

INNOVACIÓN Y DESARROLLO TERRITORIAL: CASO DE ESTUDIO CANTÓN HUACA PROVINCIA DEL CARCHI

INNOVATION AND TERRITORIAL DEVELOPMENT: CASE STUDY CANTÓN HUACA PROVINCE OF CARCHI

(Entregado 27/03/2017 – Revisado 05/09/2017)

Jorge Humberto Miranda Realpe

Magister en Desarrollo de la Inteligencia y Educación por la Universidad Católica del Ecuador, Ibarra-Ecuador. Máster en Desarrollo Integral en Destinos Turísticos por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria-España. Magister en Ingeniería de Software por la Universidad Técnica del Norte, Ingeniero en Sistemas Computacionales por la Universidad Técnica del Norte, Ibarra-Ecuador. Diplomatura en Emprendimiento EAFIT –Colombia. Certificado Internacional como Experto en Procesos Elearning, Certificado Internacional en el Manejo de Medios Digitales. Docente Universitario desde hace 15 años en diferentes Universidades del País. Miembro activo de Fundación para la Actualización de Tecnologías en Latinoamérica (FATLA). Miembro de la Asociación Mundial de Tutores. Docente Titular Auxiliar TC en la Escuela de Administración de Empresas y Marketing (EAEM) de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi desde 2011.

Roberth Patricio Pérez Quiroz

Lcdo. En ciencias de la Educación especialidad Físico Matemático. Diplomado superior en gestión de servicios y apoyo al desarrollo personal Programador, Analista en sistemas. Magister en Sistemas Informáticos Educativos. Docente Titular Agregado de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Escuela de Administración de Empresas y Marketing

Héctor Guillermo Chuquín Yépez

Magister en Administración de Empresas mención “Gerencia de la Calidad y Productividad” por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra. Ingeniero Agroindustrial por la Universidad Técnica del Norte, Ibarra. Certificado de Auditor Interno de la Norma ISO 9001-2000, ISO 9001-2008 en la Fundación de la Calidad, Certificado de Auditor interno de la Norma HACCP. Publicación (Libro) “BPMs para Centros de Acopio de Leche Cruda” 2011. Ha participado en calidad de Asistente y Expositor en Cursos y Talleres del Sistema Agropecuario y Empresarial a Nivel Nacional e Internacional. Experiencia laboral desarrollada en SECAP, Nestlé, Reyleche, Agrícola Ganadera La Fontana, Sevagronor, Administrador de Fincas Ganaderas y Consultor de Proyectos Productivos. Docente Titular Auxiliar TC en la Escuela de Administración de Empresas y Marketing, de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, desde 2009

Universidad Politécnica Estatal del Carchi - Ecuador **Carrera de Administración de Empresas - UPEC**

jorge.miranda@upec.edu.ec
robert.perez@upec.edu.ec
hector.chuquin@upec.edu.ec

Resumen

Innovar es un término ampliamente utilizado y aplicado en diferentes campos no solo del conocimiento, sino empresarial sea este público o privado, lo que ha permitido mejorar productos, servicios, ampliación de procesos productivos, cambio en la organización y gestión.

El presente artículo hace un análisis de la innovación y diferentes concepciones epistemológicas, relación de la misma con el desarrollo territorial; se caracteriza a los territorios innovadores desde enfoques económico, social, cultural de acuerdo con un entorno que busca el buen vivir. Se continúa con el estudio de factores de impulso en la construcción de territorios innovadores y se termina con una presentación de análisis de un caso de Estudio del Cantón Huaca en la Provincia del Carchi.

Palabras Claves: *Innovación, desarrollo territorial, territorios innovadores, empresa pública y privada.*

Abstract

Innovar is a term widely used and applied in different fields not only of knowledge, but business is this public or private, which has allowed to improve products, services, expansion of production processes, change in organization and management. The present article makes an analysis of the innovation and different epistemological conceptions, relation of the same with the territorial development; Is characterized the innovative territories from economic, social and cultural approaches according to an environment that seeks to live. It continues the study of factors of impulse in the construction of innovative territories and ends with a presentation of analysis of a case study of the Huaca Canton in the Province of Carchi

Keywords: *Innovation, territorial development, innovative territories, public and private companies.*

1. Introducción

En la actualidad la Innovación es un término que conlleva a una idea o invento, es el medio por el cual se encuentra una oportunidad, este proceso tiene como resultado generar valor agregado, reducir costos u ofrecer un nuevo producto o servicio en el mercado. La innovación crea recurso con una capacidad de producir riqueza, introducción en el mercado de un nuevo bien o servicio.

Porter (2011), afirma que la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. La empresa consigue ventaja competitiva mediante innovaciones.

La innovación puede verse de diferente tipo de clasificación y punto de vista de autores, entre ellas se la puede clasificar en tecnológica, de productos, servicios, operacionales, de costos entre otros; todo dependerá del grado de complejidad, pero sobre todo su aplicación depende de un cambio cultural profundo en donde se aplique.

Peter Skarzynski y Rowan Gibson (2012) en su libro “Innovación en el ADN de la organización”, indica que una organización tarda entre tres a cinco años para construir tipos de habilidades, instrumentos, procesos administrativos, parámetros, valores y sistemas de Tecnología de la Información que se requieren para que una empresa sea pública o privada mantenga un proceso de innovación.

Es importante para la aplicación de innovación el medio donde se realiza que es el territorio (social, económico, cultural) y sus actores formados por la Academia, el sector Público y Privado.

El presente artículo trata de dar un acercamiento a la innovación y varias concepciones epistemológicas, su enfoque teórico, escenario y métodos de investigación desde una visión estratégica de territorio con aplicación en el estudio realizado al cantón Huaca Provincia del Carchi.

2. Materiales y métodos

2.1. Metodología de la Investigación

Enfoques Teóricos

Como se contempla en el Objetivo N°10 del Plan del Buen vivir impulsado por el gobierno ecuatoriano, se encuentra específicamente el de estimular la transformación de la matriz productiva frente a los desafíos actuales de orientar a la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen.

Frente a este reto el gobierno en una de sus múltiples estrategias cuenta con unos roles muy relevantes que permiten impulsar el desarrollo de este país. El plan del Buen Vivir asigna un camino transcendental para la transferencia de tecnologías y de utilización inmediata en el sector productivo, así como la ejecución de programas y proyectos de investigación aplicada al desarrollo tecnológico y la orientación de la creatividad de los ecuatorianos.

Al analizar el sector de Huaca, como una zona de desarrollo de innovación territorial genera un conocimiento de retroalimentación de las diferentes estrategias aplicadas para su crecimiento geográfico y del apoyo que ha recibido de los gobiernos en el transcurso de la historia, es ahí donde se pretende conocer si existe aplicación de estrategias claras en el desarrollo innovativo, que esté debidamente articulado con las políticas del Estado Ecuatoriano, contribuyendo a la competitividad, productividad y proyección social.

2.2. Innovación

La innovación se ha convertido en un factor fundamental para la supervivencia de las organizaciones. Puede ser tomado en diferentes puntos de vistas y contextos, lo que si se concuerda, que es la aplicación de nuevas ideas enfocados a mejorar y posicionar la empresa. Sherman Gee (2011) indica que la innovación es el proceso que parte de una idea o invención que sea comercialmente aceptado.

Pavón y Goodman (2010) nos dicen que es el conjunto de actividades que parten de una idea que mejoran un producto.

El departamento de Industria del Reino Unido (2012) señala que es el proceso de renovación continua y de práctica diaria.

La innovación es la clave del éxito en una economía en la que el ritmo del cambio requiere la reinversión continua. (Valhondo Solano, 2010)

En la actualidad la innovación se ha enmarcado en diferentes contextos según (Skarzynski & Gibson, 2012):

- **Innovación en la Tecnología:** Avances tecnológicos, nuevos para la industria y fundamentales en la manera de hacer las cosas.
- **Innovación de los productos:** Revolución como lo realizado con el iPhone, iPod, Prius de Toyota entre otros.
- **Innovación en los servicios:** Transacciones como PayPal, o el comercio electrónico como Amazon.
- **Innovaciones en las operaciones:** Reconfiguración de los procesos operativos de una empresa para tener una ventaja competitiva.
- **Innovación en los costos:** basadas en la ubicación geográfica en una zona con salarios bajos e industrias adecuadamente desarrollados.
- **Innovación en la experiencia:** Se reinventa la experiencia del cliente cuando compra o utiliza un producto o servicio.
- **Innovación en la administración:** Entorno a los procesos administrativos de una empresa buscando tener ventaja competitiva.
- **Innovación en el modelo de negocio:** Aplicando reingeniería a conceptos de negocios existentes.
- **Innovación en la industria:** se refieren a edificar nuevas arquitecturas industriales.

La complejidad aumentará cuando se pasa por ejemplo de la innovación de productos, a la innovación de modelos de negocios o a la innovación de la industria.

Un aspecto fundamental que tomar en cuenta es que la innovación es una capacidad sistémica de la empresa, esto conlleva hacer un cambio cultural profundo.

Según Peter Skarzynski y Rowan Gibson (2012) en su libro “Innovación en el ADN de la organización”, indica que una organización tarda entre tres a cinco años para construir tipos de habilidades, instrumentos, procesos administrativos, parámetros, valores y sistemas de Tecnología de la Información que se requieren para que una empresa sea pública o privada mantenga un proceso de innovación, pero si se llega a dominarla se recibirá a futuro excelentes recompensas en diferentes campos especialmente el financiero, como lo indica James Andrew y Harold Sirkin en su libro Payback.

Hay que identificar tres aspectos críticos para que puedan existir avances y cambios culturales:

- Dar tiempo y espacio en las personas involucradas de todo nivel para la reflexión, generación de ideas y experimentación esto se daría por medio de capacitaciones constantes.
- Maximizar la diversidad del pensamiento entorno a la innovación.
- Propiciar conversaciones e involucrar a las bases de la organización para alimentar ideas que permitan cumplir la misión y visión de la empresa.

Al innovar se tiene que:

- Desafiar las ortodoxias, cuestionando dogmas.
- Aprovechar tendencias, detectar lo que podría cambiar las reglas y no se ha advertido.
- Potenciar las competencias, concebir a la empresa no como proveedor de productos sino como un portafolio de habilidades.

- Comprender las necesidades de los clientes, entender las necesidades insatisfechas.

Eso sería el punto de partida para que la cultura de la organización pueda enfocarse hacia la innovación.

2.3. Desarrollo Territorial

El territorio es un medio donde se produce la innovación; si bien es cierto que algunas de sus características aparecen de forma general en el contexto, su presencia resulta importante ya que existe diferentes actores que la interpretan como la Academia, el sector Público y el Sector Privado una trilogía relevante para el debate científico y que permite apoyarse en torno a la innovación. Estudios sostienen que la innovación en las empresas es, en gran parte, resultado de la presencia de un entorno territorial (social, económico, cultural, entre otros) con características determinadas. La innovación aplicada en un ambiente de desarrollo territorial intenta detectar oportunidades externas e internas a la empresa.

La teoría del distrito industrial (Sforzi, 2009), hace referencia a los sistemas productivos localizados, (Benko y Lipietz, 2010) indica sobre las primeras propuestas sobre el desarrollo local, (Friedman, 1992) ya apuntaban en la dirección de la innovación, aunque aún no era un tópico central. En el gráfico No 1 se hace un acercamiento de las teorías interpretativas, con relación a la innovación y el desarrollo territorial.

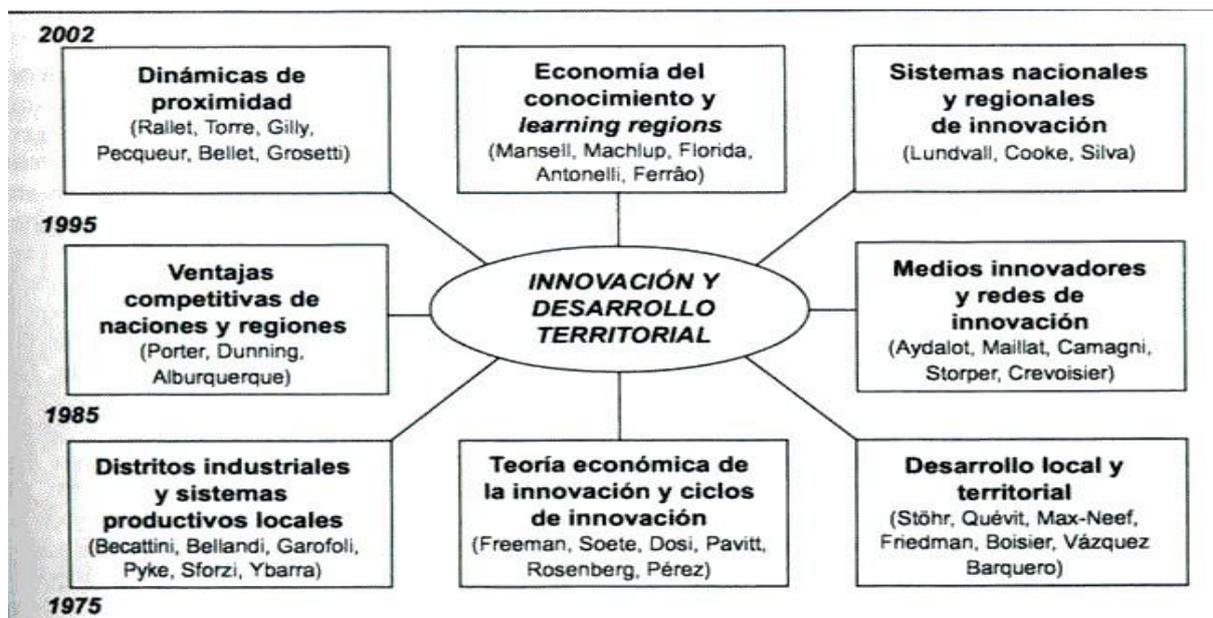


Figura No 1. Innovación y desarrollo territorial: principales teorías interpretativas.

Fuente: (Méndez, 2012)

En los últimos años aparecen nuevos referentes teóricos, que toman en cuenta a la innovación y su relación con el territorio desde un punto de vista fundamentado en una economía del conocimiento. Se habla de una región inteligente o territorios que aprenden (Florida, 2005; Antonelli, y Ferrao 2010 y Jambes, 2011), todos enfocados al actual protagonismo del conocimiento y el aprendizaje colectivo para el desarrollo territorial por medio de la innovación. Dinámicas de Proximidad (Gilly y Torre, 2010), donde se da importancia a la proximidad física, funcional y cultural buscando crear

(gobernabilidad y participación local), culturales (defensa de la identidad y el patrimonio) y geográficos (ordenación del territorio), para lograr mejores niveles de calidad de vida alrededor de un plan nacional del buen vivir.

Un territorio innovador se caracteriza por la presencia de un sistema productivo vinculado a actividades que incorporan mejoras en los diferentes procesos asociados a su cadena de valor y en los productos que se ofrece, sean estos de bienes o servicios.

Según Cabrero y Arellano (2009), la innovación organizativa en las empresas puede incluir hasta cuatro planos complementarios:

- Funcional: Incorporación de nuevas formas de hacer.
- Estructural: Manejar nuevas formas de jerarquización y administración interna.
- Comportamental: Una renovación de la cultura empresarial.
- Relacional: Mejorar vínculos sean -materiales e inmateriales entre la empresa y su entorno.

3. Resultados y discusión

3.1. Cultura de la Innovación y la Competitividad

En esta línea se busca generar capacidades de gestión empresarial y del desarrollo tecnológico productivo, a través de acciones de formación y otras actividades de divulgación de la cultura de la innovación.

Actualmente en el marco de esta línea, según el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información el Ecuador es reconocido como un país que implementa políticas públicas para universalizar el acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación, ejecutadas por el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL).

3.2. Gestión del Conocimiento

En relación con el Sistema de Gestión del Conocimiento, se considera trabajar bajo un modelo de interrelación tanto interno como externo, el primero producto del capital humano y desarrollo de procesos y medios que se han implantado a lo largo del tiempo; y el segundo por su relación permanente con el sector productivo y el soporte al desarrollo de la política pública.

Considerando que los sistemas (nacionales y regionales) de innovación son sistemas sociales, su caracterización cuantitativa sólo puede realizarse revisando, parcialmente, algunos componentes de este sistema y de allí inferir el impacto de cada uno de ellos sobre el sistema total. Por ello, la metodología en el proyecto de investigación consiste en elaborar una fundamentación teórica de la importancia de la innovación territorial y paralelo a ello, el estudio de la evolución del marco regulatorio e institucional a fin de entregar información cuantitativa que describa la evolución que ha tenido el sector de Huaca en los últimos años.

Consideramos entonces, que acerca del estudio de innovación, es abordar y considerar los siguientes elementos conceptuales:

- a) Redes sociales: elemento importante porque a partir de ellas se va conformando el sistema de innovación, de ahí que su importancia implica reducción de costos por el principio de la cercanía.

- b) Dimensión territorial ya que dentro de este contexto se tiene una fuerte influencia sobre la evolución y difusión de las innovaciones.
- c) Difusión de conocimiento: elementos difíciles de codificar y de difundir formalmente pero que en base de su conocimiento y de ayuda se basa más en la experiencia y en los contactos interpersonales

Puede verse que las redes, son un elemento central por considerar, su forma de construcción e implantación en el territorio de estudio y de aplicación además de su tipo de estructura tiene efectos decisivos en el logro de las metas y objetivo propuestos, así como el de dinamizar el proceso innovativo y operar como focos de desarrollo.

3.3. Caso de éxito y métodos de investigación

En referencia a casos exitosos de zonas del Ecuador donde existe el potencial de desarrollo en búsqueda del cambio de su economía y del entorno, se caracterizó en Salinas de Guaranda a la empresa el “Salinerito”, la misma que en el transcurso de su vida político-administrativa han pasado por diversas etapas de desarrollo e innovación empresarial.

En la investigación se utilizó el enfoque mixto, el cual incluye características (cuantitativo y cualitativo), se utiliza cinco fases similares y relacionadas entre sí, según Hernández et al (2003:5):

- a) Llevar a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- b) Establecer suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
- c) Probar y demostrar el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
- d) Revisar suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- e) Proponer nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones o ideas; o incluso para generar otras.

La combinación de ambos métodos significa la aplicación de la deducción en la elaboración de hipótesis, y la aplicación de la inducción en los hallazgos.

Considerando las características de ambos enfoques, por una parte, el enfoque cuantitativo al utilizar la recolección y el análisis de dato para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y al confiar en la medición numérica, el conteo y la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

El enfoque cualitativo, al utilizarse primero en descubrir y refinar preguntas de investigación y al basarse en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones y por su flexibilidad se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría.

Se elaboró la información y los datos en varias etapas:

- Parte de los datos son recolectados usando fuentes bibliográficas y estudios de casos;

- Otra parte serán las fuentes en Internet y de la participación en diversos seminarios y conferencias nacionales como internacionales en alianza estratégica con Universidades como Cooperativa de Colombia, Mariana de Pasto, Unimayor de Popayán.
- También se recurre a fuentes obtenidas por la aplicación de entrevistas y encuestas a los principales actores sociales y líderes de la zona de estudio, las entrevistas son realizadas por los autores de proyecto y con la colaboración de estudiantes quienes levantan la información en el sector establecido.
- La descripción de la morfología de las redes de actores, realizada en base a un cuestionario que permite medir los índices de conectividad.

Se toma en cuenta la caracterización de la empresa el “Salinerito” debido a la relevancia para establecer los diferentes procesos que llevaron con sus diferentes gestiones, actividades y capacidades para llegar al éxito comercial y empresarial a nivel nacional e internacional, y de cómo nace su sistema de desarrollo local; lo que permita determinar aquellas áreas que más convendría fortalecer en el caso de estudio como es el Cantón Huaca de la provincia del Carchi.

La importancia de una visión estratégica del territorio.

Un sistema de innovación adquiere dinamismo propio y ayuda al desarrollo endógeno, por lo tanto, es importante que los actores regionales, tengan una cierta visión y construyan el futuro del cantón en estudio. Las instituciones externas pueden apoyar y proveer medios que faciliten y potencien el crecimiento regional, pero la orientación y el contenido del proceso de desarrollo se forja en el marco de las acciones colectivas, de ahí la importancia del sistema social y regional.

Partiendo de esta concepción teórica se plantea el desafío metodológico: ¿cómo identificar el potencial de acción de un colectivo de personas y cómo hacerlo? Sabemos que gran parte de los actuales problemas de desarrollo e innovación territorial que presenta la zona de Huaca, se deben justamente a que las instituciones públicas no realizan esfuerzos para la capacitación ni los medios para manejarlos. Por su parte la comunidad no cuenta con organizaciones adecuadas que lleven a establecer un consenso estratégico que les permitan alcanzar objetivos mediante una acción conjunta.

3.4. Análisis del Cantón Huaca

Para poder entender el desarrollo en referencia a la innovación en el Cantón Huaca se presente los siguientes datos obtenidos:

1. Indicadores Población, Viviendas y Hogares.

Tabla 1
Indicadores, Población, Vivienda y Hogares

| Indicador | Unidad | Valor |
|-----------|--------|---------|
| Población | Número | 7624.00 |
| Viviendas | Número | 1947.00 |
| Hogares | Número | 2003.00 |

Fuente: Gobierno Provincial del Carchi-2016

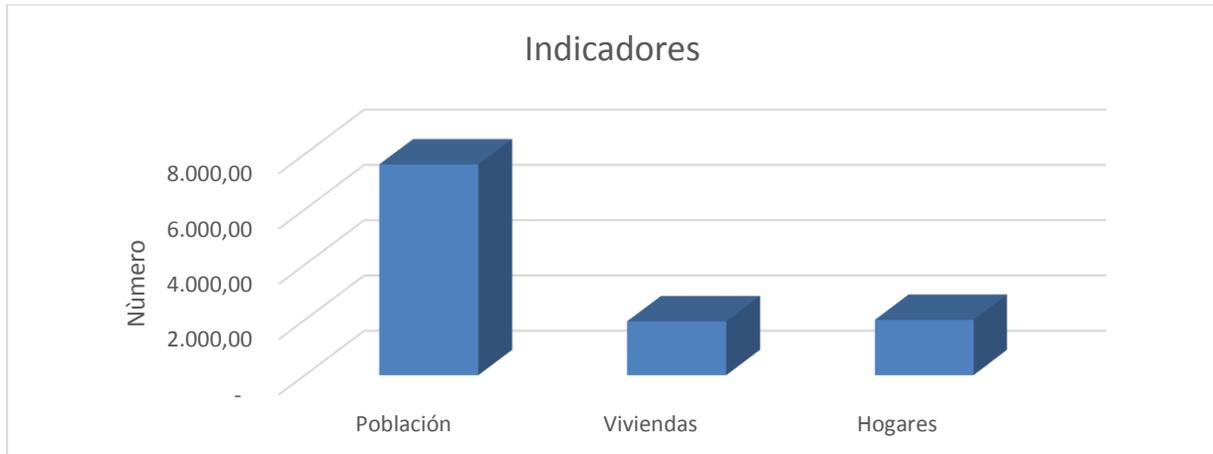


Figura No 3

Fuente: Desarrollado por los Investigadores

Análisis:

Huaca es uno de los cantones con menos población del Carchi, Espejo tiene 13.364 habitantes, Mira 12.180 habitantes, entre los cantones con menor población de la provincia, por eso el número de hogares y viviendas es proporcional, lastimosamente el cantón presenta pobreza por necesidades básicas insatisfechas (NBI) de 64,12%; con una incidencia de extrema pobreza con relación a NBI de 22,26 %, siendo necesario trabajar con la población para buscar sus potencialidades y crear innovación.

2. Relación Población, Población en Edad de Trabajar (PET), Población Económicamente Activa (PEA).

Tabla 2

Población en edad de Trabajar y económicamente Activa

| Indicador | Valor |
|-----------|----------|
| Población | 7.624,00 |
| PET | 6.208,00 |
| PEA | 3.089,00 |

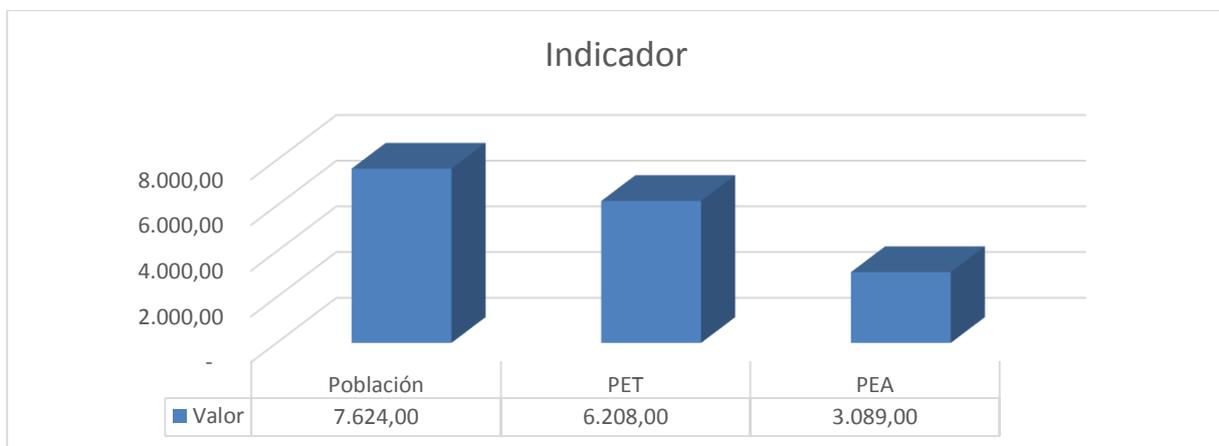


Figura No 4

Fuente: Desarrollado por los Investigadores

Análisis:

En Huaca existe buena parte de la población que está en edad de trabajar (PET) pero económicamente activa es un poco menos de la mitad, existe una tasa de participación laboral que está en el 40,52%, y una tasa global de participación laboral del 49,76; por lo que se hace necesario buscar estrategias partiendo de sus potencialidades y cambiar la forma cultural de trabajar buscando mejorar su innovación para poder posesionarse mejor y poder generar nuevas plazas de trabajo.

3. Relación Población en Porcentajes de: Analfabetismo, Educación Básica, Bachillerato, Inicio Superior.

Tabla 3

Porcentajes de Población con relación a Educación

| Indicador | Porcentaje |
|------------------------------|------------|
| Población | 100 |
| Analfabetismo | 5,71 |
| Educación Básica | 35,11 |
| Educación Bachillerato | 24,61 |
| Inicio de Educación Superior | 21,13 |

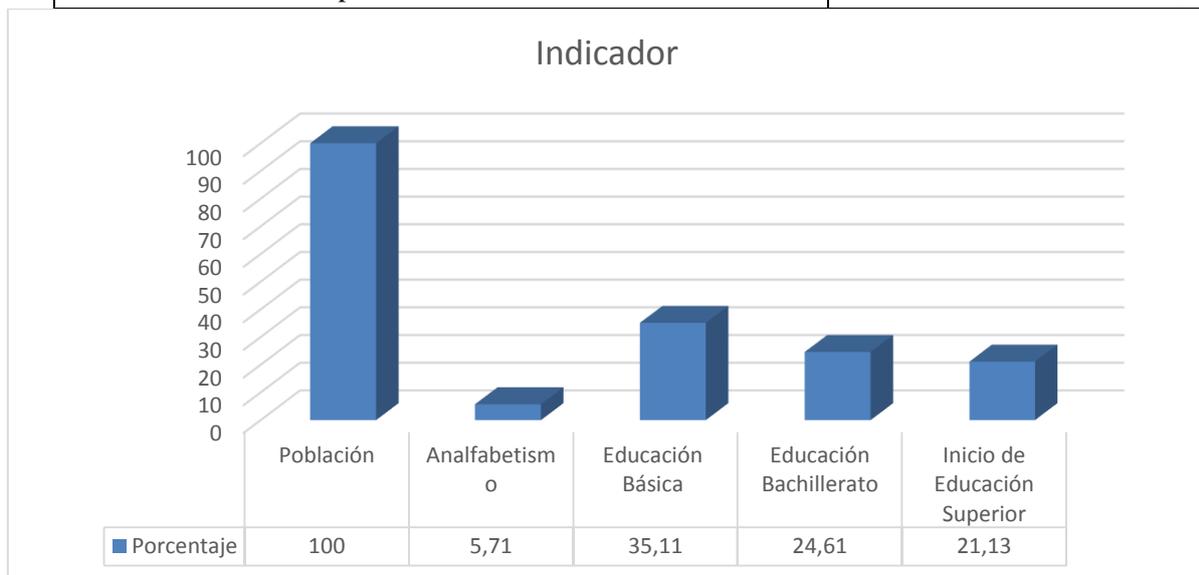


Figura No 5

Fuente: Desarrollado por los Investigadores

Análisis:

Después de evidenciar la relación porcentual de educación en los diferentes niveles, la población de Huaca tiene un promedio de estudio en años de 7,40; lo que se ve que hace la necesidad de trabajar en capacitar a la gente para que mejore su nivel de escolaridad y permita buscar mejores oportunidades, arriesgando en nuevos escenarios. Uno de los problemas que acosa también a Huaca es jóvenes embarazadas que han terminado la secundaria en un 33.96 %, lo que evidencia que para poder empezar a lograr a mejorar las potencialidades y aplicar nuevas innovaciones es imprescindible trabajar con los jóvenes.

Según David Bohm la incapacidad que tiene actualmente la humanidad para resolver problemas sociales que ella misma ha generado se debe a que no sabemos comunicarnos. “Podemos

jugar juntos, bailar juntos, pero no podemos comunicar en conjunto. Nos es muy difícil hablar de temas que nos afectan, de nuestras creencias y supuestos, sin que la situación se vuelva violenta y se convierta en confrontación” (Cayer, 1996). El problema surge cuando olvidamos que los modelos son simplificaciones, no siempre adecuadas y corresponden a realidades que pueden haber cambiado. Gran parte de los conflictos surgen porque tomamos los modelos como realidad o somos incapaces de ponerlos al día y peor aún, nos identificamos con ellos. Si alguien cuestiona mis modelos entramos en conflicto.

“La mente no quiere dejar de funcionar. El pensamiento crea las cosas y le da mucha importancia a sus creaciones. Llegará hasta negar las evidencias con tal de mantener sus creaciones” (Cayer, 1996). ¿Cómo podría entonces un grupo humano comunicarse sin caer en el conflicto? Una forma para ello es entrar en diálogo, entendiendo por tal, la comunicación que se produce en un grupo de personas que logran “suspender” sus juicios y posiciones y escuchar a los demás. Esto hace posible “recrear un sentido” y acceder a la creatividad colectiva.

Aunque existen algunas tentativas metodológicas para rescatar este tipo de situaciones, tales como la intervención sociológica desarrollada por el grupo de Alain Touraine, y la práctica del diálogo que se inspira en los trabajos de David Bohm, hasta la fecha la única técnica sencilla, al alcance de todos, para hacer trabajar a un grupo en la definición de objetivos comunes es la planificación estratégica.

Desarrollada principalmente con fines de management, la planificación estratégica ha sido también aplicada a instituciones públicas. La fase inicial de todo proceso de planificación estratégica es el establecer un diagnóstico compartido acerca de las fortalezas y debilidades de una situación, institución o región. Una de las técnicas más utilizadas será el análisis FODA, metodología que trata de dar alguna luz sobre ese futuro deseado en cuanto a la innovación territorial que requiere el cantón de Huaca.

4. Introducción de nuevos métodos organizativos en las prácticas de la empresa (nuevas rutinas y procedimientos destinados a mejorar aprendizaje, distribuir conocimiento en la empresa, formación del personal) * Introducción de nuevos canales y formatos para promocionar bienes y servicios.

Tabla 4

Tabla de contingencia: nuevos canales y formatos para promocionar bienes y servicios.

| | | | Introducción de nuevos canales y formatos para promocionar bienes y servicios | | | Total |
|---|-------------------------|-------------|---|-------|-------------------------|--------|
| | | | Muy poco | Poco | Medianamente suficiente | |
| Introducción de nuevos métodos organizativos en las prácticas de la empresa (nuevas rutinas y procedimientos destinados a mejorar aprendizaje, distribuir conocimiento en la empresa, formación del personal) | Muy poco | Recuento | 17 | 1 | 0 | 18 |
| | | % del total | 54,8% | 3,2% | 0,0% | 58,1% |
| | Poco | Recuento | 5 | 4 | 1 | 10 |
| | | % del total | 16,1% | 12,9% | 3,2% | 32,3% |
| | Medianamente suficiente | Recuento | 1 | 1 | 0 | 2 |
| | | % del total | 3,2% | 3,2% | 0,0% | 6,5% |
| | Suficiente | Recuento | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | | % del total | 0,0% | 0,0% | 3,2% | 3,2% |
| Total | | Recuento | 23 | 6 | 2 | 31 |
| | | % del total | 74,2% | 19,4% | 6,5% | 100,0% |

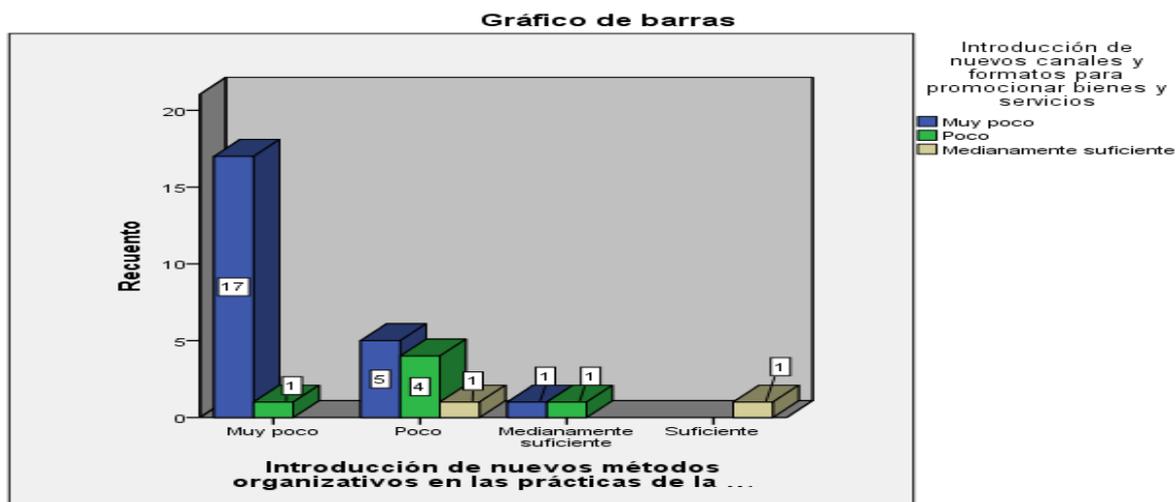


Figura No 6

Fuente: Desarrollado por los Investigadores

Análisis:

Frente a la introducción de nuevos canales y formatos para promocionar bienes y servicios y de nuevos métodos organizativos en las prácticas de la empresa, podemos concluir que muy poco es el parámetro relevante al momento de analizar los datos, lo que deduce que aún los procesos de innovación no están presentes en la actividad empresarial y comercial de Huaca, Las estrategias competitivas actuales que aplican y, sobre todo, las relaciones verticales y horizontales que articulan esos sistemas productivos, en la realidad dejan en segundo plano las cuestiones relativas a la innovación, factores que hacen evidente la falta de desarrollo social y comercial de la zona.

5. Decisión de asignar más recursos a actividades de I+D * Se ha tomado conciencia sobre la necesidad de realizar un mayor esfuerzo por innovar y gestionar el cambio como estrategia para afrontar el entorno actual.

Tabla 5

Tabla de contingencia: Conciencia sobre la necesidad de realizar un mayor esfuerzo por innovar y gestionar el cambio.

| | | | Se ha tomado conciencia sobre la necesidad de realizar un mayor esfuerzo por innovar y gestionar el cambio como estrategia para afrontar el entorno actual | | | | | Total |
|---|-------------------------|-------------|--|-------|-------------------------|------------|-------|--------|
| | | | Muy poco | Poco | Medianamente suficiente | Suficiente | Mucho | |
| Decisión de asignar más recursos a actividades de I+D | Muy poco | Recuento | 14 | 4 | 1 | 0 | 2 | 21 |
| | | % del total | 45,2% | 12,9% | 3,2% | 0,0% | 6,5% | 67,7% |
| | Poco | Recuento | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 5 |
| | | % del total | 9,7% | 3,2% | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 16,1% |
| | Medianamente suficiente | Recuento | 1 | 1 | 0 | 2 | 0 | 4 |
| | | % del total | 3,2% | 3,2% | 0,0% | 6,5% | 0,0% | 12,9% |
| | 11 | Recuento | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % del total | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,2% |
| | Total | Recuento | 19 | 6 | 2 | 2 | 2 | 31 |
| | | % del total | 61,3% | 19,4% | 6,5% | 6,5% | 6,5% | 100,0% |

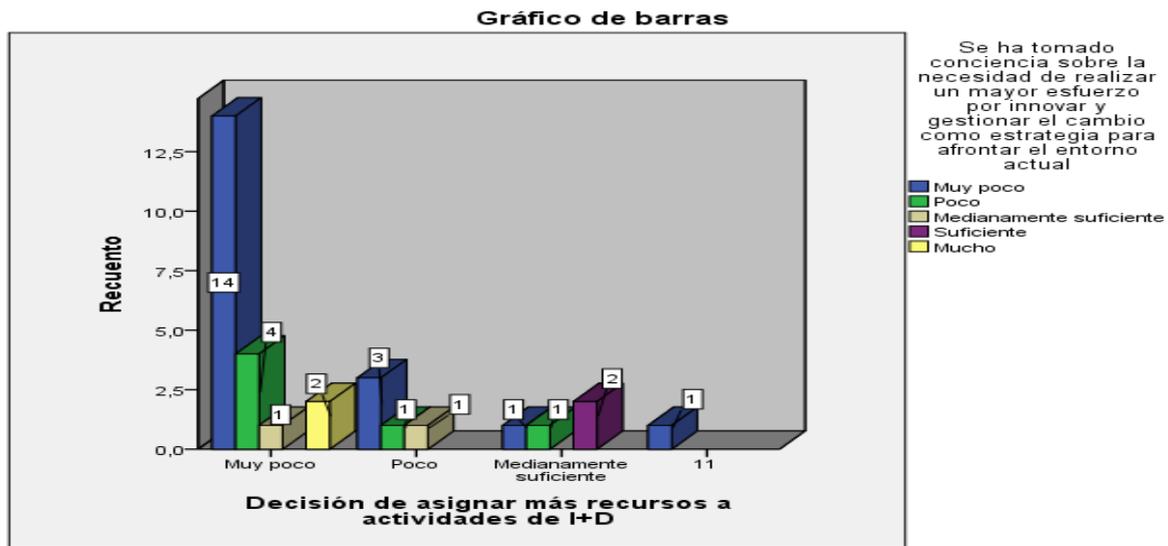


Figura No 7

Fuente: Desarrollado por los Investigadores

Análisis:

De los datos encontrados en Huaca muy poco es el factor relevante expresado por los actores comerciales y empresariales de la zona, lo que evidencia tomar con mucha importancia la necesidad de realizar un mayor esfuerzo por innovar y gestionar el cambio como estrategia para el desarrollo de la zona; La falta de decisión de asignar más recursos a actividades de I+D, hace que prime el interés de empezar introduciendo innovación en todo proceso productivo y comercial, los efectos que se generarán y las expectativas del futuro empresarial de las personas, asociaciones y demás actores del cantón.

6. Excesivo riesgo empresarial asociado a las actividades de innovación * Falta de fondos financieros suficientes para acometer planes de innovación.

Tabla 6

Tabla de contingencia: Falta de fondos financieros suficientes para acometer planes de innovación.

| | | | Falta de fondos financieros suficientes para acometer planes de innovación | | | | | Total |
|--|-------------------------|-------------|--|------|-------------------------|------------|-------|--------|
| | | | Muy poco | Poco | Medianamente suficiente | Suficiente | Mucho | |
| Excesivo riesgo empresarial asociado a las actividades de innovación | Muy poco | Recuento | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| | | % del total | 12,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,9% |
| | Poco | Recuento | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 |
| | | % del total | 0,0% | 0,0% | 3,2% | 0,0% | 3,2% | 6,5% |
| | Medianamente suficiente | Recuento | 3 | 1 | 7 | 1 | 3 | 15 |
| | | % del total | 9,7% | 3,2% | 22,6% | 3,2% | 9,7% | 48,4% |
| | Suficiente | Recuento | 0 | 0 | 2 | 1 | 0 | 3 |
| | | % del total | 0,0% | 0,0% | 6,5% | 3,2% | 0,0% | 9,7% |
| | Mucho | Recuento | 3 | 0 | 2 | 0 | 2 | 7 |
| | | % del total | 9,7% | 0,0% | 6,5% | 0,0% | 6,5% | 22,6% |
| Total | | Recuento | 10 | 1 | 12 | 2 | 6 | 31 |
| | | % del total | 32,3% | 3,2% | 38,7% | 6,5% | 19,4% | 100,0% |

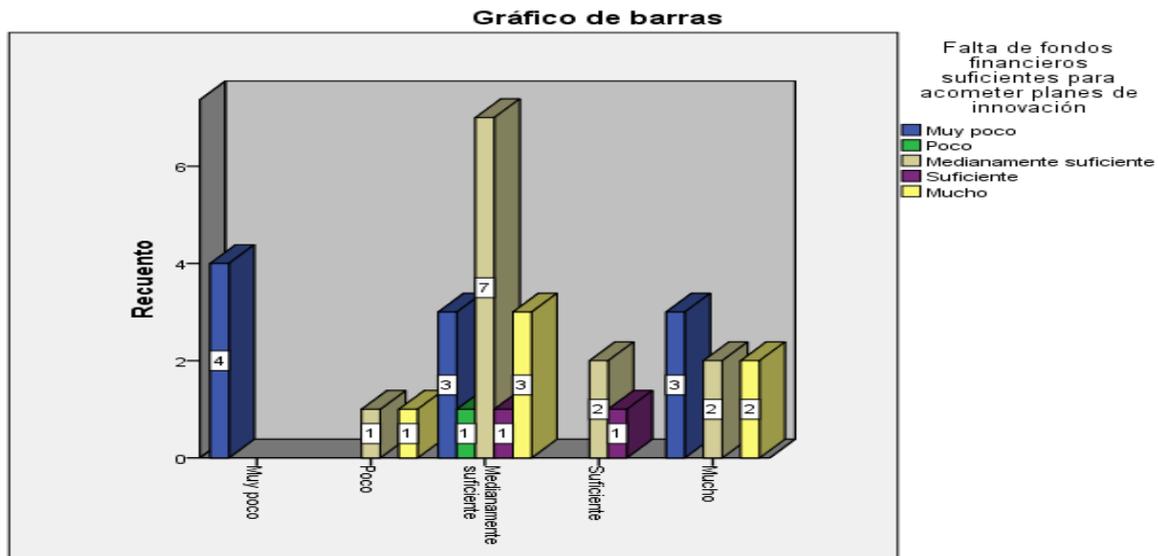


Figura No 8

Fuente: Desarrollado por los Investigadores

Análisis:

Pese al importante valor estratégico y competitivo que tiene la innovación, los resultados encontrados indican que medianamente suficiente son los riesgos que asumen los empresarios y personas inherentes a las actividades comerciales, además la falta de fondos financieros suficientes para acometer planes de innovación entraña siempre incertidumbre y riesgo. Desde esta perspectiva será necesario apostar a que si realmente se encontrará beneficios de personas, asociaciones y demás actores del cantón en el instante de involucrarse en un proyecto de I + D.

7. Mejorar la calidad de los productos, Introducirse a nuevos mercados.

Tabla 7

Tabla de contingencia: Introducirse a nuevos mercados.

| | | | Introducirse a nuevos mercados | | | | | Total |
|-------------------------------------|-------------------------|-------------|--------------------------------|-------|-------------------------|------------|-------|--------|
| | | | Muy poco | Poco | Medianamente suficiente | Suficiente | Mucho | |
| Mejorar la calidad de los productos | Muy poco | Recuento | 9 | 1 | 0 | 0 | 0 | 10 |
| | | % del total | 29,0% | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 32,3% |
| | Poco | Recuento | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | | % del total | 0,0% | 0,0% | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 3,2% |
| | Medianamente suficiente | Recuento | 0 | 3 | 1 | 1 | 0 | 5 |
| | | % del total | 0,0% | 9,7% | 3,2% | 3,2% | 0,0% | 16,1% |
| | Suficiente | Recuento | 0 | 1 | 1 | 6 | 1 | 9 |
| | | % del total | 0,0% | 3,2% | 3,2% | 19,4% | 3,2% | 29,0% |
| | Mucho | Recuento | 1 | 1 | 0 | 4 | 0 | 6 |
| | | % del total | 3,2% | 3,2% | 0,0% | 12,9% | 0,0% | 19,4% |
| Total | | Recuento | 10 | 6 | 3 | 11 | 1 | 31 |
| | | % del total | 32,3% | 19,4% | 9,7% | 35,5% | 3,2% | 100,0% |

Fuente: Desarrollado por los Investigadores

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos muy poco se ha considerado el mejorar la calidad de los productos y el de introducirse hacia nuevos mercados, lo que limita encontrarse en competitividad con los mercados de la zona y aún más con los mercados de la región y del país en sí, de ahí que el principal reto de los empresarios, autoridades y demás organizaciones de desarrollo comercial de huaca es estar preparados frente a un mercado cada vez más global, dinámico, que se encuentran a la par de las nuevas tecnologías, de la innovación y capacitación permanente y constante, lo que les permitirá apuntar a la mejora continua de la productividad y el posicionamiento de los productos que se dan en la zona

8. Sistemas de gestión nuevos o mejorados con el fin de incrementar la productividad y reducir costes administrativos * Con organismos públicos de investigación.

Tabla 8
Tabla de contingencia: Con organismos públicos de investigación

| | | | Con organismos públicos de investigación | | | | Total |
|--|-------------------------|-------------|--|-------------------------|------------|--------|-------|
| | | | Muy poco | Medianamente suficiente | Suficiente | Mucho | |
| Sistemas de gestión nuevos o mejorados con el fin de incrementar la productividad y reducir costes administrativos | Muy poco | Recuento | 6 | 2 | 6 | 5 | 19 |
| | | % del total | 19,4% | 6,5% | 19,4% | 16,1% | 61,3% |
| | Poco | Recuento | 0 | 0 | 0 | 3 | 3 |
| | | % del total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 9,7% | 9,7% |
| | Medianamente suficiente | Recuento | 2 | 1 | 2 | 0 | 5 |
| | | % del total | 6,5% | 3,2% | 6,5% | 0,0% | 16,1% |
| | Suficiente | Recuento | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| | | % del total | 12,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,9% |
| Total | Recuento | 12 | 3 | 8 | 8 | 31 | |
| | % del total | 38,7% | 9,7% | 25,8% | 25,8% | 100,0% | |

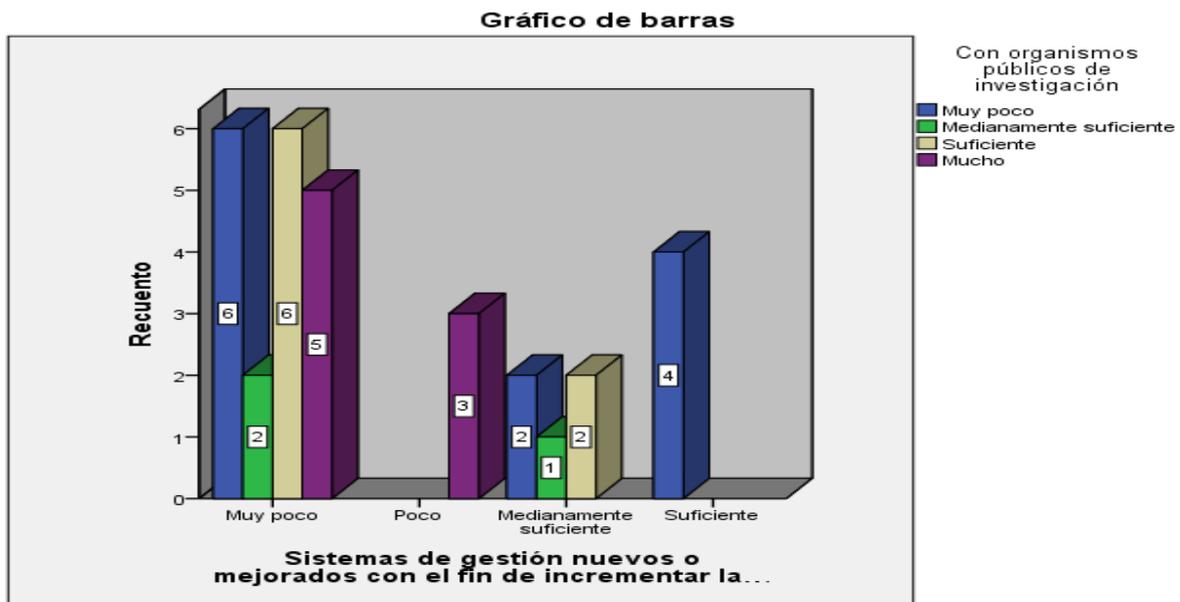


Figura No 9

Fuente: Desarrollado por los Investigadores

Análisis:

Luego de analizar los datos muy poco es la alianza compartida entre actores comerciales y de producción del Cantón Huaca con los organismos especializados públicos en lo referente a la implementación y capacitación sobre Sistemas de gestión nuevos o mejorados con el fin de incrementar la productividad y reducir costes administrativos, hoy en día parece un factor común en la región esta falta de cooperación sin considerar que la productividad y el desarrollo mejora el nivel de vida de su población, reduce los niveles de inflación y que en definitiva mejora las finanzas internas y externas de todos.

4. Conclusiones

- ✓ Las diferentes formas de innovaciones, ofrece una oportunidad para empresas públicas como privadas, esto en un marco de manejo de metodologías y planificación estratégica donde se capacite de forma constante y se cambie la forma cultural de ver y hacer las cosas.
- ✓ Coinciden varios autores que la innovación es la aplicación de nuevas ideas enfocados a mejorar y posicionar la empresa.
- ✓ La innovación es una capacidad sistémica de la empresa, esto conlleva hacer un cambio cultural profundo.
- ✓ La innovación en las empresas es, en gran parte, resultado de la presencia de un entorno territorial: social, económico y cultural.
- ✓ Según los resultados de la investigación la gran mayoría de los empresarios del Cantón San Pedro de Huaca saben que, para mejorar su competitividad, es importante mejorar la innovación en el desarrollo territorial. Los datos encontrados reflejan la realidad a la hora de medir la capacidad innovadora de las empresas que en la actualidad existen, Desde un punto de vista general, hay una necesidad de acuerdos institucionales que aseguren la formación de las personas, lo que supondría un papel más activo de generar nuevas estrategias de trabajo y de la obtención de mejores productos, que permitan el desarrollo local frente a otros mercados.
- ✓ Una cultura de innovación significa estimular la creatividad, el espíritu de iniciativa y de emprendimiento, así como del desarrollo social, geográfico y profesional, los resultados obtenidos de la investigación son relevantes al momento de comprender de que la cooperación tanto de los organismos de gobierno como de las personas naturales, sociedades conformadas, es indispensable para lograr el desarrollo territorial, comprender que la innovación representa una capacidad de anticiparse a las necesidades actuales y dotarse de eficiencia organizativa.
- ✓ Nuevas iniciativas innovadoras supone crear un marco favorable para la actividad productiva y de desarrollo para las empresas, en especial, las microempresas y pequeñas y medianas empresas que en el sector de San Pedro de Huaca existen, será necesario entonces concretar aspectos importantes al momento de adentrarse a la cultura innovativa como el acceso a la financiación, la eficiencia en las actividades productivas, el análisis de las posibles oportunidades de mercado, entre otras, acciones que se constituirán en estrategias para el desarrollo Económico de la zona.

5. Referencias bibliográficas

- Ahmed, P., & Shepherd, C. (2012). *Administración de la Innovación*. Pearson.
- Alonso, J. L. y R. Méndez (coords.) (2010). *Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España*. Madrid: Civitas.
- Aragón Marina, . (2011). *Innovación en la Investigación de Mercados*. ALFAOMEGA.
- Arellano, D. (2009). *Teoría de la organización y análisis organizacional: hacia nuevos paradigmas*. México: CIDE.
- Corma Canós,, F. (2011). *Innovación innovadores y empresas innovadora*. DIAZ DE SANTOS.
- Farrell, G. y S. Thirion (2009). "La competitividad de los territorios rurales a escala global". Cuadernos de Innovación 6, 5, Observatorio Europeo LEADER
- Fernández Sánchez, E. (2010). *Estrategia de innovación*. PARANINFO
- García Jimenez, E., & Gil Flores, J. (García Jimenez & Gil Flores, 2006)(2006). *Análisis Factorial*. Editorial: La Muralla. ISBN: 9788471336965
- Hernández Arteaga, I., & Pemberthy Gallo, L. (2013). *Universidad- Empresa-Estado: Hacia la cultura de la Investigación y la Innovación*. Pasto: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2013). *Elementos de administración : Un enfoque internacional y de innovación*. McGRAW-HILL
- Martínez Sanchez, A., & Corrales Estrada, M. (2011). *Administración de conocimiento y desarrollo basado en conocimiento: Redes e innovación*. CENGAGE LEARNING.
- Méndez, R. (2012). Innovación y desarrollo territorial, algunos debates teóricos recientes. *REVISTA SCIELO*, 21.
- Montoya, O. (2007). APLICACIÓN DEL ANÁLISIS FACTORIAL A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. CASO DE ESTUDIO. *Scientia et Technica Año XIII*, 281-286.
- Pardo Antonio. (2014). *Gestión de Datos con SPSS STATISTICS*. Editorial: SINTESIS. ISBN: 9788497566483
- Pérez Ramírez, B. y E. Carrillo (2010). *Desarrollo local: manual de uso*. Madrid: ESIC
- Perez Lopez, C. (2004). *Técnicas de Análisis Multivariante de Datos. Aplicaciones con SPSS*. Editorial: Pearson. ISBN: 9788420541044
- Perez César. (2013). *IBM SPSS, Estadística Aplicada*. Editorial: Garceta. ISBN: 9788415452713
- Perez César. (2014). *IBM SPSS, Técnicas Estadísticas Predictivas con IBM SPSS*. Editorial: Garceta. ISBN: 9788415452874
- Posso, M. (2013). *Proyectos, tesis y marco lógico*. Quito: Noción.
- Rodríguez, F. (Ed) (2010). *Manual de desarrollo local*. Oviedo: Ediciones Trea.
- Skarzynski, P., & Gibson, R. (2012). *Innovación en el ADN de la Organización*. México: Cosegraf.
- Valhondo Solano, D. (2010). *Gestión del Conocimiento, del Mito a la Realidad*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos
- Vázquez Barquero, A. (2011). *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno*. Madrid: Ediciones Pirámide.