

FACTORES INNOVADORES EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

INNOVATIVE FACTORS IN THE BUSINESS COMPETITIVENESS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN SANTO DOMINGO OF THE TSÁCHILAS

Oscar Augusto Demera Ortiz¹  Félix Reinaldo Pastrán Calles¹ 

¹Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Pedernales, Ecuador.

Autor de Correspondencia :

Dr. Oscar Augusto Demera Ortiz
oscar.demera@pg.ulead.edu.ec

Como citar este artículo: Demera, O., & Pastrán, F. (2024). Factores innovadores en la competitividad empresarial de pequeñas y medianas empresas de Santo Domingo de los Tsáchilas. *Revista de Investigación Científica Huamachuco*, 2(1), 34-48. <https://doi.org/10.61709/rfhk9440>

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue analizar factores innovadores, para la competitividad empresarial en pequeñas y medianas empresas de Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador. Es un estudio con diseño no experimental, transversal y exploratorio-correlacional. La muestra es 31 Pymes. Se evaluaron los factores oportunidad, conductas, recursos, planificación estratégica, talento humano, publicidad, capacidad de directivos, y contabilidad y finanzas. Los resultados mostraron que todos los factores sometidos a estudio tuvieron más del 70 %, lo cual incide en un nivel de competitividad bueno. Por otra parte, la media innovadora de los factores fue superior a 3, reflejando estándares sobresalientes. Se concluye que los factores innovadores que fortalecen la competitividad de las Pymes de Santo Domingo, son potenciados por las mismas en aras de mantenerse en el mercado; además, el talento humano dentro de las empresas adquiere ponderación especial y, por ello, se tiene la confianza de fidelidad por parte de los trabajadores con la empresa.

Palabras clave: Innovación, competitividad empresarial, publicidad, talento humano.

ABSTRACT

The aim of this research was to analyze innovative factors for business competitiveness in small and medium-sized companies in Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador. It is a study with a non-experimental, transversal and exploratory-correlational design. The sample is 31 SMEs. The factors opportunity, behaviors, resources, strategic planning, human talent, advertising, management capacity, and accounting and finance were evaluated. The results showed that all the factors studied had more than 70%, which affects a good level of competitiveness. On the other hand, the innovative average of the factors was higher than 3, reflecting outstanding standards. It is concluded that the innovative factors that strengthen the competitiveness of SMEs in Santo Domingo are enhanced by them to remain in the market; in addition,



human talent within companies acquires special weighting and, therefore, there is the trust of loyalty on the part of workers with the company.

Keywords: Innovation, business competitiveness, advertising, human talent.

INTRODUCCIÓN

Una de las terminologías más estudiadas a través del tiempo por diversos autores, tales como: literarios, historiadados y científicos, ha sido innovación (Cobo, 2019; Merhi, 2017). Por ello, se considera que la innovación como categoría, cuenta con una historia evolutiva (Bachmann, 2017) y se ha ido normalizando en países, empresarios, emprendedores, entre otros (Segura & Ortega, 2004); por lo que se define como la acción de mejorar u optimizar algo ya existente o en su defecto crear algo nuevo y novedoso (Hong et al., 2019).

Según Naranjo & Toaquiza, (2019) quienes realizaron una investigación determinando el nivel de cultura innovadora existente, entre los emprendedores del proyecto “Incubadora Mipymes”, los resultados reflejan que el cociente de innovación es 8,4. Este valor se debe a que existe la métrica de mejora constante, a pesar de la incertidumbre que tiene Ecuador.

Así mismo, Martínez et al. (2018), determinó que las Mipymes en Ecuador son el 85 % del parque empresarial nacional, siendo reconocidas como uno de los ejes principales en la economía nacional. Para ello, la situación problemática es la competitividad de un país, la cual está determinada y limitada por una diversidad de factores empresariales, estructurales y sistemáticos (Aguirre et al., 2017).

Debido a esto, existe la limitante en los factores innovadores para las pequeñas y medianas empresas que no tienen el conocimiento, para realizar su aplicación de forma de mejorar su cuota en el mercado y diferenciarse de la competencia.

En aras del desarrollo de la sociedad existieron ilustres personajes; uno de ellos, fue el físico,

astrónomo, ingeniero, inventor y matemático Arquímedes, considerado por la historia como uno de los padres de la innovación, debido a que, sus aportes fueron fundamentales en distintas áreas como la estática e hidrostática. En este mismo sentido, diseñó modelos innovadores de mecanismos mecánicos como fueron: máquinas, armamentos y el tornillo sin fin, empleado en el sector automotriz, agrícola, entre otros (Salazar, 2014).

Estos preceptos han motivado a innovadores, donde se han diseñado modelos en diferentes áreas: administrativas, sociales, económicas, entre otros. La innovación, desde el punto de vista de Arquímedes, fue crear modelos didácticos que permitan alcanzar niveles óptimos de competitividad y una permanencia prolongada en el entorno (Alzate et al., 2015).

De acuerdo con lo planteado por García et al. (2017), las empresas tienen como objetivo no ser vistas solamente como modelos productores que ofertan algún bien o servicio, sino que, se quieren proyectar como un conjunto organizado que constantemente busca aportar conocimientos para así, aplicarlos en sus procesos productivos y organizacionales en beneficio de la sociedad.

Por esta razón, Hong et al. (2019) en su investigación referente al crecimiento empresarial toma como muestra a: Corea del Sur, Singapur, Canadá, Hong Kong y Japón. En los resultados de su estudio menciona que la evolución económica de estos países se debe a la sostenibilidad e innovación que ha desarrollado el parque empresarial, especialmente, las pequeñas y medianas empresas (Pymes). Por su parte, Iglesias, (2018) y Araque et al. (2018) mencionan que el Estado como modelo constitutivo



debe ser eficiente mediante sus políticas de impulso productivo, para que las competencias de las Pymes sean predominantes en todos los países.

En América, los gobiernos de Brasil (Gómez et al., 2019) y México (Lerma & Vargas, 2019), en los últimos 20 años han ido modificando sus políticas internas en aras de tomar medidas que buscan fortalecer al sector productivo y que este se transforme en un modelo de negocio eficiente. En este sentido, el empleo de tecnologías en las empresas se ha ido ponderando cualitativamente, principalmente por la demanda que existe en el mercado global, donde se deben dar medidas concretas y, sobre todo, no basadas en suposiciones (Quirós et al., 2017).

Actualmente, la innovación no se limita a estándares (Reyes et al., 2019), sino que busca constantemente generar nuevas oportunidades. En este contexto, han surgido líderes, los mismos que con sus visiones más futuristas han llegado a refrescar el mercado (Barrios & Adam, 2010). Por ello, los modelos empresariales se basan en: permanencia y sostenibilidad independientemente de las épocas o líneas de tendencia (Márquez & Salguero, 2018).

La relación para este acápite se da con el objetivo de disminuir al mínimo la incertidumbre cuando factores externos amenazan la permanencia o la rentabilidad de las empresas. Por lo que se

han diseñado estudios que evalúan los grados de incidencia y la relación que existe entre aquellos (Hernández et al., 2019); coexistiendo modelos y formas de perfeccionamiento, en ellas la teoría “justo a tiempo” -JIT-, donde el objetivo es aprovechar los beneficios organizacionales con el fin de evitar aspectos negativos en el proceso (Gaitán et al., 2018).

La competitividad es el impulso para que alguien sea capaz de competir a fin de conseguir un objetivo. Por su parte, según Labarca (2007), la competitividad empresarial es un eje central al momento de hablar de economía o incluso del desarrollo productivo de los países. En este contexto, sintetiza a la competitividad empresarial como el método que busca el manejo eficaz y eficiente de los recursos: financieros, naturales, humanos, tecnológicos, entre otros. En este sentido, existen indicadores competitivos empresariales que permiten conocer la rentabilidad de la empresa, el cociente de exportación y la participación en el mercado.

En Ecuador, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se define a las empresas en: micro, pequeñas, medianas (Mipymes) y grandes empresas, y se segmentan por variables, como son: número de empleados y número de ingresos (volumen de ventas) en un año fiscal (Tabla 1).

TABLA 1

Segmentación de las empresas

Tamaño de la empresa	Cantidad de trabajadores	Ingresos
Pequeña	10 a 49	\$100.001 a \$1'000.000
Mediana “A”	50 a 99	\$1'000.001 a \$2'000.000
Mediana “B”	100 a 199	\$2'000.001 a \$5'000.000

Nota: Cruz et al., 2018



Sin embargo, estas empresas para seguir siendo consideradas fundamentales deben emplear modelos competitivos, pero para lograrlo deben estar apoyadas estratégicamente por el gobierno, con el fin de cumplir y responder a todas las exigencias impuestas por los nuevos entornos económicos (Nguru, 2016). Debido a esto, actualmente es visible la falta de administración moderna que utilizan las Mipymes del país (Hernández et al., 2019). Por tal razón, microempresas como las de comercio textil, consultorías, ferreterías, entre otros, pertenecen al grupo de compañías que no han hecho uso eficiente de tecnologías, para mejorar la experiencia del cliente (Aguirre et al., 2017). En este sentido, el Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro) estableció la existencia de 22.537 Pymes (González, 2017; Heredia, 2016).

Ahora bien, existen obstáculos que han afectado a las Pymes, ya que las empresas ecuatorianas están sujetas a un sin número de problemas que se dan en torno a un conjunto de métricas y variables, tales como: epidemias y/o fenómenos naturales que se han considerado como acontecimientos exponenciales, asociados a múltiples limitaciones (Bachmann 2017). Situación agravada por los GDO (Grupos Delictivo Organizado), pues el área de seguridad es un estamento por parte del Estado que ha sido descuidado y estos grupos han lacerado una sociedad sumamente débil. Por ejemplo, las famosas “vacunas o extorsiones” han destruido estructuralmente varios negocios.

Por esta razón, los empresarios que siguen operando en Ecuador, son héroes en busca de mejores días. Por tanto, los factores innovadores que han empleado para aumentar la competitividad empresarial de las Pymes de Santo Domingo, deben ser tratados en una investigación científica; pues, el sector empresarial, indudablemente es sinónimo de innovación y competitividad en todo el Ecuador.

Por esto, la presente investigación planteó el

siguiente objetivo analizar los factores innovadores que influyen en la competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) localizadas en Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador.

MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio tuvo un diseño no experimental, transversal y de alcance exploratorio-correlacional, apoyada en la investigación documental y de campo donde, la unidad de análisis fueron los administradores y/o gerentes de las Pymes. Por su parte, el método de inferencia fue inductivo-deductivo y, en este sentido, se accedió a documentación digital a fin de obtener el listado Pymes que existen en Santo Domingo de los Tsáchilas (Hurtado, 2020).

De acuerdo con el ranking de la Superintendencia de Compañía, se define la existencia de 102 medianas empresas y 333 pequeñas empresas en Santo Domingo, sumando un total de 435 Pymes. Para definir el tamaño de la muestra se empleó un muestreo no probabilístico a conveniencia.

El trámite para seguir y poder tener un acercamiento con las empresas fue el siguiente: Se accedió al portal de la Super Intendencia de Compañías, en el cual se obtuvo información referencial. Posteriormente, se realizó un estudio de índole exploratorio en redes sociales en aras de poder tener contacto con las empresas. En este sentido, el tamaño de la muestra fue de 31 Pymes.

Se diseñó un cuestionario empleando los preceptos y parámetros del Banco Interamericano de Desarrollo (Castro, 2016). el cual fue aplicado a los gerentes de las Pymes que aceptaron participar de manera voluntaria a la investigación. El instrumento estuvo constituido por bloques, dando un total de 28 preguntas; las cuales tuvieron una escala de calificación de tipo Likert, con valores iniciales en uno (1) hasta cuatro (4), siendo uno la respuesta más baja y cuatro la más alta. En cuanto a la escala

de respuestas se presentan cuatro niveles: 1: nunca; 2: a veces; 3: generalmente y 4: siempre. Luego se establecieron medias aritméticas para la calificación de cada bloque. En este sentido, la composición de los intervalos fue la siguiente:

- Valores superiores o iguales a 1, pero inferiores a 1,75: mala
- Valores superiores o iguales a 1,75, pero inferiores a 2,50: regular

- Valores superiores o iguales a 2,50 pero, inferiores o iguales 3,25: buena
 - Todo valor superior a 4,20: muy buena
- La validación del cuestionario se realizó mediante el alfa de Cronbach, resultando 0,878.

En la Tabla 2 se muestra un estrato de las empresas que participaron de la investigación y aceptaron ser nombradas en este documento

TABLA 2

Empresas que permitieron ser publicadas en el estudio

#	Empresas
1	Provecen
2	Zurista
3	Edemica
4	Importadora Marlon Mendoza
5	La casa del Toldo
6	Distribuidora Pantoja
7	Distribuidora 1001
8	Comercial Aldean
9	Alcopalma S.A
10	SOLUINSA S.A
11	Holyground S.A
12	Neopalma S.A
13	Truar CIA. LTDA
14	Agrícola Tropical Torres Castro
15	Agrilatex S. A

RESULTADOS**Discretización de los factores innovadores****Factor oportunidad**

Las empresas, cuando se les consultó sobre fomentar nuevas formas de pensar, ante posibles problemas que se generan, en aras de que el personal se

sienta vinculado y poder obtener diferentes puntos de vista, para que se pueda generar una base significativa de información que con posterioridad puede ser amalgamada y, con ello, las empresas resulten beneficiadas, obtuvieron una media de 3,35; la cual las ubicó en el baremo de muy bueno, con un porcentaje competitivo del 83,87 %.

Por otra parte, las empresas dan facilidad para que su personal, en caso de mostrarse inconforme salarialmente o con el cargo que ocupan en la empresa, puedan buscar nuevas oportunidades laborales, sin ser posteriormente objeto de retaliación; en este sentido, la media fue de 3,25 dando una calificación de Muy Bueno. De esta forma, se fomenta por parte de las empresas la investigación, sea para apertura de mercado, la inserción de nuevos productos o servicios, nuevas estrategias de ventas, etc. Por lo cual, la calificación fue 3,09 (Tabla 3).

TABLA 3*Ponderación del factor oportunidad*

Oportunidad	n	Mín.	Máx.	Media	Cal.	Competitivo	DE
¿La empresa fomenta nuevas formas de pensar y soluciones desde diversas perspectivas?	31	3	4	3,35	Muy Bueno	83,87	0,486
¿La empresa brinda la libertad de buscar nuevas oportunidades?	31	2	4	3,25	Muy Bueno	81,45	0,57
¿La empresa fomenta la investigación?	31	2	4	3,09	Bueno	77,42	0,53
¿La empresa constantemente apoya los esfuerzos innovadores de los trabajadores?	31	2	4	3,19	Bueno	79,84	0,65
¿La empresa tiene miedo al fracaso y trata al mismo como una oportunidad de aprendizaje?	31	2	4	3,12	Bueno	78,23	0,49

Nota: Cal: calificación; DE: desviación estándar

Factor conductas

Al momento de hablar de conductas innovadoras las empresas objeto de estudio mantienen simetría en sus porcentajes innovadores. Por ejemplo, los trabajadores de las empresas toman iniciativas innovadoras dando una media de 3,10. En este contexto, cuando existen obstáculos, las empresas buscan emplear estrategias en aras de poder evitarlos.

Una de las respuestas que más se repitió por parte de las empresas fue que se realizan la matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). Por otra parte, las empresas conceden incentivos a los equipos de ventas cuando obtienen éxitos y, cuando fracasan, les prestan acompañamiento con el departamento de Recursos Humanos, para que este traspíe no lacere emociones. Este factor tuvo una media de 3.10 (Tabla 4).

TABLA 4*Ponderación del factor conductas*

Conductas	n	Mín.	Max.	Media	Cal.	Competitivo	DE
¿La empresa dedica tiempo para entrenar y brindar retroalimentación en aras de aumentar la innovación?	31	2	4	3,03	Bueno	75,81%	0,657
¿En mi organización, las personas de todos los niveles toman iniciativa de manera proactiva para innovar?	31	2	4	3,10	Bueno	77,42%	0,538
¿Se brinda apoyo a los miembros del equipo del proyecto (Ventas) durante los éxitos y los fracasos?	31	2	4	3,10	Bueno	77,42%	0,538
¿Se emplean estrategias de influencia adecuadas para ayudar a sortear los obstáculos de la organización?	31	2	4	3,16	Bueno	79,03%	0,522
¿La empresa permite modificar y cambiar el curso de acción cuando sea necesario (Si hay pérdidas económicas)?	31	2	4	3,03	Bueno	75,81%	0,706

Nota: Cal: calificación; DE: desviación estándar

Factor recursos

Las empresas objeto de estudio en sus organizaciones buscan formar líderes y, es por eso que, los inscriben en cursos o seminarios sobre formación empresarial, por esta razón, obtuvieron una media de 2,97. Por otra parte, las empresas, cuando buscan insertar nuevos productos o

servicios, cuentan con expertos en el área de innovación, los mismo que realizan estudios de mercado y un análisis exhaustivo de este; meta que va a tener la nueva línea que ofertará la empresa, donde se evidencian las mejoras que tiene, en contraste con la competencia obteniendo en este factor una media de 2,77 (Tabla 5).

TABLA 5*Ponderación del factor recursos*

Recursos	n	Mín.	Máx.	Media	Cal.	Competitivo	DE
¿La empresa busca líderes comprometidos que están dispuestos a contribuir con la misión de la misma?	31	2	4	2,97	Bueno	74,19%	0,604
¿La empresa cuenta con expertos en innovación que pueden apoyar los proyectos?	31	1	4	2,77	Bueno	69,35%	0,716
¿La empresa cuenta con el talento interno para triunfar en proyectos de innovación?	31	2	4	3,00	Bueno	75,00%	0,516

Nota: Cal: calificación; DE: desviación estándar

Factor planificación estratégica

Al inicio de cada año fiscal, estas empresas establecen metas u objetivos, las cuales se van evaluando de forma periódica y las métricas empleadas las establece la propia organización. Por ejemplo, en algunas empresas realizan análisis a los ingresos y egresos cada tres meses y esto permite conocer el estado económico de forma constante y evaluar si existen o no pérdidas. En este contexto, la media para este indicador fue de 3,06 y el porcentaje competitividad de 76,61% (Tabla 6).

TABLA 6

Ponderación de planificación estratégica

Planificación Estratégica	n	Mín.	Máx.	Media	Cal.	Competitivo	DE
¿La empresa planifica sus acciones?	31	2	4	2,90	Bueno	72,58%	0,597
¿La empresa tiene estrategias para ganar mercado?	31	2	4	2,97	Bueno	74,19%	0,604
¿La empresa cumple sus objetivos?	31	2	4	3,06	Bueno	76,61%	0,573

Nota: Cal: calificación; DE: desviación estándar

Factor talento humano

Las empresas objeto de estudio se enmarcan en un baremo bueno en su trabajo con el talento humano (Tabla 7). Al abordar la variable, se considera que el equipo de trabajo es eficiente, pues se realizan evaluaciones constantes de desempeño y estimulación, dado que, si los colaboradores obtienen una ponderación sobresaliente, se hacen acreedores de incentivos.

Por ejemplo, el gerente de una de las empresas manifestó que el departamento que mejor ponderación obtiene durante un año se hace acreedor a una cena. Este plus adicional, lo emplearon post Covid-19, ya que buscan evitar la fatiga laboral. Además, estos matices logran fidelizar a sus trabajadores e incentivan a mostrarlos de forma constante como innovadores.

TABLA 7

Ponderación del factor talento humano

Talento Humano	N	Mín.	Máx.	Media	Cal.	Competitivo	DE
¿Cree que el equipo de trabajo es eficiente (está satisfecho con el equipo de trabajo)?	31	1	4	2,84	Bueno	70,97%	0,637535578
¿Existe un compromiso por parte de todo el equipo de trabajo para hacer crecer la empresa?	31	2	4	3,06	Bueno	76,61%	0,442378712

Nota: Cal: calificación; DE: desviación estándar

Factor publicidad

Al hablar de publicidad, se abordan diferentes áreas, las mismas que se deben aunar en aras de establecer una métrica en común. En este sentido, las empresas objeto de estudio consideran que han conseguido amalgamar la publicidad convencional,

digital y la personal, tomando como premisa siempre la vanguardia y el trato cortés y cordial hacia los clientes; por ello, al momento de su evaluación existe una media entre incógnitas con muy poco margen de diferencia (Tabla 8).

TABLA 8*Ponderación del factor publicidad*

Publicidad	n	Mín.	Máx.	Media	Cal.	Competitivo	DE
¿La empresa cree que ha fomentado por parte de sus clientes la publicidad: Boca a Boca (¿Que los clientes recomienden la cooperativa con amistades, familiares, etc.?)	31	2	4	3.03	Bueno	75,81%	0,604
¿La empresa tiene una presencia publicitaria fuerte en los medios tradicionales (Radio, TV)?	31	1	4	2,90	Bueno	72,58%	0,650
¿La empresa tiene una presencia publicitaria fuerte en las redes sociales?	31	2	4	3.03	Bueno	75,81%	0,481

Nota: Cal: calificación; DE: desviación estándar

Factor capacidad de directivos

Las empresas necesitan elementos básicos, tales como: suministros, insumos, entre otros. En este sentido, los directivos de las empresas evaluadas sienten la necesidad intrínseca de velar por estos elementos básicos e imprescindibles, para el correcto andamiaje de la empresa y que en efecto correlativo mantenga conforme a los trabajadores; es así que este factor obtuvo una media de 2,97 (Tabla 9). Asimismo, en aras de tener una comunicación efectiva y que todas las líneas jerárquicas de la organización trabajen de forma sincrónica, se informan los éxitos o falencias que presentan en la empresa.

Factor contabilidad-finanzas

La salud financiera en cualquier organización es posiblemente una de las áreas más importantes, debido a que sin recursos financieros no se pueden canalizar los proyectos. En este contexto, las empresas cuentan con un sistema eficiente de cobranzas con las carteras vencidas, el cual tuvo una media de 2,84 (Tabla 10); sin embargo, esto no afecta la solvencia de las empresas, ya que todas cuentan con activos como respaldo en caso de falta de pago de clientes, lo cual sirve para pagar sueldos y salarios de los trabajadores, para no generar un clima de inconformidad, algo que puede acarrear baja productividad.

TABLA 9

Ponderación del factor capacidad de directivos

Capacidad de directivos	n	Mín.	Máx.	Media	Cal.	Competitivo	Des. Est.
¿La empresa se preocupa por las necesidades del equipo de trabajo?	31	2	4	2,97	Bueno	74,19%	0,795
¿La empresa informa de forma objetiva los logros o falencias que se quieren mejorar?	31	2	4	2,97	Bueno	74,19%	0,406
¿La empresa promueve el compañerismo y la honestidad?	31	1	4	2,81	Bueno	70,16%	0,749

Nota: Cal: calificación; DE: desviación estándar

TABLA 10

Ponderación del factor contabilidad-finanzas

Contabilidad-Finanzas	n	Mín.	Máx.	Media	Cal.	Competitivo	DE
¿El sistema de manejo de carteras vencidas es eficiente?	31	1	4	2,84	Bueno	70,97%	0,778
¿La empresa es solvente?	31	2	4	3,03	Bueno	75,81%	0,482
¿Se pagan oportunamente los sueldos y salarios?	31	2	4	3,29	Muy Bueno	82,26%	0,529

Nota: Cal: calificación; DE: desviación estándar

Media innovadora de los factores objeto de estudio

Luego de haber hecho la segmentación de factores innovadores que inciden en la competitividad de las empresas, se obtuvieron las medias totales, las cuales oscilan entre la calificación: bueno y muy bueno. No obstante, el factor que obtuvo mayor ponderación fue Oportunidad con 3,21; mientras que Talento Humano y Recursos tuvieron 2,91 (Fig. 1). A pesar de que estos dos últimos factores son

calificados como los de menos puntajes, la diferencia que existe entre el factor mejor ponderado y el menor es de 0,30; lo cual estaría en un margen de tolerancia admisible.

Porcentaje competitivo de los factores

El factor oportunidad presentó 80,16 % (Fig. 2); una de las razones para este porcentaje, es que las empresas muestran facilidades para sus

trabajadores y los hacen formar parte del equipo, a pesar de que mantienen siempre las puertas abiertas a que sus colaboradores, para que en caso de no sentirse cómodos busquen nuevos desafíos profesionales.

Por otra parte, existen tres factores que comparten el mismo porcentaje, estos son: recursos, talento

humano y capacidad de directivos; por lo que se pudiera inferir que, esto se debe principalmente, por los niveles de exigencia en estas áreas, ya que se consideran medulares para el correcto funcionamiento de una organización. Por ende, al momento de autoevaluarse deben ser los más rígidos posibles en aras de identificar sus debilidades.

FIGURA 1

Ponderación de los factores evaluados

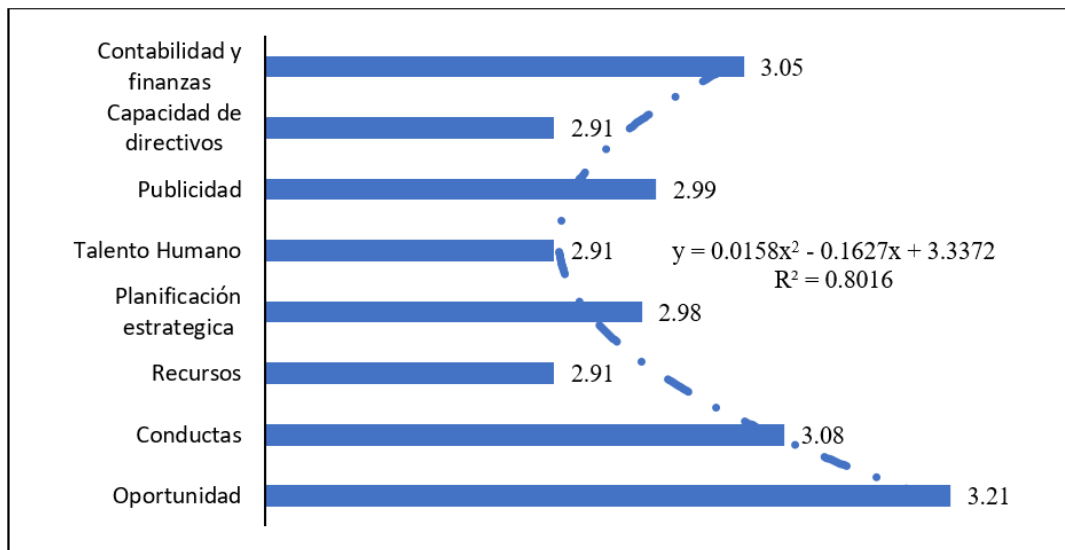
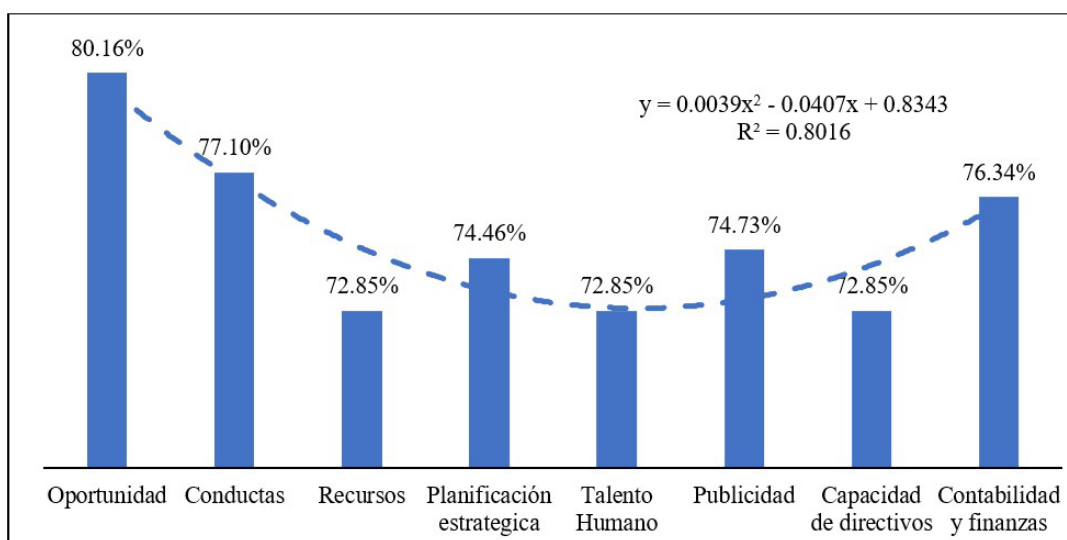


FIGURA 2

Porcentaje competitivo de los factores evaluados



El porcentaje competitivo que tienen las empresas obedece también a una tendencia de crecimiento económico y competitivo que tiene Santo Domingo

de los Tsáchilas, la cual que para el 2024, es ya una de las cinco provincias del Ecuador que tiene flujo económico trascendente en la economía del país.

DISCUSIÓN

Las empresas que conformaron el campo de acción de la presente investigación cuentan con posicionamientos enmarcados en aras de innovar, para obtener niveles competitivos. Salcán (2020) estudió la competitividad en las Cooperativas de Ahorro y Crédito de la ciudad de Santo Domingo; en ella, se observan factores similares con la presente investigación, en relación al talento humano que tuvo un valor promedio de 3,485; mientras que en la presente investigación la ponderación fue de 2,91. Esta diferencia radica en que la evaluación se realizó antes del Covid-19 y no existían métodos didácticos ni de investigación, para determinar factores de fatiga laboral.

Otro factor que también se evaluó en la investigación citada, es capacidad de directivos (Salcán, 2020), donde el promedio fue 4,00; mientras que en la presente investigación es 3,05. A pesar de la diferencia en las ponderaciones, existe simetría en las consideraciones donde se menciona que, los directivos velan por el estado físico y mental de sus colaboradores.

El cociente de los ocho factores es superior al 70 %, lo cual incide en un nivel de competitividad bueno; por otra parte, la media innovadora de los factores fue superior a 3, lo cual refleja estándares sobresalientes.

Se afirma que las empresas objeto de estudio cuentan con factores innovadores que pueden ser potencializados en aras de mejorar la competitividad de estas. El cuidado que están teniendo por sus trabajadores constituye uno de los puntos más importante, lo cual induce que existe cuidado hacia el talento humano contratado y que este se siente de igual forma comprometido con la empresa.

Una limitante de este estudio es no poder realizar una investigación aplicada, mediante el empleo de equipos tecnológicos, como redes neuronales artificiales, debido al poco tiempo que se empleó, para recolectar información.

CONCLUSIONES

A pesar de que los factores de recursos y capacidades de directivos presentaron valores más bajos a nivel competitivo, esto no infiere falta de competencia, pues existen factores como oportunidad o conductas, donde las empresas poseen diferentes fortalezas y buscan generar ecosistemas amigables y de compañerismo entre los trabajadores.

El cuidado por sus trabajadores les permite tener la confianza de que ellos serán fieles a las empresas y por ende, les brindan posibilidades de crecer y emigrar de la empresa, en caso de que ellos así lo deseen.

La inversión en publicidad y estrategias innovadoras repercute en incremento de ventas de bienes o servicios; sin embargo, se debe analizar la macroeconomía, ya que post Covid-19 la forma de comercio cambió a nivel mundial.

La evaluación periódica permite trazar objetivos factibles a corto o mediano plazo; por consiguiente, se autoevalúan las debilidades y fortalezas que tienen.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguirre, W., Révalo, M., & Núñez, L. (2017). Análisis del proceso innovador de las microempresas del área urbana del Cantón Quevedo, Ecuador. *ECA SINERGIA*, 8(1), 95-108. https://doi.org/https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v8i1.788



- Álzate, B., Hurtado, J., & López, L. (2015). Implementación de herramientas para el diagnóstico de innovación en una empresa del sector calzado en Colombia. *RAI – Revista de Administración e Innovación*, 12(3) 310-329. <https://doi.org/https://doi.org/10.11606/rai.v12i3.100946>
- Araque, Y., Córdoba, V., Meriño, C., & Peralta, C. (2018). Emprendimiento sostenible para el desarrollo económico de las PYMES. *Revista Espacios*, 39(07). <http://www.revistaespacios.com/a18v39n07/18390703.html>
- Bachmann, F. (2017). La innovación industrial y sus determinantes desde un enfoque sistémico. *FACES*, 23(48), 25-44. <http://nulan.mdp.edu.ar/2592/>
- Barrios, G., & Adam, M. (2010). Hacia una cultura innovadora en las empresas. *Puente*, 4(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18566/puente.v4n2.a08>
- Castro, V. (2016). *Escuela de Organización Industrial*. <https://www.eoi.es/blogs/valvanera-castro-fernandez/2016/11/13/como-medir-la-innovacion/>
- Cobo, B. (2019). Innovación Social, Innovación Smart: Nuevas respuestas frente a los desafíos de la humanidad. *European Public & Social Innovation Review*, 4(1), 37-52. <http://pub.sinnergiak.org/index.php/esir/article/view/101>
- Gaitán, H., Grisales, N., & Correa, F. (2018). Diagnóstico para la implementación de las herramientas Lean Manufacturing, desde la estrategia de operaciones en algunas empresas del sector textil confección de Colombia: reporte de caso. *Revista EAN*, 85, 199-218. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2058>
- García, J., Mendoza, J., & Sánchez, P. (2017). Innovación y desarrollo regional en México. *Revista Global de Negocios*, 5(7), 85-95. <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v5n7-2017/RGN-V5N7-2017-8.pdf>
- Gómez, E., Morales, R., Carrillo, A., & Calvo, S. (2019). Calidad de vida laboral en las Pymes de Brasil: un diagnóstico. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 25(72). <http://revistas.ujat.mx/index.php/hitos/article/view/3226>
- Heredia, V. (2016). En el sector textil, el 85% de los actores son pymes. *Lideres*. <https://www.revistalideres.ec/lideres/sector-textil-pymes-empresas-actores.html>
- Hernández, P., Ramírez, G., Pérez, R., & Molina, N. (2019). Financiamiento de los microempresarios del Centro Comercial Popular El Salto, Latacunga, Ecuador. *Revistas Espacios*, 40(22), 26-41. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n22/19402226.html>
- Hong, Y., Lee, J., & Ding, G. (2019). Volatility clustering, new heavy-tailed distribution and the stock market returns in South Korea. *International Journal of Information, Business and Management*, 11(2), 317-325. http://ijibm.site666.com/IJIBM_Vol11No2_May2019.pdf#page=322
- Hurtado, J. (2020). *Ingeniería Geotécnica*. EDUNI. <https://www.jorgealvahurtado.com/files/LIBRO%20INGENIER%3%8DA%20GEOT%3%89CNICA%20ALVA%202020.pdf>
- Iglesias, G. (2018). El Plan de Acción Europeo de Defensa, un impulso a la industria de defensa y un medio de integración de la Unión Europea. *bie3: Boletín I.E.E.E*, 9, 385-402. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6467944>

- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13(2), 158-184. <https://www.redalyc.org/pdf/737/73713208.pdf>
- Lerma, V., & Vargas, J. (2019). Impacto de Business Performance y TQM en las pymes de México. *Gestión Joven*, 19. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6773485>
- Márquez, J., & Salguero, J. (2018). El COWORKING como herramienta innovadora para el desarrollo de los nuevos emprendedores. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/coworking-nuevos-emprendedores.html>
- Martínez, M., Pérez, L., & Silva, W. (2018). La dinámica empresarial y el emprendimiento, factores determinantes para el desarrollo del ciclo de vida de las pymes. *Revista Publicando*, 5(15), 308-325. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/1376>
- Merhi, Y. (2017). Historia de la innovación: inicios de la correspondencia entre tecnología, arte y diseño. *DAYA 3. Diseño, arte y arquitectura*, 1(3), 9-20. <https://doi.org/https://doi.org/10.33324/daya.v1i3.95>
- Naranjo, F., & Toaquiza, K. (2019). El nivel de innovación de los emprendimientos de Santo Domingo. *DSpace Uniandes*. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/10174>
- Nguru, A. (20 de junio de 2016). Grupo *Banco Mundial*. <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2016/06/20/entrepreneurs-and-small-businesses-spur-economic-growth-and-create-jobs>
- Quirós, M., Quirós, J., & Izquierdo, J. (2017). Empresas tecnológicas y políticas públicas de desarrollo regional en Brasil. *Problemas del Desarrollo*, 48(190), 61-82. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rpd.2017.03.001>
- Salazar, E. (2014). Arquímedes: su vida, obras y aportes a la matemática moderna. *Matemática, Educación E Internet*, 9(1), 1-40. <https://revistas.tec.ac.cr/index.php/matematica/article/view/2040>
- Salcán, H. (2020). Competitividad en las Cooperativas de Ahorro y Crédito de la ciudad de Santo Domingo. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 8(1), 1-27. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i1.2442>
- Segura, C., & Ortega, R. (2004). El Desarrollo Local en la Globalización. *Economía y Desarrollo*. <http://www.econdesarrollo.uh.cu/index.php/RED/article/view/529>

