



Kevin Antonio Figueroa-Gómez

E-mail: kfigueroa4@utmachala.edu.ec

Orcid: <https://orcid.org/0009-0003-4219-5053>

Luigi Manuel Bone-Chila

E-mail: lbone2@utmachala.edu.ec

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5168-8541>

John Alexander Campuzano-Vásquez

E-mail: jcampuzano@utmachala.edu.ec

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5168-8541>

Carrera de Economía, Universidad técnica de Machala. Machala, Ecuador

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Figueroa-Gómez, K. A., Bone-Chila, L. M., & Campuzano-Vásquez, J. A. (2025). Gestión de la innovación y su incidencia económica en las medianas empresas de Machala, 2023-2024. *Portal de la Ciencia*, 6(2), 262-274, DOI: <https://doi.org/10.51247/pdlc.v6i2.537>

==== o ====

Gestión de la innovación y su incidencia económica en las medianas empresas de Machala, 2023-2024

RESUMEN

El estudio realizado utiliza un enfoque cuantitativo y diseño descriptivo transversal, permitiendo analizar la gestión de innovación de las medianas empresas de la ciudad de Machala y su impacto en el desempeño financiero. Con respecto a los datos obtenidos para la implementación de prácticas innovadoras en procesos y su impacto en el crecimiento económico de estas empresas se recolectaron mediante una encuesta estructurada en escala Likert de cinco puntos. El análisis estadístico presenta modelos de ecuaciones estructurales (SEM), permitiendo evaluar la relación causal que existe entre la innovación y el desempeño económico mediante el diseño de constructos enfocados a esta teoría. Por ende los resultados pretenden informar políticas públicas y programas de apoyo que premian innovación en el sector empresarial del país a su vez incrementen el desarrollo económico, a su vez la incertidumbre sobre innovación en las medianas empresas también es abordada esto debido a la falta de claridad sobre los beneficios que esta trae la dificultad de adopción de innovaciones principalmente en empresas cuyos recursos son limitados.

Palabras claves: Gestión de innovación, rendimiento económico, empresas medianas.

==== o ====

Innovation management and its economic impact on medium enterprises in Machala, 2023-2024

ABSTRACT

The study carried out uses a quantitative approach and cross-sectional descriptive design, allowing us to analyze the innovation management of medium-sized companies in the city of

Machala and its impact on financial performance. Regarding the data obtained for the implementation of innovative practices in processes and their impact on the economic growth of these companies, they were collected through a survey structured on a five-point Likert scale. The statistical analysis presents structural equation models (SEM), allowing the causal relationship that exists between innovation and economic performance to be evaluated through the design of constructs focused on this theory. Therefore, the results are intended to inform public policies and support programs that reward innovation in the country's business sector and in turn increase economic development. In turn, uncertainty about innovation in medium-sized companies is also addressed due to the lack of clarity. about the benefits that the difficulty of adopting innovations brings, mainly in companies whose resources are limited.

Keywords: Innovation management, economic performance, medium-sized companies.

==== o ====

Gestão da inovação e seu impacto econômico nas médias empresas de Machala, 2023-2024

RESUMO

O estudo realizado utiliza uma abordagem quantitativa e um desenho descritivo transversal, permitindo analisar a gestão da inovação em empresas de médio porte da cidade de Machala e seu impacto no desempenho financeiro. Em relação aos dados obtidos para a implementação de práticas inovadoras em processos e seu impacto no crescimento econômico dessas empresas, eles foram coletados por meio de uma pesquisa estruturada em uma escala Likert de cinco pontos. A análise estatística apresenta modelos de equações estruturais (MEE), permitindo avaliar a relação causal existente entre inovação e desempenho econômico por meio do desenho de construtos focados nessa teoria. Portanto, os resultados visam informar políticas públicas e apoiar programas que recompensem a inovação no setor empresarial do país e, por sua vez, aumentem o desenvolvimento econômico. Por sua vez, a incerteza sobre a inovação em empresas de médio porte também é abordada devido à falta de clareza. benefícios que isso traz consigo a dificuldade de adoção de inovações, principalmente em empresas cujos recursos são limitados.

Palavras-chave: Gestão da inovação, desempenho econômico, médias empresas.

==== o ====

INTRODUCCIÓN

Según Teece (2017), la innovación se ha establecido como un pilar fundamental en el desarrollo y competitividad de las organizaciones de este siglo el cual se encuentra caracterizado por rápidos cambios en el sector tecnológico, mercados globales, y expectativas en constante crecimiento de los consumidores; por ende la capacidad de innovar se ha vuelto crucial para supervivencia a largo plazo de cualquier empresa.

De esta manera en el contexto económico global la innovación se ha visto como un factor determinante para el crecimiento y competitividad empresarial en entornos caracterizados por rápidos avances tecnológicos y una creciente incertidumbre de mercado (Navas et al., 2023). La definición de innovación empresarial fue inicialmente establecida por Joseph Shumpeter, quién señala que la innovación y tanto el emprendimiento son los motores fundamentales para el desarrollo económico (Śledzik, 2013). Este enfoque ha sido difundido productores como Pasola y Castells, quienes describen a la innovación como aquel proceso dinámico que impulsa el desarrollo económico mediante la implementación de tecnologías en crecimiento (Suárez, 2018).

De acuerdo al Manual de Oslo, un estándar internacional que se utilizaba para la medición de innovación se define como la incorporación de un mejorado o nuevo producto, proceso o método organizacional que impacta positivamente en la competitividad de la organización (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2005). En este ámbito innovación se puede clasificar en cuatro esquemas principales: de proceso, de producto, organizacional y en mercadotecnia, cada uno con un impacto significativo en la eficiencia y competitividad de las empresas (Giraldo & Otero, 2017; Cadena et al., 2019).

Sin embargo para (Medrano, 2017), considera que la innovación en el ámbito de la mercadotecnia es una de las más importantes debido a que incluye la creación de nuevos canales de desarrollo de franquicias, venta directa, cambios en exhibición del producto, personalización de la relación con el cliente y uso de nuevos canales de comunicación; además que abarca la modificación de precios según la demanda lo pida.

La innovación en productos abarca mejoras significativas en los servicios o bienes lo cual permite a las empresas diferenciarse dentro del mercado mediante ofertas únicas y de un alto valor añadido, facilitando su posicionamiento tanto el nivel local como internacional (Navas et al., 2023). Por otro lado la innovación en procesos tiene como objetivo optimizar la distribución y producción de tal manera que se reduzcan los costos y mejorando la calidad de los productos, lo cual es fundamental para mantener la competitividad en aquellos sectores altamente demandantes (Robayo, 2016). Finalmente la innovación organizacional y en mercadotecnia implica la adopción de prácticas novedosas y estrategias incrementen la eficiencia mejorando la relación que existe con los clientes y fomentando principalmente la sostenibilidad empresarial (Herrera et al., 2020; Moreno et al., 2022).

En el territorio ecuatoriano el panorama con respecto a innovación empresarial evidencia desafíos significativos. Según (Macías España, Cadena Miranda, Maldonado Castro, y Alcívar Saltos, 2017), la mayor parte de las empresas ecuatorianas no tienen las capacidades necesarias o adecuadas en gestión desarrollo e investigación, lo cual ha limitado su potencial en innovación. Según el Índice Mundial de iInnovación en el año 2017 Ecuador se situó en el puesto 92 de 127 países, lo cual indica la necesidad urgente de fortalecer las capacidades de innovación y tecnología para mejorar la competitividad del país en un mercado global cada vez más exigente y audaz (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2017).

Dada la importancia de la innovación para el desarrollo económico y la competitividad empresarial, este estudio se enfoca en analizar cómo las medianas empresas en Ecuador gestionan la innovación y cómo esta gestión se relaciona con su rendimiento económico. La investigación busca identificar prácticas exitosas de innovación que puedan ser replicadas en el contexto ecuatoriano, promoviendo así un entorno empresarial más dinámico y competitivo.

La innovación se puede evidenciar en diversos aspectos de una organización, entre las cuales los servicios, procesos, productos, modelos de negocio y las estrategias organizacionales se ven involucradas; por lo cual las medianas empresas del cantón Machala denotan que una gestión eficaz y adecuada de la innovación es crucial innecesario para mejorar su rendimiento económico y a su vez fortalecer su posición en el mercado local.

Las medianas empresas que tienden a carecer de los recursos que poseen las grandes corporaciones presentan desafíos con respecto a su búsqueda de innovación, esto debido a la falta de acceso a un financiamiento correcto, la limitada capacidad de invertir estratégicamente en investigación, la poca capacidad de identificar y desarrollar talento especializado convirtiéndose en obstáculos muy comunes en su desarrollo de innovación. No obstante, este tipo de empresas poseen tomo ventaja una mayor flexibilidad con respecto a la organización y adaptabilidad a nuevas oportunidades emergentes, por lo tanto el gestionar a la innovación de manera correcta y eficiente es fundamental para superar todos estos desafíos y aprovechar las oportunidades de desarrollo y crecimiento.

El cantón de Machala, quien es conocido debido por su dinamismo económico y su actividad empresarial enfocada en diferentes servicios y productos presenta el desafío de mantenerse a la par del ambiente competitivo en el cual se desarrolla, con un entorno cada vez más exigente en el mercado. Por ende las medianas empresas representan una parte significativa de la economía local necesitando adaptarse a las nuevas realidades que presenta el mercado, demandando una mayor calidad, eficiencia y capacidad de respuesta a las necesidades la misma que se convertirá en un determinante crucial del futuro financiero. Por lo cual la innovación no solo se presenta como la oportunidad para estas empresas de reducir costos y mejorar la calidad de sus productos o servicios sino que permite que se presente una diferenciación de la competencia y captar nuevos mercados trayendo beneficios diversos.

La innovación, en este sentido, no solo es un medio para mejorar la competitividad de estas empresas, sino también un motor para el desarrollo económico local (Becerra-Vicario et al., 2023). A medida que las medianas empresas innovan, no sólo mejoran su propia rentabilidad, sino que también tienen un impacto positivo en la comunidad al generar empleo, aumentar la productividad y mejorar la calidad de vida de los habitantes

METODOLOGÍA

El estudio adoptó un enfoque cuantitativo transversal y descriptivo lo que facilitó el análisis y la documentación de los rasgos de la innovación en las medianas empresas en un momento concreto del tiempo determinado (Guevara et al., 2020). Como instrumento principal para la recolección de información fue establecido un cuestionario estructurado en una escala Likert de cinco puntos, diseñado para evaluar aquellas dimensiones claves de innovación y el rendimiento económico, a su vez también factores mediadores como lo es la cultura organizacional, competencia y estrategias empresariales (Dalka et al., 2022).

Se utilizó un enfoque tanto deductivo como analítico para examinar la conexión entre la innovación y el desempeño económico de las medianas empresas basadas en teorías y conceptos generales acerca de la innovación y cómo estas surge en hipótesis concretas que se verificaron a través de la recopilación y estudio de datos empíricos (Prieto, 2017). Adicionalmente el enfoque analítico facilitó la descomposición del fenómeno en elementos esenciales empleando datos numéricos y métodos estadísticos para comprender de forma más efectiva estas relaciones (Hernández y Mendoza, 2018).

El cuestionario se distribuyó de manera personal a los directivos de las medidas impresas escogidas, junto con un protocolo de seguimiento para incrementar al máximo la tasa de respuestas. La recopilación de datos duró dos meses enviándoles avisos regulares a los participantes que no debían finalizar el cuestionario.

El estudio de los datos se realizó en dos etapas. En un principio se llevó a cabo un estudio descriptivo para detallar la muestra y valorar las tendencias generales mediante medidas de tendencia central, dispersión y frecuencias. Luego se pusieron en marcha el Análisis de Componentes Principales (PCA) y la Regresión PLS (Partial Least Squares), para gestionar la complejidad de los datos y analizar las conexiones predictivas entre las distintas variables. El PCA posibilitó disminuir la dimensionalidad reconociendo los elementos claves que explicaron la mayor parte de la variabilidad en los datos. El PLS resultó fundamental para modelar las conexiones entre variables independientes y dependientes, particularmente en situaciones con muestras reducidas, dado que permitió la predicción o explicación de una variable dependiente a partir de diversas variables independientes (Andreella et al., 2024).

Durante la segunda etapa, se utilizó el Modelado de Ecuaciones Estructurales (SEM) para investigar las conexiones causales entre los constructos de innovación en procesos y el desempeño económico, analizando tanto las repercusiones directas como indirectas (Neves y da Silva, 2023). Este método combinado aportó solidez al análisis y posibilitó una

interpretación más exacta de cómo la implementación de la inteligencia artificial impactó en el desempeño económico, donde se determinaron los siguientes constructos:

- Introducción de Innovaciones (ITR)
- Gestión de la Innovación (GIR)
- Estrategia empresarial (EST)
- Competencia(CPT)
- Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

El grupo interés consistió en 189 medianas empresas en funcionamiento en Machala, conforme al registro de la Superintendencia de Compañías del Ecuador. Estas compañías fueron elegidas por su importancia en economía local y su habilidad para poner en práctica innovaciones en sus procedimientos de operación. Dado al limitado acceso a la información, se optó por un muestreo no probabilístico dirigidas a empresas que tenían la disposición y el acceso para involucrarse en el estudio y facilitaron la recopilación de datos. Esto también se debe a que, dada la situación actual en seguridad la mayoría prefiere disminuir su implicación en estudios y brindar información sobre ellos.

En la siguiente tabla se indicaron las empresas que participaron en esta investigación y su actividad económica:

Tabla 1.
Empresas encuestadas

N.	EMPRESAS	ACTIVIDAD ECONÓMICA
1	AB ANGELA MARCA	ABOGACÍA Y CORRETAJE DE BIENES RAÍCES
2	MONALIZA SAS	SERVICIOS CONTABLES
3	ESTACION DE SERVICIOS "EL AGUADOR"	VENTA DE COMBUSTIBLE
4	HOUSE SPORT	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR
5	EDITORIAL DEL SUR CIA LTDA	SERVICIOS DE PUBLICIDAD
6	COELSA	COMERCIO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN
7	ELECTROMART	VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS
8	PROSALUDORO	SERVICIOS MÉDICOS
9	PACIDEL SA	CULTIVO DE PLÁTANOS
10	GOMALCON	MATERIALES DE TAPICERÍA
11	DECORPISOS CIA. LTDA	VENTA DE ACABADOS DE LA CONSTRUCCIÓN
12	CLÍNICA JESUS DE NAZARETH	CONSULTA Y TRATAMIENTO MÉDICO
13	CHECO PIZZERIA	COMIDA RÁPIDA
14	GESANGUT S.A.	INMOBILIARIA
15	ELCIEMAR S. A.	EXPLOTACIÓN DE CRIADEROS DE CAMARÓN
16	DECORITSA S. A.	VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN
17	EXPORTADORA FRUIT TRADERS EXPORFRUIT S.A.	EXPORTACIÓN DE BANANO
18	AGROSHRIMP S.A.	CAMARONERA
19	ICBINEN S.A.	SERVICIOS ARQUITECTÓNICOS

20	BANAPLAST	FABRICACIÓN DE PLÁSTICO
21	BALANCEADOS DEL PACIFICO S A BALANPAC	CAMARONERA
22	EXFARI CIA.LTDA.	VENTA DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS
23	CONIEL CIA LTDA	SERVICIOS INGENIERÍA ELÉCTRICA Y ELECTRÓNICA
24	COMPañIA DE TRANSPORTE PESADO GUICHAY S.A.	TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA

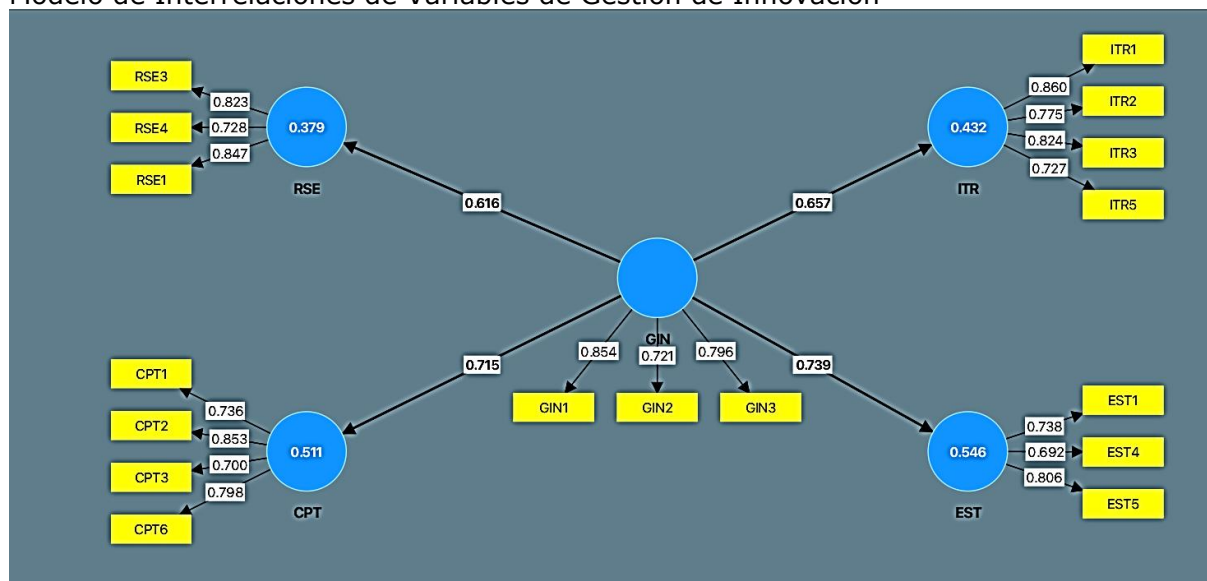
Dur
ante
el
exh
aust
ivo
proc
eso

de recopilación de datos se logró obtener información detallada de al menos una empresa altamente representativa de cada sector productivo relevante; esta amplia diversidad de fuentes permitió obtener una visión detallada y exhaustiva de las diversas prácticas y estrategias de gestión de la innovación implementadas en el contexto de Machala. Sin embargo, es importante destacar que hubo una excepción significativa en el ámbito de las empresas, y esta excepción se refiere a la industria minera; a pesar de haber realizado numerosos intentos de contacto y haber agotado todas las vías posibles para establecer comunicación, las empresas pertenecientes a este sector se muestran extremadamente reticentes y poco dispuestas a facilitar cualquier tipo de información solicitada, la negativa se fundamentó principalmente en la alta sensibilidad y confidencialidad de los datos relacionados con sus operaciones comerciales y financieras.

RESULTADOS

Figura 1

Modelo de Interrelaciones de Variables de Gestión de Innovación



El modelo seleccionado corresponde a un modelo estructural explicativo de tipo reflexivo, el cual asume que los constructos latentes (como Responsabilidad Social Empresarial - RSE, Competencia - CPT, Estrategia Empresarial - EST, Introducción de Innovaciones - ITR y Gestión de la Innovación - GIN) son la causa de las variaciones observadas en sus indicadores. Esto significa que los indicadores reflejan el concepto abstracto que representan y las relaciones propuestas entre los constructos permiten explicar cómo interactúan para alcanzar resultados relevantes en el ámbito de las medianas empresas de Machala.

Este modelo es especialmente significativo porque explica cómo factores internos y externos interactúan para crear un ambiente que favorece la innovación; lo que resulta clave en un contexto empresarial altamente competitivo y por ende con un mejor rendimiento económico.

A continuación, se describen los principales resultados y hallazgos para cada constructo.

1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE → GIN)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha demostrado tener un impacto sumamente significativo en la Gestión de la Innovación, como lo indica el coeficiente obtenido de 0,616 en el estudio realizado; este interesante hallazgo refuerza la idea ampliamente aceptada de que las empresas que deciden adoptar y poner en práctica políticas empresariales éticas y sostenibles no solo logran generar un impacto positivo significativo en sus respectivas comunidades locales, sino que también demuestran ser capaces de fomentar un ambiente propicio para la innovación de forma mucho más efectiva y sostenida a lo largo del tiempo.

Los indicadores más representativos fueron:

- **RSE1 (0.847):** relacionado con la adopción de prácticas éticas y responsables en la gestión de la empresa.
- **RSE3 (0.823):** que mide el compromiso de las empresas con iniciativas sostenibles a largo plazo.

Este resultado sugiere que las empresas que invierten en RSE tienen mayores probabilidades de innovar porque construyen confianza y compromiso tanto internamente (empleados) como externamente (sociedad y consumidores). Esto está alineado con estudios previos que señalan que la RSE fortalece la percepción de valor de las empresas, incentivando el desarrollo de soluciones creativas (Carroll & Shabana, 2010).

2. Competencia (CPT → GIN)

La Competencia se destacó como un factor esencial en la gestión de la innovación con un coeficiente significativo de 0,715; este resultado implica que participar en mercados altamente competitivos obliga a las empresas a sobresalir a través de la implementación de innovaciones desarrollando y su vez ejecutando nuevas estrategias, adoptando tecnologías de innovación que les permitan mantenerse relevantes frente a sus competidores en un entorno empresarial dinámico, entre los indicadores, el más relevante fue:

- **CPT2 (0.853):** relacionado con la capacidad de las empresas para adaptarse rápidamente a las exigencias cambiantes del mercado.

Este hallazgo concuerda con estudios anteriores que argumentan que la competencia ejerce presión sobre las empresas, promoviendo la innovación para que así puedan mantenerse destacadas en el mercado (Porter, 1980), las empresas que están inmersas en un ambiente de competencia extremadamente retador suelen promover un incremento en las innovaciones como estrategia primordial para asegurar su permanencia y expansión en el mercado.

3. Estrategia Empresarial (EST → GIN)

La Estrategia Empresarial resultó ser el constructo más influyente, con un coeficiente de 0.739, destacando su papel central en la Gestión de la Innovación. Este resultado confirma que las empresas que diseñan estrategias claras, orientadas a objetivos de innovación, logran desarrollar un ambiente organizacional más favorable para la creatividad y la experimentación.

Los indicadores más relevantes fueron:

- **EST5 (0.806):** relacionado con la planificación estratégica a largo plazo.
- **EST4 (0.692):** que mide el enfoque de las empresas en priorizar objetivos innovadores.

Estos resultados están alineados con teorías de gestión estratégica que destacan cómo una buena planificación permite a las empresas canalizar sus recursos hacia iniciativas innovadoras, fomentando la productividad y competitividad (Mintzberg, 1994).

4. Introducción de Innovaciones (ITR → GIN)

La incorporación de innovaciones evidencia un impacto considerable en la administración de la innovación, por lo que nos dio un coeficiente de 0,657. Este hallazgo indica que las corporaciones que han instaurado innovaciones previamente poseen una mayor probabilidad de administrar exitosamente nuevas iniciativas, dado que poseen experiencia anterior y procesos consolidados.

Entre los indicadores más representativos destacan:

- **ITR1 (0.860):** relacionado con la capacidad de las empresas para incorporar innovaciones tecnológicas en sus operaciones.
- **ITR3 (0.824):** que mide la disposición de las empresas para implementar ideas innovadoras en respuesta a las necesidades del mercado.

Este hallazgo refuerza estudios previos que indican que la experiencia en innovación fortalece las capacidades organizacionales para identificar oportunidades y gestionar riesgos asociados a la implementación de nuevas ideas (Drucker, 1985).

Impacto General del Modelo

El modelo logra explicar el 85.4% ($R^2 = 0.854$) de la varianza en la Gestión de la Innovación, lo que indica que los constructos seleccionados (RSE, Competencia, Estrategia Empresarial e Introducción de Innovaciones) son altamente representativos para comprender el fenómeno.

Además, todos los indicadores satisfacen las cargas factoriales superiores a 0.7, lo cual asegura su confiabilidad y validez en el contexto del análisis estructural; en términos generales, este modelo estructural explicativo evidencia una estrecha vinculación entre la Gestión de la Innovación y los elementos estratégicos y operativos de la organización. La Responsabilidad Social Corporativa, la Competencia, la Estrategia Empresarial y la Implementación de Innovaciones no solo aportan de manera individual, sino que también interactúan mutuamente para generar un ambiente favorable para la innovación.

Este modelo no solo constituye un instrumento valioso para entender cómo las medianas empresas en Machala pueden potenciar su capacidad de innovación, sino que también proporciona perspectivas pragmáticas para los directivos y los encargados de la formulación de políticas públicas. La priorización de estrategias definidas, prácticas éticas y la habilidad para adquirir conocimientos de experiencias anteriores son componentes fundamentales para impulsar la innovación y garantizar la competitividad en mercados en constante evolución.

DISCUSIÓN

Los resultados de esta investigación sobre la Gestión de la Innovación (GIN) en las medianas empresas de Machala destacan la interacción de diversos factores clave: la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la Competencia (CPT), la Estrategia Empresarial (EST) y la Introducción de Innovaciones (ITR). Este modelo estructural facilita la comprensión de cómo estas variables colaboran en la promoción de la innovación en un entorno competitivo y dinámico, consolidándose como un instrumento analítico sólido; en lo

que respecta a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se corrobora su papel crucial en la promoción de la innovación.

De acuerdo con González Torres y Rodríguez Ulloa (2021), las empresas que adoptan prácticas de (RSE) no solo cumplen con estándares éticos, sino que también fortalecen su capacidad para innovar al construir relaciones sólidas con sus grupos de interés y mejorar su reputación. Estos autores enfatizan que la (RSE) constituye un elemento estratégico que fomenta la creatividad organizacional y la creación de soluciones innovadoras. En el presente estudio, considera que las entidades comerciales de Machala que instauran iniciativas de (RSE) generan un ambiente favorable para la innovación, lo que consolida la noción de que la (RSE) puede ser percibida como un nexo hacia la sostenibilidad y el crecimiento corporativo a largo plazo.

La Competencia (CPT) se revela como un catalizador indispensable para la innovación. Investigaciones anteriores, como la realizada por González y González (2022) han demostrado que los ambientes de competencia incentivan a las compañías a crear tácticas innovadoras para destacar; de acuerdo con los autores, las entidades que experimentan una mayor presión de sus competidores suelen destinar una mayor cantidad de recursos a la investigación, desarrollo y adopción de tecnologías emergentes con el objetivo de preservar o fortalecer su posición en el mercado; los resultados de este estudio rectifican esta perspectiva al señalar que las medianas empresas en Machala que operan en mercados competitivos, exhiben una mayor propensión a implementar innovaciones como un mecanismo importante para obtener una ventaja competitiva.

Respecto a la Estrategia Empresarial (EST), resalta su papel de orientación para dirigir esfuerzos hacia la innovación. Plaza Llorente (2015) indica que una estrategia corporativa notoriamente establecida no solo otorga precisión en las metas de la organización, sino que también simplifica la asignación de recursos a proyectos de gran relevancia; este autor destaca que las compañías con estrategias acordes a las exigencias del mercado resultan más efectivas al poner en marcha iniciativas innovadoras. En este estudio, se observó que las empresas de Machala con estrategias sólidas tienen un enfoque más estructurado hacia la innovación, lo que resulta en mejores resultados en términos de competitividad y sostenibilidad, estos hallazgos resaltan la importancia de integrar la innovación como un componente central de la planificación estratégica.

La Introducción de Innovaciones (ITR) se sitúa como una actividad indispensable para el desarrollo empresarial en mercados emergentes, según Gutiérrez Orellana (2016), sostiene que la capacidad de las empresas para amoldarse a los cambios del mercado y satisfacer las demandas de los consumidores depende en gran medida de su habilidad para introducir innovaciones. Según el autor, menciona que las empresas que intervienen en la creación y adopción de nuevas tecnologías o procesos mejoran considerablemente su resiliencia organizacional por lo que estudio justifica esta afirmación al mostrar que las empresas en Machala que han logrado introducir innovaciones previamente poseen ventajas claras en la gestión de nuevos desarrollos, minimizando riesgos y maximizando beneficios.

La combinación de estos cuatro factores en el modelo propuesto, evidencia cómo la interacción de elementos internos y externos puede crear un entorno dinámico y propicio para la innovación; este modelo no solo valida la relevancia de cada constructo por separado, sino que también destaca cómo su integración potencia la capacidad innovadora de las empresas. Se observa que el contexto local de Machala caracterizado por la creciente competitividad y las oportunidades en sectores emergentes refuerza el interés de adoptar un enfoque holístico para la innovación; a diferencia de estudios previos, el presente trabajo aporta una visión integrada que resalta la interdependencia de los constructos analizados permitiendo una comprensión más profunda de cómo las medianas empresas pueden ejecutar la innovación de manera más eficiente.

Cabe recalcar que se presentaron ciertas limitaciones del estudio como el alcance geográfico restringido y la necesidad de validar este modelo en diferentes contextos industriales; estos aspectos dan apertura a futuras investigaciones que puedan ampliar y complementar estos hallazgos.

En resumen, los resultados de este estudio no solo confirman la importancia de factores como la RSE, la CPT, la EST y la ITR, sino que también ofrecen una base sólida para futuras intervenciones y políticas empresariales orientadas a fortalecer la innovación en empresas de tamaño mediano. Este modelo, respaldado por la literatura existente, se posiciona como una herramienta útil para analizar y fomentar prácticas innovadoras en contextos similares

LIMITACIONES Y ESTUDIOS FUTUROS

La principal limitación de este estudio se debe a que es un trabajo de revisión de literatura académica; por lo cual no incluye datos empíricos directos de las empresas. Además, se centra en la gestión de la innovación y su impacto económico, sin abordar otros factores que inciden en el desarrollo empresarial. Los autores estiman conveniente a corto plazo realizar investigaciones que podrían explorar los aspectos señalados para una comprensión más completa.

CONTRIBUCION DE LOS COAUTORES

John Alexander Campuzano Vásquez: Su rol fue fundamental en la conceptualización y diseño del estudio. Esto implica que lideró la definición del problema de investigación, los objetivos del estudio, las preguntas clave que se buscaban responder y la metodología general que se seguiría. Su aporte fue esencial para establecer el marco teórico y la estructura del artículo.

Kevin Antonio Figueroa Gómez: Fue la principal responsable de la redacción del artículo. Esto significa que se encargó de transformar la investigación en un texto coherente y bien estructurado.

Luigi Manuel Bone Chila: Su contribución se centró en la búsqueda de información relevante para el estudio y en la redacción de la introducción.

CONCLUSIONES

Este estudio postula que la administración de la innovación es fundamental para optimizar el rendimiento económico de las medianas empresas en Machala, Ecuador. El modelo estructural reflexivo diseñado evidencia vínculos notables entre diversos constructos estratégicos, entre los que se incluyen la responsabilidad social corporativa, la competencia estrategia empresarial y la implementación de innovación. Los descubrimientos evidencian que las empresas que implementan prácticas éticas, sostenibles y orientadas hacia la innovación optimizan sus procesos internos y robustecen su competitividad en un contexto cada vez más dinámico.

La responsabilidad social corporativa se considera un elemento de suma importancia para mejorar la innovación, al fomentar la confianza y el compromiso tanto interna como externamente. Esta estrategia no solo moderniza las percepciones dentro del panorama empresarial, sino que también cultiva un entorno ventajoso para la generación de ideas innovadoras; una estrategia empresarial bien definida sirve como base que establece objetivos claros y fomenta una atmósfera organizacional donde prospera la creatividad y el avance tecnológico.

Mediante la adopción de metodologías novedosas en sus procesos, productos y servicios, las organizaciones tienen la capacidad de optimizar su funcionalidad interna y dan paso a adaptarse de manera más eficaz a las fluctuantes demandas del mercado. Este fenómeno propicia la formulación de políticas públicas y programas concretos que fomentan la

colaboración empresarial creativa entre diversas partes interesadas, incluyendo los gobiernos autónomos descentralizados (GAD), las entidades comerciales, las instituciones universitarias y centros de investigación.

La cooperación entre estas entidades puede dar lugar a la instauración de redes de conocimiento que permitan el intercambio de tecnología y el aprendizaje colectivo, fomentando así el desarrollo de resoluciones creativas adaptadas a las necesidades locales; las políticas públicas deben facilitar el asentamiento de clústeres de innovación en los que las empresas de muchos sectores puedan colaborar y obtener ventajas recíprocas. Las medianas empresas deben mejorar sus competencias tecnológicas, que abarcan tanto la infraestructura como la aplicación de tecnología sofisticada; la capacidad de replicar el modelo sugerido es uno de sus atributos más notables, por lo que facilita la adopción en muchos contextos geográficos y económicos, acomodándose a las características de cada localidad o región.

Esto proporciona un abanico de posibilidades para la implementación de los principios y estrategias delineados en este estudio en otros contextos corporativos, contribuyendo así a la creación de una base de conocimientos, más amplia sobre cómo la innovación puede ser gestionada eficientemente por las empresas de mediana escala en diversas regiones del país, ya que cada región presenta desafíos y oportunidades particulares, y la flexibilidad del modelo favorece su adaptación a contextos que varían en aspectos tales como recursos, infraestructura y cultura empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andreella, A., Fino, L., Scarpa, B., & Stocchero, M. (2024). Towards a power analysis for PLS-based methods. *arXiv*.
Enlace: <https://arxiv.org/abs/2403.10289>
- Becerra-Vicario, R., Ruiz-Palomo, D., León-Gómez, A., & Santos-Jaén, J. (2023). The Relationship between Innovation and the Performance of Small and Medium-Sized Businesses in the Industrial Sector: The Mediating Role of CSR. *economies*, 11(3).
Enlace: <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/economies11030092>
- Cadena, J., Goyes, J., & Sarrade. (2019). Innovación de procesos y su incidencia en la competitividad en las medianas y grandes empresas del sector metalmecánico del Distrito Metropolitano de Quito (Ecuador) en el año 2018. *Espacios*, 40(42).
Enlace: <https://www.revistaespacios.com/a19v40n42/a19v40n42p28.pdf>
- Dalka, R. P., Sachmpazidi, D., Henderson, C., & Zwolak, J. P. (2022). Network analysis approach to Likert-style surveys. *arXiv*.
Enlace: <https://doi.org/10.1103/PhysRevPhysEducRes.18.020113>
- Giraldo, W., & Otero, M. (2017). La importancia de la innovación en el producto para generar posicionamiento en los jóvenes. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 25(2), 179-192. Enlace: <https://www.redalyc.org/pdf/909/90952679011.pdf>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*.
Enlace: [https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta* (Primera ed.). McGRAW-HILL.
Enlace: <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1292/1/Hern%C3%A1ndez-%20Metodolog%C3%ada%20de%20la%20investigaci%C3%B3n.pdf>

- Herrera, J., Otálora, L., & Lozano, Ó. (2020). La innovación en marketing de las empresas agroindustriales de la provincia de SUGAMUXI. *Tendencias*, 21(2). Enlace: <https://doi.org/https://doi.org/10.22267/rtend.202102.140>
- Macías España, G., Cadena Miranda, D., Maldonado Castro, J., & Alcívar Saltos, M. E. (2017). Cambio de la matriz productiva vía innovación: Caso Ecuador. *Revista Ciencias Sociales y Económicas - UTEQ*, 1(2), 84-103. Enlace: <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/259/255>
- Medrano, N. (2017). *Análisis de la innovación en marketing y del comportamiento del consumidor en el sector del comercio en España*. Universidad de La Rioja. Enlace: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/tesis/112395.pdf>
- Moreno, M., Quimis, K., & Vera, R. (2022). Innovación organizacional y su incidencia en la competitividad en la asociación de agricultores "11 De Octubre", Parroquia El Anegado. *Polo del Conocimiento*, 7(4). Enlace: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8482975.pdf>
- Navas, W., Checa, B., & Chicaiza, T. (2023). La innovación como factor clave del posicionamiento de productos ecuatorianos en el mercado internacional. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(3). Enlace: <https://doi.org/https://doi.org/10.56712/latam.v4i3.1135>
- Neves, A. N., & da Silva, W. R. (2023). El modelado de ecuaciones estructurales con mínimos cuadrados parciales: Una técnica estadística para estudios de defensa y seguridad internacional. *Coleção Meira Mattos*, 17(60), 445-472. Enlace: <http://www.ebrevistas.eb.mil.br/RMM/article/view/10246/9606>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2017). *Informe mundial sobre la propiedad intelectual en 2017 - Capital intangible en las cadenas globales de valor*. Informe. Enlace: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_944_2017.pdf
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2005). *Manual de Oslo. Directrices para la recogida e interpretación de información relativa e innovación*. Manual. Enlace: <https://www.madrid.org/bvirtual/BVCM001708.pdf>
- Prieto, B. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Cuadernos de Contabilidad*, 18(46). Enlace: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc18-46.umdi>
- Robayo, P. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Konrad Lorenz*, 7(16). Enlace: <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>
- Śledzik, K. (2013). Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship. *Faculty of Management Science and Informatics*. Enlace: <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2257783>
- Suárez, R. (2018). Reflexiones sobre el concepto de innovación. *Revista San Gregorio*, 1(24), Enlace; 120-131. Enlace: <https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/575>
- Teece, D. (2017). A capability theory of the firm: an economics and (Strategic) management perspective. *New Zealand Economic Papers*, 53(1), 1-43. Enlace: <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00779954.2017.1371208>

- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105.
Enlace: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
Enlace: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=195>
- Mintzberg, H. (1994). *The rise and fall of strategic planning*. Free Press.
Enlace: https://books.google.com/books/about/The_Rise_and_Fall_of_Strategic_Planning.html?id=j7sXs_19dm8C
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
Enlace: <https://www.amazon.com/Innovation-Entrepreneurship-Peter-F-Drucker/dp/0060851139>
- González Torres, F. J., & Rodríguez Ulloa, R. (2021). Innovación, Responsabilidad Social Empresarial en grandes empresas mexicanas. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(2), 1-20.
Enlace: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782021000200001&script=sci_arttext
- González, J. A., & González, J. L. (2022). Factores que influyen en la Gestión de la Innovación en empresas mexicanas. *Revista de Administración*, 57(1), 37-52.
Enlace: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-63882022000100037&script=sci_arttext
- Plaza Llorente, J. M. (2015). La innovación empresarial en perspectiva. Un análisis multinivel. *Revista de Economía Industrial*, 385, 123-137.
Enlace: <https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/385/Jes%C3%BAs%20Manuel%20Plaza%20Llorente.pdf>
- Gutiérrez Orellana, A. (2016). Innovación: un proceso necesario para las pequeñas y medianas empresas. *Revista de Estudios Empresariales*, 2(1), 45-60.
Enlace: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4008333.pdf>