal- Cantidad de propuestas innovadoras generadas trimestralmente
Capacitación	Formar al personal en pensamiento creativo, resolución de problemas y tecnología.	Mayor participación del talento humano en procesos de cambio.	- Número de horas de capacitación por empleado- Porcentaje de empleados capacitados- Evaluación de conocimientos pre y post capacitación

Tecnología y digitalización	Implementar software de gestión (ERP, CRM) y herramientas de automatización.	Mejora de la eficiencia operativa y reducción de errores.	-Tiempo promedio de implementación del software- Porcentaje de procesos automatizados- Reducción del tiempo en tareas operativas clave (%)
I+D (Investigación y Desarrollo)	Invertir en desarrollo de nuevos productos o mejoras a los existentes.	Diferenciación de la oferta y satisfacción del cliente.	- Porcentaje del presupuesto anual destinado a I+D- Número de nuevos productos desarrollados al año- Tiempo promedio desde el diseño hasta la comercialización
Alianzas estratégicas	Vincularse con universidades, centros tecnológicos o startups.	Acceso a conocimiento, tecnologías y metodologías emergentes.	- Número de convenios firmados por año- Número de proyectos conjuntos realizados- Participación en eventos o ferias tecnológicas
Evaluación y mejora continua	Establecer KPIs de innovación y competitividad (plazos, calidad,	Medición objetiva del impacto innovador en el negocio.	- Número de KPIs definidos y monitoreados- Frecuencia de evaluación de resultados- Variación

	costo, ventas, etc.)		trimestral en indicadores de competitividad (ventas, productividad, satisfacción del cliente, etc.)
--	----------------------	--	---

Beneficios que aporta la estrategia

- Aumento de la productividad interna y eficiencia operativa.
- Reducción de tiempos y costos en procesos clave.
- Mejora de la calidad de productos o servicios.
- Incremento en la satisfacción del cliente.
- Diferenciación frente a la competencia.
- Crecimiento sostenible y adaptación a cambios del entorno.

Recomendaciones Finales

- Designar un líder o gerente de innovación dentro de la empresa.
- Empezar con cambios graduales, pero constantes (“innovación incremental”).
- Escuchar activamente al cliente y al equipo operativo.
- Celebrar los logros innovadores como parte de la cultura empresarial.

Tabla 3*Cronograma de implementación*

Actividad	Tiempo estimado	Responsable
Diagnóstico de necesidades de innovación	1 semana	Departamento de Innovación
Capacitación al personal	2 semanas	RRHH e Innovación
Implementación de nuevas tecnologías	1 mes	Equipo Técnico
Evaluación de resultados y ajustes	2 semanas	Dirección General

Tabla 4*Presupuesto Estimado*

Concepto	Costo estimado (USD)
Consultoría externa para diagnóstico	\$1,500
Capacitación y talleres	\$2,000
Adquisición de software/hardware	\$5,000

Evaluación y seguimiento	\$1,000
--------------------------	---------

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- A partir de la revisión teórica realizada, se concluye que la innovación y la competitividad son conceptos interdependientes y fundamentales para el desarrollo y sostenibilidad de las organizaciones en el entorno empresarial actual. La innovación, entendida como la capacidad de generar y aplicar nuevas ideas, procesos, productos o modelos de gestión, se presenta como un eje dinamizador que permite a la empresa diferenciarse, adaptarse a los cambios del mercado y responder de manera eficiente a las demandas del entorno. Por su parte, la competitividad se relaciona con la habilidad de una empresa para mantener o mejorar su participación en el mercado a través del uso eficiente de sus recursos, la calidad de sus productos y servicios, y la creación de valor para sus clientes. En este sentido, se evidencia que la innovación es un factor determinante en el fortalecimiento de la competitividad empresarial, ya que permite a las organizaciones como Firextin mejorar su oferta, optimizar sus procesos y consolidar una ventaja estratégica sostenible.
- El diagnóstico realizado a través de la aplicación de encuestas a los empresarios/dueños y al personal de la empresa Firextin permitió identificar el

estado actual de la organización en términos de innovación y competitividad. Los resultados evidenciaron que, si bien existen esfuerzos puntuales en el desarrollo de productos y servicios innovadores, la implementación tecnológica aún es limitada, especialmente en áreas clave como automatización, digitalización de procesos y gestión del conocimiento. Asimismo, se observó una percepción general de desempeño moderado, con oportunidades claras de mejora en aspectos como la comunicación organizacional, la participación del personal en propuestas de mejora, y el aprovechamiento de herramientas tecnológicas para fortalecer la ventaja competitiva. Este diagnóstico ofrece una base sólida para proponer estrategias que potencien tanto la capacidad innovadora como el posicionamiento competitivo de la empresa en el mercado local.

- La medición del impacto de la innovación en la empresa Firextin permitió evidenciar que, aunque existen ciertos avances en la implementación de mejoras en productos y procesos, el impacto general de la innovación aún es moderado y con un alcance limitado. Los resultados obtenidos reflejan que las innovaciones introducidas no han sido suficientes para generar cambios significativos en aspectos clave como la productividad, la eficiencia operativa y la captación de nuevos clientes. Además, se identificó que uno de los factores que limitan este impacto es la falta de inversión en tecnologías emergentes, la escasa cultura de innovación organizacional y la débil participación del talento humano en procesos de mejora continua.
- Finalmente, la investigación demostró que la innovación en marketing también incide en la competitividad de Firextin. Esto se debe a la necesidad de

implementar procesos como la facturación electrónica, que permitirían mejorar tanto la experiencia de compra como la atención posventa. Asimismo, es indispensable construir una base de datos que recoja las necesidades y expectativas de los clientes, así como establecer canales adecuados de comercialización y estrategias de comunicación efectivas para promocionar nuevos productos y ofertas. Actualmente, la empresa presenta una carencia notable de estrategias de marketing para atraer y fidelizar clientes.

- La empresa Firextin, ubicada en la ciudad de Ambato, presenta un entorno organizacional con claros esfuerzos orientados a la innovación en productos y servicios como estrategia para mantenerse competitiva en el mercado. No obstante, los resultados reflejan importantes desafíos que deben ser analizados de urgencia. La brecha tecnológica es evidente, ya que la empresa depende de plataformas digitales básicas y aun no han incorporado herramientas avanzadas como inteligencia artificial, automatización, Big Data. Esta situación sumada al elevado costo de implementación tecnológica y a la falta de apoyo institucional, ha limitado el avance hacia una transformación digital integral.
- En términos estratégicos, aunque la mayoría de los encuestados reconoce el valor de la innovación tecnológica, el enfoque sigue siendo limitado, al no incluir elementos fundamentales como la colaboración externa o la actualización constante de habilidades del equipo humano.

Recomendaciones

- Se recomienda la elaboración de un instructivo que defina los lineamientos necesarios para estructurar un plan estratégico enfocado en la innovación tecnológica, con el propósito de incrementar tanto la productividad como la competitividad de la empresa.
- Así mismo, se sugiere que los propietarios o directivos de la empresa Firextin ubicadas en la ciudad de Ambato, destinen un mayor porcentaje de sus recursos a actividades de innovación que impulsen el crecimiento en los ámbitos productivo, comercial y

competitivo. Para no afectar las finanzas de la organización, se propone fomentar la participación en proyectos de inversión orientados a la innovación tecnológica, con miras a implementar una unidad de investigación y desarrollo que genere un impacto positivo en el desempeño empresarial.

- También se plantea la necesidad de adoptar estrategias y metodologías efectivas para la fijación de precios, con el objetivo de atraer y fidelizar clientes. Esto se basa en que el precio constituye uno de los factores más decisivos para los consumidores al momento de realizar una compra, y su correcta gestión puede contribuir significativamente a mejorar la rentabilidad del negocio.
- De igual forma, se propone la implementación de un sistema informático para la gestión del conocimiento, que permita optimizar el funcionamiento organizacional con miras a construir una empresa inteligente. Este sistema debe facilitar la toma de decisiones correctivas y promover mejoras en las prácticas de gestión de la innovación, fortaleciendo así la mejora continua en la calidad de productos, servicios y procesos.

BIBLIOGRAFÍA

Sin título. (s/f). Ciencialatina.org. Recuperado el 10 de junio de 2025, de

<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/9095/13566?inline=1>

de Licenciado en Administración, TPO el TP (s/f). *GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETIVIDAD*

EMPRESARIAL DE IMPORTADORES DE PRODUCTOS MÉDICOS

ZONA COMERCIAL EMANCIPACIÓN LIMA, 2021. Edu.pe. Recuperado el 10 de junio

de 2025, de

[https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/aeac5f8b-ffb6-47ed-9bac-](https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/aeac5f8b-ffb6-47ed-9bac-7c7653059a88/content)

[7c7653059a88/content](https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/aeac5f8b-ffb6-47ed-9bac-7c7653059a88/content)

de Investigación, P., & de Economista, P. a. la O. del T. (s/f). *CARRERA DE ECONOMÍA.*

Edu.ec. Recuperado el 10 de junio de 2025, de

[https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/cf301d6a-8668-48ff-b4b1-](https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/cf301d6a-8668-48ff-b4b1-13920ac27ea6/content)

[13920ac27ea6/content](https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/cf301d6a-8668-48ff-b4b1-13920ac27ea6/content)

(S/fa). Tdx.cat. Recuperado el 10 de junio de 2025, de

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/399536/TESI.pdf?sequence=1>

(S/FB). Educa.co. Recuperado el 10 de junio de 2025, de

<https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/bbc6a09c-e31c-43d2-a4b8-d8da8fac6f3b/content>

(S/fc). Edu.pe. Recuperado el 10 de junio de 2025, de

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/5eb9c823-53d0-484c-a0f6-92e768278db6/content>

(S/fa). Edu.ec. Recuperado el 10 de junio de 2025, de

<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6364/1/T2710-MAE-Satan-Analisis.pdf>

(S/FB). Edu.ec. Recuperado el 10 de junio de 2025, de

<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/18468/2/TFLACSO-2021SEAM.pdf>

TDEGPLAOEDEL T (s/f). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO*. Edu.ec. Recuperado el 10 de junio de 2025, de

<https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/b865855e-bb35-4288-99ba-71fe7252d21d/content>

OCDE. (2005). Tercera Edición del Manual de Oslo. OCDE.

<https://repository.umng.edu.co/server/api/core/bitstreams/e0aaa440-3daa-477d-8a8a-f08a00c16ee6/content>

Universidad y Empresa. (2016). Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.

Vista de La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. (s/f). Edu.ec.

Recuperado el 10 de junio de 2025, de

<https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1465/1834>

Vista do Designo y validación de un cuestionario para el desarrollo de la capacidad innovadora en medianas y grandes empresas. (s/f). Com.br. Recuperado el 10 de junio de 2025, de

<https://revistahermes.com.br/index.php/hermes1/article/view/695/553>

Vista de Estrategias de Innovación y Competitividad en las MiPymes del Sector Agrícola en Ecuador en el Año 2023. (s/f). Cencialatina.org. Recuperado el 10 de junio de 2025, de

<https://cencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/11938/17351>

Vista de La innovación empresarial basada en tecnología como factor clave para el éxito organizacional. (s/f). Cencialatina.org. Recuperado el 10 de junio de 2025, de

<https://cencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/15991/23067>