



**Factores de innovación para la competitividad sistémica empresarial en
Santo Domingo de los Tsáchilas**

Quistial Zapata, Betty Yolanda

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio
Carrera de Ingeniería Comercial

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial

Ing. Coronel Jiménez, Mercy Janeth MSc.

11 de febrero de 2022



trabajo de titulacion.pdf

Scanned on: 16:54 February 17, 2022 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

Identical Words	544
Words with Minor Changes	103
Paraphrased Words	192
Omitted Words	0

MERCY JANETH
CORONEL
JIMENEZ

Firmado digitalmente por
MERCY JANETH CORONEL
JIMENEZ
Fecha: 2022.02.17 17:17:14
-05'00'



Website | Education | Businesses



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, **“Factores de innovación para la competitividad sistémica empresarial en Santo Domingo de los Tsáchilas”**, fue realizado por la señorita Quistial Zapata, Betty Yolanda el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 11 de febrero del 2022

Firma

MERCY
JANETH
CORONEL
JIMENEZ

Firmado
digitalmente por
MERCY JANETH
CORONEL JIMENEZ
Fecha: 2022.02.15
11:42:56 -05'00'

.....
Ing. Coronel Jiménez, Mercy Janeth MSc.

C.C. 1202923601



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Yo, Quistial Zapata, Betty Yolanda, con cédula de ciudadanía N° 171657929-5, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“Factores de innovación para la competitividad sistémica empresarial en Santo Domingo de los Tsáchilas”** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 11 de febrero de 2022

Quistial Zapata, Betty Yolanda

C.C. 171657929-5



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo, Quistial Zapata, Betty Yolanda, con cédula de identidad N° 171657929-5, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación **“Factores de innovación para la competitividad sistémica empresarial en Santo Domingo de los Tsáchilas”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 11 de febrero de 2022

Quistial Zapata, Betty Yolanda

C.C. 171657929-5

Dedicatoria

A Dios por ser un pilar importante en mi vida, mi soporte en todo momento, mi luz en momentos difíciles.

A mis padres, hermanas (o) por su apoyo incondicional, por sus palabras de aliento para seguir luchando y no rendirme ante los obstáculos.

A mi hijo, por ser el motor de mi vida e inspiración para crecer como persona y profesional, para ser ejemplo ante ti, que con esfuerzo y dedicación se alcanzan las metas.

Agradecimiento

A Dios por su infinito amor, protección y guía en cada paso de mi vida, por darme la fuerza para continuar en los momentos difíciles.

A mis padres y hermanas (o) por la paciencia y el amor, cuando me sentía abatida por la frustración y el cansancio.

A mi hijo, por ser el motor de mi vida y mi motivación a ser mejor persona y profesional.

A mi segunda madre, por su apoyo incondicional a lo largo de toda mi carrera.

A mis amigas (o), por su apoyo moral, por compartir mis alegrías y tristezas en todas las etapas de mi vida.

A mis tutores por el tiempo y la paciencia en el transcurso de la carrera, donde cada uno contribuyo con su conocimiento para mi formación profesional.

A la Universidad de la Fuerzas Armadas ESPE, por brindarme enseñanza de alta calidad y formarme como una profesional de alto nivel con valores, principios y ética.

A mi directora de tesis por su compromiso, asesoría, apoyo en el desarrollo y culminación del proyecto de investigación.

A mi directora de carrera por su compromiso y apoyo en el transcurso de la carrera.

Índice de contenido

Resumen	14
Abstract.....	15
Introducción.....	16
CAPÍTULO I. Problema de investigación.....	18
Antecedentes	18
Planteamiento del problema	18
Formulación del problema.....	20
Justificación.....	21
Objetivos	24
Objetivo general.....	24
Objetivos específicos	25
Determinación de variables	25
Variable independiente. Factores de innovación.	25
Variable dependiente. Competitividad empresarial.....	25
Hipótesis	26
CAPITULO II. Marco teórico-referencial.....	28
Enfoque teórico de innovación.....	28
Teoría neoclásica	28
Teoría evolucionista.....	31
Teoría Neo-schumpeteriana	32
Teoría del desarrollo económico	33
Teoría de resolución de problemas inventivos (TRIZ).....	34
Proceso de innovación	35
Tipos de innovación de Schumpeter.....	36
Tipos de innovación de Larry Keeley, Helen Walters, Ryan Pikkell y Brian Quinn	37
Tipos de innovación Manual de Oslo Echeverría (2008)	38
Criterios fundamentales	41

Enfoques de innovación.....	42
Enfoque tradicional cerrado	43
Enfoque innovación abierta.....	43
Innovación en las pequeñas y medianas empresas.....	44
Innovación abierta Álvarez y Bernal (2017).....	45
Dimensiones de la innovación	47
Enfoque teórico de competitividad sistémica	47
De la ventaja competitiva a la competitividad	49
Dimensiones de la competitividad.....	50
Ámbito empresarial	51
Ámbito administrativo	52
Ámbito gubernamental.....	52
Marco referencial.....	53
Caracterización de su entorno institucional	54
Criterios generales de clasificación de las pymes	56
Apoyo institucional al sector Pyme.....	56
Banca pública	56
Corporación Financiera Nacional.....	56
BanEcuador	57
Banco Central del Ecuador.....	57
Banca Privada.....	57
Características internas pymes	58
Clasificación de las Pymes de acuerdo a su tamaño en el Ecuador	58
Perfil del empresario de las Pymes Ecuador.....	59
Desarrollo comercial en Santo Domingo de los Tsáchilas	60
Características de un empresario Pyme en Santo Domingo de los Tsáchilas.....	63
Marco conceptual	66
Empresario	66
Innovación.....	66

	10
Competitividad.....	67
Marco legal	68
Constitución de la República del Ecuador.....	68
Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 “Toda una vida”	68
Ley Orgánica de emprendimiento e innovación	69
CAPITULO III. Metodología.....	70
Enfoque y tipología de la investigación	70
Por el alcance	70
Por la finalidad	71
Por las fuentes de información	71
Por el control de las variables.....	72
Marco muestral.....	72
Población y muestra	73
Muestreo por conveniencia.....	77
Técnicas e instrumentos utilizados en la investigación	85
Técnica de recolección de datos.....	86
Plan de recolección de la información.....	86
Plan de procesamiento y análisis de la información.....	87
Técnica de recolección.....	87
Encuesta.....	87
Instrumento de recolección.....	88
Cuestionario.....	88
Análisis e interpretación de los datos.....	91
CAPÍTULO IV. Análisis e interpretación de resultados	92
Análisis descriptivo de los datos secundarios.....	92
Análisis univariado	92
Prueba de validez del instrumento aplicado	95
Análisis descriptivo por cada componente de cada variable.....	97
Variable factores de Innovación	98
Variable competitividad sistémica.....	101

Análisis bivariado	105
Pruebas de Normalidad	105
Coeficiente de correlación de Spearman.....	106
CAPÍTULO V. Conclusiones y recomendaciones	109
Conclusiones	109
Recomendaciones.....	110
Bibliografía	111
Anexos.....	124

Índice de tablas

Tabla 1 Ecuador índice de innovación 2018	22
Tabla 2 Empresas según su índice de participación nacional	53
Tabla 3 Clasificación de empresas	59
Tabla 4 Características de los empresarios.....	64
Tabla 5 Población de las empresas del sector comercio/Santo Domingo de los Tsáchilas	74
Tabla 6 Parroquias de las empresas del sector comercio/Santo Domingo de los Tsáchilas	74
Tabla 7 Total, de empresas y características empresariales-Santo Domingo de los Tsáchilas.....	75
Tabla 8 Población empresas con actividades comerciales legales	79
Tabla 9 Muestra por conveniencia de acuerdo a la madurez de la empresa	82
Tabla 10 Técnica e instrumentos	85
Tabla 11 Plan de recolección de la información	86
Tabla 12 Variable independiente. Factores de innovación.....	88
Tabla 13 Variable dependiente. Competencia sistémica.....	89
Tabla 14 Resumen general de acuerdo a sus ventas anuales a que tipo de empresa pertenece .	93
Tabla 15 Resumen general del personal que posee cada empresa:.....	93
Tabla 16 Resumen de cobertura de mercado.....	94
Tabla 17 Resumen de sucursales por empresa.....	94
Tabla 18 Estadísticas de fiabilidad	95
Tabla 19 Estadísticas de total de elemento	96
Tabla 20 Preguntas estructuradas encuesta.....	97
Tabla 21 Innovación en procesos.....	98
Tabla 22 Innovación en el mercado	99
Tabla 23 Innovación en la gestión	100
Tabla 24 Planeación Estratégica	101
Tabla 25 Capital Intelectual	102
Tabla 26 Producción y operaciones	103
Tabla 27 Aseguramiento de la calidad	104
Tabla 28 Pruebas de normalidad Kolmogorov-Smirnov	106
Tabla 29 Correlación entre innovación y competitividad sistémica	106

Índice de figuras

Figura 1	Árbol de problema	19
Figura 2	Ecuador índice de innovación 2018	22
Figura 3	Ranking innovación - competitividad Ecuador.....	23
Figura 4	Variable independiente.....	25
Figura 5	Variable dependiente.....	26
Figura 6	Principales dimensiones con funciones del administrador según la teoría neoclásica ..	29
Figura 7	Innovación.....	37
Figura 8	Santo Domingo de los Tsáchilas.....	62
Figura 9	Mapa de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas	73
Figura 10	Empresas con actividad comercial en el cantón Santo Domingo	75
Figura 11	Innovación en procesos	99
Figura 12	Innovación en el mercado.....	100
Figura 13	Innovación en la gestión	101
Figura 14	Planeación Estratégica	102
Figura 15	Capital intelectual	103
Figura 16	Producción y operaciones	104
Figura 17	Aseguramiento de la calidad.....	105
Figura 18	Relación entre innovación y competitividad.....	107

Resumen

La innovación y competitividad sistémica, son los elementos claves para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de las Pyme, de acuerdo con la literatura es un concepto multidimensional y son diversos los criterios para definirla y medirla. El objetivo de la presente investigación es determinar la incidencia de los factores de innovación para la competitividad sistémica empresarial en Santo Domingo de los Tsáchilas, en el análisis de aspectos endógenos y exógenos, que permita a los emprendedores optimizar su gestión y dar sostenibilidad a sus negocios. Con este propósito se describe estudios del surgimiento competitivo sobre la ¿falta de conocimiento? carencia de posibilidades de creación de alianzas estratégicas con grupos de desarrollo e investigación de las pequeñas y medianas empresas comerciales, donde el empresario/gerente es el ente fundamental para crear valor e innovar. En el estudio se utiliza la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario a los empresarios y/o mandos gerenciales de las 65 pymes. De los resultados alcanzados, se pretende que el empresario identifique sugerencias y tome decisiones, en capacitarse en los conceptos, actuales y detonantes de innovación, desde su perspectiva para presentar pautas estratégicas de las diferentes conceptualizaciones identificadas.

Palabras claves:

- **INNOVACIÓN**
- **COMPETITIVIDAD SISTÉMICA**
- **MARKETING**

Abstract

Innovation and systemic competitiveness are the key elements for the development, growth and sustainability of SMEs, which, according to the literature, is a multidimensional concept and it can be defined and measured through several criteria. The objective of this research is to determine the incidence of innovation factors for systemic business competitiveness in Santo Domingo de los Tsáchilas, in the analysis of endogenous and exogenous aspects, which allows entrepreneurs to optimize their management and give sustainability to their businesses. With this purpose, studies of the competitive emergence on the lack of knowledge, lack of possibilities to create strategic alliances with development and research groups of small and medium-sized commercial companies, where the entrepreneur/manager is the fundamental entity to create value and innovate. In this study, the survey technique is used and the used instrument was a questionnaire to the entrepreneurs and/or managers of the 65 SMEs. From the results achieved, it is intended that the entrepreneur identifies suggestions and makes decisions, in training himself in the current concepts and triggers of innovation, from his perspective to present strategic guidelines of the different identified conceptualizations.

Key words:

- **INNOVATION**
- **SYSTEMIC COMPETITIVENESS**
- **MARKETING**

Introducción

El presente trabajo es un estudio sobre los factores de innovación, un enfoque de como estos factores inciden para la competitividad sistémica empresarial en Santo Domingo de los Tsáchilas, mediante el análisis de aspectos internos y externos, que permita a los emprendedores generar un cambio de estructura para optimizar su gestión y dar sostenibilidad a sus negocios.

En el marco del análisis de estos factores, es necesario destacar que la competitividad sistémica es un fenómeno complejo, en el que interactúan múltiples indicadores como las prácticas de la producción, organización y gestión empresarial, que generan ventajas competitivas. En consecuencia, la competitividad se convierte en un concepto dinámico, que modifica progresivamente los diferentes recursos internos y externos de las empresas (Navarro, Ferrer, & Burgos, 2018).

El objetivo de la presente investigación es analizar los planteamientos sobre los factores de innovación para la competitividad sistémica e integrar una explicación de su análisis empírico, con el ánimo de incidir de manera acertada en el proceso de toma de decisiones de acuerdo a un modelo sistémico. En este contexto, la competitividad de las empresas se encuentra determinada por factores internos y externos (Leyva, Cavazos, & Espejel, 2018).

El presente estudio, se efectuó mediante un análisis descriptivo para determinar la evolución, los componentes de la competitividad sistémica empresarial y el impacto que tendría en los mercados por medio de la recopilación y análisis de fuentes bibliográficas, libros, artículos científicos, etc., además es exploratoria ya que los resultados permitirán sintetizar la información sobre la competitividad sistémica del sector comercio de las empresas de Santo Domingo de los Tsáchilas.

El nivel de investigación es tipo no experimental, transversal y correlación centrado en identificar los factores que inciden en la competitividad sistémica, por otra parte, para el

levantamiento de la información se aplicó el instrumento encuesta-cuestionario a las 65 empresas del cantón Santo Domingo, para su análisis e interpretación de los resultados se emplea un análisis univariado – bivariado y a la vez se aplica la prueba de correlación del coeficiente de Spearman para determinar la relación de las variables de estudio, los datos fueron procesados mediante el software estadístico SPSS Statistics “25”, para facilitar su interpretación.

La gran mayoría de estudios analizados, se han concentrado en determinar el desarrollo empresarial e innovación con actitudes y comportamientos en los diferentes modelos de competitividad. Este trabajo de investigación pretende dar a conocer la incidencia de los factores de innovación en la competitividad sistémica en las diferentes áreas de las empresas del sector comercio en Santo Domingo de los Tsáchilas, para la toma de decisiones por parte de los empresarios.

CAPÍTULO I. Problema de investigación

Antecedentes

En el Ecuador y a nivel mundial el impulso de la micro, pequeña y mediana empresa ha manejado un papel sobresaliente para el desarrollo y crecimiento económico de los países. Son diversas las empresas que se inician sin mayores estudios previos y únicamente se basa su creación en el espíritu emprendedor de sus fundadores y en el entusiasmo que les generó un día o una semana, en la que el negocio dio ganancias (Bermeo, Balausteguigoitia, Gutiérrez, & Saavedra, 2016).

Al analizar los antecedentes, se considera que estas empresas se caracterizan por tener un número de colaboradores mínimo, un volumen de ventas y un valor de activos limitados, en muchos casos no alcanzan el ritmo de los cambios tecnológicos, las oportunidades del entorno ni controlan adecuadamente sus debilidades, lo que afecta a su competitividad, y en la mayoría de los casos presentan desventajas en diferentes frentes respecto a las demás empresas del sector.

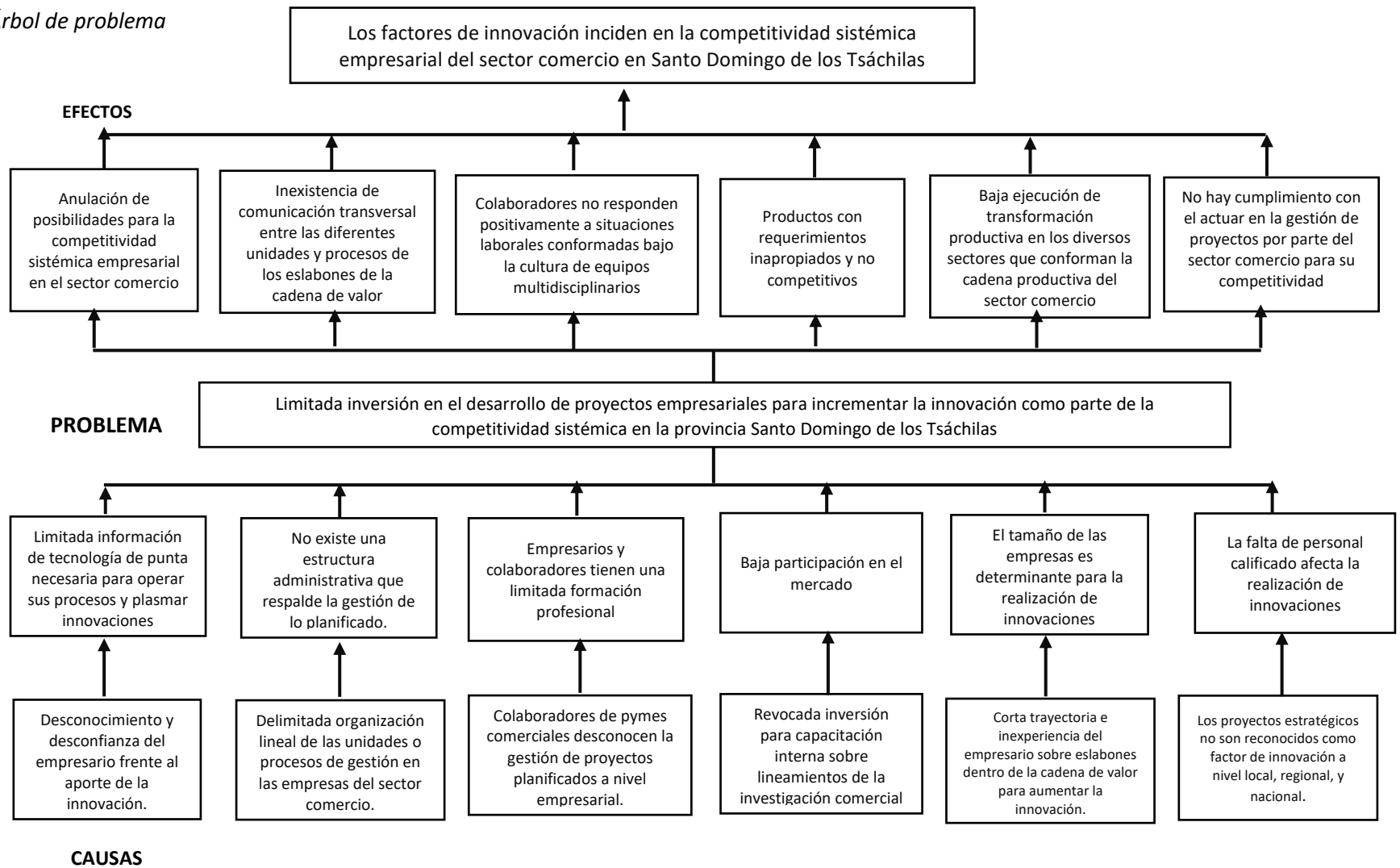
Dada la importancia de estudiar a la Pymes de Santo Domingo de los Tsáchilas en el Ecuador y de su clara participación en la economía del país es primordial fortalecer este sector, pues a pesar de los datos expresados muchas empresas muestran un sistema productivo, administrativo, financiero y tecnológico primitivo lo que afectado principalmente a su competitividad. Además, el empresario muestra su preocupación por la velocidad con la que aparecen o desaparecen como respuesta de las realidades cambiantes de tipo económico, político, social y cultural.

Planteamiento del problema

A continuación, se detalla el problema existente en las empresas del sector comercio.

Figura 1

Árbol de problema



Nota. Tomado de emprendedor y empresario una construcción desde la dinámica del pensamiento económico (Primo Tapia & Turizo Tapia, 2017)

El constante decremento de las Pymes de Santo Domingo de los Tsáchilas en su innovación empresarial que, identificadas en el sector del comercio, se genera por la limitada inversión en el desarrollo de los proyectos para incrementar la competitividad sistémica. Se estima que existe una gran deficiencia regional en el sector comercio, en la participación en el mercado nacional. El rezago de los factores de innovación, requiere de una especial atención para alcanzar niveles de competitividad internacional sostenible (Ugando Peñate, Sabando García, Zapata Barros, & Villalón Peñate, 2019).

El nivel actual del debate gira en torno a este concepto y de cómo encontrar las mejores políticas que tengan en cuenta tres factores claves del proceso de desarrollo: a) la innovación como un elemento constitutivo central del desarrollo económico; b) la capacidad e innovación del sector comercial de las pymes, entendida como la capacidad de aprendizaje; c) el papel de las redes de colaboración orientadas a la innovación y apoyadas por diversas instituciones, para fomentar las capacidades de innovación (Calderón, 2008).

Es por esto, que el problema de investigación consiste en determinar a luz del modelo sistémico de competitividad el grado de representatividad de las propuestas de la sociedad civil organizada en las políticas públicas ejecutadas por la gestión del gobierno contenidas en el plan de desarrollo, evaluando la eficacia y alcance en las condiciones actuales de la economía de las empresas del sector comercio de Santo Domingo de los Tsáchilas, resultado que proporcionará una idea de los anteriores estados del sector comercial, en cuanto a su competitividad sistémica y de su aporte al desarrollo económico de la región con el alcance de la innovación empresarial.

Formulación del problema

En base a la situación identificada sobre el tema de estudio, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿De qué manera inciden los factores de innovación en la competitividad sistémica empresarial en el sector comercio de Santo Domingo de los Tsáchilas?

Justificación

El Banco Interamericano de Desarrollo sobre el sistema nacional de innovación en Ecuador, establece que “existe problemas de inversión por parte de los agentes” (Brand, 2018), porque se requiere que desarrollen equitativamente capacidades científicas y tecnológicas que sean para evitar diversas dificultades en el aspecto sectorial.

A pesar de que el Ecuador es visto por los países desarrollados como una tierra de oportunidades en el cual se podría desarrollar actividades; su pequeña y gran inversión se encuentra en los sectores: industriales, agrícola, petrolero, minero, turístico.

A nivel nacional en investigaciones efectuadas, se halla que el sector económico se encuentra segmentado en tres especialidades según la información recopilada en Censo Nacional Económico 2010 (INEC, 2018), en la manufactura, comercio y servicios. En la rama manufactura preexisten 11.006 establecimientos, el 74,2% de sus actividades están orientadas a la industria de prendas de vestir, exceptuando aquellas que detallan con materiales de piel; por otro lado, el 8,2% y en definitiva el 9,5% está representado por otras acciones de manufactura.

En el estudio, revela que existen registrados alrededor de 4.054 establecimientos, de los cuales el 56% se han dedicado a la reparación de calzado y artículos de cuero, en el 44% se han situado aquellos establecimientos que prestan servicios de lavado y limpieza de productos textiles y de piel. Existen 31.983 entidades económicas de las cuales el 80% tienen ventas netamente en cantidades normales; el 13% se dedica únicamente a la venta, hallándose esencialmente en puntos de venta o en mercados, teniendo entonces que el 7% ofrecen su comercio a ciertas actividades semejantes (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2019).

El problema de las pymes son los procesos, ya sea en diseño, corte o innovación de software, métodos de comercialización, tecnología, y la integración y competitividad (Ferrer, 2005), en su capacitación, facilitaría iniciativas y debilidades. En Ecuador, se sostiene que posee una gran dualidad de industrias, los colaboradores y administrativos no están capacitados, y aun más si son empresas familiares. Ver (Tabla 1), se deduce que cuanto mayor sea el índice, mejor se situará con un enfoque empresarial estratégico. A continuación se detalla la evolución de la posición de Ecuador en el índice de innovación global (Arredondo Trapero, Vásquez Parra, & Jorge de la Garza, 2016).

Tabla 1

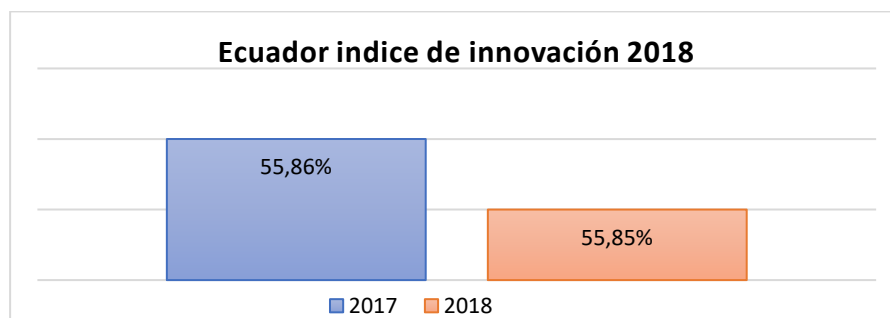
Ecuador índice de innovación 2018

Ecuador índice de innovación 2018		
Fecha	Ranking de innovación y competitividad	Índice de Competitividad
2018	86 ^º	55,85
2017	97 ^º	55,86
2016	76 ^º	58,18
2014	71 ^º	59,69
2013	86 ^º	56,31
2012	101 ^º	54,61
2011	105 ^º	52,17
2010	105 ^º	50,81
2009	104 ^º	51,11
2008	103 ^º	51,02
2007	94 ^º	50,81

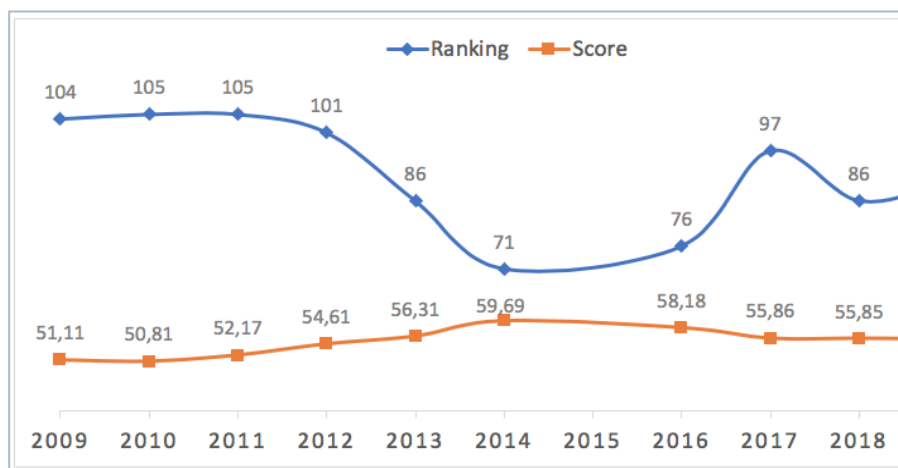
Nota. Tomado de Expansión /Datosmacro.com (2019)

Figura 2

Ecuador índice de innovación 2018



Nota. Tomado de Foro Económico Mundial (2018)

Figura 3*Ranking innovación - competitividad Ecuador.*

Nota. (Foro Económico Mundial, 2018)

Explicación

En el último informe del 2018, Ecuador obtuvo 55,85 puntos en el índice de innovación y competitividad, publicado por el Foro Económico Mundial (2018), organismo encargado a medir recursos y capacidad en un país. Emitiendo en su informe, ha empeorado su puntuación respecto al informe de 2017, en el que obtuvo 55,86 puntos. Ese valor situó al Ecuador en el rankind 86 de innovación y competitividad mundial, deficiente si lo comprobamos con los 141 países del ranking. En el año 2017 estaba en el rankind 97, y se proyectaba a más prosperidad para la población ecuatoriana a alcanzar un nivel de vida económica mejor que los años anteriores (INEC, 2018).

Por eso, hoy en día es necesario la reactivación económica a nivel mundial, agrega el experto (Albornoz, 2020), Ecuador se recuperará, siempre y cuando sea más atractivo su mercado laboral, ahí esta la oportunidad en este año 2021. En realidad hay que aprovechar inversiones del extranjero, pero esto no sucederá sin reformas que pudieran resultar poco populares.

El mundo a todos los ecuatorianos nos va a dar oportunidades, ahora con la recuperación, el mundo va ir a las Islas Galápagos, por ejemplo, van a querer comprar bananos, cacaco, flores, café ecuatoriano, pero si es demasiado caro, eso no va a suceder, para Albornoz, “si no estamos competentes de renovarse ante esto, no se reactivará mundialmente a nivel empresarial para alcanzar la competitividad (Fernández Sastre, Juan, 2015).

De acuerdo, la competitividad es un fenómeno complejo en el que interactúan múltiples elementos tanto internos como externos. Entre estos se destacan las prácticas productivas, organizacionales y de gestión de las empresas y en el desarrollo de ventajas competitivas adquieren relevancia factores tales como la innovación en la calidad de los productos y servicios.

También en si, se puede decir que la competitividad es un concepto dinámico que se va transformando a través del tiempo, pues algunos factores que jugaban un papel importante en el pasado, en la actualidad han dejado de estar vigentes, mientras que otros surgen como consecuencia de la globalización y la propia dinámica empresarial.

Por tanto, el análisis de la competitividad se ve influido por elemento de factores tanto internos como externos.

Objetivos

Objetivo general

Determinar la incidencia de los factores de innovación para la competitividad sistémica empresarial en Santo Domingo de los Tsáchilas, mediante el análisis de aspectos endógenos y exógenos, que permita a los emprendedores optimizar su gestión y dar sostenibilidad a sus negocios.

Objetivos específicos

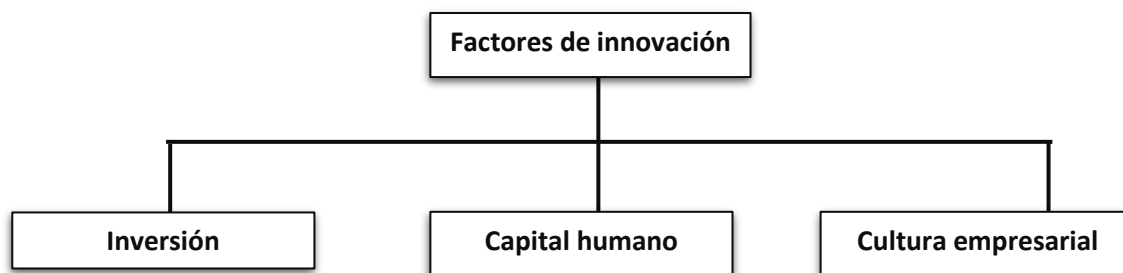
1. Establecer un marco científico sobre teorías de innovación y competitividad sistémica empresarial para soporte de la investigación del sector comercio de Santo Domingo de los Tsáchilas.
2. Diagnosticar la situación actual de la innovación y la competitividad sistémica empresarial del sector comercio de Santo Domingo de los Tsáchilas.
3. Explicar de qué manera inciden los factores endógenos y exógenos de la innovación para la competitividad sistémica empresarial en Santo Domingo de los Tsáchilas, y señalar las oportunidades de mejora relacionadas al sector comercio.

Determinación de variables

Variable independiente. Factores de innovación.

Figura 4

Variable independiente.



Nota. Tomado del análisis de la variable de estudio

Variable dependiente. Competitividad empresarial

Figura 5

Variable dependiente.



Nota. Análisis de variables sobre factores de innovación en el sector empresarial

Hipótesis

Los factores de innovación inciden positivamente en la competitividad sistémica del sector comercio de Santo Domingo de los Tsáchilas. Los factores de innovación son efectivos en los procesos de cambios lo que favorece a la adaptación de competencias sistémicas en el sector comercio.

Estos factores innovadores aumentan la motivación, dedicación, calidad, seguridad y ambiente, recursos humanos, producción, gestión y apertura de mercado; por otra parte, proponer una herramienta de medición de las mismas en vistas de su competitividad. Logrando un ambiente de confianza y entusiasmo a través de la consecución de objetivos (Contreras & Barbosa, 2013)

La hipótesis para este estudio, es afirmar que los factores de innovación inciden positivamente en la competitividad sistémica empresarial en las diferentes áreas del sector comercio en Santo Domingo de los Tsáchilas, sobre todo de los propietarios/gerentes, quienes están en contacto directo con su negocio, por lo tanto, se establece la hipótesis:

H1 (Hipótesis Inicial)

Los factores de innovación inciden positivamente en la competitividad sistémica empresarial del sector comercio en Santo Domingo de los Tsáchilas.

Ho (Hipótesis Nula)

Los factores de innovación no inciden positivamente en la competitividad sistémica empresarial del sector comercio en Santo Domingo de los Tsáchilas.

CAPITULO II. Marco teórico-referencial

Enfoque teórico de innovación

Desde hace tiempo la innovación se ha visto como una fuente de ventajas competitivas para las empresas. Es Schumpeter (1934) el pionero en las investigaciones y sus beneficios empresariales. Uno de los principales factores que afectan el desarrollo de innovaciones es el tamaño de la empresa argumenta Schumpeter (1934), es decir, que las empresas más grandes tienen mayor facilidad de innovar, al contrario que las empresas pequeñas. Sin embargo, los factores que intervienen para su desarrollo son diversos. A partir de este investigador se han desprendido distintas investigaciones, autores y enfoque teóricos acerca de la innovación.

Uno de los principales enfoques es la Teoría Evolucionista, el cual concibe a la innovación como una cuestión dinámica donde intervienen varios factores para su desarrollo exitoso. Otra teoría es la Neoclásica, es a través de esta teoría se trata de explicar la mayor parte de los fenómenos económicos mundiales. Sin embargo, esta teoría carece de poder explicativo para la innovación, se puede considerar que esto sucede porque considera a la innovación como un factor estático y sin variabilidad. Por el contrario, la innovación es un fenómeno multivariante debido a la gran cantidad de variables que intervienen para su implementación exitosa, como lo son la competencia empresarial, la producción, la investigación y desarrollo (I+D), el conocimiento y la calidad por mencionar algunos, seguidamente se detallan las teorías.

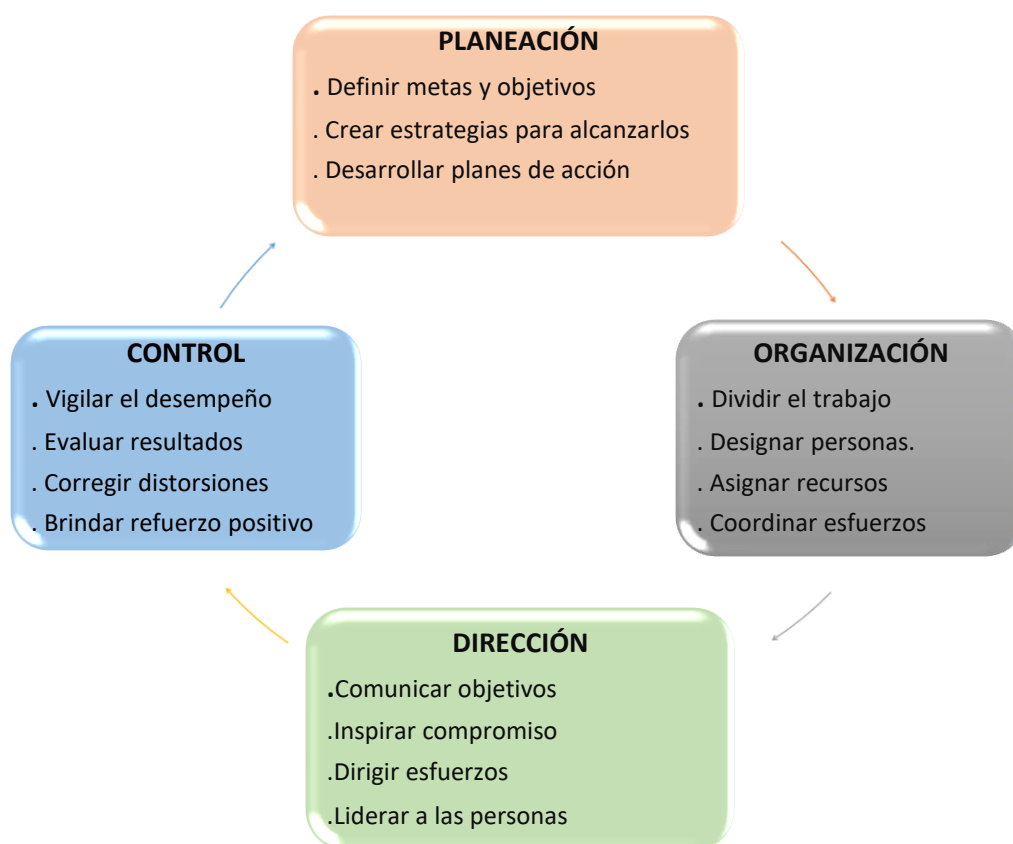
Teoría neoclásica

Es el enfoque administrativo de mediados del siglo XX, que fue impulsada por grandes protagonistas de la administración de empresas, luego de la Segunda Guerra Mundial y la Gran Depresión Económica (Grudemi, 2018).

Esta teoría propone reformar y modernizar la teoría clásica de la administración, haciendo énfasis en la reducción de la mano de obra y la automatización de procesos para mejorar la eficiencia de una organización. Su tesis principal consiste en controlar, orientar y dirigir (administrar) a un conjunto de personas para que logren llevar a cabo un trabajo utilizando la menor cantidad de recursos posibles, en fin, se ha seleccionado esta teoría neoclásica para este estudio, por estar relacionada con el presente tema propuesto de factores de innovación para la competitividad sistémica empresarial en Santo Domingo de los Tsáchilas, que se requiere de principales dimensiones con funciones del administrador en las pymes del sector comercial.

Figura 6

Principales dimensiones con funciones del administrador según la teoría neoclásica



Nota. Adaptado del estudio de la Teoría Neoclásica (Grudemi, 2018)

Entre los principios de la teoría neoclásica para este estudio, se analizó que la organización debe ser formal, debe existir división de trabajo y unidad de mando (un solo jefe por subordinado), y que la especialización de la empresa ya sea por finalidad, procesos, zonas o clientes para comercializar el producto, sin dejar a un lado el desarrollo de las jerarquías en la organización, en cuanto a la distribución y relación entre la autoridad y la responsabilidad.

Al manejar al interior de la empresa la teoría neoclásica se debe planear-organizar-dirigir-controlar, considerando las principales características de la teoría en mención, como a su vez, hacer énfasis en los objetivos y resultados, y enfocarse a la automatización del proceso productivo, buscar reducir la utilización de mano de obra en la comercialización, exponer que al crecer la organización, debe aumentar su cantidad de empleados, y sobre todo las pymes deben apoyarse sobre la organización formal, solo así, el empresario o directivo reafirma de manera positiva los enunciados y principios de la teoría neoclásica.

Se considera esta teoría neoclásica para este estudio porque prevalece ventajas que ofrece mejores resultados a pequeñas empresas para su crecimiento empresarial, a la vez posee una estructura simple y se comprende fácilmente, para esto el empresario debe estar capacitado en busca de como maximizar la productividad y el rendimiento de la organización, definiendo responsabilidades que posea cada individuo (colaborador) de la empresa, con facilidad de contención e implementación por parte de los individuos implicados.

Definitivamente, así como existe ventajas, también es necesario mencionar las desventajas cuando el administrador que está al frente, tiene desconocimiento, llegando a incentivar la reducción de personal sin hacer foco en la persona que pierde el empleo, la autoridad en la empresa es única y directa, es decir la persona encargada dirige todas las actividades de la empresa y no solo una en específico, lo cual si no está planeado-organizado para dirigir y controlar

con anticipación, puede traer consecuencias, el líder debe liderar conjuntamente con los colaboradores sin tender a exagerar su función, el trabajo es una actividad grupal y social, el colaborador no reacciona como individuo aislado sino como miembro de un grupo social, esta teoría neoclásica se enfoca en las personas.

Teoría evolucionista

El argumento de Schumpeter (1912), que la economía no puede ser estudiada a partir del postulado de estacionalidad, el crecimiento económico debe venir de los nuevos productos, de los nuevos métodos de producción, de la apertura en nuevos mercados y las formas de organización de las empresas, esto implica la creación de nuevas industrias y la desaparición de antiguas, Schumpeter lo considera como destrucción creativa, concepto que lo describió en su libro "Capitalismo, socialismo y democracia" (1942), ya que para evolucionar y crear algo nuevo (innovador) es necesario destruir una parte o la totalidad de lo viejo, enfrentándose las empresas a la supervivencia. La teoría evolutiva a oposición de la teoría neoclásica se considera como un bien privado.

Describen Nelson y Winter (1982), a un proceso que depende del avance de la tecnología Fernández Sastre (2015) sostiene que las interacciones de los agentes con los diferentes factores, influirán sobre la trayectoria del cambio económico a futuro.

Para los autores evolucionistas la tecnología se va desarrollando progresivamente, y se transmite en un contexto determinado, no toda innovación implementada permite evolucionar a una empresa para obtener el mismo impacto, todo depende del entorno, y de la persona que la representa, por eso, esta teoría se relaciona con el actual estudio, porque se busca trabajar por el desarrollo e implementación de proyectos realmente que sean impactantes para la empresa, con el propósito de fortalecer y crear nuevas ventajas competitivas, vendría a ser la prueba de

fuego que se debe superar a nivel empresarial, puesto que el crecimiento y su éxito sostenido dependerá de la importancia otorgada a la función de la innovación en la empresa.

Bajo estos planteamientos se requiere que las organizaciones en estudio, se conciben en la gestión de la innovación para que vayan evolucionando a través de un proceso estratégico que requiera de creatividad, disposición, cooperación y del esfuerzo compartido de las personas que la integran, siendo fundamental el apoyo de la alta dirección para lograr objetivos definidos y el despliegue exitoso de la función de innovación en el ambiente organizacional.

En este estudio la innovación se emprende para lograr objetivos y cambios novedosos, considerados en algunos casos nuevos para las empresas y para el mercado de Santo Domingo de los Tsáchilas, considerando implicaciones en el entorno externo a las organizaciones donde se encuentran clientes, consumidores y cualquier otro actor que pudiera estar afectado por los efectos producidos por la adopción de estrategias de innovación organizacional para evolucionar.

Teoría Neo-schumpeteriana

El autor Arthur (1994), considera a este pensamiento como la interacción entre lo económico y social (Fernández Sastre, 2015), y la difusión del conocimiento donde se encuentra incluidas las innovaciones, la difusión de este conocimiento no es considerado como un bien público, ya que por su naturaleza cada empresa tiene su propia información codificada con conocimientos específicos, los cuales pueden ser compartidos solo con contactos personales.

Fernández Sastre (2015), cita a Hanusch y Pyka (2006a) y (2006b), en el correcto funcionamiento industrial del sector financiero y público considera a la innovación como el elemento clave que encierra los descubrimientos científicos y tecnológicos así como los que se realizan en el interior de las organizaciones para generar incertidumbre y ello los conlleve al cambio, cuyo cambio dependerá de la capacidad innovadora y de las oportunidades tecnológicas

apoyadas en las acciones de I+D mismas que contribuirán en el progreso, eficiencia y productividad.

Esta teoría se relaciona con el presente estudio, como un proceso interactivo en el que las empresas de Santo Domingo de los Tsáchilas, deben adquirir conocimientos mediante su propia experiencia en los procesos de diseño, desarrollo, producción y comercialización, aprendan constantemente de sus relaciones con diversas fuentes externas, entre las que se encuentran los proveedores, los consumidores y diversas instituciones, como las universidades, centros públicos de innovación, consultores o las propias empresas competidoras relacionándose y compartiendo el trabajo en común.

En la mayoría de ellos se debe demostrar actividades innovadoras en los sectores principales de la economía, para generar mayor productividad, lo que se refleja en un incremento en el crecimiento económico de dicha región. Además, se manifiesta que las empresas que adaptan procesos productivos más innovadores, generarán un mayor valor agregado a sus productos, concibiendo un estímulo positivo en la economía, promoviendo el desarrollo de la región y creando incentivos dentro de la misma empresa para continuar con el proceso de innovación.

Teoría del desarrollo económico

La *“Teoría del desarrollo económico”* (1934), basada en procesos de innovación, desarrollo tecnológico y el proceso sociocultural, el autor Schumpeter parte de teorías ya existentes de Smith (1776), Ricardo (1817) y Marx (1837), que permite determinar dentro del mismo sistema el aporte del empresario innovador, como un agente de cambio con la planeación, organización, dirección y control. Por eso, esta teoría se relaciona con el estudio, porque se adquiere conocimiento para propender una cultura de innovación en las empresas y en la sociedad, a la vez con conocimiento se genera incentivos para invertir y desarrollar nuevos

productos, adaptando y creando la fuerte relación que existe entre la innovación y el crecimiento económico de los países.

Para Schumpeter la evolución de la economía se encuentran en las fuerzas materiales, y está compuesta por el factor trabajo, capital producido, estos factores provocan un cambio lento en el sistema por lo que lo denominó componentes del crecimiento económico, porque su aumento, se da en los medios y la fuerza de trabajo necesario para el proceso no genera grandes transformaciones más solo de producción, mientras que las fuerzas inmateriales la compone la tecnología que ejerce un impacto más dinámico denominándola desenvolvimiento económico, estas transformaciones provienen de los nuevos productos de consumo, y de comercialización así como su distribución y transportación.

Schumpeter reconoce, incluir temas de desarrollo económico, el empresario, como parte importante dentro del proceso, sin considerarle al dueño y técnico como capitalista. A la vez, determina que cuando la persona está capacitada es emprendedora por sus iniciativas, genera y gestiona e innova a la empresa que pertenece, aprovecha las oportunidades para introducir nuevos procesos, crear nuevos productos, efectuar planeaciones logísticas comerciales para introducir en nuevos mercados (Schumpeter 1888-1950).

Teoría de resolución de problemas inventivos (TRIZ)

El objetivo de la teoría de TRIZ es desarrollar un enfoque algorítmico que les permita obtener conocimientos antiguos, el algoritmo tiene la función de reconocer el problema, crea una matriz de correlación que permite identificar las posibles soluciones a un problema, siendo que todo problema genera un aprendizaje, Altshuller en su teoría mira visiones nuevas, principalmente es utilizada en la innovación tecnológica (Altshuller, 1999).

Altshuller desde 1946 a 1985, junto con su equipo despliega una amplia investigación a cientos de miles de patentes de diferentes campos técnicos para observar patrones en invención,

al analizar los documentos extraían la causa del problema y una propuesta de solución ingeniosa, a partir de esta observación, nacen asociaciones de causa y efecto que están interconectadas.

TRIZ se considera una herramienta estructurada para encontrar soluciones basadas en que innovar en el producto correcto, mejorar los parámetros principales de valor, definición clara del problema que recorta el tiempo para llegar a la solución final. Los países donde tuvo su primera acogida, fue en los europeos, en los noventa en Asia, en el 2009 en Latinoamérica, 2010 en China, en la actualidad existen empresas multinacionales que utilizan TRIZ como; Siemens, SAMSUNG, BMW, Johnson y Johnson, Philips, Shell, Xerox, Intel, que al adoptar esta metodología les permitió aumentar sus ventas con respecto a la competencia y cuenta con el asesoramiento de profesionales.

Proceso de innovación

Los procesos de innovación en las empresas son una parte significativa que permite identificar las necesidades e innovar sea un producto o servicio, el cual puede ser dado por la exigencia o por implementar nuevas estrategias comerciales ante la competencia, para implementar un proceso se debe tener una idea clara de lo que se desea innovar, para pasar a identificar las necesidades que se desea cubrir (Conie, 2018).

Se puede dividir por fases, comenzando con la derivación de ideas potenciales que pueden estar enfocadas en cliente, mercado o interna de la empresa, estas ideas se evalúan en torno a la viabilidad y beneficios potenciales que le aportara a la empresa, al tener la idea concreta se realiza el análisis con la finalidad de obtener la mayor cantidad de información sobre la necesidad, viabilidad, oportunidad y penetración en el mercado (Conie, 2018), una vez analizado se pasa a desarrollar la idea para construir prototipos, realizar pruebas tanto del proceso como pruebas de mercadeo.

Tipos de innovación de Schumpeter

En 1934, el economista austriaco Joseph Alois Schumpeter, en *The Theory of Economic Development*, se refirió a este concepto distinguiendo cinco tipos de innovación en función de producto o servicio, proceso, mercadotecnia y de organización (Olivera, 2017).

Para este autor en mención el empresario innovador es la persona con la iniciativa para realizar las nuevas mezclas de los medios de producción y con la capacidad de realizar las innovaciones y la diferencia en cada sujeto humano que está dedicado a los negocios: directores, ejecutivos e industriales, los cuales no son catalogados en sí mismos como empresario, ya que no son quienes generan las nuevas ideas, pero asumen los riesgos económicos.

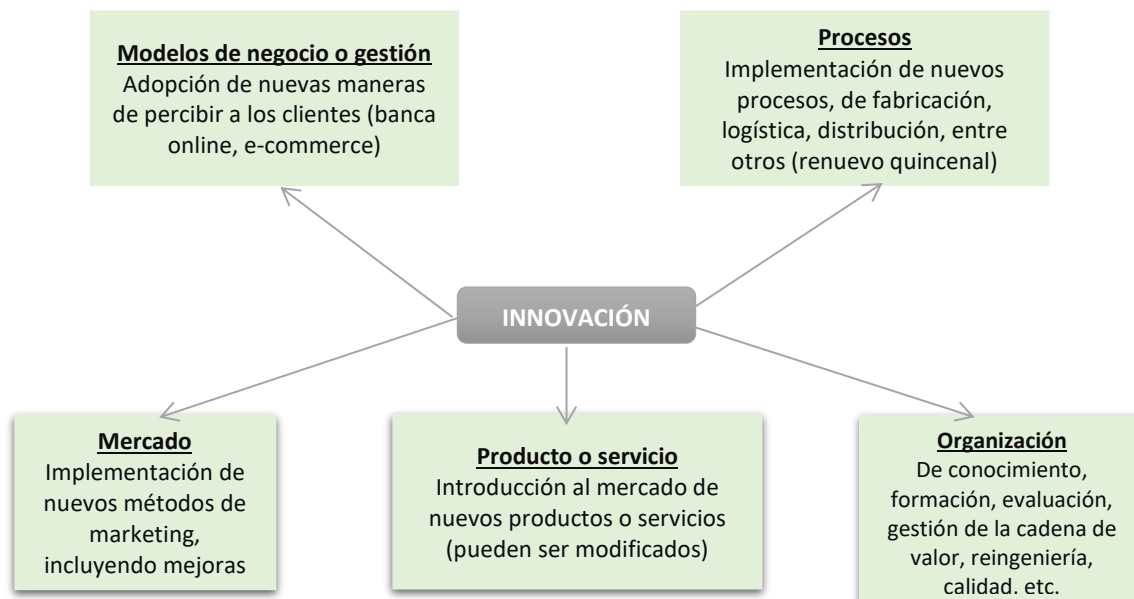
Las habilidades de un empresario innovador también se sustentan en viejas estrategias como la experiencia del cliente, el servicio al público y la rentabilidad.

Cuando las habilidades de un empresario innovador están sustentadas en los fundamentos de ingresos, métricas y una base sólida de estudio, todo puede funcionar. Un empresario innovador ha estudiado las estrategias de aquellos empresarios que llevan años en el negocio y han replicado y mejorado sus estrategias.

Cada empresa se debe adaptar a las necesidades del mercado. Las habilidades de un empresario innovador se sustentan en la constante evaluación del mercado para el crecimiento y la mejora. Un éxito continuo entiende y estudia las métricas, centrando su atención en la rentabilidad; es decir, en la actualidad los valores que representan la marca y las causas que apoyan son muy importantes. Cada día son más las personas que desean ver empresas involucradas con grandes luchas sociales y ambientales, trabajando por un futuro mejor. Ya no basta solamente con implementar activos tangibles, se requiere implementar procesos, siendo que al innovar la empresa puede afectar en su estructura, se debe aplicar, como Schumpeter lo clasifica a su naturaleza:

Figura 7

Innovación



Nota. Tomado de tipologías de innovación clasificado por Schumpeter (1934) de acuerdo a su naturaleza.

El o la empresario/a es el ente humano que es capaz de ver las oportunidades y ponerlas en marcha gracias a su espíritu imaginativo. Cuando se producen cambios importantes en un proceso o producto, en el impacto de cambio también es mayor el propósito en la reducción de costos y mejora significativa en el producto o proceso en la empresa o mercado se llama innovación incremental porque se adapta a la introducción en nuevos mercados y a las nuevas circunstancias.

Tipos de innovación de Larry Keeley, Helen Walters, Ryan Pikkell y Brian Quinn

Contreras (2013), cita a los autores Larry, et al (2013) del libro *“Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs”*, estudiaron la innovación como ciencia durante casi cuarenta años, analizando más de 2.000 empresas exitosas, para observar los movimientos

innovadores al igual de como fracasa la innovación, notando que el fracaso del proceso de innovación se da por falta de disciplina (Contreras, 2013).

Los autores proponen diez tipologías que les proporcionan formas de identificar oportunidades y desarrollar innovaciones viables, se pueden aplicar a cualquier tipo de empresa.

- Guía de ejercicio (definir la esencia)
- Network (alianzas con otras empresas)
- Estructura Organizativa (cambios organizativos)
- Procesos internos (transformar procesos)
- Producto (diferencie)
- Ecosistema de servicio (integrados en una plataforma)
- Servicio (mejorar oferta)
- Canal (distribución)
- Marca (crear valor intangible dentro y fuera de la empresa)
- Compromiso de cliente (fomentar vínculos con los clientes)

Las empresas han implementado para combinar estos diez tipos de innovación como elementos al formar una sola molécula le creara oportunidades potenciales en la empresa tanto interna como externa.

Tipos de innovación Manual de Oslo Echeverría (2008)

El Manual de Oslo publicado en 2005 básicamente refiere a los procesos de innovación, donde considera a la transformación del conocimiento tecnológico aplicado a las necesidades socioeconómicas, y para completar debe ser introducido en las actividades empresariales.

El Manual de Oslo distingue cuatro tipos de innovación.

- Innovación de producto (introducir un bien o servicio nuevo, o mejorado en su totalidad en cuanto a sus características y al uso que este destinado).
- Innovación de proceso, aplicado tanto a los sectores de producción como a los de distribución. Se logra mediante cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos empleados, que tengan por objeto la disminución de los costes unitarios de producción o distribución, al mejorar la calidad, o la producción o distribución de productos nuevos o sensiblemente mejorados. Las innovaciones de proceso incluyen también las nuevas o sensiblemente mejoradas técnicas, equipos y programas informáticos utilizados en las actividades auxiliares de apoyo tales como compras, contabilidad o mantenimiento. La introducción de una nueva, o sensiblemente mejorada, tecnología de la información y la comunicación (TIC) es una innovación de proceso si está destinada a mejorar la eficiencia y/o la calidad de una actividad de apoyo básico.
- Innovación en organización (implementar un nuevo método), cambios en las prácticas y procedimientos de la empresa, modificaciones en el lugar de trabajo, en las relaciones exteriores como aplicación de decisiones estratégicas con el propósito de mejorar los resultados mejorando la productividad o reduciendo los costes de transacción internos para los clientes y proveedores. La actualización en la gestión del conocimiento también entra en este tipo de innovación, al igual que la introducción de sistemas de gestión de las operaciones de producción, de suministro y de gestión de la calidad. Igualmente se consideran innovaciones en organización las variaciones en las relaciones con clientes y proveedores, incluyendo centros de investigación y la integración de proveedores o de inicio de subcontratación de actividades. La innovación se concreta mediante nuevos programas informáticos y nuevos modos de recopilación y distribución de la información

entre divisiones. Al contrario, la norma escrita nueva no implica innovación, para ello se requiere su transposición a programas y rutinas de proceso de información automatizados. Las actividades de innovación pueden ser de tres clases: Conseguidas, en curso o desechadas antes de su implantación. Todas las empresas que desarrollan actividades de innovación durante el período estudiado se consideran como “empresas con actividades innovadoras”, tanto si la actividad ha desembocado o no en la introducción de una innovación. Actividades que no se consideran innovación:

1. Dejar de hacer algo obsoleto
 2. Sustituir y ampliar equipos
 3. Trasladar las variaciones de coste a los precios
 4. Cambios por estacionalidad
 5. Vender algo nuevo con el método habitual (Jansa S. , 2010)
- Innovación de marketing (comercialización), que consiste en utilizar un método de comercialización no utilizado antes en la empresa que puede consistir en cambios significativos en diseño, envasado, posicionamiento, promoción o tarificación, siempre con el objetivo de aumentar las ventas. La variación en el método tiene que suponer una ruptura fundamental con lo realizado anteriormente.

Los cambios de posicionamiento pueden consistir en la creación de nuevos canales de venta como el desarrollo de franquicias, la venta directa, las modificaciones en la forma de exhibir el producto o la venta de licencias de uso. Los cambios en promoción suponen la modificación en la comunicación utilizando nuevos soportes, sustitución del logo, los sistemas de fidelización y la personalización de la relación con el cliente. La tarificación hace referencia a sistemas de variación de precios en función de la demanda o de las opciones ofrecidas.

La implementación que se decida incorporar en cada empresa con la innovación que se requiere, sea en la creación o mejora del producto, proceso, comercialización y distribución que le diferencie ante la competencia.

Por eso, se ha realizado un estudio sobre las teorías de diversos autores, como: Schumpeter, De Larry Keeley, Helen Walters, Ryan Pikkell y Brian Quinn y el manual de Oslo, y se concluye que todos se dirigen a la planeación, organización, dirección, control, marketing, proporcionando características, oportunidades para el crecimiento empresarial; al final se aplicará el manual que hace referencia a la obra de Schumpeter como base de las teorías de innovación.

Este autor afirmaba que el desarrollo económico está movido por la innovación, por medio de un proceso dinámico en el cual nuevas tecnologías sustituyen a las antiguas. Llamó a este proceso “destrucción creativa. Según él, las innovaciones “radicales” originan los grandes cambios del mundo mientras que las innovaciones “progresivas” alimentan de manera continua el proceso de cambio.

El vínculo entre innovación y progreso económico se produce a través de la creación de nuevos productos y de métodos de funcionamiento más productivos. En definitiva, las empresas y el resto de organizaciones innovan para mejorar resultados, bien aumentando la demanda o bien reduciendo los costes. En el proceso de adopción de una innovación la difusión interna del nuevo conocimiento o nueva tecnología supone un aliciente añadido en la medida que enriquece las capacidades de las personas y de la organización y sirve de base otros avances futuros.

Criterios fundamentales

El grado de novedad del cambio resulta esencial para considerar su carácter innovador. El manual considera innovación la introducción por primera vez de cambios significativos en los cuatro ámbitos ya citados (producto, proceso, marketing y organización). Por otra parte, resulta

indistinto que la novedad haya sido desarrollada internamente o adquirida comercialmente y también se acepta como innovadora una novedad para las empresas de Santo Domingo de los Tsáchilas, independientemente que ya exista en el mercado o en su sector de actividad. En este asunto el criterio de novedad en I+D (ámbito del Manual de Frascati) es mucho más restrictivo al contemplar solo las novedades absolutas a nivel mundial, como novedades aceptables en I+D.

Enfoques de innovación

El termino innovación, ha ido evolucionando de forma progresiva y se concibe desde diferentes perspectivas a innovar. Estudios y experiencias distintas de varios autores, han ido descubriendo la relación que tiene con la cultura, Schumpeter (1942), afirma que sí, se posibilita el crecimiento socio-económico. Asimismo, Freeman (1975), establece una condición primordial del progreso económico.

Por eso, una innovación tecnológica en una empresa no se refiere solamente transformaciones dentro de las tecnologías que posee, los cambios deben generarse en las unidades de gestión financiera y comerciales donde el objetivo es entregar al mercado, nuevos métodos para organizar y gestionar la empresa. El cambio es producido por los seres humanos por ello una cultura organizacional forma la actitud innovadora de los integrantes, ya que no importa el tamaño, naturaleza y actividad, para que una innovación tenga éxito se requiere del compromiso de sus integrantes, como señala Gonzales (2013).

Autores como Cornejo y Muñoz (2009), definen conocimientos, prácticas y valores (individuales y colectivos), mismos que determinan las decisiones y comportamientos que promuevan la generación y la creación de innovaciones, porque cada cultura tiene diferentes actitudes y valores que puede contribuir u obstaculizar, y se requiere de la cultura, actitud y el estado mental, la cual favorece la apertura de aspectos sociales y culturales, al tiempo del crecimiento económico.

Asimismo, la innovación dentro de esta visión, no tiene como finalidad la creación de productos innovadores sino la construcción de una cultura específica, valiéndose de diversos medios para cambiar algunos paradigmas y ciertas formas de pensar por otras basadas en nuevos principios y valores como proclives.

Enfoque tradicional cerrado

Este enfoque cerrado, que incorpore las empresas, donde sus proyectos de I+D son gestionados únicamente internos con recursos propios de la empresa, proyectos que se aplican de manera interna y termina en su propio mercado.

Los procesos en la empresa cerrada lo hacen sin la intervención de un agente externo, está innovación se basa en sus propias ideas, luego las desarrolla, las produce y comercializa en su mismo mercado. En particular, la innovación cerrada en las empresas ha recibido múltiples beneficios, sin embargo, generan altos costes para realizar la Investigación y Desarrollo, ya que deben contratar el mejor talento humano para que realice esta investigación y generen innovación, esta información se mantiene en secreto, es por ello que la principal característica cerrada es evitar que la competencia tenga acceso interno.

Han ido descubriendo la baja rentabilidad que conlleva sus esfuerzos de gestión y de desarrollo interno, porque durante el proceso se vuelven débiles para enfrentar desafíos que se presentan, no pueden incrementar la demanda, ni determinar el tiempo que gasta una innovación al introducirse al mercado. Las pymes mantienen lo tradicional, debido a que sus recursos humanos y materiales son limitados.

Enfoque innovación abierta

La innovación abierta desarrollada por Henry Chesbrough (2003), autor de la obra "*Open Innovation- The new imperative for creating and profiting from Technology*", explica que ninguna

empresa implementa innovaciones de forma aislada, requiere fortalecer alianzas, Bravi y otros (2014), las empresas buscan adoptar innovación abierta y no depender solamente de recursos propios y aprovechar la experiencia tanto al interior como exterior de otras empresas (licencia, patentes, transferencia de tecnologías), Chesbrough comparte tres claves: 1) ser abierta, 2) aceptar el fracaso y 3) innovar en el negocio.

De acuerdo a Álvarez (2009), “las empresas ya no son capaces de abordar por sus propios medios todo el proceso de innovación”, lo que conlleva apoyarse al máximo en los recursos externos paralelamente con las fortalezas propias de la empresa.

Desde la perspectiva de Huizingh (2011), “La innovación abierta ha sido presentada inicialmente como lo contrario de una estrategia de innovación cerrada”, la innovación abierta se considera como un continuo proceso abierto, que le permite incorporar experiencias, conocimientos o tecnologías externas, procesos, productos y actividades comerciales. En definitiva, en el presente estudio para incorporar la innovación en las empresas de Santo Domingo de los Tsáchilas, se trabaja con el tipo de investigación abierta porque se requiere de innovación para aprovechar la relación de mutuo beneficio que se obtiene al buscar apoyo en las grandes empresas, ya que por su tamaño en ocasiones no pueden llegar a segmentarse en mercados pequeños, es ahí donde las pymes pueden colaborar indirectamente, y vender a través de ellas, estas pueden ayudar en la mejora de sus productos.

Innovación en las pequeñas y medianas empresas

Estas, se consideran como un factor importante de productividad, generan empleo y promueven el avance, es un proceso innovador que le permite crear valor ante el cliente, y su subsistencia debe desarrollarse en un ambiente de mejora continua donde les permita tener su meta de posesionarse.

De acuerdo a Luis Aguilar, Gerente de UPA Comunicaciones (2019), manifiesta que las pequeñas empresas ecuatorianas poseen un fuerte potencial para crear servicios, para ello deben estar capacitados en metodologías que les ayuden en nuevas ideas. UPA comunicaciones presenta cinco ejes fundamentales que puede adoptar una empresa para crear:

- Liderazgo ejemplar (empieza desde los cargos ejecutivos hasta los empleados).
- Colaboración de equipo (trabajo conjunto para alcanzar las metas).
- Plantear retos al equipo (motivar a los colaboradores a trabajar de prueba-error).
- Adoptar nuevas tecnologías (Transformación digital adaptables).
- Aplicar procesos de innovación (metodologías).

Toda Pyme, enfrenta un reto grande al innovar su empresa, deben estar dispuestos a experimentar nuevas estrategias e ideas, correr riesgos es innovar, y se requiere invertir tanto en capital humano como en recursos materiales, por ello ante la competencia que existe, exige a los emprendedores y colaboradores a implementar tecnologías para destacar en sus negocios.

Los errores que cometen las pequeñas empresas, es lanzar un producto sin mercado, y sin la elaboración de un plan de negocios, a fin de determinar si es factible el emprendimiento. Las Pymes han demostrado su capacidad para superar limitaciones ante la evolución del mundo cambiante y el desarrollo de la tecnología, se caracteriza por tener los recursos humanos limitados y poco técnicos, pero un con un alto grado de adaptabilidad (Yance, Solís, Burgos, & Hermida, 2017).

Innovación abierta Álvarez y Bernal (2017)

Tradicionalmente las empresas han innovado de forma cerrada, sus proyectos se han desarrollado exclusivamente con los recursos propios, pero se necesita del aporte de un conjunto de técnicas, que puede adquirir al gestionar abiertamente un factor de cambio al incorporar

proyectos e ideas de empresas externas. Un cambio empresarial lo demuestra Fujifilm Holdings Corporation (2018), donde su mejora continua fue enfocada en la satisfacción del cliente con productos diferenciados, donde juntos fusionan tecnologías e ideas para crear un valor nuevo, manteniendo una autosuficiencia interna.

Fujifilm adquiere conocimientos al colaborar con empresas externas comparte sus experiencias y establece relaciones que les permite innovar, además de tener una comunicación directa con los socios permite acelerar el proceso de innovación, al realizar esta fusión permite encontrar las dificultades de forma más rápida y buscar una solución, por eso la empresa Fujifilm manifiesta que es absurdo mantener en una caja fuerte sus avances tecnológicos y no compartirlos, sin embargo deben seleccionar muy bien a los socios con quienes comparten la información para que puedan generar un aporte constructivo.

El autor Chesbrough (2003), define “La innovación abierta significa que ideas valiosas pueden venir del interior o el exterior de la empresa, y también pueden llegar al mercado desde adentro o afuera de la empresa”, pueden incorporarse proyectos desde fuentes tecnológicas, este proceso tecnológico se lo puede aplicar en diferentes fases facilitando el ingreso a que fluyan hacia el mercado (pág. 43).

Las pymes al considerar la implementación de la innovación toman en cuenta los siguientes aspectos; al existir la posibilidad de integrar procesos con fuentes externas debe identificar a todos sus proveedores, como los expertos o la empresa externa aportaría en su know how (saber hacer), que beneficio obtendrá la empresa ante la posible colaboración no pensando solo en el beneficio económico, sino pensando cómo puede la empresa aportar con sugerencias sobre nuestros productos, además debemos estar abiertos a emprender conjuntamente a la inversión, ya que los caminos surgen de muchas formas, por eso deben ser flexibles ante las acciones para aprovecharlas con una investigación abierta, como se menciona anteriormente.

Dimensiones de la innovación

Se direcciona a diferentes dimensiones de acuerdo al nivel de innovación que requiere cada empresa que puede ser interna o externa, Fernández Sastre (2015).

Productos. - Crear o mejorar productos/o servicios que se conecten con los usuarios, que superen sus expectativas, que se diferencie de la competencia, presente y futura, por ello se debe mantener un equilibrio entre la funcionalidad del producto/o servicio.

Clientes. - Conocer e identificar actividades que realiza el cliente para ofrecer el producto/o servicio, y conseguir la satisfacción y experiencia única, además de captar nuevos clientes se debe fortalecer los procesos existentes.

Procesos. - Mejorar o implementar nuevos métodos que le permita tornar su cadena de valor más eficiente, eficaz, y calidad exigida por los clientes, reducir los errores y aumentar la productividad.

Canales. - Identificar o desarrollar nuevas rutas hacia el mercado, con logística de distribución eficiente, que permita el cliente recibir productos/o servicios de forma rápida dando al cliente la mejor experiencia en su compra.

Toda empresa debe innovar, crear, sistematizar, e incorporar maquinaria. Para ello, deben convocar a reuniones con el personal para sistematizar las dimensiones, y aprender a manejar con eficiencia, sin cortes de máquina (Fischmann, 2014).

Enfoque teórico de competitividad sistémica

El concepto de competitividad sistémica surge del enfoque neoliberal de la política económica que predominó en el siglo XX (García de León, 2009), la responsabilidad de competitividad les incumbía solo a las empresas, en el estudio realizado en las teorías neoliberales se discute la competitividad como la capacidad de participar en los mercados externos, aspecto

que fue cuestionado al tratar de establecer una analogía en las exportaciones, que al no obtener resultados satisfactorios muchos países optaron por acceder a paquetes de política económica, en particular, la competitividad sistémica no surge de forma natural al cambiar el contexto macro, ni se desarrolla en la parte interna a nivel micro, se requiere una interacción entre el Estado-empresa-instituciones intermediarias y la organización de una sociedad, sin embargo el nivel creciente de competitividad no crece en forma individual, a pesar que la noción sistémica de competitividad reemplaza a otros factores, como: infraestructura, tecnología, red de proveedores, comercialización, distribución, instituciones, e incluso hasta los valores culturales, es así que (Messner, 1996), propone los niveles analíticos macro y micro se complementen con los niveles meta y meso.

Al hablar de competitividad sistémica, el autor de dicho enfoque parte de la constatación de que el mundo actual no compiten solo empresas sino sistemas, porque está integrada a una red de vinculaciones que incluye a sus proveedores de bienes y servicios, al sistema financiero, al sistema educacional, tecnológico, energético, de transportes, telecomunicaciones, entre otros, así como la infraestructura y la calidad del sector público, los mercados locales y extranjeros y a las relaciones internas de la propia empresa.

De esta manera, la competitividad es producto de la interacción compleja y dinámica entre cuatro niveles económicos y sociales de un sistema que condicionan el desempeño organizacional de forma directa o indirectamente, mediata o inmediata, entre los factores determinantes de la competitividad sistémica (Messner 1996), consideran los siguientes niveles:

Nivel meta, examina la integración social donde observa la sociedad para alcanzar las transformaciones necesarias orientadas al desarrollo, donde se requiere de factores socioculturales (García de León, 2009).

Nivel meso, analiza un entorno para complementar y multiplicar sus esfuerzos, intervienen actores para fomentar los negocios de forma conjunta con políticas específicas para la creación de ventajas competitivas como; políticas de infraestructuras, política selectiva de importación, tecnológica, ambiental, regional, educacional, política impulsadora de exportación.

Nivel micro, constituye desarrollar procesos de mejora continua, estrategias empresariales, y logística empresarial.

Nivel macro, comprenden las variables macroeconómicas y su estabilidad mundial las cuales se apoyen en políticas como; presupuestarias, monetaria, fiscal, cambiaria, comercial, de competencia, las cuales hacen posible una asignación (Álvarez Aros & Bernal Torres, 2017).

El concepto de competitividad sistémica surge como una herramienta teórica necesaria ante los niveles de complejidad alcanzados por la propia sociedad en la era de la globalización y cambio tecnológico. Como se logró apreciar, esta concepción provee un marco general que me permite identificar el gran número de determinantes de la competitividad de un país o una industria en lo particular, y evaluar a la luz de las interacciones entre esos elementos, las condiciones y posibilidades de inserción internacional en un momento dado.

Este marco, a juicio como investigadora, ofrece una perspectiva de análisis que es especialmente útil para el estudio de los procesos específicos de interacción local-global que implica el desarrollo regional en las empresas del sector comercio en Santo Domingo de los Tsáchilas.

De la ventaja competitiva a la competitividad

Es un concepto desarrollado por Michael Porter (1980), considera que una empresa es capaz de generar valor para diferenciarse de sus competidores, característica superior ante la competencia. Una empresa obtendrá una ventaja competitiva cuando posee una ventaja única y sostenible con respecto a sus competidores, esta ventaja le permite obtener posicionamiento en

el mercado, es por ello que una empresa debe lanzar un plan de ventaja competitiva. Porter (1986), aporta con la diferenciación y el enfoque de forma individual o de forma conjunta para el valor.

Existen numerosas definiciones sobre competitividad, al respecto, Adbel & Romo (2004), enfatizan que: “la capacidad empresarial se deriva de la ventaja competitiva en una empresa específica” (Gómez Ortiz, 2018). El talento que tienen las personas para alcanzar la productividad. De esta forma, valorando la competitividad, se determina si las Pymes son capaces de sostenerse en las limitaciones internas y alcanzar su potencial (Gómez Ortiz, 2018), complementario a esto señalan que la competitividad también depende de la localidad de las interacciones que la forma (Saavedra García, Milla Toro, & Tapia Sánchez, 2013).

La ventaja competitiva depende de la empresa más no del Estado, al crear actos de innovación y el papel del Estado es intervenir con políticas amigables con el mercado para mantener la competitividad, es por ello que el gobierno y las empresas interactúan para generar ingresos y empleos para el país.

Dimensiones de la competitividad

Entre las dimensiones de la competitividad, Arredondo, et al (2016) las empresas deben apegarse a nuevos modelos, como es la administración del conocimiento y la administración de la innovación, con el fin de no quedarse rezagados en esta carrera por el posicionamiento en un mercado cada vez más riguroso, por lo que, la dotación de capital humano especialista en las unidades estratégicas para el desarrollo de la competitividad es una cuestión fundamental (Buendía, Rivas, & León, 2017)

Ámbito empresarial

Es posible, que en varias ocasiones se comenten los cambios que estamos viviendo o que tiene lugar en las empresas, pero como es algo tan común y a veces evidente, no dedicamos el tiempo necesario a profundizar y analizar las consecuencias de estos cambios, cuando son, junto a la aceleración con que ocurre, los factores de mayor importancia y menos entendido por las empresas. Parece oportuno y conveniente que se dedique unos momentos a reflexionar sobre algunos cambios que han ocurrido, y ver las consecuencias que han tenido y tienen para la organización y dirección de empresas.

Este análisis se lo debe realizar no solo desde el punto de vista de estudiar la evolución del pensamiento y teorías sobre planeación, organización, dirección, control de empresas, sino también es importante investigar, ¿porqué han ocurrido? ¿Cuáles han sido las causas? ¿Cuáles son las consecuencias? Estos conocimientos permitirán a la investigadora, en alguna forma, prepararse más para la toma de decisiones que contemple su impacto en el futuro y en consecuencia posicionarnos mejor para competir con éxito.

Razón, porque los modelos de negocios realizan grandes cambios productivos o tecnológicos, los cuales pueden ser internos con la eficacia y aumento del valor que perciben los clientes en la compra de los productos/o servicios.

Existen diferentes formas de innovación empresarial, las empresas determinan de acuerdo la necesidad de reevaluar, generar ingresos o una transformación total al empezar un nuevo negocio, por ello daremos tres tipos de innovación empresarial que pueden adoptar las empresas; 1) innovación del modelo de ingresos, donde la motivación es aumentar las ganancias eso puede implicar reevaluar; 2) innovación en el modelo de negocios, realizar cambios o mejoras en los productos/o servicios, formar alianzas, implementar tecnologías; 3) modelo radical donde

la empresa cambia la industria por completo la cual puede ser con el mismo producto/o servicio o incursionar en uno nuevo (NeetWork Business School, 2020).

Ámbito administrativo

Permite realizar investigaciones en áreas que tradicionalmente han sido olvidadas por los administradores, siendo que la innovación administrativa surge cuando la estructura, planeación, control y presupuesto es más eficiente. De acuerdo a Don Hellriegel (2006), la innovación administrativa sucede con la creación de un nuevo diseño de organización que contribuye a mejorar la producción y distribución de productos o servicios (Jansa, 2020), es por ello que las transformaciones se contemplan en reducir costos administrativos y reforzar la planeación estratégica.

La innovación administrativa sucede cuando existen nuevos métodos para seleccionar al personal, estructurar tareas, responsabilidades y recompensas, siendo direccionada al personal (Villalobos, 2007).

Ámbito gubernamental

Es importante innovar en el sector comercial porque les permite adaptarse a continuos derivados de nuevas tecnologías para mejorar los procesos y ofrecer servicios eficientes, donde el gobierno se transforme busque nuevos esquemas de interacción y colaboración para alcanzar un mayor bien común, es por ello que el sector público debe innovar en la política como en la gestión de servicios.

De acuerdo a la CEPAL (2015), la construcción de la planificación y desarrollo de políticas requiere de un periodo de gobierno, en donde la acción se da en bloques institucionales, niveles de gobierno con distinto alcance y cobertura territorial, la responsabilidad del Estado como actor del sistema (Arredondo Trapero, Vásquez Parra, & Jorge de la Garza, 2016).

El Ecuador ha desarrollado tecnologías de acuerdo a las necesidades de los ciudadanos para eliminar las barreras al servicio público (United Nations, 2014), herramientas tecnológicas que permiten tener una mejor interacción con los ciudadanos, convirtiéndose el Ecuador en un gobierno electrónico.

Marco referencial

El gobierno ecuatoriano encargado de generar estabilidad y fortalecimiento del sistema económico e impulsar el crecimiento de los grupos en desventajas como son la Pymes, adopta políticas de financiamiento, donde la Banca Pública y Privada participa en otorgar créditos accesibles a las pequeñas empresas ecuatorianas que desempeñan un rol importante en el país y plazas de empleo, aportan con su productividad al crecimiento, sin embargo un sin número de ellas no llegan a crecer y perdurar en el mercado llegan a un década de antigüedad hasta menos debido a la falta de financiamiento, ya que no alcanzan a cumplir con los múltiples requisitos que solicitan las instituciones (Molina-Ycaza y Sánchez-Riofrío. 2016).

Las Pymes en el Ecuador, contribuyen al crecimiento en tasas mayores que las grandes corporaciones, participan activamente, forman parte del desarrollo del país produciendo, comprando o añadiendo valor agregado a los productos o servicios.

Las empresas registradas en el SRI o que registran personal afiliado en el IESS o pertenecen al RISE, se detalla según su participación nacional en el mercado (Delgado Delgado & Chávez Granizo, 2018).

Tabla 2

Empresas según su índice de participación nacional

Tamaño de empresa	Nº Empresas	% Total
Total	899.208	100%

Microempresas	816.553	90.81%
Pequeña empresa	64.117	7.13%
Mediana empresa	14.278	1.59%
Gran empresa	4.260	0.47%

Nota. Tomado de DIEE 2018

Según la estadística del año 2019, en el Ecuador existen en total 899.208 empresas, de las cuales 816.553 pertenecen a microempresas lo que representa el 90.81% del total, existen tres provincias que se destacan por su participación, como Pichincha 23.75%, Guayas 18.95% y Manabí 8.75%, en los movimientos económicos que realizan imperan los servicios con el 42.66%, seguidos del comercio con el 34.93%, la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con el 10.38%, industrias manufactureras 8.38%, construcción 3.43% en minas y canteras 0.22% (INEC, 2021).

En particular, contribuyen directamente con el crecimiento económico y desarrollo social de todas las regiones del país, sin embargo las pymes, pueden cambiar el significado en otros países de acuerdo a la geografía y desarrollo económico, por ejemplo una empresa cuyas ventas al año es de \$10.000.000 se la puede considerar pyme y en otro país gran empresa, sin embargo para su denominación se utilizan variables que permite su medición como; capital social, cantidad de personas empleadas, valor de activos que posee la empresa.

Caracterización de su entorno institucional

En la caracterización general, el Código Orgánico de la Producción determina a las Pymes que ejercen una actividad productiva que puede ser de comercio y/o servicios, que cumplen con ciertas características con el número de empleados, valor bruto de ventas anuales, siendo que su categoría define, de acuerdo sus variables (Yance Carvajal, Solís Granda, Burgos Villamar, &

Hermida Hermida , 2017), y si existiera inconformidad en dichas variables se basará solo en las ventas anuales.

Sin embargo, se les señala de acuerdo al volumen de ingresos de sus negocios y cantidad de capital humano que emplean (Delgado Delgado & Chavéz Granizo, 2018), su existencia sirve en parte como un tejido auxiliar ya que pueden realizar servicios u operaciones en pequeñas actividades productivas actuando como empresas subcontratadas.

INEC (2019), reconoce como Pymes a empresas formadas y que realizan actividades económicas entre las que destacamos las siguientes,

- Comercio
- Industrias Manufactureras
- Construcción
- Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca
- Explotación de Minas y Canteras
- Servicios

Las Pymes en el Ecuador generalmente se enfocan a bienes y servicios (Delgado Delgado & Chavéz Granizo, 2018), actividades que han contribuido al empleo y participación activa (Emprende Pyme, 2016). Entonces, estas se identifican por contratar mano de obra no calificada, bajo nivel de desarrollo tecnológico, capital reducido, baja productividad, ingresos reducidos, ausencia de normas de control y calidad, limitado acceso formal.

De acuerdo a Castañeda (2009), estas empresas se originan de sujetos creadores como estudiantes, recién egresados o personas que no completaron sus estudios superiores, hijos de empresarios, trabajadores que optan por un trabajo independiente, para mejorar su economía y brindar un empleo a la sociedad.

Criterios generales de clasificación de las pymes

En el Ecuador la clasificación de las Pymes difiere alrededor del mundo, el SRI tiene varios criterios como ventas, capital social, cantidad de personal, y nivel de producción o activos para determinar su clasificación (Delgado Delgado & Chavéz Granizo, 2018).

De acuerdo a Cardozo, et al. (2012), manifiesta que existe complejidad conceptual al clasificar, por ello recoge criterios y enfoques de varios autores que consideran la fuerza productiva, volumen de ventas, nivel de inversión como variables para clasificar.

Apoyo institucional al sector Pyme

El gobierno ecuatoriano encargado de generar estabilidad y fortalecimiento del sistema económico e impulsar el crecimiento de los grupos en desventajas como son la Pymes, adopta políticas de financiamiento, donde la Banca Pública y Privada participa en otorgar créditos accesibles a las pequeñas y medianas empresas.

Banca pública

El Banco Central del Ecuador tiene como función constitucional establecer, controlar y aplicar la política crediticia del Estado, así como también la atribución de conocer, aprobar y evaluar la ejecución de los presupuestos de las instituciones financieras públicas (Banco Central del Ecuador, 2015)

Corporación Financiera Nacional

Su misión es estimular el desarrollo productivo y estratégico del Ecuador, por medio de las políticas públicas, el aporte que realiza el CNF está alineado al Gobierno Nacional para la dinamización económica (Corporación Financiera Nacional, 2021). CFN (2019), conjuntamente con la CAF (Banco de Desarrollo de América Latina) firmaron un crédito que les permitió fortalecer

y aumentar el capital para proyectos de pequeñas y medianas empresas, este financiamiento está enmarcado en el programa CFN, y pretende destinar inversión para activos fijos, mientras el CAF financiera es la encargada de generar capital a empresas, permite fortalecer su desarrollo productivo, y crear empleos (Corporación Financiera Nacional, 2021).

BanEcuador

Banco público del Ecuador es una entidad que realiza un trabajo de intermediación financiera, su función es otorgar microcréditos, créditos productivos orientados al sector rural, a unidades productivas individuales o asociados y Pymes dedicadas a actividades comerciales, productivas, cuyos proyectos, emprendimientos pueden ser de jóvenes o adultos con ideas que generen ingresos, brindándoles programas de financiamiento que garantice su sostenibilidad y financiamiento.

Banco Central del Ecuador

El Banco Central del Ecuador, tiene como función constitucional velar por la estabilidad financiera, así como establecer, controlar y aplicar la política crediticia del Estado, orientado a mejorar la aprobación y seguimiento de la banca pública con el propósito de atenuar las fallas de mercado en el otorgamiento de créditos (Banco Central del Ecuador, 2015).

Banca Privada

La banca privada (2020) conjuntamente con el gobierno impulsa a las Pymes con créditos que le permitan reactivar su producción, al entregar una serie de créditos que financien sus actividades productivas y comerciales, una línea de créditos que estén enfocadas en la reactivación y sostenibilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas que tiene dificultad para acceder a los créditos.

Una forma de apoyo para las MiPymes, que pueden acceder a una forma ágil a créditos se creó el producto Pymes Exprés CFN, otorga créditos a personas naturales y jurídicas, para su precalificación se revisa el perfil del cliente y cupo de financiamiento que permita mitigar el riesgo de crédito (Corporación Financiera Nacional, 2021).

Características internas pymes

La pequeña y mediana empresa se caracteriza por ser independiente con ciertos límites organizacionales y financieros regidos por el Estado. Posee una estructura pequeña y dificultad de financiación, lo que limita su entrada a mercados internacionales. Las Pymes, están supervisadas por entes de control que establecen límites para ser consideradas pequeñas empresas como nivel de activos, ventas y cantidad de empleados. De acuerdo Gómez (2008), considera las siguientes características relevantes:

- Capital social proviene de una persona o pequeño número de socios
- Escasa capacitación en dirección y administración
- Los dueños dirigen la empresa y toman decisiones.
- Empresas familiares.
- Relación tamaño y productividad.
- Falta de solvencia.
- Poco productivas.
- No tienen obligación de rendir cuentas.

Clasificación de las Pymes de acuerdo a su tamaño en el Ecuador

Las pequeñas y medianas empresas desempeñan un rol de gran importancia en la economía nacional, debido a su influencia en la generación de empleo y crecimiento económico (Delgado Delgado & Chavéz Granizo, 2018). Su ventaja frente a empresas de mayor envergadura

radica en su facilidad para adaptarse a los requerimientos del mercado y a las necesidades de sus clientes (Fernández Sastre, Juan, 2015), y de ser más competitiva a nivel empresarial (Pérez Árevalo & Tello Toalongo, 2019).

En particular, son importantes los criterios como referencia a la inversión en activos fijos, nivel de productividad y nivel de ventas.

De acuerdo al Decreto N°757 (2012), la clasificación se lo determina por dos factores importantes; número de empleados e ingresos, quedando representado de esta manera:

Tabla 3

Clasificación de empresas

Clasificación de las empresas	Cantidad adquirida por el mercado anualmente	Personal ocupado
Microempresa	Hasta 300.000	1-9
Pequeña empresa	300.001 a 1'000.000	10-49
Mediana empresa	1'000.0001 a 5'000.000	50-199
Grande empresa	5'000.001 en adelante	200 en adelante

Nota. Tomado del directorio de empresas-DIEE (2018)

Perfil del empresario de las Pymes Ecuador

La palabra empresario se deriva de vocablos franceses “entre” y “tomar”; el primer término es que toma una posición entre un proveedor y un comprador, el segundo término “tomar” a que toma riesgos calculados (Viegas, y otros, 2007), el empresario se considera como una persona que obtiene los recursos de un área para trasladarla a otra área de mayor productividad y rendimiento (Dinero en imagen, 2014). Además, requiere de visión, pasión y compromiso para alcanzar las metas (Lambing & Kuehi, 1998).

Un empresario es emprendedor, es decir, debe tomar acciones creativas para construir, guiar, buscar oportunidades, siendo que un empresario puede trabajar en nombre propio o ser representante donde ejerce una actividad empresarial en generar productos o servicios para el mercado.

El empresario Pyme reúne las siguientes características:

- Búsqueda del rendimiento.
- Tenacidad para buscar recursos.
- Aprovechamiento al máximo de los recursos.
- Dispuesto asumir riesgos.
- Creatividad.

El Dr. Sergio Albano (2004), propone una tipología en su tesis, donde el comportamiento del empresario se vincula a su negocio, a su mercado y a su público en general. Los empresarios de las Pymes del Ecuador han dirigido sus negocios con modelos empresariales domésticos, donde sus estilos conservadores no les han permitido mentalizarse a explorar otros mercados y atreverse a crecer, un empresario debe mantener una educación y asesoramiento continuo para dirigirse hacia horizontes de progresos y cambios innovadores.

Desarrollo comercial en Santo Domingo de los Tsáchilas

La Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, situada al centro norte del país, en la zona geográfica conocida como Región Costa, en los flancos externos de la cordillera occidental de los Andes, limita al norte con la provincia de Pichincha y Esmeraldas, al sur con la provincia de los Ríos, al Este con la provincia de Cotopaxi y al Oeste con la provincia de Manabí, el clima que predomina es tropical-mega térmico-húmedo, constituyéndose esta zona para que se desarrollen actividades agropecuarias,

comerciales y sociales, la cual complementada mediante infraestructura sistémica potencia y fortalece las dinámicas de los territorios.

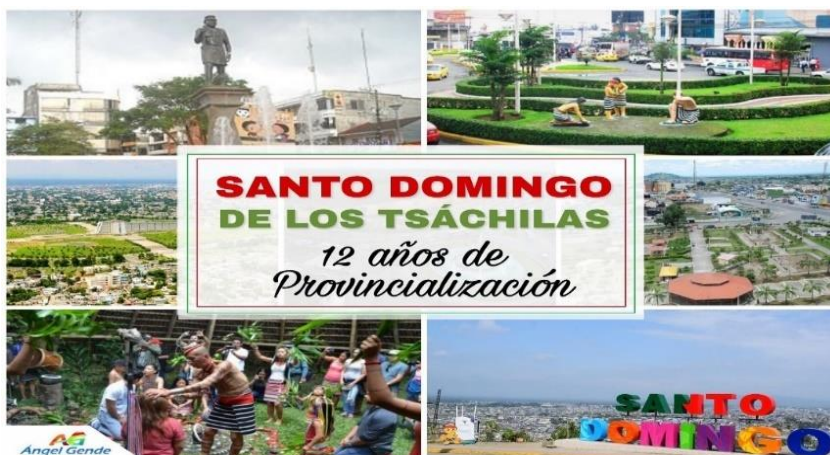
Las empresas de estudio son de la misma localidad, de acuerdo al INEC 2010, y se concentran en Santo Domingo de los Tsáchilas, esta provincia se encuentra vinculada al comercio y la actividades agropecuarias, comprendiendo el sector terciario como el comercio el 23,46%, el sector primario (agricultura, ganadería y silvicultura) el 20,77%, el sector industrial el 8.34% (procesos de productos agrícolas, empresas de envasado de agua, especies forestales), el 32% se declara empleado privado, 29,1% trabajan por su emprendimiento, 14,9% actividades de jornalero, 8,4% empleado del estado, es decir en Santo Domingo de los Tsáchilas representa el 46.93% tasa de ocupación plena y el sector informal es del 45,5% (Censo INEC, 2010). Los establecimientos económicos asentados en la provincia representan el 57.76% sector comercio, 32,42% sector servicios, 9,6% manufactura.

En la provincia de Santo domingo de los Tsáchilas el comercio crece cada día, la demanda generada por la alta población que existe, las cuales se ven amenazadas por los comercios informales que ofrecen los mismos tipos de servicios o productos donde no tiene que pagar impuestos siendo los precios relativamente bajos, en muchas ocasiones los compradores prefieren realizar consumo de bienes con personas que nos están legalmente constituidas (Camargo, 2005).

Otro aspecto importante, que constituye para la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, el encuentro cultural que produce al convivir con migrantes provenientes de otras provincias de la costa con el de la sierra, los cuales pasan a formar parte del núcleo de la vida económica y social en el cantón, siendo que la mayor cantidad de migrantes provienen de las provincias de Pichincha y Manabí con porcentajes superiores al 20%, seguida de la provincia de Esmeraldas 16% y Guayas 8.6%.

Figura 8

Santo Domingo de los Tsáchilas



Nota. Tomado del segundo aniversario de provincialización (Gende, 2019)

La intensa y dinámica actividad comercial se centra en la parte urbana entre el 80% y 90% del intercambio de bienes y servicios entre las cuales se destacan las ferreterías, tiendas de ropa, repuestos y accesorios para vehículos, bazares, restaurantes, los cuales coexisten con el uso de actividades complementarias que forman parte de la dinámica del comercio informal (comercio minorista de barrio, talleres artesanales, servicios a las personas).

El dinamismo comercial de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas tiene una estructura concéntrica, donde los ejes viales regionales (Quito, Quinindé, Chone, Quevedo) que conectan a la provincia permiten el desarrollo y crecimiento de las actividades económicas especialmente las comerciales, convirtiéndose en el nodo principal de la articulación, haciéndolo atractivo para el flujo comercial, por ello migrantes de otras provincias buscan oportunidades comerciales, estableciendo sus negocios en actividades productivas existentes u otros tipos de emprendimientos que han contribuido con el desarrollo económico de la provincia, el tejido empresarial es escasamente innovador coexisten con empresas con cierto nivel de tecnología.

Santo Domingo de los Tsáchilas se encuentra en una situación de desarrollo económico nacional con fuerte potencial de crecimiento económico, sin embargo no ha estado a la par con la adecuada administración de los gobernantes de la provincia, el complejo sistema de comercialización que ocupa las calles debido a la falta de mercados establecidos y las nuevas oportunidades de venta son causa de que se creen mercados espontáneos que por su naturaleza no planificada interfieren con el desarrollo de la provincia.

La conectividad y la movilidad interna de los habitantes de Santo Domingo de los Tsáchilas que se manifiesta en el tránsito vehicular en sus calles y terminales de transporte provincial e interprovincial que contribuye en la dinámica comercial especialmente de las zonas urbanas han marcado ejes de desarrollo y crecimiento de corredores lineales que permiten actividades económicas, especialmente las comerciales.

Características de un empresario Pyme en Santo Domingo de los Tsáchilas

La personalidad se refiere al conjunto de características o cualidades que distingue a una persona de otra. En el mundo empresarial, se trata de identificar a un empresario, ya que existen ciertas características propias de este sector, sin duda, han marcado una brecha importante en el rumbo de la innovación de las empresas pyme en Santo Domingo de los Tsáchilas.

“Los empresarios tienen que reconocer los problemas y tomar oportunas y firmes decisiones para solucionarlos con eficacia. El emprendedor debe anticiparse a las dificultades, y estar en la capacidad de identificar cuando algo está mal para corregirlo” (Alcaraz, 2019)

Muchos estudiosos del tema coinciden en que los empresarios poseen una serie de características que los distinguen del resto de las personas. De acuerdo con John Kao (1989), el empresario es una persona con características muy particulares, entre ellas:

- Compromiso total, determinación y perseverancia.

- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades
- Iniciativa y responsabilidad.

El empresario es una parte importante para emprender, y generar fuentes principales de empleo, desarrollar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, realizar con sus actividades productivas económicas dentro del espacio territorial, el empresario es la cabeza principal de aquellas empresas que son formadas por estructuras familiares, socios o unipersonales para realizar una actividad económica que les genere rentabilidad, sin embargo los empresarios-dueños tienen una escasa educación y experiencia, puede ocurrir también que no poseen habilidades que necesitan para responder justo a tiempo. En la tabla 4., elaborado por Sánchez (2003), se aprecia con claridad cuáles son:

Tabla 4

Características de los empresarios

1. Factores motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de logro. • Necesidad de reconocimiento. • Necesidad de desarrollo personal. • Percepción del beneficio económico. • Baja necesidad de poder y estatus. • Necesidad de independencia. • Necesidad de afiliación o ayuda a los demás. • Necesidad de escape, refugio o subsistencia.
2. Características personales	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa personal. • Capacidad de decisión. • Aceptación de riesgos moderados. • Orientación hacia la oportunidad. • Estabilidad emocional/autocontrol. • Orientación hacia metas específicas. • Locus de control interno (atribuye a él mismo sus éxitos o fracasos). • Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre. • Es receptivo en sus relaciones sociales. • Posee sentido de urgencia/tiempo valioso. • Honestidad/integridad y confianza.

	<ul style="list-style-type: none">• Perseverancia/constancia• Responsabilidad personal.• Es individualista.• Es optimista.
3. Características físicas	<ul style="list-style-type: none">• Energía• Trabaja con ahínco
4. Características intelectuales	<ul style="list-style-type: none">• Versatilidad/flexibilidad.• Creatividad/imaginación/innovación.• Búsqueda de la verdad e información.• Planificación y seguimiento sistemático de resultados• Capacidad para analizar el ambiente (reflexión)• Visión comprensiva de los problemas.• Planificación con límites de tiempo.
5. Competencias generales	<ul style="list-style-type: none">• Liderazgo.• Orientación al cliente.• Capacidad para conseguir recursos.• Gerente/administrador de recursos.• Patrón de factores de producción.• Exigen eficiencia y calidad.• Dirección y gestión de la empresa.• Red de contacto.• Comunicación.• Persistencia en la solución de problemas.• Realismo, autoconfianza.• Altos niveles de energía.• Busca realimentación.• Control interno alto.• Toma de riesgos calculados.• Baja necesidad de status y poder.• Integridad y confiabilidad.• Tolerancia al cambio.

Nota. Tomado de Alcaraz (2019) que cita a Sánchez & Cantú (2017)

Diversas personas inician un negocio sin la menor experiencia, otras conocen cierta área, pero no tienen la actividad específica que eligieron.

Marco conceptual

Empresario

La palabra empresario se refiere a un ente o sujeto de negocios con capacidad de asumir responsabilidades de producción por cuenta propia, “entrepreneur” que significaba; tomar, apoderarse, sorprender, descubrir, es por ello que el término empresario se considera una persona con dinamismo que posee flexibilidad, descubre y explota oportunidades en una sociedad que existe competencia, es capaz de coordinar, orientar fuerzas y economizar recursos (Kirzner, 1997).

La función de un empresario es coordinar, organizar, desarrollar una actividad económica de producción o prestación de servicio para satisfacer determinadas necesidades de la sociedad a cambio de una utilidad o beneficio.

Un empresario nace o se hace ya que no todas las habilidades son innatas, se debe considerar la influencia que ha recibido durante toda la vida, siendo la influencia de los estudios una parte que determina el actuar del empresario en conjunto con las aptitudes y actitudes que se adquieren con la práctica, podemos determinar características que hacen a un empresario; pasión, tenacidad, confianza, autodeterminación, creatividad, iniciativa y motivación.

Innovación

El término “innovation” se introduce novedades o se modifica elementos existentes con la finalidad de mejorarlos, además puede ser la solución de un problema o necesidad. La innovación les permite interactuar de forma dinámica y competitiva, es por ello una necesidad para realizar cambios y mejoras como factor de supervivencia ante la competencia, ya que no es suficiente solo crear productos u ofrecer servicios de calidad (Álvarez Aros & Álvarez Herrera, 2018).

Según Corma (2013), la innovación es la evolución, y en el Manual de Oslo (2005) define como introducir un producto nuevo o servicio significativamente mejorado, así como una nueva estructura interna para la organización, comercialización y distribución en cualquier empresa sea esta grande o pequeña, parte de una idea que evoluciona, se desarrolla, se implementa como estrategia que contribuye al cambio de la empresa.

Competitividad

Michael Porter, sostiene que hay que incrementar su participación internacionalmente, los cuales deben ser relacionados con el nivel de vida de la población, donde el único camino sólido, está basado en el acrecentamiento de la producción (Porter, 1990).

Una competitividad requiere de la intervención del gobierno con la elaboración e implementación de políticas relacionadas con investigación, desarrollo de políticas en equidad, políticas de educación, políticas crediticias, estas políticas favorecen el entorno de la empresa haciéndolas más competitivas. El autor Porter considera estos cuatro factores como claves para determinar si existe competitividad en una nación: la dotación del país, la demanda interna, determinar si existe una estructura productiva, predisposición social hacia la innovación (Porter, 1986).

Según (Gordon Bustamante, 2014). La competencia empresarial posee dos grandes aspectos: la competencia externa y la interna. La competitividad externa comprende la competencia de la empresa dentro de los mercados en la que se encuentra inmersa, mientras que la competitividad interna se refiere a la competencia de la compañía consigo misma, teniendo en cuenta su efectividad.

Marco legal

Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador (1998), establece normas y principios generales que rigen a un país, brindando derechos y garantías de ordenación política y jurídica que impulsan el desarrollo de un país. En el artículo 66, numeral 15 de la Constitución Política del Ecuador, “el derecho a desarrollar actividades económicas, ya sea en forma individual o colectiva, de acuerdo a la solidaridad, responsabilidad social y ambiental”, el Estado da libertad a la sociedad para la creación de empresas permitiéndoles participar en la producción económica, como deber del Estado: “Impulsar y defender mediante el cumplimiento de la Constitución y la Ley”, normas en beneficio de la empresas para que pueden reactivar el desarrollo productivo (DerechoEcuador.com, 2020).

En los numerales 2 y 7 del artículo 284 de la Constitución de la República del Ecuador, es: “Incentivar la producción nacional, y sistémica con actividades productivas complementarias en la integración regional”, y “conservar la permanencia económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleos sostenibles en el tiempo”, el Estado ecuatoriano reconoce incentivar a las empresas ecuatorianas en la estructura productiva para generar empleos sostenibles. El Estado promueve incentivos financieros sostenibles para motivar a las empresas a promover cambios internos como externos que les permita ser creativas y competitivas.

Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 “Toda una vida”

El plan que reemplaza al plan nacional en el Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa, integrado por secretaria técnica, participación ciudadana, de acuerdo al artículo 280, el Plan Nacional de Desarrollo tiene como objetivo los lineamientos estratégicos y procesos para el crecimiento del país, coordinando en organismos descentralizados, programas,

proyectos públicos y programar la ejecución del presupuesto del Estado, para alcanzar mayor equidad, justicia social y productiva.

El Plan Nacional de Desarrollo, es un instrumento del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa, cuyo objetivo es contribuir con el cumplimiento de los derechos constitucionales, implementación de políticas públicas, programas, proyectos públicos, el PND se enmarca en la sostenibilidad.

El Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 “Toda una vida”, descrito en el desarrollo del proyecto de investigación, fue tomado por la temporalidad en que se realizó el estudio.

Ley Orgánica de emprendimiento e innovación

La Constitución de la República del Ecuador reconoce fomentar como base del desarrollo productivo, la participación activa de actores públicos y privados para trabajar y crear espacios que le permitan a los emprendedores identificar las problemáticas existentes, para mejorar sus negocios con la aplicación de estrategias de Sostenibilidad y de Emprendimiento e Innovación, que fue aprobado el 18 de febrero del 2020, tiene como objetivo establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento nacional, en esta ley se pretende promover la cultura de emprendimiento y abarca a todas las actividades de carácter que estén vinculadas con emprendimiento e innovación.

Entre los beneficios que pueden recibir los emprendedores, son los fondos financieros, y financiamiento en las diferentes etapas del emprendimiento, plataformas para financiamiento de proyectos innovadores que deben estar con Registro Nacional de Emprendimiento (RNE), formación y cultura emprendedora desde la educación básica y bachillerato que les permita desarrollar planes de negocio o proyectos.

CAPITULO III. Metodología

Para determinar la evolución cronológica y los componentes de la competitividad sistémica empresarial y su impacto en el rendimiento de mercado moderno, se desagregó los dos elementos de estudio, para ello se efectuó un análisis descriptivo mediante la recopilación y análisis de los artículos encontrados en *Harzing's Publish or Perish*, *Google Académico*, *Redalyc* y *Scielo*, con palabras claves: innovación empresarial, competencias sistémicas y rendimiento actual de los mercados, además, la presente investigación es exploratoria ya que los resultados permitieron sintetizar la información sobre la competitividad sistémica que se dispone actualmente e incrementa el conocimiento que se tiene sobre el tema aplicado al contexto del sector de las empresas comerciales de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Enfoque y tipología de la investigación

El actual estudio es de tipo no experimental, transversal, descriptivo y correlacional; se centra en identificar los factores de innovación que más inciden en la competitividad sistémica empresarial en Santo Domingo de los Tsáchilas, con el fin de obtener información que contribuya a optimizar su gestión en el sector comercio y dar sostenibilidad a sus negocios.

Por otro lado, el enfoque que se aplica a la investigación es de carácter cuantitativo, basado en la recolección de datos obtenidos por la aplicación del instrumento como la encuesta y el cuestionario necesario para probar la hipótesis de investigación, partiendo de una idea y posteriormente a una pregunta de indagación

Por el alcance

Es de tipo descriptivo causal; descriptivo, porque busca detallar las características, propiedades de un sector o fenómeno que es investigado. También, es de tipo causal porque permite descubrir las relaciones que pudieran existir del estudio (Hernández et al., 2006). Se

analiza cómo afecta la competitividad sistémica en las empresas del sector comercio de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, el estudio se realizará con la aplicación de Alpha Cronbach para la valoración de la confiabilidad del instrumento.

Por la finalidad

La investigación por su finalidad es aplicada porque busca analizar los factores de innovación empresarial en Santo Domingo de los Tsáchilas, en el sector comercio, partiendo del análisis y la información otorgada por las organizaciones delimitadas.

Según (Gómez, 2008), la investigación básica o también llamada investigación fundamental o investigación pura, tiene como finalidad la obtención y recopilación de información para ir construyendo una base de conocimiento que se va agregando a la indagación previa existente, por eso la investigación aplicada persigue entender, explicar y predecir los principios fundamentales que rigen la realidad y los distintos fenómenos analizados a nuestro alrededor, ya sean fenómenos físicos, naturales, etc.

La investigación aplicada “está encaminada a resolver problemas concretos y prácticos de la sociedad o las empresas, por tanto, permite solucionar problemas reales. Además, se apoya en la investigación básica para conseguirlo. Esta le aporta los conocimientos teóricos necesarios para resolver problemas o mejorar la calidad de vida (Rus, 2020)

Por las fuentes de información

Para dar respuesta al objetivo planteado se propone también una investigación de carácter cualitativo con un estudio bibliográfico, se obtiene una información de diversas fuentes bibliográficas, como artículos científicos, revistas indexadas, libros, informes de titulación relacionados con el tema propuesto, se busca en libros virtuales (internet) que son herramientas

apreciables para la consulta, a fin de que sirva de aporte en el desarrollo del proyecto de investigación.

Del mismo modo se utiliza también la investigación de campo con representación cuantitativa, con la aplicación de una encuesta-cuestionario y se consigue datos oficiales de los investigados, con el propósito de obtener resultados que conduzcan al objetivo principal esbozado por la investigadora en este proyecto de investigación.

Por el control de las variables

La presente investigación es de tipo no experimental, se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin intervención directa del investigador, es decir, sin que el investigador altere el objeto de investigación (control de variables). En la investigación no experimental, se presta atención en los fenómenos o acontecimientos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos (Hernández, Fernández y Baptista , 2006). En un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se presta atención a situaciones ya existentes, es decir, que se encuentran definidas y nuestro estudio se limitó a estudiarlas y analizarlas.

Marco muestral

El universo para la presente investigación está compuesto por las empresas del sector comercio de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, formada por dos cantones; el cantón Santo Domingo (7 parroquias urbanas y 7 parroquias rurales) y el cantón la Concordia (1 parroquia urbana y 3 parroquias rurales).

Población y muestra

Población

La población se seleccionó por medio de una investigación de campo a los dos cantones de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, el cantón Santo Domingo y el cantón la Concordia para poder determinar la proximidad de la población objetivo tomando en cuenta que las empresas se encuentren en la zona central urbana, que sean pequeñas y medianas empresas, registradas en el SRI y en la Camara de Comercio de Santo Domingo, características que tiene el cantón Santo Domingo caso contrario del cantón la Concordia que se encuentra ubicado a 42km de la provincia, donde la mayoría de sus empresas son microempresas.

Figura 9

Mapa de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas



Nota: Tomado de Gobierno Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas

Por eso, se trabajará con las de 1.954 empresas del cantón Santo Domingo que se dedican a diversas actividades, se seleccionó a empresas que poseen características comerciales, y se destacó para esta investigación, las que no fabrican bienes terminados ni extraen materia prima, más bien que sean intermediarias entre las empresas industriales y el consumidor final,

generalmente aquellas que compran y venden productos para comercializar, buscando satisfacer las demandas del consumidor, y fomentando el movimiento comercial que la economía necesita para crecer, datos que fueron sacados del Servicio de Rentas Internas (SRI) para el desarrollo del proyecto de titulación, pymes existentes globalmente en el cantón Santo Domingo.

Tabla 5

Población de las empresas del sector comercio/Santo Domingo

Cantón	N° de empresas	Porcentaje	Actividad económica registrada en el SRI
Santo Domingo	1.954	100%	Compra y venta de productos

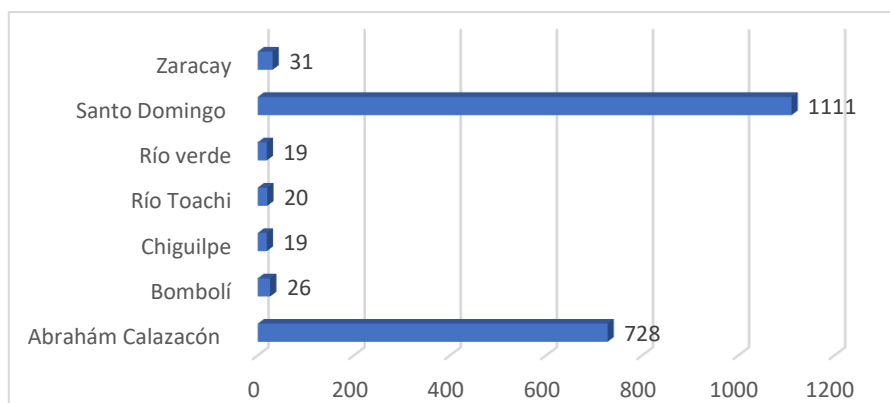
Nota. Tomado del Servicio de Rentas Internas (2019)

Tabla 6

Parroquias de las empresas del sector comercio/Santo Domingo

Parroquias	N° de empresas	Porcentaje	Actividad económica registrada en el SRI
Abrahám Calazacón	728	37%	Comercio
Bombolí	26	1%	Comercio
Chiguilpe	19	1%	Comercio
Río Toachi	20	1%	Comercio
Río verde	19	1%	Comercio
Santo Domingo	1111	57%	Comercio
Zaracay	31	2%	Comercio
Total, Santo Domingo	1954	100%	Comercio

Nota. Tomado del Servicio de Rentas Internas (2019)

Figura 10*Empresas con actividad comercial en el cantón Santo Domingo*

Nota. Tomado del Servicio de Rentas Internas (2019)

Explicación

Según la información del Servicio de Rentas Internas (2019), en el cantón Santo Domingo existen 1.954 empresas registradas con RUC. Este cantón, por su ubicación geográfica, acoge a gran cantidad de empresas, pero en el sector comercial existen 65 empresas en la zona urbana, pymes que por su actividad económica aportan a la dinamización de la economía local y nacional. Como se observa en la tabla y gráfico que anteceden, estas empresas se encuentran ubicadas indistintamente en cada una de las parroquias, en la parroquia de Santo Domingo está ubicado el 57% de las empresas, mientras que, la parroquia Abrahám Calazacón concentra el 37% de las empresas comerciales.

Tabla 7*Total, de empresas y características empresariales-Santo Domingo*

Total, de empresas	Características empresariales		
	Formal	Trabajo informal	Total
1.954	98,37%	1,63%	100,00%

Nota. Tomado del Servicio de Rentas Internas (2019)

Explicación

Del total de la población de 1.954 empresas registradas con RUC en el Servicio de Rentas Internas el 98,37% se ubica en el sector formal y el 1,63% al sector informal.

Muestra

La muestra es la pequeña parte del universo a investigar, en otras palabras, es la mínima parte de la zona de incidencia de actividades a levantar información, utilizando las herramientas de percepción llamadas encuestas (Freire, A & Jiménez, S, 2019). Por tratarse de una muestra de 1954 empresas formales se procederá a trabajar con un muestreo en el presente trabajo de investigación, a fin, de aplicar el estudio mediante la técnica de la encuesta, con su instrumento el cuestionario.

Cálculo de la muestra

El tamaño de la muestra se emplea la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

En donde:

n = Población finita

Z = Nivel de confiabilidad (95% \rightarrow $0,95 / 2 = 0,4750 \rightarrow Z = 1,96$)

P = Probabilidad de ocurrencia (0.5)

Q = Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

N = Población 1954

e = Error de muestreo 0.05 (5%)

$$n = \frac{(1,96)^2 (0.5)(0.5)(1954)}{(1,96)^2 (0.5)(0.5) + (1954)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0.5 * 0.5 * 1954}{3,8416 * 0.5 * 0.5 + 1954 * 0,0025}$$

$$n = \frac{1876.62}{0.9604 + 4,885}$$

$$n = \frac{1876.62}{5,8454}$$

$$n = 321.04$$

$$n = 321$$

Después de haber ejecutado el cálculo a continuación se detalla de manera específica la población finita que es de muestreo 321 empresas, que para el desarrollo de este proyecto de investigación se trabajará aplicando el método de: muestreo por conveniencia a 65 empresas pymes que se encuentren ubicadas en el sector urbano del cantón Santo Domingo, con actividad de compra y venta de productos.

Muestreo por conveniencia

Me permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad proximidad de los sujetos como investigadora. Es decir, entre todas las empresas pymes comerciales existentes en el sector urbano, el muestreo es de tipo no probabilístico, y por conveniencia y no aleatorio manejado para establecer muestras de acuerdo a la facilidad de acceso, la disponibilidad de las personas de formar parte de la muestra, en un intervalo de tiempo dado o cualquier otra especificación práctica de un elemento particular (QuestionPro Software de Encuestas, 2020).

Se aplicará el muestreo por conveniencia para la accesibilidad y el alcance de la información veraz, consolidada y centralizada de la población y la muestra escogida, con los que aportan los organismos de control para el sector de actividades económicas de comercio según la investigación de campo realizada, para el desarrollo del presente proyecto de investigación quedan las 65 empresas pymes comerciales, que se encuentran ubicadas en el sector urbano del cantón Santo Domingo.

Debido a la informalidad existente en el sector comercio, se ha evidenciado en la investigación de campo, la presencia de muchos entes productivos informales de difícil acceso, que en la gran mayoría desarrollan sus actividades comerciales para su economía en sus hogares (artesanal), al mismo tiempo no es tan registradas ni evidenciadas dentro de los organismos de regulación para el desarrollo de sus actividades productivas, existiendo dificultad en la recolección de la información requerida para la ejecución y desarrollo del presente proyecto.

Por la existencia de entes productivos que no han actualizado su estado legal de sus actividades económicas como renovación de calificaciones, patentes, obligaciones tributarias adquiridas, indicadores de riesgos que podrían alterar los resultados tabulados, al tomarse en cuenta a empresas que no están registradas en el SRI. Motivos por los cuales se justifica la aplicación del método de muestreo por conveniencia, por ser una población con proyectos de gran expansión y con tendencias al desarrollo productivo económico y social para los cuales sería oportuno y eficaz la aplicación de los factores de innovación con indicadores que podrán ser un pilar en el control estratégico de la comercialización en actividades de compra y venta en el cantón Santo Domingo.

Por eso, para el desarrollo de este proyecto de investigación se trabajará solo con 65 pymes del sector urbano que se dedica a actividades de comercio para la compra y venta de productos, estas empresas en mención también están sujetas a la Cámara de Comercio y están registradas en el SRI. Por ejemplo, la presencia de pymes en el cantón Santo Domingo de la zona urbana, de las cuales existen pequeñas empresas comerciales registradas, y se toma como referencia solo para identificar a las empresas con actividades comerciales que han sido un factor impulsador de las más grandes industrias. Para ejemplificar. Ver (tabla 8), los datos han sido reportados por el Servicio de Rentas Internas información reportada en el 2019.

Características empresas comerciales con desarrollo de sus actividades formales

Tabla 8

Población empresas con actividades comerciales legales

N°	Características de las empresas con actividades comerciales-legales Santo Domingo		
1	ALUMCOL	VENTA DE PUERTAS DE METÁLICAS	SÍ
2	TIDAG	VENTA DE ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS	SÍ
3	FERRETERÍA GRANDA	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	SÍ
4	MUNDOACEROECUADOR CIA. LTDA.	VENTA DE TECHOS	SÍ
5	IMPORTADORA MENFRI	VENTA DE MATERIAL ELÉCTRICO	SÍ
6	ABAD MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN, PIEDRA, ARENA, RIPIO.	SÍ
7	PINTUFER CIA. LTDA.	VENTA DE PINTURAS Y FERRETERÍA	SÍ
8	PRIMAFIL CIA. LTDA	VENTA DE REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS	SÍ
9	MACOFER	VENTA DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA	SÍ
10	JOSE HYDRO PARTS	VENTA DE REPUESTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPOS DE CONSTRUCCIÓN	SÍ
11	IMPORTADORA "SERGIO HYDRAULICOS"	VENTA DE REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA MAQUINARIAS	SÍ
12	SERVIMAQ	VENTA DE EQUIPOS DE CONSTRUCCIÓN	SÍ
13	PINTURAS "DON LUIS"	VENTA DE PINTURAS	SÍ
14	PROELEC	VENTA DE SUMINISTROS ELÉCTRICOS	SÍ
15	DISTRIBUIDORA EL CONSTRUCTOR	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	SÍ
16	PINTURAS DE COLOR	VENTA DE PINTURAS, LACAS, BARNICES	SÍ
17	PINTURAS COLORS STORE	VENTA DE PINTURAS, LACAS, BARNICES	SÍ

18	RULI RETEN	VENTA DE REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS	SÍ
19	ELECTROCENTER	VENTA DE MATERIAL ELÉCTRICO	SÍ
20	DISTRIBUIDORA MUÑOZ	VENTA DE ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS	SÍ
21	MATELEC	VENTA DE MATERIAL ELÉCTRICO	SÍ
22	DISMAELEC	VENTA DE MATERIAL ELÉCTRICO	SÍ
23	SERVITRACK	VENTA DE REPUESTOS PARA MAQUINARIA Y EQUIPOS DE CONSTRUCCIÓN	SÍ
24	MAINPRO	VENTA REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS	SÍ
25	ACERPCONST	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	SÍ
26	FERRETERÍA LOPEZ	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	SÍ
27	CERAMICASA	VENTA DE CERÁMICA	SÍ
28	CENTRAL FERRETERA MORELOS	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	SÍ
29	FERRETERÍA HIDALGO	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	SÍ
30	FERRETERÍA MC	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	SÍ
31	FERRI LOPEZ	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	SÍ
32	IMPORTADORA MERO	VENTA DE MAQUINARIA Y EQUIPOS DE CONSTRUCCIÓN	SÍ
33	EL PINTAR	VENTA DE PINTURAS, LACAS, BARNICES	SÍ
34	FERRETERÍA PAÚL	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	SÍ
35	LA CASA DEL GYPSUM	VENTA DE GYPSUM Y ACABADOS	SÍ
36	HROSERO-OD	VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN, PIEDRA, ARENA, RIPIO.	SÍ
37	INSTALDI GYPSUM	VENTA DE GYPSUM	SÍ
38	FERRETERÍA EL ARENAL	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	SÍ

39	IMPORTADORA JEAIMADA	VENTA DE MAQUINARIA Y EQUIPOS DE CONSTRUCCIÓN	SÍ
40	TORNILLERÍA EL COLORADO	VENTA DE TORNILLOS, TUERCAS, REMACHES	SÍ
41	IMPORTADORA VIALUM	VENTA DE VIDRIOS Y ACCESORIOS	SÍ
42	PROCEFLEX	VENTA DE TUBOS PLÁSTICOS	SÍ
43	METAELEC	VENTA DE PUERTAS Y VENTANAS EN ALUMINIO	SÍ
44	DISTRIBUIDORA NACIONAL JVC	VENTA DE REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS	SÍ
45	THE METAL`S HOUSE	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	SÍ
46	PUERTAS TERAN	VENTA DE PUERTAS METÁLICAS	SÍ
47	CENTRO FERRETERO JM	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	SÍ
48	PINTUIMPORT	VENTA DE PINTURAS	SÍ
49	MATELECTRIC	VENTA DE MATERIALES ELÉCTRICOS	SÍ
50	SUPER RIVI	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	SÍ
51	PUERTAS COLORADO	VENTA DE PUERTAS METÁLICAS Y DE MADERA	SÍ
52	FERRETERÍA J.S.	VENTA DE MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN	SÍ
53	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN M&M	VENTA DE MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN	SÍ
54	PROMACOFI CIA LTDA	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	SÍ
55	RADMAN COMUNICACIONES	VENTA DE RADIOS PORTÁTILES DE TELECOMUNICACIÓN	SÍ
56	NOVOCENTRO	VENTA DE MELAMINA, BISAGRAS, JALADERAS	SÍ
57	DECORCERAMICA	VENTA DE CERÁMICA	SÍ
58	LLANTI CENTRO J Y C	VENTA ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS	SÍ
59	FERRETERÍA ZURITSA	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	SÍ
60	VIDTEM	VENTA DE VIDRIOS Y ACCESORIOS	SÍ

61	LA CASA DE LA CERÁMICA	VENTA DE CERÁMICA	Sí
62	ALMACÉN ZURITA	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	Sí
63	PUERTAS ENROLLABLES "SUPERIOR"	VENTA DE PUERTAS CORREDIZAS Y ENROLLABLES	Sí
64	HENRY - ALUM	VENTA DE VIDRIOS	Sí
65	ZONA FERRETERA	VENTA DE MATERIALES DE FERRETERÍA	Sí

Nota. Tomado del Servicio de Rentas Internas (2019)

Explicación. En la tabla 8, se observa 65 empresas que conforman el sector comercial formal y que desarrollan sus actividades económicas de compra, venta y comercialización de productos, como empresas en marcha cumpliendo con las disposiciones legales vigentes y que consecuentemente proporcionan veracidad a la información según la investigación de campo para ejecutarse en el desarrollo del presente proyecto.

Muestreo por conveniencia de acuerdo a la madurez de la empresa

Tabla 9

Muestra por conveniencia de acuerdo a la madurez de la empresa

Empresa	Ventas anuales	Inicio de actividades	Años en el mercado
ALUMCOL	828.976,63	12/05/2000	20
TIDAG	550.593,00	01/08/1999	19
FERRETERÍA GRANDA	310.274,63	07/09/2009	12
MUNDOACEROECUADOR CIA.LTDA.	380.040,00	16/07/2011	10
IMPORTADORA MENFRI	489.678,00	13/03/2006	15
ABAD MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	1.110.629,22	01/09/1996	25
PINTUFER CIA. LTDA.	766.536,75	04/09/199	22
PRIMAFIL CIA. LTDA	510.784,26	15/08/2003	18
MACOFER	398.120,00	31/01/2006	15

JOSE HYDRO PARTS	329.000,10	20/05/2004	17
IMPORTADORA "SERGIO HYDRAULICOS"	431.130,00	17/10/2005	16
SERVIMAQ	307.968,10	07/01/2010	12
PINTURAS "DON LUIS"	692.148,79	26/10/2003	18
PROELEC	301.038,46	19/09/2008	13
DISTRIBUIDORA EL CONSTRUCTOR	878.839,27	03/10/2002	19
PINTURAS DE COLOR	498.134,17	24/05/2009	12
PINTURAS COLORS STORE	349.038,10	20/11/2009	12
RULI RETEN	659.038,10	03/02/2004	17
ELECTROCENTER	338.041,09	09/04/2010	11
DISTRIBUIDORA MUÑOZ	391.090,00	22/12/2011	10
MATELEC	868.131,00	18/11/2002	19
DISMAELEC	1.015.868,10	20/07/2000	21
SERVITRACK	456.987,00	22/12/2005	16
MAINPRO	689.721,12	01/02/2004	17
ACERPCONST	356.123,21	14/05/2012	10
FERRETERÍA LOPEZ	398.109,00	28/04/2006	15
CERAMICASA	434.022,12	29/01/2005	16
CENTRAL FERRETERA MORELOS	504.965,11	11/01/2008	14
FERRETERÍA HIDALGO	347.131,00	23/05/2009	12
FERRETERÍA MC	498.349,05	21/08/2007	14
FERRI LOPEZ	321.907,00	19/12/2011	10
IMPORTADORA MERO	700.158,90	11/02/2004	17
EL PINTAR	525.014,09	07/05/2007	14
FERRETERÍA PAÚL	389.340,00	01/12/2007	14
LA CASA DEL GYPSUM	312.123,04	16/08/2005	16

HROSERO-OD	1.909.468,5	04/11/1997	24
INSTALDI GYPSUM	327.021,09	02/12/2011	10
FERRETERÍA EL ARENAL	323.646,50	01/04/2011	10
IMPORTADORA JEAIMADA	301.038,46	13/07/2006	15
TORNILLERÍA EL COLORADO	1.201.038,46	01/04/1997	22
IMPORTADORA VIALUM	2.345.180,19	01/08/1996	25
PROCEFLEX	844.131,12	20/07/2001	20
METAEELEC	2.276.122,35	15/07/1997	24
DISTRIBUIDORA NACIONAL JVC	319.560,00	07/12/2006	15
THE METAL'S HOUSE	350.021,09	12/10/2010	11
PUERTAS TERAN	1.178.034,01	04/06/1998	23
CENTRO FERRETERO JM	992.022,03	16/08/2000	21
PINTUIMPORT	334.011,04	13/12/2007	14
MATELECTRIC	634.011,04	01/08/2004	17
SUPER RIVI	753.896,36	06/08/2002	19
PUERTAS COLORADO	648.135,70	20/11/2004	17
FERRETERÍA J.S.	598.901,09	12/07/2005	16
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN M&M	345.780,02	01/02/2010	11
PROMACOFI CIA LTDA	378.990,00	25/04/2008	13
RADMAN COMUNICACIONES	1.189.245,78	19/06/1996	25
NOVOCENTRO	327.021,09	06/01/2012	10
DECORCERAMICA	767.011,03	07/04/2003	18
LLANTI CENTRO J Y C	621.021,02	14/10/2003	18
FERRETERÍA ZURITSA	498.011,03	13/06/2004	16
VIDTEM	343.010,02	16/07/2007	14
LA CASA DE LA CERÁMICA	779.011,09	07/04/2003	18

ALMACÉN ZURITA	487.010,02	03/05/2006	15
PUERTAS ENROLLABLES "SUPERIOR"	867.011,02	01/11/2002	19
HENRY - ALUM	445.011,03	12/04/2006	15
ZONA FERRETERA	334.021,05	12/05/2008	13

Nota. Tomado del Catastro del RUC Servicio de Rentas Internas (2019)

Explicación

En la tabla anterior se puede apreciar el valor en ventas anuales de las empresas pymes seleccionadas del sector urbano para la presente investigación. Cabe mencionar que se aplicó la técnica del muestreo por conveniencia por lo que se tomó en cuenta la madurez de la empresa haciendo referencia a que las organizaciones hayan tenido presencia en el mercado por lo menos 10 años, es por esta razón se detalla el año de inicio de actividades de las distintas empresas, información tomada del Servicio de Rentas Internas (SRI).

Técnicas e instrumentos utilizados en la investigación

Tabla 10

Técnica e instrumentos

Técnicas de información	Instrumentos de recolección de la información	Técnicas de recolección de la Información
Información primaria	Campo-cuestionario	Encuesta
Información secundaria	Libros-revistas-folletos- internet	Lectura científica

Técnica de recolección de datos

Como técnica en la recopilación de datos se utilizará la encuesta, esta herramienta consiste en obtener los datos a partir de un instrumento de recolección como el cuestionario. Hay que mencionar que al aplicar la técnica de la encuesta se puede trabajar con diferentes instrumentos y acciones estratégicas, dependiendo del objeto de estudio en la presente investigación. Es importante aplicar el cuestionario de manera personal para evitar de esta manera que la información tome otro rumbo o que sea soslayada (Hernández, 2014).

Plan de recolección de la información

Para recabar la información se siguieron los siguientes pasos:

1. Identificación de las personas u objetos que van a ser investigados, con base en la estratificación de la muestra.
2. Elección de las herramientas a implementarse en el proceso de recolección de la información

Tabla 11

Plan de recolección de la información

Preguntas básicas	Explicación
¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación.
¿De qué personas u objetos?	Gerentes de las empresas con actividad comercial de compra y venta del cantón Santo Domingo.
¿Sobre qué aspectos?	Factores de innovación y competitividad sistémica
¿Quién?	Investigadora.
¿Cuándo?	Mes de octubre 2021

¿Dónde?	Empresas pymes del sector urbano dedicadas al comercio en el cantón Santo Domingo.
¿De qué técnicas?	Encuestas
¿Con qué?	Cuestionario

Nota. Análisis de estudio

Plan de procesamiento y análisis de la información

Procedimiento de la recolección

- Investigación crítica de la encuesta acopiada, revisión incorrecta: opuesta, incompleta, no oportuna, etc.
- Duplicación para corregir fallas de contestación.
- Manejo de información para tabular, estudio estadístico para la revelación de resultados.
- Aplicación de procedimientos para manejar la Información, aplicación de los instrumentos, situaciones de período y área, etc.

La recolección de datos partió con la revisión del instrumento encuesta-cuestionario el cual es validado como primera acción, por 3 expertos en los meses de septiembre 2021; una vez, dada la factibilidad por los tres expertos se procede en el mes octubre 2021, aplicar la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario a los gerentes (propietarios) de las empresas con actividades de comercio de compra y venta en la zona urbana del cantón Santo Domingo.

Técnica de recolección

Encuesta

La encuesta es un instrumento de investigación que permite recoger información acerca del objeto a partir de la formulación de preguntas a través de una encuesta, permitiendo así, la

relación de características de una población y por ende la generalización de conclusiones (Latorre, 2014).

Para esta investigación se ha visto importante utilizar esta técnica de recolección de información, porque permite evaluar de manera más objetiva datos, acerca del objeto de este estudio, respecto a: factores de innovación y competitividad sistémica en el control estratégico de las empresas con actividades económicas, del cantón Santo Domingo.

Instrumento de recolección

Cuestionario

Es un conjunto de preguntas diseñadas para generar datos importantes, y alcanzar los objetivos del proyecto de investigación. El cuestionario permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos (Galán , 2008). En esta investigación se utiliza el cuestionario como instrumento de recolección de la información, el cual está conformado por preguntas, con lo que se pretende recoger información más relevante del objeto de estudio. Asimismo (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), plantean que el/a investigador/a debe diseñar un instrumento para medir las variables conceptualizadas al plantear su problema de investigación.

Operacionalización de variables: se tomó en cuenta las relaciones que tienen las variables: independiente y dependiente, indicadas en las Figuras 4 y 5, así, como la dimensión, indicadores, medidas y técnicas e instrumentos a utilizarse.

Tabla 12

Variable independiente. Factores de innovación

Variable principal	Pregunta	Técnicas	instrumentos
---------------------------	-----------------	-----------------	---------------------

FACTORES DE INNOVACIÓN	Dentro de la estructura organizativa de la empresa se gestiona el proceso de innovación comercial.	Encuesta aplicada a las	Cuestionario estructurado
	Proyecta un presupuesto para invertir en actividades de Investigación y Desarrollo.	empresas pymes de Santo	(Anexo 1)
	Las unidades de gestión de la empresa presentan las condiciones necesarias para el proceso del control y dirección.	Domingo	
	Su empresa realiza innovaciones en el proceso de comercialización.		
	Su empresa realiza actividades de Investigación y Desarrollo para apertura de mercados.		
	Su empresa introduce innovaciones organizacionales.		
	Su empresa introduce innovaciones de mercado.		
	Ha introducido su empresa procesos de comercialización/mercadeo nuevos o significativamente mejorados.		
	Su empresa cuenta con sistemas de información contable.		
	Su empresa utiliza publicidad para promocionar la comercialización.		

Nota. Tomado del Instituto Nacional de Estadísticas del Departamento de Estadísticas Económicas de Santiago-Chile (INE, 2016)

La encuesta de factores de innovación tiene por objeto proporcionar información sobre la estructura del proceso de las pymes del cantón Santo Domingo (insumos y resultados) y mostrar la analogía entre dicho proceso competitivo sistemático y la estrategia de innovación de las empresas, el esfuerzo innovativo, los factores que inciden en su capacidad para innovar y el rendimiento económico, el grado de novedad, actividades innovativas, incluyendo la I +D, que realizan las empresas del cantón Santo Domingo.

Tabla 13

Variable dependiente. Competencia sistémica

Variable principal	Pregunta	Técnicas	instrumentos
COMPETITIVIDAD SISTÉMICA	Realiza planeación estratégica empresarial para manejar la competitividad sistémica.	Encuesta aplicada a los gerentes de las pymes de Santo Domingo	Cuestionario estructurado (Anexo 1)
	Observa usted, que componentes del capital intelectual va a contabilizar en la empresa para llegar a la innovación.		
	Controla el proceso de comercialización y operaciones en la empresa.		
	Asegura la calidad del producto cuando lo adquiere para comercializar.		
	Gestiona de forma adecuada el sistema de trabajo con los proveedores.		
	Tiene programas de capacitación interna para el personal.		
	Maneja la oferta para conectarse con los clientes y crecer empresarialmente.		
	Utiliza las oportunidades y apoyos institucionales como factor competitivo empresarial.		
	Cuenta con estrategias adecuadas para la dirección y control de la innovación y competitividad de su empresa.		
	Usted realiza estrategias para el desarrollo de la competitividad sistémica empresarial.		

Nota. Tomado de Factores de competitividad Sistémica (Torres, 2020), y Estudios y perspectivas (Hernández, R, 2001)

La innovación es un factor determinante para cualquier negocio que quiera mantener su liderazgo en el mercado; sin embargo, las empresas muchas veces no establecen una prioridad estratégica de calidad en este ámbito comercial, todavía hay mucho por hacer, el camino es largo para llegar a la competitividad sistémica empresarial, que en ocasiones se ven forzados a renovarse por las tendencias que mantienen las Pymes, a que el mercado se vuelva cada vez más

exigente, por lo que resulta indispensable su adopción en estas empresas. A este respecto, (Rubio & Aragón, 2009) señalan que para las Pyme la calidad es un factor que favorece su éxito.

Análisis e interpretación de los datos

Estos autores analizaron estudios previos que demuestran el impacto positivo de la calidad que incide en los ámbitos empresariales y administrativos, como a su vez, en las subvariables capital intelectual, administración del conocimiento y cultura organizacional ligada todas ellas directamente a la competitividad sistémica. Coincidiendo con (Martínez, 2011) que señala que la competitividad sistémica de la Pyme no puede lograrse sin la calidad en todos los niveles, procurando contar con personal que vigile la calidad en los procesos comerciales y en los productos distribuidos buscando mejoras que impacten la satisfacción del cliente, para lo cual, se presenta en el capítulo de resultados la encuesta cuestionario desarrollada.

A continuación, se procede a presentar los resultados obtenidos con la aplicación de la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario a gerentes-dueños-representantes legales de las 65 pymes relacionadas con el segundo objetivo empírico presentado con anterioridad el cual pretende describir los factores de innovación y la competitividad sistémica que aplican las pymes en la gestión de mercadeo en Santo Domingo, caracterizando su competitividad de las pequeñas y medianas empresas de actividades de compra y venta de productos.

CAPÍTULO IV. Análisis e interpretación de resultados

En este capítulo se expone el análisis e interpretación de los resultados para cumplir con lo anterior, y se emplea un análisis univariado-bivariado. A la vez, se aplica una prueba de correlación de Spearman para verificar si las variables de este estudio se encuentran relacionadas o no.

Este trabajo de titulación se realizó con fines académicos, garantizando así la confidencialidad de los datos proporcionados, así como la identidad de los encuestados. Para efectuar el análisis e interpretación de los datos obtenidos a través del análisis descriptivo.

Análisis descriptivo de los datos secundarios

El análisis descriptivo según los autores, viene hacer una metodología que permite aclarar y ordenar los datos para tabular y describir los resultados. En este sentido proporciona una síntesis de información en cuanto a la muestra de tendencias claves, a la vez, le permite a la investigadora analizar resultados que conduzcan a nuevos hechos, Este análisis se basa en las preguntas de indagación. Asimismo, se identifica a la población sin establecer una relación entre las variables (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Para cumplir con este propósito, seguidamente se presenta que es el análisis univariado y bivariado de los datos obtenidos de fuentes secundarias.

Análisis univariado

El análisis univariado admite observar el comportamiento individual de las variables planteadas en el estudio; para el desarrollo del mismo se presenta en la tabla de la encuesta-cuestionario. La descripción de los componentes de las variables, mientras que en la segunda se encuentra las frecuencias de las mismas. En la tercera se presenta el porcentaje de las frecuencias

respecto al total de 65 pymes comerciales que han sobresalido. Finalmente, en la cuarta columna, se observa el porcentaje acumulado.

Con base al concepto presentado, seguidamente se detalla los hallazgos obtenidos en las empresas del cantón Santo Domingo, sector urbano. Este análisis univariado, admite observar el comportamiento individual de las variables planteadas en el estudio, para el desarrollo del mismo se realizó un análisis descriptivo de cada variable de la encuesta aplicada respecto al total de 65 pymes comerciales.

Tabla 14

Resumen general de acuerdo a sus ventas anuales a que tipo de empresa pertenece

Ventas anuales	Tipo de empresa	Frecuencia
Hasta 300.000	Microempresa	0
300.001 a 1.000.000	Pequeña empresa	57
1.000.001 a 5.000.001	Mediana empresa	8
5.000.001 en adelante	Gran empresa	0

Análisis e interpretación

De acuerdo al nivel de ventas anuales, en Santo Domingo existen 57 pequeñas y 8 medianas empresas del sector comercial.

Tabla 15

Resumen general del personal que posee cada empresa:

Nº Personal (empleados)	Frecuencia
1 - 9	0
10 - 49	57
50 - 199	8
200 en adelante	0

Análisis e interpretación

De acuerdo al número de colaboradores que existen en cada empresa, en Santo Domingo existen 57 pequeñas y 8 medianas empresas del sector comercial.

Tabla 16

Resumen de cobertura de mercado

Tipo de mercado	Pequeña empresa	Mediana empresa
Internacional		
Nacional		
Provincial	12	4
Local	45	4

Análisis e interpretación

De acuerdo a la 65 empresas de Santo Domingo de la actividad de comercio de compra y venta; existen 57 pequeñas empresas, de las cuales, 12 pequeñas empresas tiene cobertura a nivel de provincia, 45 pequeñas empresas tiene cobertura a nivel local; de las 8 medianas empresas, 4 empresas tiene cobertura a nivel de provincia, 4 empresas cobertura a nivel local, lo que representa que el 18,5% de las pequeñas empresas y el 6.2% medianas empresas buscaron oportunidades de expansión para llegar a más consumidores generando competitividad.

Tabla 17

Resumen de sucursales por empresa

Sucursales	Pequeña empresa	Mediana empresa
Internacional		
Nacional		
Provincial	12	3

Local	6	1
-------	---	---

Análisis e interpretación

De acuerdo a la cobertura que tienen las empresas de Santo Domingo, de las 12 pequeñas empresas que tienen cobertura a nivel provincial; 10 pequeñas empresas tienen sucursales a nivel de provincia, 2 empresas tienen sucursal a nivel de provincia y cantón; de las 45 empresas que tiene cobertura a nivel de cantón, 6 pequeñas empresas tienen sucursales a nivel de cantón; de las 4 medianas empresas que tiene cobertura a nivel de provincia, 3 empresas tienen sucursales a nivel provincial, 1 empresa tiene 1 sucursal a nivel cantonal.

Prueba de validez del instrumento aplicado

Para calcular la validez del instrumento aplicado en la presente investigación se estimó el coeficiente Alfa de Cronbach que es una medida de confiabilidad o consistencia interna.

Tabla 18

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,862	20

Como resultado del análisis estadístico, el coeficiente Alfa de Cronbach calculado es 0,862, este coeficiente está muy cercano al 1, por lo tanto, esto quiere decir que grado de confianza del instrumento aplicado en la investigación es alto.

Adicionalmente, se ha calculado el coeficiente Alfa de Cronbach para cada variable considerada en este estudio. En la última columna de la siguiente tabla se observan los

coeficientes calculados Alfa de Cronbach para cada variable, estos valores indican el grado de confiabilidad que tendría en instrumento en caso de que se eliminara esa variable.

Tabla 19

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Dentro de la estructura organizativa de la empresa se gestiona el proceso de innovación comercial.	67,40	90,212	0,819	0,838
Proyecta un presupuesto para invertir en actividades de Investigación y Desarrollo.	67,71	94,585	0,676	0,846
Las unidades de gestión de la empresa presentan condiciones necesarias para el proceso del control y dirección.	66,71	101,460	0,560	0,853
Su empresa realiza innovaciones en el proceso de comercialización.	67,00	97,281	0,701	0,847
Su empresa realiza actividades de Investigación y Desarrollo para apertura de mercados.	67,97	93,843	0,717	0,844
Su empresa introduce innovaciones organizacionales.	68,23	100,743	0,502	0,854
Su empresa introduce innovaciones de mercado.	67,54	94,221	0,740	0,843
Ha introducido su empresa procesos de comercialización/ mercadeo nuevos o significativamente mejorados.	67,55	99,407	0,609	0,850
Su empresa cuenta con sistemas de información contable.	65,86	109,340	0,270	0,862
Su empresa utiliza publicidad para promocionar la comercialización.	66,54	104,971	0,315	0,861
Realiza planeación estratégica empresarial para manejar la competitividad sistémica.	66,40	111,838	-0,013	0,868
Observa usted, que componentes del capital intelectual va a contabilizar en la empresa para llegar a la innovación.	66,20	113,350	-0,114	0,872
Controla el proceso de comercialización y operaciones en la empresa.	66,85	106,632	0,324	0,860
Asegura la calidad del producto cuando lo adquiere para comercializar.	66,17	107,299	0,389	0,859
Gestiona de forma adecuada el sistema de trabajo con los proveedores.	67,66	108,196	0,089	0,873
Tiene programas de capacitación interna para el personal.	66,71	111,679	-0,019	0,871
Maneja la oferta para conectarse con los clientes y crecer empresarialmente.	67,08	100,947	0,494	0,855
Utiliza las oportunidades y apoyos institucionales como factor competitivo empresarial.	66,85	107,382	0,178	0,866

Cuenta con estrategias adecuadas para la dirección y control de la innovación y competitividad de su empresa.	67,45	93,813	0,811	0,841
Usted realiza estrategias para el desarrollo de la competitividad sistémica empresarial.	67,25	90,688	0,712	0,843

Análisis descriptivo por cada componente de cada variable

En esta sección se procede a analizar de manera individual cada componente de cada variable. Para la variable innovación se analizará los componentes: innovación en el proceso, innovación en el mercado e innovación en la gestión, a su vez, para la variable competitividad sistémica se analizarán los componentes: planeación estratégica, producción y operaciones, capital intelectual y aseguramiento de la calidad. Para obtener los resultados de cada componente se sumarán los resultados parciales y luego se calculará la media aritmética para obtener una puntuación total por cada componente. Por último, se clasificarán los resultados en tres niveles (bajo, medio y alto) de cada componente para su respectiva evaluación.

Variables, componentes encuesta

Las preguntas estructuras de la encuesta-cuestionario se agruparon de acuerdo a cada una de las variables, para que permita evaluar el nivel de innovación y competitividad sistémica empresarial de las empresas del cantón Santo Domingo.

Tabla 20

Preguntas estructuradas encuesta

Variable	Componente	Ítems
FACTORES DE INNOVACIÓN	Innovación de proceso	Las unidades de gestión de la empresa presentan las condiciones necesarias para el proceso del control y dirección. Su empresa realiza innovaciones en el proceso de comercialización. Ha introducido su empresa procesos de comercialización/mercadeo nuevos o significativamente mejorados.
	Innovación en el mercado	Su empresa realiza actividades de Investigación y Desarrollo para apertura de mercados Su empresa introduce innovaciones de mercado.

COMPETITIVIDAD SISTÉMICA	Innovación en la gestión	<p>Su empresa utiliza publicidad para promocionar la comercialización.</p> <p>Dentro de la estructura organizativa de la empresa se gestiona el proceso de innovación comercial.</p> <p>Proyecta un presupuesto para invertir en actividades de Investigación y Desarrollo.</p>
	Planeación Estratégica	<p>Su empresa introduce innovaciones organizacionales.</p> <p>Su empresa cuenta con sistemas de información contable.</p> <p>Realiza planeación estratégica empresarial para manejar la competitividad sistémica.</p> <p>Cuenta con estrategias adecuadas para la dirección y control de la innovación y competitividad de su empresa.</p> <p>Utiliza las oportunidades y apoyos institucionales como factor competitivo empresarial.</p> <p>Usted realiza estrategias para el desarrollo de la competitividad sistémica empresarial.</p>
	Capital Intelectual	<p>Observa usted, que componentes del capital intelectual va a contabilizar en la empresa para llegar a la innovación.</p> <p>Tiene programas de capacitación interna para el personal.</p>
	Producción y Operaciones	<p>Controla el proceso de comercialización y operaciones en la empresa.</p> <p>Gestiona de forma adecuada el sistema de trabajo con los proveedores.</p> <p>Maneja la oferta para conectarse con los clientes y crecer empresarialmente.</p>
	Aseguramiento de la calidad	<p>Asegura la calidad del producto cuando lo adquiere para comercializar.</p>

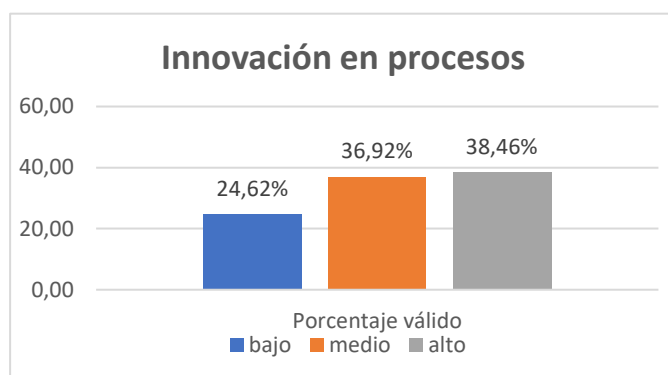
Variable factores de Innovación

Innovación en procesos

Tabla 21

Innovación en procesos

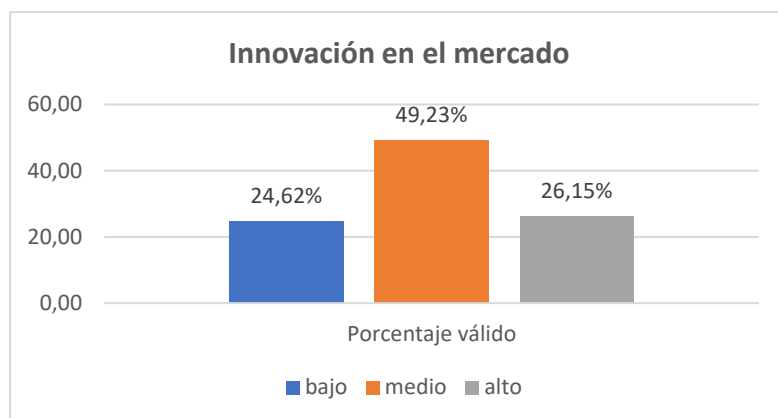
Nivel	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
bajo	16	24,62%	24,62%
medio	24	36,92%	61,54%
alto	25	38,46%	100,00%
Total	65	100,00%	

Figura 11**Innovación en procesos****Análisis e interpretación**

En la tabla 21 y figura 11 se observa que, del total de las 65 pymes comerciales que operan en Santo Domingo, el 24,62% presenta un bajo nivel de innovación en los procesos, por su parte el 36,92% poseen un nivel medio de este indicador, mientras que el 38,46% refleja un alto nivel de innovación en los procesos. Estos resultados evidencian que, aproximadamente 4 de cada 10 pymes comerciales que operan en Santo Domingo cuentan con altos niveles de innovación en sus procesos, a su vez, 1 de cada 4 empresas reportó niveles bajos de este indicador.

Innovación en el mercado**Tabla 22***Innovación en el mercado*

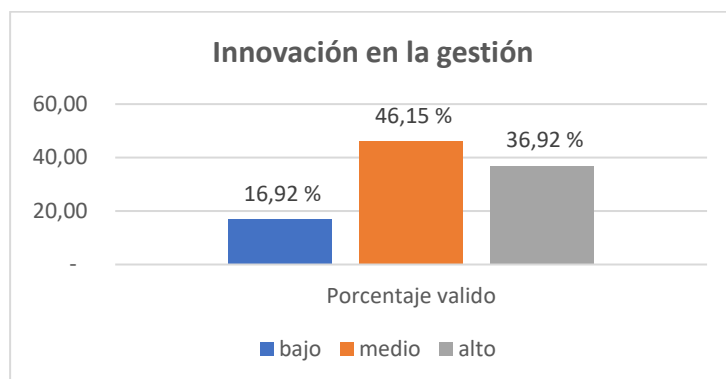
Nivel	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
bajo	16	24,62%	24,62%
medio	32	49,23%	73,85%
alto	17	26,15%	100,00%
Total	65	100,00%	

Figura 12*Innovación en el mercado****Análisis e interpretación***

En la tabla 22 y figura 12 se denota que, del total de las 65 pymes comerciales que operan en Santo Domingo, el 24,62% presenta un bajo nivel de innovación de mercado, el 49,23% tiene un nivel medio y el 26,15% un nivel alto. Estos resultados sugieren que 1 de cada 2 pymes comerciales que operan en Santo Domingo cuentan con un nivel medio de innovación de mercado, y, 1 de cada 4 empresas cuentan con un nivel bajo de este indicador.

Innovación en modelo de negocio o gestión**Tabla 23***Innovación en la gestión*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
bajo	11	16,92%	16,92%
medio	30	46,15%	63,08%
alto	24	36,92%	100,00%
Total	65	100,00%	

Figura 13*Innovación en la gestión****Análisis e interpretación***

En la tabla 23 y figura 13 se muestran los resultados del nivel de innovación en la gestión de las 65 pymes comerciales que operan en Santo Domingo. Así, el 16,92% de las empresas obtuvo un bajo nivel de innovación en la gestión, el 46,15% un nivel medio y el 36,92% un nivel alto. La evidencia sugiere que, aproximadamente 5 de cada 10 empresas están en un nivel medio de innovación, mientras que aproximadamente 2 de cada 10 empresas poseen niveles bajos de innovación en la gestión.

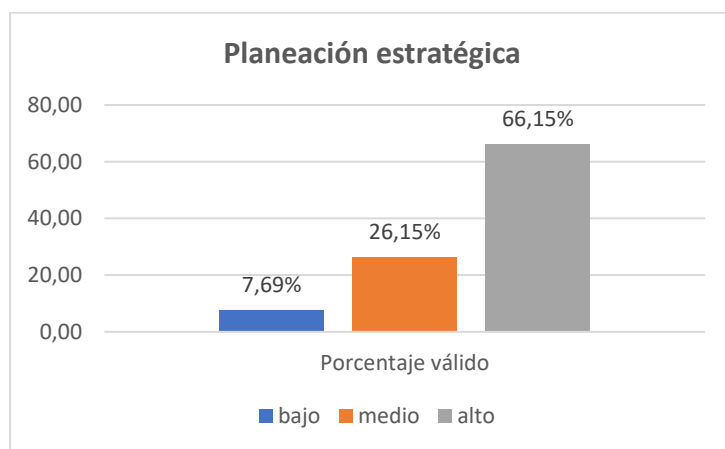
Variable competitividad sistémica

En la variable competitividad sistémica se analizaron los componentes: planeación estratégica, capital intelectual, producción y operaciones, y aseguramiento de la calidad.

Planeación Estratégica**Tabla 24***Planeación Estratégica*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-------	------------	----------------------	-------------------------

bajo	5	7,69%	7,69%
medio	17	26,15%	33,85%
alto	43	66,15%	100,00%
Total	65	100,00%	

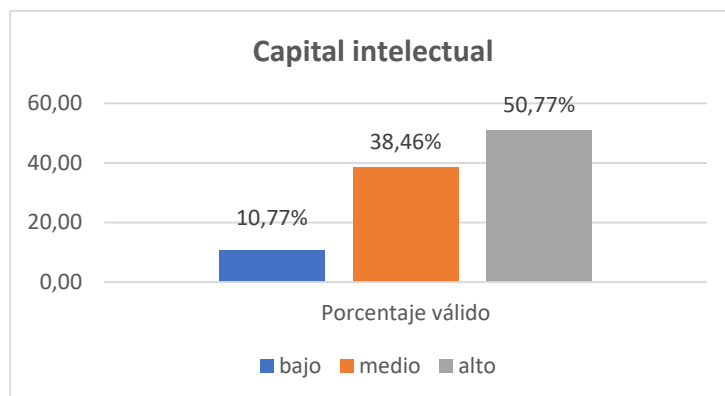
Figura 14*Planeación Estratégica***Análisis e interpretación**

En la tabla 24 y figura 14 se observa que, de las 65 pymes comerciales que operan en Santo Domingo, el 7,69% posee un nivel bajo planificación estratégica, el 26,15% tiene un nivel medio, y el 66,15% un nivel alto. Se destaca que, aproximadamente 7 de cada 10 empresas realizan una adecuada planificación estratégica, y aproximadamente 1 de cada 12 empresas tiene un bajo nivel de planificación estratégica.

Capital Intelectual**Tabla 25***Capital Intelectual*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
bajo	7	10,77%	10,77%

medio	25	38,46%	49,23%
alto	33	50,77%	100,00%
Total	65	100,00%	

Figura 15*Capital intelectual****Análisis e interpretación***

En la tabla 25 y figura 15 se muestran los resultados del factor de capital intelectual de las 65 pymes comerciales que operan en Santo Domingo. Por lo que, el 10,77% casi no toma en cuenta el capital intelectual, el 38,46% lo toma en cuenta en un nivel medio, y el 50,77% le da gran importancia a este factor. En otras palabras, 5 de cada 10 empresas le dan un alto nivel de importancia a los componentes del capital intelectual para alcanzar una mejor competitividad sistémica, y 1 de cada 10 empresas le dan un bajo nivel de importancia a este factor.

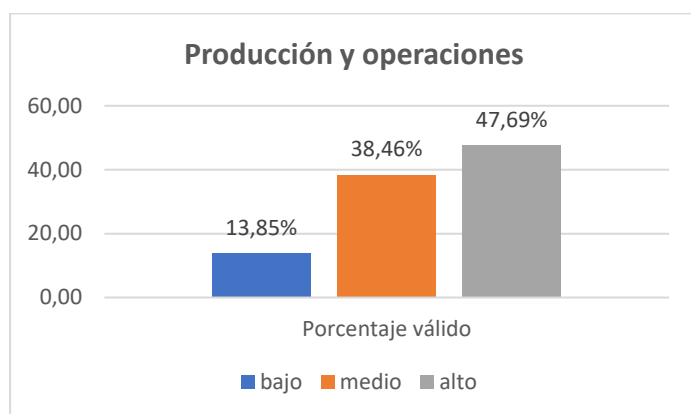
Producción y operaciones**Tabla 26***Producción y operaciones*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
bajo	9	13,85%	13,85%

medio	25	38,46%	52,31%
alto	31	47,69%	100,00%
Total	65	100,00%	

Figura 16

Producción y operaciones



Análisis e interpretación

En la tabla 26 y figura 16 se observa que, de las 65 pymes comerciales que operan en Santo Domingo, el 13,85% le dan un nivel bajo de atención a la producción y operaciones, el 38,46% un nivel medio, y el 47,69% un nivel alto. Es decir, aproximadamente 1 de cada 2 empresas tienen un alto nivel de control de sus procesos productivos y operativos, y, 1 de cada 7 empresas tiene un bajo nivel de control de sus procesos productivos y operativos.

Aseguramiento de la calidad

Tabla 27

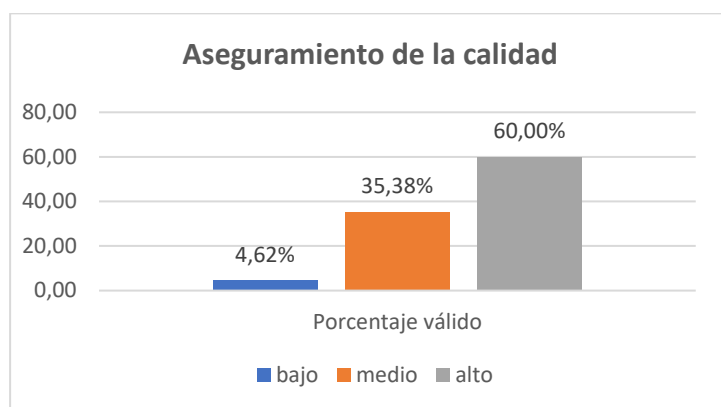
Aseguramiento de la calidad

Nivel	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
bajo	3	4,62%	4,62%

medio	23	35,38%	40,00%
alto	39	60,00%	100,00%
Total	65	100,00%	

Figura 17

Aseguramiento de la calidad



Análisis e interpretación

En la tabla 27 y figura 17 se muestran los resultados del factor de aseguramiento de la calidad de las 65 pymes comerciales que operan en Santo Domingo. Así, el 4,62% presenta un bajo nivel de aseguramiento de la calidad, el 35,38% un nivel medio y el 60% un nivel alto. Estos resultados sugieren que la mayoría de las empresas se preocupan en gran medida de asegurar la calidad de sus productos antes de ser comercializados.

Análisis bivariado

Pruebas de Normalidad

Para comprobar si las variables estudiadas se ajustan a una distribución normal, se llevó a cabo la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov debido a que el tamaño de la muestra es mayor a 50 datos, mediante el software SPSS Statistics "25".

H0: los datos tienen una distribución normal

H1: los datos no tienen una distribución normal

Tabla 28

Pruebas de normalidad Kolmogorov-Smirnov

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig. (p-valor)
Variable Independiente			
Innovación	0,258	65	0,000
Variable Dependiente			
Competitividad sistémica	0,201	65	0,000

Análisis e interpretación

El p-valor calculado tanto para la variable independiente como para la dependiente es igual a 0,000 esto es menor que nivel de significancia (α) de 0,05. Por lo tanto, con un nivel de confianza del 95% se rechaza la hipótesis nula ($H0$:) y se acepta la hipótesis alternativa ($H1$). Se concluye que no existe normalidad en los datos, razón por la que es necesario emplear una prueba no paramétrica. De modo que, para el estudio de las variables, se empleará la prueba de correlación de Spearman.

Coefficiente de correlación de Spearman

Tabla 29

Correlación entre innovación y competitividad sistémica

		Innovación	Competitividad sistémica
Rho de Spearman	Innovación	1,000	0,787
	de correlación		
	Sig. (bilateral)		0,000

	N	65	65
Competitividad sistémica	Coeficiente de correlación	0,787	1,000
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	65	65

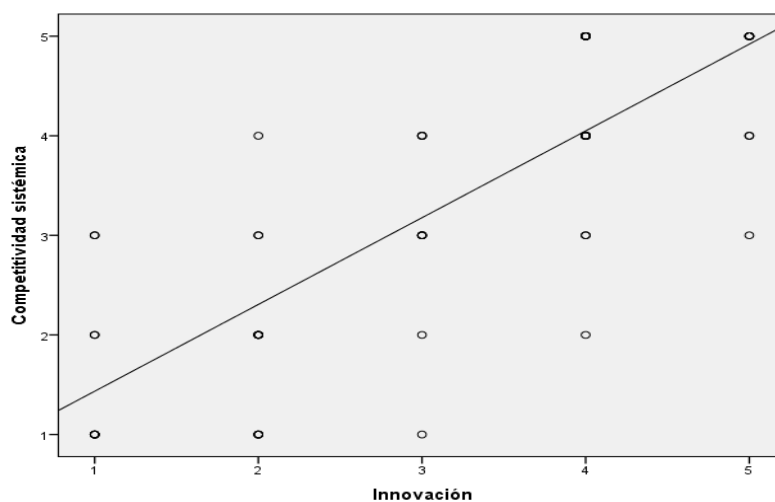
Análisis y discusión

Debido a que los datos no siguen una distribución normal, se aplicó la prueba de correlación de Spearman. El coeficiente de correlación de Spearman calculado fue de en 0.787, esta cantidad está muy cercana a 1, lo que permite afirmar que existe una correlación positiva fuerte entre la innovación y la competitividad sistémica de las 65 pymes comerciales que operan en Santo Domingo.

El p- valor calculado para las variables “innovación” y “competitividad sistémica” es de 0,000 para cada variable respectivamente, este valor se ubica por debajo del nivel de significancia (α) de 0,05. Estos resultados permiten rechazar la hipótesis nula (H_0 :) de que el coeficiente de correlación sea cero y aceptar la hipótesis alternativa (H_1) de que el coeficiente de correlación sea diferente de cero. Se concluye que existe una correlación entre la variable independiente y la dependiente.

Figura 18

Relación entre innovación y competitividad



Análisis y discusión

En la Figura 18 se muestra que la relación existente entre la variable dependiente e independiente es positiva. Este hecho permite deducir que mientras más alto sea el grado de innovación que apliquen las empresas comerciales de Santo Domingo de los Tsáchilas, más alto será su nivel de competitividad sistémica.

CAPÍTULO V. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Se sistematizó un marco científico donde se exponen diversas teorías relacionadas con innovación y competitividad sistémica empresarial, tomando como base metodologías aprobadas con palabras claves como la tesis “Relación entre la innovación y la competitividad empresarial de las Asociaciones de Artesanos textiles de la región Puno, periodo 2019”, permitieron aplicar en el contexto de estudio de la incidencia de los factores innovación para la competitividad sistémica empresarial de las empresas del sector comercio de Santo Domingo de los Tsáchilas, obteniendo como resultado que las empresas no innovan por falta de planeación, organización, dirección y control que está estrechamente relacionado con la competitividad.

Habiéndose realizado un análisis descriptivo de la situación actual de la innovación y la competitividad sistémica empresarial del sector comercio de Santo Domingo de los Tsáchilas. La evidencia muestra que las empresas no presupuestan para invertir en actividades de Investigación y Desarrollo, por lo que tienen un nivel bajo para innovar en los mercados.

Las empresas del sector comercio de Santo Domingo de los Tsáchilas, no aplican modelos de gestión para su control, que les permita identificar las deficiencias y debilidades de manera que se logren prevenirlas y corregirlas con la finalidad de mejorar el nivel de competitividad.

Finalmente, se empleó la prueba de correlación de Spearman, los resultados obtenidos sugieren que los factores de la innovación inciden de manera significativa en la competitividad sistémica empresarial del sector comercio en Santo Domingo de los Tsáchilas.

Recomendaciones

Es importante recomendar que dentro de las empresas, se establezca una estructura organizacional con un área de unidad de gestión por procesos para la innovación y competitividad sistémica empresarial, con el propósito de que exista empoderamiento en el cumplimiento de los colaboradores al interior del sector comercio en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, a fin de mejorar su gestión en nuevas prácticas en procedimientos, métodos de responsabilidad laboral y toma de decisiones, en sus relaciones internas y externas, con la aplicación de indicadores de innovación.

Se hace necesario considerar que los propietarios/gerentes de las empresas destinen un porcentaje de las utilidades anuales para actividades de innovación, cultura que debe establecerse en la mejora de la competitividad sistémica empresarial.

Se recomienda a las empresas del sector comercio de Santo Domingo de los Tsáchilas, realice una adecuada planeación, organización, dirección y control de su empresa, haciendo énfasis en sus metas y objetivos para el crecimiento y competitividad.

Se recomienda para futuros estudios que en el sector comercio deberían implantar un modelo moderno como el COGE (Control en la gestión empresarial) en base a los informes y registro, COSO (Committee of sponsoring organization), MICIL (Marco Integrado de Control Interno Latinoamericano) y COCO (Criteria of Control), de manera que les sea posible posicionarse no solo a nivel provincial sino también a nivel nacional e internacional.

Bibliografía

- Abdel, G., & Romo, D. (2004). Sobre el concepto de competitividad. (G. N. Editores, Ed.) Revista Venezolana de Gerencia, 288p. .
- Albornoz, M. (20 de septiembre de 2020). Indicadores de innovación: las dificultades de un concepto en evolución. Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad, Vol.5(No.13), pp.9-25. Recuperado el 4 de octubre de 2021, de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/31760>
- Alcaraz, R. (2019). El Emprendedor de Éxito (Cuarta ed.). México D.F.: McGrawHill. Recuperado el 15 de diciembre de 2021
- Aliaga Melo, G. (2021). Relación entre la Innovación y la Competitividad Empresarial de las Asociaciones de Artesanos Textiles de la Región Puno, periodo 2019. UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO. Puno, Perú: Tesis. Obtenido de file:///I:/TRABAJO/INFORMACION/TESIS%20BETTY/TESIS%20SEPTIEMBRE%202021/Aliaga_Melo_Grisell.pdf
- Altshuller, G. (1999). The Innovation Algorithm: TRIZ, systematic innovation, and technical creativity. Worcester, MA: Technical Innovation Center.
- Álvarez Aros, E. L., & Álvarez Herrera, M. (2018 de junio de 2018). Estrategias y prácticas de la innovación abierta en el rendimiento empresarial: Una revisión y análisis Bibliométrico. Revista SciELO Investigación Administrativa, pp.52-55. Recuperado el 3 de abril de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782018000100004

- Álvarez Aros, E. L., & Bernal Torres, C. A. (15 de febrero de 2017). Modelo de Innovación Abierta: Énfasis en el Potencial Humano. Revista SciELO, Vol.28(No.1), pp.65-76. doi:doi: 10.4067/S0718-07642017000100007
- Arredondo Trapero, F., Vásquez Parra, J. C., & Jorge de la Garza. (14 de junio de 2016). Factores de innovación para la competitividad en la Alianza del Pacífico. Una aproximación desde el Foro Económico Mundial. Revista Elsevier, Vol.32(No.141). doi:DOI: 10.1016/j.estger.2016.06.003
- Arthur, W. B. (1994). Increasing Returns and Path Dependence in the Economy. An Arbor : University of Michigan Press .
- Banco Central del Ecuador. (2015). Banca Pública de Desarrollo. Quito. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/el-gobierno-nacional-y-la-banca-publica-trabajan-para-reactivar-la-economia-ecuatoriana/>
- Bermeo, K., Balausteguigoitia, I., Gutiérrez, L., & Saavedra, M. (2016). Determinación de la competitividad sistémica de la MIPYME manufacturera en Ecuador: el caso de la fabricación de muebles de madera en el área urbana del cantón Cuenca de la provincia de Azuay, Ecuador. Tesis de grado para optar el grado de Doctora en Ciencias de la Administración, Universidad Autónoma de México , Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración, México D.F. doi:<http://132.248.9.195/ptd2016/octubre/0751146/Index.html>
- Bernasconi, E. (2015). Innovación y competitividad empresarial. España.
- Brand, W. (17 de diciembre de 2018). Radiografía del Ecosistema de innovación ecuatoriano. Revista EkosInovar. Recuperado el 26 de marzo de 2021, de Datta Business Innovation /

tendencias: <https://datta.com.ec/articulo/radiografia-del-ecosistema-de-innovacion-ecuatoriano>

Buendía, R., Rivas, J., & León, I. (2017). Evaluación del potencial del desarrollo en ciencia y tecnología en México 2000-2015. *Economía Informa*, pp.13-28. doi:doi:<https://doi.org/10.1016/j.ecin.2017.01.002>

Calderón, F. (2008). *Las Políticas Públicas en la encrucijada: políticas sociales y competitividad sistémica* (Edición Electrónica ed.). Recuperado el 4 de octubre de 2021, de <http://www.eumed.net/libros/2008b/391/>.

Cevallos, P. (2019). *¿Cómo motivar la innovación y creatividad en las PyMes?* Exacto Digital. Obtenido de <https://exactodigital.com>

Chandra, C., Kumar, S., & Smirnov, A. (29 de agosto de 2001). E-management of scalable supply chains: Conceptual modeling and information technologies framework. *Revista Hum. Systems Mgmt*, Vol.20(No.2), pp.83-94. doi:DOI: 10.3233/HSM-2001-20202

Chesbrough, H. W. (2003). *Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston: Harvard Business School Press. Obtenido de <https://es.wikipedia.org>

Civil, C. (Agosto de 1998). *Constitución Política de la República del Ecuador*. Registro Oficial No. 1, 11. Quito: Corporación de Estudios y Publicaciones.

Conie, E. (18 de octubre de 2018). Aplicación de la teoría TRIZ en el desarrollo de un nuevo producto. *Revista Slideshare Economy & Finance*, 50-62. Recuperado el 3 de abril de 2021, de <https://www.slideshare.net/yamiletmerdecades/ejemplo-de-triz>

Contreras, F., & Barbosa, D. (13 de agosto de 2013). Del Liderazgo Transaccional al Liderazgo Transformacional: Implicaciones para el cambio organizacional. *Revista virtual*

Universidad Católica del Norte(No.39), pp.152-164. Recuperado el 4 de octubre de 2021, de

https://www.researchgate.net/publication/283296206_Del_liderazgo_transaccional_al_liderazgo_transformacional_implicaciones_para_el_cambio_organizacional

Contreras, L. M. (13 de noviembre de 2013). Diez-Tipos-de-Innovacion-Keeley-Es-21404.pdf.

Obtenido de <https://es.scribd.com/document/359271304/Diez-Tipos-de-Innovacion-Keeley-Es-21404-pdf>

Corma, F. (2013). Innovación, innovadores y empresa innovadora. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Corporación Financiera Nacional. (12 de marzo de 2021). Banca de Desarrollo del Ecuador -CFN.

Recuperado el 3 de abril de 2021, de <https://www.cfn.fin.ec/quienes-somos/>

Corporation, F. H. (2018). FUJIFILM Value from Innovation . Obtenido de Valor a partir de la innovación. Historias sobre la innovación.:

<https://www.fujifilmamericas.com.ec/innovation/index.html>

Delgado Delgado, D., & Chavéz Granizo, G. P. (18 de abril de 2018). Las Pymes en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana.

[doi://hdl.handle.net/20.500.11763/oel1804pymes-ecuador-financiamiento](https://hdl.handle.net/20.500.11763/oel1804pymes-ecuador-financiamiento)

DerechoEcuador.com. (2020). Ley de modernización a la Ley de Compañía. Quito Distrito Metropolitano: Asamblea Nacional de la República del Ecuador. Recuperado el 3 de abril

de 2021, de

[https://derechoecuador.com/uploads/content/2020/12/file_1608838582_1608838587.](https://derechoecuador.com/uploads/content/2020/12/file_1608838582_1608838587.pdf)

pdf

Dinero en imagen. (23 de octubre de 2014). La importancia de aprovechar las oportunidades.

Recuperado el 3 de abril de 2021, de <https://www.dineroenimagen.com/blogs/tiempo-de-estrategia/la-importancia-de-aprovechar-las-oportunidades/45355>

Don Hellrigel, S. (2006). *La Innovación Administrativa*. México : Cengage Learning Editores.

Fernández Sastre, J. (22 de mayo-agosto de 2015). Economía neo-schumpeteriana, innovación y

política tecnológica. *Revista Elsevier*, Vol.38(No.107), pp.79-89. doi:DOI: 10.1016/j.cesjef.2015.03.001

Fernández Sastre, Juan. (2 de mayo de 2015). Economía neo-schumpeteriana, innovación y

política tecnológica. *Revista Elsevier España*, Vol.38, pp.79-89. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.cesjef.2015.03.001>

Ferrer, J. (2005). Competitividad Sistémica. Niveles analíticos para el fortalecimiento de sectores de actividad económica. *Revista SciELO de Ciencias Sociales*, Vol.11(No.1), pp.149-166.

Recuperado el 26 de marzo de 2021, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182005000100010

Fischmann, F. (30 de diciembre de 2014). Gestión en la innovación en tres dimensiones.

Recuperado el 3 de abril de 2021, de <https://fernandofischmann.com/gestion-de-la-innovacion-en-tres-dimensiones/>

Freeman, C. (1975). *La teoría económica de la innovación industrial*. Alianza Editorial.

Freire, A, D. M., & Jiménez, S, W. R. (2019). El control en la gestión empresarial como determinante para el emprendimiento en el sector de servicios, actividad hoteles y restaurantes. Tesis de Posgrado, Universidad Técnica de Ambato, Dirección de Posgrado,

Ambato. Recuperado el 20 de abril de 2021, de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/30041>

Galán , M. A. (2008). El Cuestionario en la Investigación. México D.F.: Paraninfo S.A. Recuperado el 20 de abril de 2021

García de León P, G. (2019). El concepto de competitividad sistémica. Revista Universidad de Sonora, pp.29-31. Recuperado el 8 de abril de 2021, de <http://revistauniversidad.uson.mx/revistas/25-8.pdf>

García de León, G. (12 de marzo de 2009). El concepto de competitividad sistémica. Revista Universidad de Sonora, pp.1-34. Recuperado el 3 de abril de 2021, de <http://revistauniversidad.uson.mx/revistas/25-8.pdf>

Gende, A. (6 de noviembre de 2019). Provincialización de Santo Domingo de los Tsáchilas. Obtenido de Tweet: <https://twitter.com/angelgendec/status/1192093492476076033>

Gómez Ortiz, E. J. (16 de abril de 2018). Gestión estratégica de costos una. Revista Espacios, Vol.39, p.4. Recuperado el 3 de abril de 2021, de <https://revistaespacios.com/a18v39n32/a18v39n32p04.pdf>

Gómez, M. (2008). Introducción a la Metodología de la Investigación Científica. Buenos Aires: Editorial Brujas.

González, C. (2013). ¿Cómo implementar la cultura de la innovación en la empresa? PeopleMatters.

Gordon Bustamante, D. (2014). colbritanico. Revista Competencia Empresarial, Vol.1(No.2), pp.56-89. Recuperado el 21 de marzo de 2021, de <http://www.colbritanico.edu.co>

Grudemi. (15 de junio de 2018). Teoría neoclásica. (E. Grudemi, Editor) Recuperado el 13 de octubre de 2021, de Enciclopedia Económica: <https://enciclopediaeconomica.com/teoria-neoclasica/>

Hanusch, H. y. (2006a). The New Production of Knowledge: Science and Research in Contemporary Neo-Schumpeterian Economics. Augsburg: University of Augsburg.

Hanusch, H. y. (2006b). The Edgar Companion to Neo-Schumpeterian Economics . Cheltenham: Edward Edgar .

Hernández, Fernández y Baptista . (2006). Metodología de la investigación. México D.F., México: McGraw-Hill. Recuperado el 15 de diciembre de 2020

Hernández, R. (10 de noviembre de 2001). Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del Istmo Centroamericano. Serie Estudios y Perpectivas CEPAL, pp.1-59. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://www.cepal.org>

Hernández, R. (2014). Metodologia de la Investigación. México D.F. : McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación (Vol. Vol.6). México D.F.: McGraw-Hill/Interamericana de Editores S.A.; de CV. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjp9r7U36PuAhWFtlkKHYYoABEQFjAAegQIARAC&url=https%3A%2F%2Fwww.esup.edu.pe%2Fdescargas%2Fdep_investigacion%2FMetodologia%2520de%2520a%2520investigaci%25C3%25B3n%25205t

Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. (Quinta ed.).

México D.F., México: McGraw-Hill. Recuperado el 4 de octubre de 2021

Hua, Z.; Yang, J., Coulibaly, S. and Zhang, B. (10 de junio de 2006). Teoría de Resolución de

Problemas Inventivos para la solución innovadora de problemas. Revista Tecnologías para

la integración, Vol.1(No.1), pp.111-128. Recuperado el 26 de marzo de 2021, de

https://www.uv.mx/personal/ermeneses/files/2019/02/Clase10-TRIZ_parte1.pdf

Huizingh, E. (2011). Open innovation: state of the art and future perspectives. ELSEVIER.

INE. (22 de abril de 2016). Encuesta de innovación en empresas. Recuperado el 19 de octubre de

2021, de Ministerio de Economía y Turismo:

[https://www.economia.gob.cl/category/estudios-encuestas/encuestas-y-bases-de-](https://www.economia.gob.cl/category/estudios-encuestas/encuestas-y-bases-de-datos/encuesta-nacional-de-innovacion-en-empresas)

[datos/encuesta-nacional-de-innovacion-en-empresas](https://www.economia.gob.cl/category/estudios-encuestas/encuestas-y-bases-de-datos/encuesta-nacional-de-innovacion-en-empresas)

INEC. (2018). Índice de Innovación y Competitividad Global a Nivel Mundial. Quito-Ecuador:

Datosmacro. Recuperado el 23 de Mayo de 2019, de

<https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-innovacion-competitividad-global>

INEC. (12 de enero de 2021). Estudios e Investigaciones. Recuperado el 4 de abril de 2021, de

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estudios-e-investigaciones/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2019). Directorio de Empresas y Establecimientos.

Biblioteca INEC. Ambato-Ecuador: INEC. Recuperado el 22 de Mayo de 2019, de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

[inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2012015/Princ](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2012015/Principales_Resultados_DIEE2015.pdf)

[ipales_Resultados_DIEE2015.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2012015/Principales_Resultados_DIEE2015.pdf)

Jansa, S. (2010). Resumen del Manual de Oslo sobre Innovación. OTRI UNED.

- Jansa, S. (10 de agosto de 2020). Resumen del Manual de Oslo sobre Innovación. Recuperado el 3 de abril de 2021, de https://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,23280929&_dad=portal
- Kirzner, I. (1997). Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process (Vol. Nº. 1). Austrian: . Journal of Economic Literature.
- Lambing, P., & Kuehi, C. (1998). Empresarios pequeños y medianos. México: Prentice Hall.
- Latorre, A. (2014). Metodología no experimental. México D.F.: McGraw-Hill. Recuperado el 20 de abril de 2021
- Leyva, A., Cavazos, J., & Espejel, J. (27 de junio de 2018). Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes. Revista Contaduría y Administración, Vol. 63(No.3), pp.1-21. doi:<http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1085>
- Mantilla, F. (2015). Técnicas de muestreo. Quito, Pichincha, Ecuador: CYDISEÑO S.A. Recuperado el 10 de febrero de 2022
- Mark, K. (1837). El capital . Madrid: Bilbao.
- Martínez, M. (2003). Construcción de un modelo para facilitar el aprendizaje organizacional. Tesis magister en ingeniería industrial, Universidad de los Andes, Facultad de Ingeniería Industrial , Bogota. Recuperado el 4 de octubre de 2021, de <https://repositorio.uniandes.edu.co/handle/1992/10499>
- Martínez, R. (12 de abril de 2011). Modelos para la implementación de la gestión de la calidad total en las Pymes Latinoamericanas. Revista Gestión y Gerencia, Vol.5(No.1), pp.68-86.

Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5272093>

Navarro, O., Ferrer, W., & Burgos, O. (febrero de 2018). La calidad como factor estratégico en el desarrollo competitivo de las Pequeñas y medianas empresas. *Revista SciELO Universidad y Sociedad*, Vol.10(No.2), pp.171-174. Recuperado el 4 de octubre de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200171

NeetWork Business School. (23 de febrero de 2020). Innovación empresarial: Qué es, tipos y ejemplos. Recuperado el 3 de abril de 2021, de <https://neetwork.com/innovacion-empresarial/>

Nelson, R. y. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Harvard University Press: Cambridge Massachusetts.

OCDE. (2005). *Oslo Manual: Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data* (Third edition. ed.).

Olivera, E. F. (2017). Concepto y tipos de innovación en la empresa del siglo XXI. *Innovación*, pp.50-60. Recuperado el 8 de abril de 2021, de <https://blog.grupo-pya.com/concepto-tipos-innovacion-la-empresa-del-siglo-xxi/>

Pérez Árevalo , M., & Tello Toalongo, J. S. (2019). *Desarrollo Económico*. Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Facultad de Ciencias Empresariales, Quevedo. Recuperado el 3 de abril de 2021, de <https://es.scribd.com/document/423495331/Las-Mipymes-y-Grandes-Empresas-Desarrollo-Economico>

Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. (2017). Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades 2017. Obtenido de www.planificacion.gob.ec

Porter, M. (1986). Ventaja Competitiva. México: CECSA.

QuestionPro Software de Encuestas. (10 de junio de 2020). Muestreo por conveniencia. Recuperado el 20 de abril de 2021, de <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-por-conveniencia/>

Ramírez, J. (15 de junio de 2016). Factores éticos que influyen en la competitividad de las empresas en el departamento del Quindío, Colombia. Revista SciELO de Administración y Negocios, Vo.32(No.55), pp.59-71. Recuperado el 4 de octubre de 2021, de https://www.researchgate.net/publication/320503687_Ethical_factors_influencing_the_competitiveness_of_enterprises_in_the_Quindio_province_Colombia

Ricardo, D. (1817). Principios de Economía Política y tributación. Londres: Scatha.

Rodeiro, D., & López, M. (diciembre de 2007). La innovación como factor clave en la competitividad empresarial: Un estudio empírico en Pymes. Revista Galega de Economía, 16(2).

Rubio, A., & Aragón, A. (28 de febrero de 2009). Recursos Críticos y estrategia en la pyme industrial. Revista Economía ICE Tribuna de Economía, Vol.1(No.846), pp.193-212. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/1218>

Rus, E. (10 de diciembre de 2020). Investigación Aplicada. Obtenido de Economipedia.com haciendo fácil la economía: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-aplicada.html>

Saavedra García, M., Milla Toro, S., & Tapia Sánchez, B. (11 de diciembre de 2013). Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal, México.

Revista FIR FAEDPYME INTERNATIONAL REVIEW. Recuperado el 3 de abril de 2021, de <http://faedpyme.ojs.upct.es/index.php/revista1/article/view/38/61>

Schumpeter, J. A. (1912). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University.

Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of Economic Development*. Harvard: Harvard University Press. Obtenido de <http://www.mheducation.es>

Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper.

Smith, A. (1776). *The Wealth of Nations*. Londres: Strahan .

Torres, Y. (2020). Factores de competitividad sistémica del sector textil en el cenbro de la ciudad de Ibaguè-Tolima. Universidad Autónoma de Manizales, Facultad de Estudios Sociales y Empresariales, Manizales. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <http://repositorio.autonoma.edu.co/handle/11182/1050>

Ugando Peñate, M. P., Sabando García, Á. R., Zapata Barros, Á. E., & Villalón Peñate, A. (october de 2019). Modelación Financiera y pronósticos de fondos externos requeridos en el contexto de las Pymes de Santo Domingo de los Tsáchilas, caso Ecuador. *Revista ResearchGate*, pp.1-14. Recuperado el 7 de abril de 2021, de <https://www.researchgate.net/publication/338921578>

Viegas, J. C., Albano, S., Trentini, C. L., Pérez Cortés, Á. A., Sportorno, M. M., & Suarez, S. M. (2007). *El Empresario Pyme*. Universidad del Rosario , Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas, México D.F. Recuperado el 3 de abril de 2021, de https://www.fcecon.unr.edu.ar/web-nueva/sites/default/files/u16/Decimocuartas/Viegas%2C%20Perez%20Cortes%2C%20Albano%2C%20Sportorno_empresario%20pyme.PDF

Villalobos, R. (2007). Innovación y Pensamiento Estratégico en Empresas de los Sectores de Manufactura, Distribución Eléctrica y Minería. Maracaibo.

Yance Carvajal, C., Solís Granda, L., Burgos Villamar, I., & Hermida Hermida, L. (junio de 2017). La importancia de las Pymes en el Ecuador. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana. doi:<http://hdl.handle.net/20.500.11763/ec17pymes-ecuador>

Anexos

Anexo 1. Encuesta cuestionario a empresas de Santo Domingo de los Tsáchilas