



Facultad de Ciencias de la Administración

Carrera de Administración de Empresas

Innovación, competitividad y entorno empresarial:
Un análisis de las Mipymes ecuatorianas frente a los
desafíos del mercado

**Trabajo de titulación previo a la obtención del
grado de Licenciados en Administración de
Empresas**

Autores:

Anderson Leonardo Carrión Cobos; Daniel Esteban Pelchor
Guncay

Directora:

Gabriela Monserrath Duque Espinoza

Cuenca – Ecuador

Año

2026

DEDICATORIA

Yo Daniel Pelchor, dedico mi tesis a mi familia, mi mayor fortaleza y razón de ser. A mis padres, quienes, con su amor incondicional, sacrificio y ejemplo me enseñaron que los sueños se alcanzan con esfuerzo y perseverancia, cada logro mío es también suyo. A mis hermanos, compañeros de vida, por su apoyo constante y por alegrar cada momento del camino. A mi tía mi segunda madre, quien me formó con amor y dedicación, y gracias a cuya entrega y cuidado soy la persona que soy hoy; su presencia ha sido fundamental en cada paso de mi vida. A mis abuelos, pilares de nuestra familia, cuya sabiduría y amor siguen guiando mis pasos. Este trabajo es el fruto de todo lo que me han dado.

Yo Anderson Carrión, dedico este trabajo de tesis a mi familia, quienes han sido el pilar fundamental en cada etapa de mi vida, brindándome apoyo incondicional, motivación y confianza para alcanzar mis metas. A mis padres, por sus enseñanzas, sacrificio y amor constante, que han sido la base de mi formación personal y académica. También lo dedico a todas aquellas personas que, de una u otra manera, creyeron en mí y me impulsaron a seguir adelante, incluso en los momentos más desafiantes.

AGRADECIMIENTO

Yo Daniel Pelchor, agradezco en primer lugar a Dios, por darme la fortaleza, sabiduría y perseverancia necesarias para culminar este logro. A mi madre, por ser mi apoyo constante e incondicional, mi refugio en los momentos difíciles y mi mayor motivación para seguir adelante. A nuestra tutora, PhD. Gabriela Duque, quien con dedicación y compromiso nos guio a lo largo de este proceso, acompañándonos en cada etapa sin soltarnos la mano, asegurándose de que llegáramos a la meta. A nuestro metodólogo, Ing. Marco Reyes, quien nos brindó su valioso conocimiento y orientación en la estructura y contenido de esta investigación. A todos ellos, mi más sincero y profundo agradecimiento.

Yo Anderson Carrión, expreso mi más sincero agradecimiento a Dios por darme la fortaleza y sabiduría necesarias para culminar este importante logro. A mi familia, por su apoyo incondicional y por ser mi fuente constante de inspiración. A mis docentes y tutor de tesis, por su orientación, paciencia y valiosos conocimientos compartidos a lo largo de este proceso. Finalmente, agradezco a todas las personas que contribuyeron directa o indirectamente en la realización de este trabajo, haciendo posible la culminación de esta etapa académica.

Índice de Contenidos

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
Índice de Contenidos	iv
Índice de Figuras	v
Índice de Tablas	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	vii
1. Introducción	1
2. Marco Teórico y Estado del Arte	2
3. Métodos	12
4. Resultados y Discusión	16
5. Conclusiones	29
6. Referencias	31

Índice de Figuras

Figura 1. <i>Percepción promedio del entorno, competitividad e innovación</i>	18
--	----

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Variables de Estudio</i>	15
Tabla 2. <i>Distribución de Empresas por Sector y Tamaño</i>	16
Tabla 3. <i>Estadísticos descriptivos de la muestra.</i>	17
Tabla 4. <i>Estadísticos Descriptivos de la Percepción del Entorno Empresarial</i>	19
Tabla 5. <i>Estadísticos Descriptivos de la Competitividad Percibida</i>	20
Tabla 6. <i>Estadísticos Descriptivos de las Innovaciones Realizadas (2022–2023)</i>	22
Tabla 7. <i>Conteo del Número de Estrategias de Innovación Implementadas</i>	23
Tabla 8. <i>Correlación de Spearman</i>	23
Tabla 9. <i>Valores p de las pruebas U de Mann-Whitney y Kruskal-Wallis por vari</i>	26
Tabla 10. <i>-Howell para las variables tamaño de empresa</i>	27
Tabla 11. <i>de innovación y competitividad</i>	29

RESUMEN

El cambiante y desafiante entorno económico en el que operan las Mipymes ecuatorianas plantea dificultades para mantener su competitividad y capacidad de innovación. Estas enfrentan un camino difícil, debido a la elevada burocracia, la inestabilidad política y las crisis económicas que limitan sus posibilidades de crecimiento. El objetivo de esta investigación es analizar la relación entre la percepción del entorno empresarial y las estrategias de innovación y competitividad adoptadas por estas empresas, para fortalecer su permanencia en el mercado. El enfoque metodológico fue cuantitativo con un diseño no experimental y transversal. Se aplicó una encuesta a 1.023 Mipymes y los resultados se analizaron mediante estadística descriptiva y correlacional. Los resultados evidenciaron que la burocracia y la situación económica fueron los factores del entorno percibidos como más restrictivos. Además, se destaca la fuerte relación entre competitividad e innovación ($\rho = 0,399$; $p < 0,001$), constituyendo los cambios en productos y procesos las innovaciones más relevantes. El estudio contribuye con evidencia empírica que permite comprender la relación entre entorno, innovación y competitividad, aportando con información que sirva para tomar decisiones oportunas y diseñar estrategias empresariales eficientes que les permita permanecer en el mercado.

Palabras clave: Competitividad, Ecuador, Entorno, Innovación, Mipymes.

ABSTRACT

The changing and challenging economic environment in which Ecuadorian MSMEs operate poses difficulties for maintaining their competitiveness and capacity for innovation. These businesses face an uphill battle due to excessive bureaucracy, political instability, and economic crises that limit their growth potential. The objective of this research is to analyze the relationship between the perception of the business environment and the innovation and competitiveness strategies adopted by these firms to strengthen their market presence. The methodological approach was quantitative, using a non-experimental, cross-sectional design. A survey was administered to 1,023 MSMEs, and the results were analyzed using descriptive and correlational statistics. The results showed that bureaucracy and the economic situation were the environmental factors perceived as most restrictive. Furthermore, a strong relationship between competitiveness and innovation was highlighted ($\rho = 0.399$; $p < 0.001$), with changes in products and processes constituting the most relevant innovations. The study contributes empirical

evidence that helps elucidate the relationship between the environment, innovation, and competitiveness, providing information that can be used to make timely decisions and design efficient business strategies that enable these enterprises to remain in the market.

Keywords: Competitiveness, Ecuador, Business Environment, Innovation, MSMEs.

1. Introducción

En el contexto actual de globalización, las empresas enfrentan entornos cada vez más competitivos y cambiantes, donde la innovación y la capacidad de adaptación se convierten en factores clave para su permanencia en el mercado. En este escenario, la competitividad empresarial no solo depende de factores internos, sino también de condiciones externas como la estabilidad económica, la infraestructura, la regulación y las políticas públicas. En consecuencia, los gobiernos desempeñan un rol fundamental al generar entornos favorables que permitan a las empresas desarrollarse, crecer y contribuir al fortalecimiento de la economía nacional.

En este marco, la relación entre el entorno empresarial, la innovación y la competitividad adquiere especial relevancia, ya que las condiciones externas pueden influir directamente en las estrategias que adoptan las organizaciones. Un entorno favorable puede incentivar la innovación y mejorar la competitividad, mientras que uno restrictivo puede limitar el desarrollo empresarial. Esta relación resulta aún más significativa en el caso de las Mipymes, las cuales, debido a sus características estructurales, presentan una mayor dependencia del entorno y requieren mayores esfuerzos para mantenerse activas y competitivas en el mercado.

El presente estudio se centra en Ecuador, donde las Mipymes representan aproximadamente el 90% del tejido empresarial, constituyéndose como un pilar fundamental para la economía nacional. Estas empresas generan una importante cantidad de empleo y aportan significativamente a los ingresos del país, lo que evidencia su relevancia dentro del desarrollo económico. Sin embargo, a pesar de su importancia, enfrentan múltiples limitaciones relacionadas con el acceso a financiamiento, la burocracia, la inestabilidad económica y la limitada capacidad de innovación, lo que condiciona su desempeño y sostenibilidad en el tiempo.

A partir de estos antecedentes, surge la problemática de investigación, la cual se enfoca en analizar cómo las Mipymes ecuatorianas logran mantenerse competitivas dentro de un entorno económico restrictivo. En este sentido, comprender la relación entre el entorno empresarial y las estrategias de innovación y competitividad resulta fundamental para identificar factores que favorezcan su permanencia y crecimiento.

El objetivo general de la presente investigación es analizar la relación entre la percepción del entorno empresarial y las estrategias de innovación y competitividad adoptadas por las Mipymes ecuatorianas, con el propósito de comprender cómo estas variables influyen en su desempeño y permanencia en el mercado. Este análisis permitirá identificar patrones y relaciones que aporten evidencia empírica sobre el comportamiento de estas empresas frente a condiciones externas cambiantes. Los objetivos específicos son:

- Determinar las condiciones del entorno en el que operan las Mipymes ecuatorianas.
- Evaluar la percepción sobre la competitividad de las Mipymes ecuatorianas en comparación con sus principales competidores.
- Identificar las acciones de innovación implementadas por las Mipymes ecuatorianas y analizar su relevancia estratégica.
- Examinar la relación entre las estrategias de innovación y competitividad y las condiciones del contexto empresarial en el que se desarrollan las Mipymes ecuatorianas.

Los resultados del estudio aportan tanto a nivel académico como práctico, ya que generan información relevante para la toma de decisiones en el ámbito empresarial. Por un lado, permitirá a los directivos de las Mipymes comprender mejor su entorno y fortalecer sus estrategias de innovación y competitividad. Por otro lado, proporcionará insumos útiles para que las entidades gubernamentales diseñen políticas públicas orientadas a mejorar las condiciones del entorno empresarial, contribuyendo así al desarrollo sostenible del sector y al fortalecimiento de la economía nacional.

2. Marco Teórico y Estado del Arte

La competitividad aborda diferentes dimensiones que pueden analizarse a nivel macro y microeconómico. A nivel macroeconómico, la competitividad se vincula al desarrollo de los países y a la capacidad de generar prosperidad y calidad de vida; a nivel microeconómico, la competitividad se refiere a las ventajas que le permiten a una organización diferenciarse y sostenerse frente a sus competidores. Estas ventajas se logran mediante la innovación, la integración de tecnologías, la capacitación del capital humano y la orientación hacia la sostenibilidad ambiental (Izquierdo et al. 2023).

La comprensión sobre la competitividad es el resultado de una evolución conceptual que se remonta a teorías de economistas clásicos como Adam Smith y David Ricardo, quienes hablaron del intercambio o comercio de productos entre países y cómo eso les generaba riqueza. Durante la Revolución industrial, el concepto empezó a relacionarse con el avance tecnológico y el crecimiento empresarial y con la pérdida del predominio del fordismo surgieron nuevas interpretaciones sobre la competitividad. El toyotismo destaca la mejora continua y la flexibilidad como aspectos importantes para la adaptación al mercado. En los años ochenta y noventa, la globalización y las reformas económicas hicieron que el concepto se ampliara aún más, entonces se dio mayor atención a factores externos, como el entorno regional, la industria y las políticas nacionales, además de los factores internos. Así, la competitividad dejó de entenderse solo desde el interior de una empresa, pasando a comprenderse como el resultado de diversos factores; a medida que el mundo cambia, el concepto también evoluciona (Flórez y Vallejo, 2024).

Esta visión ampliada y sistemática sobre la competitividad se muestra en definiciones actuales a nivel empresarial. Según Labarca (2007), la competitividad empresarial es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales, enfatizando que el aspecto verdaderamente crucial para las empresas es el poder mantener ese éxito en los mercados y hacerlo sin depender de protecciones o de subsidios, considerando que ninguna empresa puede ser competitiva por sí sola, especialmente si no cuenta con un entorno de apoyo a proveedores o servicios orientados a la producción, o una presión competitiva de competidores locales.

En este contexto, el entorno engloba restricciones y oportunidades que pueden determinar las posibilidades de crecimiento y la capacidad de competir de las empresas. En este contexto, el entorno engloba restricciones y oportunidades que pueden determinar las posibilidades de crecimiento y la capacidad de competir de las empresas. En el contexto de la MIPYME. Por su parte, Duréndez et al. (2024) señalan de gran importancia a factores externos como: la burocracia, situación económica, infraestructura y estabilidad política y jurídica. Por su parte,

Cabrera et al. (2015) definen al entorno como un contexto dinámico, conformado por condiciones organizativas y normativas de mercado; así como también, a elementos vinculados a la estructura y a los sistemas de gestión empresarial.

En este mismo sentido, Oreja y Yanes (2003) señalan que el entorno empresarial es un conjunto de factores externos que rodean a las empresas y que influyen de manera fuerte en la toma de decisiones, destacando su relación con el nivel de incertidumbre percibida, la cual surge cuando los individuos no pueden predecir con claridad los cambios del entorno ni sus efectos sobre las empresas. Además, plantean que el entorno empresarial incluye factores físicos y sociales que influyen en la toma de decisiones, los cuales se agrupan en cuatro dimensiones: geográfica, económica, político-legal y sociocultural, conocidas como el modelo G.E.P.S.

Complementando esta perspectiva, Arano et al. (2012) sostienen que el entorno incluye elementos económicos, sociales, políticos, tecnológicos y culturales que rodean a la empresa y condicionan la formulación de sus estrategias, considerando que las organizaciones no son autosuficientes, sino que depende de información proveniente del ambiente externo. Esta situación les obliga a interactuar constantemente con su entorno para lograr éxito empresarial mediante la capacidad de analizar, anticipar y responder oportunamente a los cambios y tendencias, buscando estrategias que les permitan adaptarse a la incertidumbre y aprovechar las oportunidades existentes, siendo innovadoras para lograr competitividad

La innovación puede entenderse como un suceso complejo que adopta diferentes expresiones dependiendo del entorno y de las estrategias de las empresas. Según Suárez (2018), la innovación no se limita únicamente a la introducción de nuevos servicios o productos, sino que es solo una de las tantas formas en que la innovación se puede llegar a manifestar dentro de las empresas, ya que también puede estar vinculada a procesos, conocimientos, técnicas y desarrollos tecnológicos. De igual manera, la innovación se describe como un proceso amplio, dinámico y transversal que va más allá del ámbito exclusivamente tecnológico. En este sentido, Mulet (2025) establece que la innovación es un cambio basado en el conocimiento científico y tecnológico que genera valor, que se manifiesta en productos, procesos, estructuras organizativas, formas de organización o modelos de negocio, impactando en el desempeño empresarial.

Siguiendo los diferentes enfoques, Garzón e Ibarra (2013) sostienen que la innovación se explica como la utilización de conocimiento para introducir o producir un bien o servicio novedoso, una idea, método, instrumento, modo de pensar en los negocios, la internacionalización de las empresas o cualquier esfuerzo de cambio en el potencial

económico o social de la empresa. Alineado con este concepto, el manual de Oslo (2006) sostiene que es la concepción e implementación de cambios significativos en el producto o servicio, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. Robayo (2016) señala que la innovación no es solo un resultado final, por el contrario, es el proceso mediante el cual la sociedad extrae del conocimiento beneficios sociales y económicos, abarcando todas las operaciones de la empresa, combinando diferentes recursos, e incluyendo actividades científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales.

Al igual que la innovación, la competitividad empresarial también está condicionada por el entorno en el que se desarrollan las empresas. En situaciones de desaceleración o crisis económica, la falta de políticas públicas eficaces y la falta de acceso a financiamiento se convierte en un obstáculo crítico para la permanencia empresarial. Como señala Barrios et al. (2022), la competitividad empresarial depende en gran medida de la adaptación de las organizaciones frente a las condiciones del entorno como los cambios en las exigencias del mercado y la necesidad de adaptación para sostener la competitividad, las cuales pueden afectar su desempeño. Este impacto resulta más significativo en las MIPYMES, debido a su menor estructura de capital y a su mayor dependencia del entorno en el que operan.

Esta relación entre entorno, innovación y competitividad también puede observarse a nivel macro. Según Sánchez et al. (2021), la competitividad depende mucho del entorno, en el cual se ven factores macroeconómicos como el valor agregado bruto, la población económicamente activa y la recaudación tributaria; estos muestran la fortaleza y estabilidad de la economía local. La innovación se resalta como un elemento asociado al entorno económico y a la competitividad, vinculada al desarrollo de las cadenas de valor y creación de ventajas que refuerzan ese crecimiento empresarial. Por tanto, cuando los factores macroeconómicos son favorables, facilitan la innovación; y cuando la innovación aumenta, mejora la competitividad.

De este modo, Jaramillo et al. (2020) señala que la innovación empresarial no puede existir por sí sola, sino que está conectada de manera directa con factores externos como la situación económica del país, las normas jurídicas y las condiciones del mercado. Entonces, la sinergia que existe entre la innovación, la competitividad y el entorno empresarial es muy relevante, pues mientras que el entorno empresarial está rodeado de

desafíos en un mercado globalizado, la situación económica del país y las normas jurídicas, la innovación fomenta que las empresas se mantengan competitivas frente a otros oferentes. En el caso de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), Almanza et al. (2020) sostienen, con base en su estudio realizado en PYMES mexicanas, que los factores internos que influyen en la competitividad incluyen la planeación estratégica, la producción y operaciones, la calidad, los recursos humanos, los sistemas de información y la innovación. Estos elementos distinguen a las empresas exitosas y actúan como impulsores de la competitividad de acuerdo con las necesidades y capacidades empresariales.

Bajo esta misma línea, Méndez et al. (2025) definen la competitividad de las PYMES latinoamericanas como una capacidad que depende de factores internos como externos, identificando siete factores internos clave: competencias financieras, planificación estratégica, innovación, gestión de recursos humanos, estructura organizacional, adaptación tecnológica e innovación ecológica; sin embargo, la característica distintiva es que estos factores no operan de forma independiente, sino que su efectividad depende de la confluencia con factores externos del mercado (infraestructura, políticas públicas, eficiencia del mercado laboral, control de corrupción), por lo que la competitividad solo se logra cuando los factores internos de una empresa se combinan con el entorno en el que se desempeñan.

Por eso, cuando el entorno empresarial en América Latina y el Caribe sufrió consecuencias críticas durante la pandemia por diferentes factores macroeconómicos, la situación económica se vio afectada y mostró una contracción del consumo de varios productos y servicios. Factores como la caída del PIB, la reducción de la demanda, las restricciones legales, la inestabilidad política, las limitaciones de infraestructura y la escasez de recursos financieros crearon un escenario difícil para las empresas, especialmente a las PYMES. Esta crisis generó desempleo, problemas de liquidez y afectó a la capacidad productiva, esto demostró que la competitividad empresarial depende directamente de condiciones macroeconómicas favorables (Roncancio y Rodríguez, 2024).

Frente a estos cambios, la innovación se volvió clave para adaptarse. Cuando llegó la pandemia, las micro y pequeñas empresas (MYPES) que decidieron innovar, ya sea mejorando sus productos o servicios, lanzando otros productos nuevos, accediendo a

nuevos mercados, estableciendo alianzas, mejorando sus procesos, adquiriendo nueva infraestructura, o cambiando su organización y su gestión, lograron no solo mantenerse en el mercado, sino ser más competitivas, así demostraron que innovar no era solamente una opción, sino que era un paso clave para fortalecerse (García et al. 2021).

Las empresas enfrentan desafíos importantes para mantenerse en el mercado, pues la falta de adaptabilidad puede condicionar su desempeño empresarial por la manera en que las organizaciones entienden y aplican el concepto de competitividad. Según González (2021), el desempeño no tiene un significado único, sino que ha cambiado a lo largo de la historia y en la práctica, y puede además estar vinculado con el éxito o fracaso de las políticas empresariales. Así, la capacidad de las empresas para ajustarse a diferentes niveles de competitividad se vincula con la sostenibilidad, innovación y posicionamiento en el mercado.

En la actualidad la incorporación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se identifican como un factor que puede influir en el desempeño. Según Vanoye et al. (2024), incorporar prácticas responsables no solo mejora la reputación y fidelización de los clientes, sino que además abre nuevas posibilidades en el mercado, incrementando la competitividad. Esto se traduce en un desempeño empresarial más sólido, dado que la RSE puede actuar como un diferenciador estratégico que asegura ventajas competitivas sostenibles, especialmente en el caso de las MIPYMES. Para el caso de Ecuador, Morán et al. (2019) sostienen que las PYMES ecuatorianas operan en un entorno donde aún no existe una cultura de responsabilidad social, y donde se priorizan los resultados económicos, limitando la implementación de programas de responsabilidad social empresarial (RSE) como parte de sus estrategias; no obstante, este entorno está experimentando cambios significativos, ya que el pensamiento responsable y el cuidado del entorno han tomado mayor relevancia, impulsados por la capacidad de las empresas para generar un aumento de las expectativas de los consumidores, haciendo que la responsabilidad social cumpla un rol más importante a través de los años.

Por otra parte, las condiciones internas de gestión también juegan un papel determinante en el rendimiento organizacional. De acuerdo con Izquierdo et al. (2023) las empresas que invierten en capacitación de sus colaboradores para aumentar las competencias laborales (factor interno pueden distinguirse en el mercado y mantener ventajas competitividad frente a sus principales competidores).

Algunas estrategias de adaptación empresarial permiten a las MIPYMES enfrentar los desafíos de entornos competitivos y cambiantes. En este sentido, una de las estrategias es la ampliación del nicho de mercado, lo cual orienta a las empresas en la búsqueda de nuevos clientes y a la consolidación de la presencia de la empresa a nivel nacional; esta iniciativa ayuda al incremento de las ventas y fortalece su posición frente a competidores que ofrecen productos o servicios similares, así como frente a las restricciones del entorno económico y político (Álvarez et al., 2020). Chiriboga et al. (2022) resalta la calidad del servicio, ya que una atención eficiente y orientada al cliente contribuye a generar satisfacción y fidelización, permitiendo sostener y ampliar los mercados alcanzados, lo que resulta muy favorable para la permanencia y competitividad de las MIPYMES. De manera complementaria, la planeación estratégica mediante Lean Construction apoya la implementación de estas estrategias al optimizar el uso de los recursos económicos y financieros, eliminando actividades que no generan valor y mejorando la productividad, lo que fortalece la eficiencia operativa y la permanencia empresarial en el largo plazo (Castillo, 2024).

Entonces, diversos estudios destacan la interrelación entre innovación, competitividad y entorno empresarial dentro de la literatura. Así Castillo-Luévano y Feria-Cruz (2020) analizaron la relación entre la innovación y la competitividad en las MIPYMES del sector metalmecánico en México-Aguascalientes, aplicando un cuestionario en escala de Likert a una muestra de 28 empresas. Los resultados demostraron una correlación positiva y significativa entre la innovación y la competitividad, siendo la innovación en procesos la más frecuentada y la que mostró un mayor impacto en la competitividad; por lo tanto, se evidenció, que las mejoras en los métodos de fabricación se relacionan con mayores niveles de competitividad, y que la innovación tecnológica constituye un determinante clave para la competitividad en este sector industrial.

En esta línea, Guatemala et al. (2025) investigaron la relación entre la innovación tecnológica, la inversión extranjera directa (IED) y la competitividad de todo el sector empresarial mexicano y sus principales socios comerciales. Los resultados mostraron que México mantuvo un rezago en inversión en investigación y desarrollo, limitando su capacidad para atraer IED de alta tecnología. El estudio también evidenció que las debilidades institucionales y tecnológicas afectaron negativamente la competitividad, en contraste con países como Corea del Sur o Alemania, que articularon la innovación y la

IED para fortalecer sus economías. Los autores concluyeron que se requieren políticas integrales que articulen estos tres factores la innovación tecnológica, el IED y la competitividad macroeconómica para impulsar un crecimiento sostenible.

En lo relacionado con el entorno, López (2021) realizó un estudio con el objetivo de analizar la vulnerabilidad de la economía española frente a la crisis por la pandemia COVID-19, en comparación con otros países europeos. Los resultados mostraron que la economía española partía de una elevada debilidad estructural, caracterizada por una especialización sectorial en servicios y turismo, un tejido empresarial dominado por PYMES con escasa capacidad de adaptación, y un mercado laboral precario caracterizado por una alta tasa de empleo temporal; estos factores, junto con una baja competitividad y una reducida inversión en innovación, explican la mayor vulnerabilidad de España y la necesidad de orientar fondos europeos hacia la transición digital y ecológica para transformar el modelo productivo.

Complementando, Cutipa-Limache et al. (2020) analizaron la relación entre la intensidad de la innovación y la competitividad en MYPES exportadoras de artesanía textil en Perú. El estudio utilizó un enfoque cuantitativo y diseño no experimental-transeccional, aplicando encuestas con escala de Likert a 31 empresas del sector. Los resultados obtenidos mostraron una correlación positiva y significativa entre la innovación y la competitividad, en la cual la innovación en procesos, productos y mercados, impulsó directamente la competitividad empresarial; también los factores más fortalecidos fueron la productividad y la calidad del producto. Se concluyó que, a mayor intensidad de innovación en estas dimensiones, mayor es la competitividad de las empresas, manifestada principalmente en mejoras en productividad, calidad del producto y desempeño en mercados internacionales.

Por otro lado, León (2023) investigó el impacto de las capacidades de análisis de big data en la innovación empresarial de las PYMES colombianas, en un entorno empresarial caracterizado por cambios rápidos y alta competencia. El estudio utilizó una metodología cuantitativa con encuestas a 91 PYMES de Bogotá, aplicando análisis de regresión múltiple para medir esta relación. Los resultados mostraron que en el actual entorno empresarial que cambia rápidamente y es impulsado por nuevas tecnologías, las empresas con mayores capacidades de big data a nivel de datos, tecnologías, habilidades técnicas y cultura de datos tuvieron un mayor rendimiento innovador. La investigación

concluyó que, en este entorno competitivo, los recursos destinados a capacidades de big data brindan a las organizaciones herramientas para avanzar en el desarrollo de la innovación y abrirse a nuevos mercados, lo que les permite sobrevivir y mantenerse en el mercado.

En este sentido, Astudillo y Briozzo (2021) estudiaron los obstáculos del sector manufacturero ecuatoriano y argentino que innovaron en el producto y proceso en sus actividades empresariales. Las autoras aplicaron un análisis χ^2 de Pearson y un modelo probit aplicados a una muestra de 103 empresas ecuatorianas y 644 empresas argentinas. Las autoras encontraron que factores macroeconómicos e institucionales, como la inestabilidad política, el acceso al financiamiento y la corrupción, constituyeron barreras significativas para la innovación en el proceso y el producto. El estudio concluyó que un entorno empresarial adverso, marcado por la inestabilidad política y la inadecuada fuerza laboral, limitó el potencial de innovación de las empresas manufactureras en ambos países.

A pesar de estas barreras, en los momentos de crisis intensas han funcionado como elementos generadores de cambio. García et al. (2021) investigaron la influencia de la innovación organizacional en la competitividad empresarial de las MYPES del sector comercio durante la crisis del COVID-19. El estudio se desarrolló en un contexto de gran recesión económica caracterizado por la reducción de la demanda debido a las órdenes de confinamiento y el difícil acceso a financiamientos. Los autores aplicaron una metodología de enfoque cuantitativo, de tipo básico descriptivo, de diseño no experimental y de corte transversal a una muestra de 200 gerentes en Perú-Moyobamba. Los resultados mostraron una relación significativa entre la competitividad y la innovación. Se concluyó que estos factores macroeconómicos adversos obligaron a las empresas a implementar innovaciones para adaptarse, permitiéndoles mejorar su competitividad. La mayoría de las empresas que innovaron resultaron ser más competitivas que aquellas que no lo hicieron, demostrando que las MYPES que apostaron por la innovación pudieron mantenerse en el mercado a pesar de la crisis.

De la misma manera, centrándose en factores específicos internos, Benites et al. (2020) analizaron los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo, Perú, considerando la innovación y el entorno empresarial. Los autores desarrollaron un estudio empírico aplicado a 152 empresarios de diversos

sectores, utilizando metodología cuantitativa con análisis Chi-cuadrado y regresión lineal. Identificaron que el 70% del sector calzado y 89% del metal mecánico presentaban alta competitividad según el modelo de Porter. Los resultados mostraron una relación positiva con factores como calidad, capital humano, finanzas, plan estratégico y alianzas estratégicas, aunque la integración de Tics no generó sinergia significativa. Los autores concluyeron que las limitaciones en innovación tecnológica, infraestructura y capital intelectual afectan la productividad multifactorial de las PYMES.

Luna-Altamirano et al. (2021) tuvieron como objetivo diseñar un modelo de competitividad para las empresas del sector industrial de Cuenca-Ecuador, para enfrentar contextos económicos restrictivos causados por la crisis sanitaria. Los autores aplicaron una metodología de tipo descriptiva y cualitativa-documental mediante una revisión sistemática de materiales y documentos para evaluar la productividad, la rentabilidad y la competitividad de las empresas del sector industrial de la ciudad de Cuenca. En el estudio se observó que el entorno de incertidumbre obliga a las organizaciones a desplegar herramientas estratégicas para sostenerse en un contexto productivo y competitivo altamente complejo.

En este mismo escenario, Ordoñez (2024) realizó un estudio con el objetivo de presentar datos estadísticos sobre la industria del calzado en Cuenca-Ecuador, con la finalidad de establecer recomendaciones que promovieran la recuperación económica del sector a través de la generación de estrategias que fomenten la competitividad. En cuanto a la metodología, el autor implementó el método descriptivo y analítico del contexto teórico, utilizando fuentes primarias y secundarias para sustentar el análisis. Los resultados muestran que, tras la pandemia, las empresas del sector aplicaron innovaciones pequeñas en productos y servicios. En el estudio se concluyó que aún era necesario un amplio proceso para alcanzar niveles óptimos de competitividad y asegurar la sostenibilidad a largo plazo.

Vargas y Cárdenas (2023) estudiaron cómo la innovación influye en la competitividad de las empresas turísticas del cantón Latacunga. Para esto, con una muestra de 126 empresas aplicaron encuestas tipo Likert, determinando que la innovación tecnológica fue la estrategia que más aportó a la competitividad, mientras que las finanzas tuvieron un menor impacto. También se destacó la importancia de la planificación de proyectos y la mejora de procesos productivos. En algunos casos, cuando las empresas

lograron optimizar sus procesos o la contratación del personal, se redujo el incentivo para seguir innovando. Aun así, a pesar de limitaciones como la falta de recursos y la resistencia al cambio, muchas empresas aplicaron innovaciones pequeñas en productos y servicios, por lo que se resalta que la innovación fue clave para sostener ventajas competitivas en un entorno cambiante y complejo.

Por su parte, Lafebre-Tenén y Narváez-Moreno (2024) analizaron las reformas tributarias para las PYMES ecuatorianas y su efecto en la competitividad y estabilidad financiera. Los autores observaron que, aunque las reformas buscan simplificar el pago de los impuestos y dar beneficios a las microempresas, también se generó una disminución en la recaudación fiscal, confusión en los contribuyentes y mayores dificultades para cumplir con las obligaciones tributarias. Se concluyó que las PYMES estuvieron enfrentando diferentes retos de adaptación, y se puso de relevancia la necesidad de políticas tributarias claras, que promuevan su crecimiento sin poner en riesgo su estabilidad financiera.

Como parte de las estrategias de competitividad, Mora-Córdova et al. (2020) estudiaron las certificaciones de mayor contribución a la competitividad en las empresas exportadoras ecuatorianas, definiendo como comunes las relacionadas con la calidad, la inocuidad alimentaria, la producción orgánica y la responsabilidad social, ya que permiten fortalecer el valor de sus procesos y mejorar la competitividad.

3. Métodos

El enfoque del estudio fue cuantitativo, con un diseño no experimental y transversal, dado que se analizaron situaciones reales en un único momento sin manipular las variables. El tipo de investigación fue descriptivo y correlacional, ya que se buscó caracterizar la percepción del entorno empresarial, estrategias de competitividad e innovación, así como identificar relaciones existentes entre estas.

La muestra estuvo conformada por 1.422 Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes) ecuatorianas, clasificadas según el número de empleados, de la siguiente manera: microempresas de 6 a 9 empleados, pequeñas empresas de 10 a 49 empleados y medianas empresas de 50 a 249 empleados. La recolección de la información se llevó a cabo a nivel nacional entre mayo y septiembre de 2024, mediante un instrumento aplicado

de manera digital a quienes gerenciaban o administraban estas empresas. La participación fue voluntaria y se garantizó el uso exclusivo con fines académicos.

Inicialmente se contó con una base de datos compuesta por 1.422 registros. En el proceso de depuración se eliminaron 356 registros por encuestas incompletas, 33 observaciones duplicadas y 10 por información faltante, resultando en una base de datos final de 1.023 empresas. En cuanto a la distribución sectorial, el mayor número de empresas correspondió al sector de servicios con 445 organizaciones, seguido del sector comercio con 373, industria con 134, construcción con 48 y finalmente el sector primario con 23 empresas.

El instrumento utilizado fue un cuestionario diseñado por el Comité de investigadores del Observatorio Iberoamericano de la Mipyme, el cual fue aplicado en 12 países. Para el presente estudio se consideraron únicamente los datos correspondientes a Ecuador. El instrumento se estructuró en tres bloques: el primero denominado bloque general anual, el segundo innovación y rendimiento, y el último denominado bloque temático: talento. Las preguntas relacionadas con la percepción se aplicaron mediante una escala Likert del 1 al 5, siendo 1 lo menos favorable o importante y 5 lo más favorable o importante.

El primero (preguntas de 1 a 8) permitió caracterizar a las empresas en términos de características empresariales (sector de actividad, antigüedad, tamaño, carácter familiar) y características de quienes toman las decisiones (género y formación académica del gerente, y género del equipo directivo). Las variables de sector (pregunta 1) y tamaño (pregunta 3) se midieron mediante escalas nominales; las de empresa familiar (pregunta 4), género del gerente (pregunta 5) y nivel educativo del gerente (pregunta 7) mediante respuestas dicotómicas (sí / no); el porcentaje de mujeres en el equipo directivo (pregunta 6) y el año de fundación (pregunta 2) mediante respuestas numéricas abiertas. Estas características fueron consideradas en el presente estudio para comparar la percepción entre grupos.

El segundo bloque recabó información sobre la percepción del entorno y el desempeño competitivo e innovador de las organizaciones, variables principales de este estudio, las cuales fueron medidas en escala de Likert de cinco puntos. Se incluyeron preguntas como “¿En qué medida su entorno empresarial le resulta favorable?”,

abordando la percepción del entorno a través de cinco ítems: situación económica, infraestructura, burocracia y obligaciones legales, estabilidad política y seguridad, y provisión de factores. La pregunta relacionada con la competitividad fue: "En comparación con sus competidores directos, indique cuál es su posición actual en los siguientes indicadores de rendimiento", mediante siete indicadores: calidad de productos, eficiencia de procesos, satisfacción de clientes, rapidez de adaptación al mercado, rapidez de crecimiento de ventas, rentabilidad y satisfacción de empleados. La innovación se incluyó con la siguiente pregunta: "Indique si su empresa ha realizado, en los dos últimos años (2022-2023), las siguientes innovaciones y, en caso afirmativo, señale el grado de importancia de cada una de ellas", la cual primero consultó su implementación y posterior el nivel de importancia que da la empresa sobre: cambios o mejoras en productos o servicios existentes, lanzamiento de nuevos productos o servicios, acceso a nuevos mercados, establecimiento de nuevas alianzas o colaboraciones, cambios o mejoras en los procesos, adquisición de nuevos bienes de equipo o instalaciones, cambios o mejoras en organización y gestión, mejoras en compras y aprovisionamientos, y mejoras en comercial y ventas.

El tercer bloque, denominado Talento, aborda un bloque específico relacionado con: las dificultades para contratar y disponer de ciertas habilidades y conocimientos, las acciones para cubrir las necesidades de capital humano y el apoyo desde el gobierno en ámbitos del talento humano.

Para el procesamiento y análisis estadístico de los datos se utilizaron Microsoft Excel y el software JASP (*Jeffreys's Amazing Statistics Program*). Dado que las variables de entorno, competitividad e innovación fueron medidas en escala Likert del 1 al 5, los datos tuvieron naturaleza ordinal y no cumplieron los supuestos de normalidad requeridos por las pruebas paramétricas, por lo que el análisis se fundamentó en métodos no paramétricos. Para examinar la asociación entre las variables se aplicó la correlación de Spearman, adecuada para datos ordinales. Para comparar grupos independientes formados por variables dicotómicas género del gerente, condición de empresa familiar y posesión de título universitario se empleó la prueba U de Mann-Whitney, la cual permite identificar diferencias significativas en la distribución de los datos entre dos grupos independientes. Finalmente, para evaluar diferencias entre más de dos grupos, como el sector económico con cinco categorías y tamaño de empresa con tres se aplicó la prueba de Kruskal-Wallis. Cuando se detectaron diferencias estadísticamente significativas, se

realizaron comparaciones múltiples post hoc utilizando el método de Games-Howell, con el propósito de identificar específicamente entre qué grupos se presentan dichas diferencias.

Tabla 1.

Variables de Estudio

Variab les	Cómo se miden
Sector	Escala nominal de cinco opciones: primario (1), industria (2), construcción (3), comercio (4) y servicios (5)
Años de la empresa	Número de años de operación en el mercado, calculado a partir del año de fundación registrado hasta el año de aplicación del instrumento (2024)
Tamaño (número medio de empleados)	Clasificación por rangos de empleados: microempresa de 6 a 9, pequeña de 10 a 49 y mediana de 50 a 249, complementada con el número medio de empleados
¿Es empresa familiar?	Respuesta dicotómica: sí (1) o no (0)
¿Quién ocupa el puesto de gerente o director?	Respuesta dicotómica: hombre (1) o mujer (0)
% mujeres en el equipo directivo	Respuesta numérica abierta expresada en porcentaje
Dispone de estudios universitarios	Respuesta dicotómica: sí (1) o no (0)
Percepción del entorno	Cinco ítems evaluados mediante escala Likert del 1 al 5, donde 1 es nada favorable y 5 es muy favorable: situación económica, infraestructuras, burocracia y obligaciones legales, estabilidad política y seguridad, y provisión de factores
Competitividad	Siete indicadores evaluados mediante escala Likert del 1 al 5, donde 1 es peor y 5 es mejor: calidad de productos, eficiencia de procesos, satisfacción de clientes, rapidez de adaptación al mercado, rapidez de crecimiento de ventas, rentabilidad y satisfacción de empleados
Innovación	Nueve tipos de innovaciones medidas en dos etapas: primero mediante respuesta dicotómica de sí (1) o no (0) sobre si fue realizada, y en caso afirmativo, mediante escala Likert del 1 al 5 sobre el grado de importancia, donde 1 es muy poca y 5 es mucha

Nota. Las variables corresponden a los bloques 1 (preguntas 1–8) y 2 (preguntas 11–13) del cuestionario del Observatorio Iberoamericano de la Mipyme.

4. Resultados y Discusión

En este apartado se presentan los principales resultados obtenidos a partir del análisis de la información recopilada de 1.023 empresas. En primer lugar, se describen las características generales de la muestra, considerando su distribución por sector y tamaño. Posteriormente, se analizan las características empresariales y, finalmente, se examinan los resultados relacionados con las variables centrales del estudio: entorno empresarial, competitividad e innovación.

La Tabla 2 muestra la distribución de las 1.023 empresas según el sector y tamaño. En la mayoría de sectores predominaron las microempresas, resaltando los sectores industrial y primario, donde las pequeñas empresas superaron en número a las microempresas. Los sectores servicios y comercio concentraron la mayor cantidad de organizaciones, mientras que el sector primario resultó el menos representado en todos los tamaños.

Tabla 2.

Distribución de Empresas por Sector y Tamaño

Sector	Micro	Pequeña	Mediana	Total
Primario	10	11	2	23
Industrial	49	60	25	134
Construcción	21	17	10	48
Comercio	231	100	42	373
Servicios	231	145	69	445
Total	542	333	148	1023

La Tabla 3 presenta los estadísticos descriptivos de la muestra de 1.023 empresas, con el fin de comprender sus principales características.

Tabla 3.*Estadísticos descriptivos de la muestra.*

Variable	Obs.	X	S	Mín	Q1	Q2	Q3	Máx
Edad	1.015	17,34	14,42	0	7	14	24	106
Tamaño (núm. medio empleados)	1.023	28,41	45,87	0	6	9	25	249
¿Es empresa familiar?	1.023	0,61	0,49	0	0	1	1	1
¿Quién ocupa la gerencia?	1.023	0,68	0,47	0	0	1	1	1
% mujeres en equipo directivo	1.022	0,39	0,29	0%	15%	40%	50%	100%
Dispone estudios universitarios	1.023	0,74	0,44	0	0	1	1	1

Nota. X = media; S = desviación estándar; Mín = mínimo; Máx = máximo; Q1, Q2, Q3 = cuartiles 1, 2 y 3. Las variables dicotómicas (empresa familiar, género gerente, estudios universitarios) están codificadas como 1 = sí/hombre y 0 = no/mujer.

Las características empresariales reflejadas en la Tabla 3 revelaron que, en cuanto a la edad que tienen, las empresas están en promedio sobre los 17 años en el mercado, aunque existen negocios recientes que no han cumplido ni un año de operación, lo que contrasta con otros que son antiguos y alcanzan hasta 106 años. Respecto al tamaño medido a través del número de trabajadores, la media fue de 28 empleados; sin embargo, la mediana es de 9, lo que reveló el predominio de las empresas pequeñas y que existen pocas que tienen hasta 249 empleados. Además, el 61% de las empresas son familiares, lo que mostró que más de la mitad funcionan bajo este tipo de estructura. En relación con la dirección, en aproximadamente el 68% de los casos el puesto gerencial es ocupado por hombres; a pesar de esta inclinación, las empresas cuentan en promedio con un 39% de mujeres en el equipo directivo, lo que indicó que las mujeres sí están participando en la toma de decisiones, pero no necesariamente desde el puesto más alto. Finalmente, cerca del 74% de los gerentes contaron con estudios universitarios, lo que evidenció un alto nivel de formación académica entre quienes dirigieron las organizaciones.

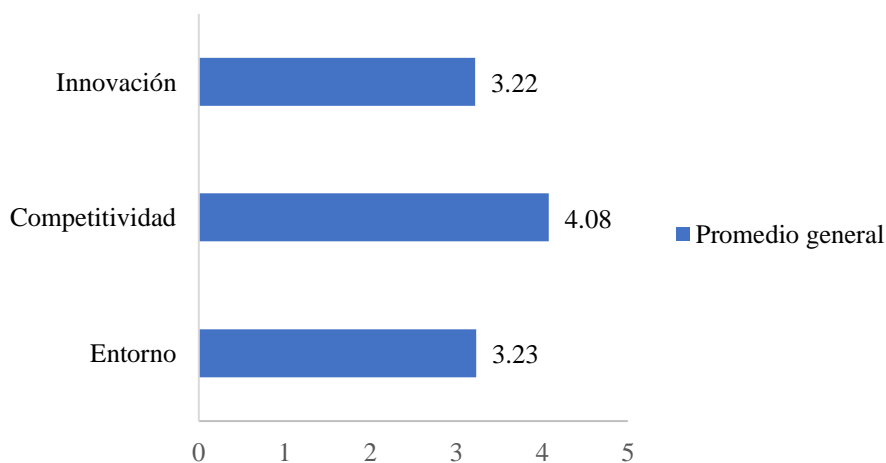
El perfil descrito coincidió con lo reportado por Duréndez et al. (2024), quienes identificaron que las MIPYMES iberoamericanas se caracterizan por el predominio de microempresas con estructuras familiares, el alto porcentaje de gerentes con formación universitaria, representó un aspecto importante que permite a las empresas implementar prácticas innovadoras dado que lo vincularon con una mayor adopción de prácticas innovadoras. Por su parte, Barrios et al. (2022) destacaron que las empresas familiares presentan dinámicas competitivas diferenciadas, lo que podría guardar relación con el

comportamiento observado en esta investigación, donde el sector empresarial y la naturaleza familiar de las empresas no mostraron diferencias estadísticamente significativas en las dimensiones de competitividad e innovación analizadas.

La percepción promedio de los empresarios sobre el entorno, la competitividad y la innovación se muestran en la figura 1. Se observó que las empresas percibieron el entorno empresarial con un promedio de 3,23 sobre 5, lo que indicó una percepción neutral, ni claramente favorable ni desfavorable para su operación. Al compararse con sus competidores directos, las empresas se autoevaluaron con un promedio de 4,08 sobre 5, lo que reflejó una percepción favorable de su desempeño competitivo. En cuanto a las innovaciones realizadas entre 2022 y 2023, se registró un promedio de 3,22 sobre 5, lo que reflejó un nivel medio de implementación de mejoras.

Figura 1.

Percepción promedio del entorno, competitividad e innovación



Nota. Los valores corresponden a la media aritmética de cada dimensión en una escala Likert del 1 al 5.

Al analizar la percepción del entorno empresarial (véase Tabla 4), la burocracia y obligaciones legales y la situación económica, con valores promedio de 2,86 y 2,90 respectivamente, fueron percibidas como los factores menos favorables, al representar posibles restricciones para el desarrollo de las empresas. En contraste, la provisión de factores ($X = 3,57$) y la infraestructura ($X = 3,49$) fueron las variables mejor valoradas; en estas, lo que sugiere que varias empresas consideran estas variables como muy

favorables, alcanzando valores de 5 puntos, lo que da a entender que estas variables sí se perciben como favorables para el desempeño empresarial.

La percepción predominantemente neutral del entorno empresarial coincidió con lo evidenciado por Lafebre-Tenén y Narváez-Moreno (2024), quienes identificaron que las PYMES ecuatorianas enfrentaron retos de adaptación ante un entorno regulatorio complejo, con reformas tributarias que generaron incertidumbre sobre su estabilidad financiera. De manera complementaria, Astudillo y Briozzo (2021) hallaron que factores como la inestabilidad política y las barreras macroeconómicas constituyeron restricciones significativas para las empresas manufactureras ecuatorianas, lo que resultó coherente con las valoraciones más bajas registradas en burocracia y situación económica. En contraste, la mejor valoración de la provisión de factores e infraestructura sugirió que las condiciones físicas y de recursos del entorno fueron percibidas como relativamente favorables, lo que guardó relación con lo planteado por Arano et al. (2012), quienes subrayaron que el entorno general puede actuar como habilitador o limitador del desempeño empresarial dependiendo de sus componentes específicos.

Tabla 4.

Estadísticos Descriptivos de la Percepción del Entorno Empresarial

Variable	Obs.	X	S	Mín	Q1	Q2	Q3	Máx
Situación económica	1.023	2,90	1,35	1	2	3	4	5
Infraestructura	1.023	3,49	1,25	1	3	4	5	5
Burocracia y obligaciones legales	1.023	2,86	1,30	1	2	3	4	5
Estabilidad política y seguridad	1.023	3,33	1,37	1	2	3	5	5
Provisión de factores	1.023	3,57	1,27	1	3	4	5	5

Nota. X = media. Escala Likert del 1 (nada favorable) al 5 (muy favorable). Obs. = 1023 datos para todas las variables (muestra). S = desviación estándar.

En lo que respecta a la competitividad percibida por las empresas en comparación con sus principales competidores, en la Tabla 5 se presentan los resultados. Las variables con mejor valoración corresponden a la satisfacción de clientes ($X = 4,37$) y la calidad del producto ($X = 4,29$), donde la mediana de ambas es de 5, lo que indicó que al menos la mitad de las empresas se ubicaron en el nivel más alto de evaluación en estos indicadores. Por el contrario, la rentabilidad ($X = 3,87$; $S = 0,98$) y la rapidez de crecimiento en las ventas ($X = 3,78$; $S = 0,98$) presentaron los promedios más bajos y

mayor dispersión, lo que sugirió que las percepciones sobre estos aspectos son menos constantes entre las organizaciones.

La alta valoración en satisfacción de clientes y calidad del producto está alineado con lo identificado por (Álvarez et al. 2020), quienes señalaron que la calidad del servicio y la atención al cliente constituyeron factores determinantes para la permanencia y competitividad de las MIPYMES en Ecuador. Asimismo, Chiriboga et al. (2022) , destacaron que una atención orientada al cliente contribuye a la fidelización y ampliación de mercados, lo que reforzó la importancia de estos indicadores en la competitividad empresarial. En contraste los resultados evidencian que la percepción del entorno empresarial se mantiene en niveles moderados, con diferencias entre sus dimensiones. En particular, la provisión de factores y la infraestructura presentan valoraciones relativamente más favorables, mientras que la burocracia y obligaciones legales muestran menores puntajes, lo que sugiere posibles limitaciones en el entorno. Estos hallazgos coinciden con Benites et al. (2020), quienes identificaron que factores estructurales e institucionales influyen en el desempeño de las MIPYMES, lo que podría explicar la variabilidad observada en estas dimensiones.

Tabla 5.

Estadísticos Descriptivos de la Competitividad Percibida

Variable	Obs	X	S	Mín	Q1	Q2	Q3	Máx
Calidad de producto	1.023	4,29	0,88	1	4	5	5	5
Eficiencia de procesos	1.023	4,09	0,94	1	3	4	5	5
Satisfacción de clientes	1.023	4,37	0,81	1	4	5	5	5
Rapidez de adaptación a los cambios	1.023	4,06	0,94	1	3	4	5	5
Rapidez de crecimiento en ventas	1.023	3,78	0,98	1	3	4	5	5
Rentabilidad	1.023	3,87	0,98	1	3	4	5	5
Satisfacción de empleados	1.023	4,08	0,95	1	3	4	5	5

Nota. X= media; S = desviación estándar. Escala Likert del 1 (peor que los competidores) al 5 (mejor que los competidores). n = 1.023 para todas las variables. Obs = muestra

Además de la competitividad, otro aspecto relevante para el desempeño empresarial es la capacidad de innovación. Por esta razón, a continuación, se analizan las innovaciones implementadas por las empresas durante el periodo 2022–2023. En cuanto a las innovaciones realizadas entre 2022 y 2023, y tal como se observa en la Tabla 6, la innovación más frecuente fue cambios y mejoras en productos (X = 3,75; n = 918 empresas), seguida de cambios y mejoras en los procesos (X = 3,62; n = 898 empresas), lo que evidenció una mayor orientación hacia la optimización interna. En contraste, las

innovaciones menos frecuentes fueron el establecimiento de nuevas alianzas (n = 645 empresas) y el acceso a nuevos mercados (n = 718 empresas); no obstante, quienes sí las implementaron tendieron a valorarlas con puntajes altos, dado que el tercer cuartil de ambas actividades alcanzó valores de 4 y 5 puntos respectivamente, lo que sugirió que, aunque poco implementadas, fueron consideradas relevantes por las empresas que las adoptaron.

La mayor frecuencia de innovaciones en productos y procesos es consistente con los hallazgos de Castillo-Luévano y Feria-Cruz (2020), quienes identificaron que la innovación en procesos es una estrategia comúnmente aplicada y con impacto en la competitividad de las MIPYMES del sector metalmecánico en México. En el contexto ecuatoriano, Ordoñez (2024) también observó que las empresas del sector calzado aplicaron principalmente innovaciones pequeñas en productos y servicios, lo cual es coherente con la orientación hacia mejoras incrementales que se evidenció en los resultados de la muestra analizada. Por otro lado, la baja frecuencia en el establecimiento de nuevas alianzas y el acceso a nuevos mercados coincidió con lo reportado por Benites et al. (2020), quienes sostienen que, aunque las alianzas estratégicas constituyen un factor de competitividad relevante, su adopción resulta limitada en las PYMES latinoamericanas por restricciones de recursos y capacidades organizacionales; no obstante, las empresas que sí las implementaron tendieron a valorarlas como estrategias de alta importancia, lo que sugiere que, aunque poco extendidas, fueron percibidas como relevantes para la competitividad por quienes las adoptaron.

Tabla 6.*Estadísticos descriptivos de las innovaciones realizadas (2022–2023)*

Variable	Sí	No	n	X	S	Mín	Q1	Q2	Q3	Máx
Cambios o mejoras en productos	918	105	918	3,75	1,57	1	3	4	5	5
Lanzamiento de nuevos productos	797	226	797	3,20	1,96	1	1	4	5	5
Acceso a nuevos mercados	718	305	718	2,75	2,06	1	0	3	5	5
Establecimiento de nuevas alianzas	645	378	645	2,35	2,08	1	0	3	4	5
Cambios o mejoras en los procesos	898	125	898	3,62	1,64	1	3	4	5	5
Adquisición de nuevos bienes	844	179	844	3,38	1,86	1	2	4	5	3
Nuevos cambios en organización	859	164	859	3,40	1,78	1	3	4	5	5
Mejoras en compras	812	211	812	3,20	1,89	1	2	4	5	5
Mejoras en comercial – ventas	840	183	840	3,37	1,83	1	4	4	5	5

Nota. X = media; S = desviación estándar; Q1, Q2 y Q3 = cuartiles 1, 2 y 3. Los estadísticos de M, DE, Mín, Máx, Q1, Q2 y Q3 se calcularon únicamente sobre las empresas que respondieron afirmativamente haber realizado la innovación.

Finalmente, con el objetivo de profundizar en el estudio las prácticas innovadoras adoptadas, se analizó el número total de estrategias de innovación implementadas por empresas. La Tabla 7 reflejó que 22 empresas no implementaron ninguna estrategia de innovación; sin embargo, el 97,86% sí implementaron al menos una estrategia, lo que evidenció que la gran mayoría de las empresas reconoció la importancia de innovar. En cuanto a la cantidad de estrategias adoptadas, se observó una tendencia hacia la implementación múltiple y simultánea, dado que el mayor porcentaje correspondió a empresas que aplicaron las nueve estrategias, representando el 43,70% de la muestra, seguidas de aquellas que implementaron 8 estrategias con un 14,08% y 7 estrategias con un 11,73%. En el extremo opuesto, únicamente el 1,17% de las empresas se limitó a aplicar una sola estrategia, lo cual sugiere la importancia de la sinergia entre varias estrategias cuando de innovación se trata.

El elevado porcentaje de empresas que implementaron al menos una estrategia de innovación (97,86%) y la tendencia hacia la adopción múltiple y simultánea resultaron coherentes con lo evidenciado por García et al. (2021), quienes encontraron que la gran mayoría de las MYPES peruanas que innovaron durante la crisis del COVID-19 adoptaron múltiples estrategias de forma paralela, lo que les permitió mejorar su

competitividad en un entorno adverso. En el contexto ecuatoriano, Vargas y Cárdenas (2023), también observaron que las empresas turísticas del cantón Latacunga tendieron a combinar diferentes tipos de innovación para sostener sus ventajas competitivas. Sin embargo, el 2,15% de empresas sin ninguna estrategia de innovación pudiera ser explicado por Ordoñez (2024), quien destacó que aún existían brechas importantes en la adopción de innovaciones en el sector empresarial ecuatoriano, especialmente en organizaciones con menores capacidades estratégicas y recursos limitados.

Tabla 7.

Conteo del Número de Estrategias de Innovación Implementadas

Número de estrategias	Empresas	Porcentaje
0	22	2,14%
1	12	1,17%
2	18	1,76%
3	33	3,23%
4	59	5,77%
5	75	7,33%
6	93	9,09%
7	120	11,73%
8	144	14,08%
9	447	43,70%
Total	1.023	100%

Nota. El porcentaje total (97,86%) corresponde únicamente a las empresas que implementaron al menos una estrategia. Se incluye a las 22 empresas sin ninguna estrategia para reflejar el total de la muestra.

Los resultados de la prueba de correlación de Spearman se presentan en la Tabla 8. Las tres correlaciones analizadas resultaron estadísticamente significativas ($p < 0,001$), lo que indica que las asociaciones observadas no son atribuibles al azar.

Tabla 8.

Correlación de Spearman

	Entorno	Competitividad	Innovación
Entorno	1		
Competitividad	0,210***	1	
Innovación	0,221***	0,399***	1

Nota. *** $p < 0,001$. La magnitud se interpreta según los criterios de Cohen (1988): débil (0,10–0,29), moderada (0,30–0,49), fuerte ($\geq 0,50$).

Los resultados mostraron una correlación positiva débil y estadísticamente significativa entre la percepción del entorno y la competitividad ($\rho = 0,210$; $p < 0,001$). Este resultado sugiere que las empresas que percibieron condiciones del entorno más

favorables también tendieron a reportar una mayor percepción de competitividad. Se encontró una correlación positiva débil y estadísticamente significativa entre la percepción del entorno y la innovación ($\rho = 0,221$; $p < 0,001$). Las empresas que percibieron el entorno más favorable también tendieron a otorgar mayor importancia a las estrategias de innovación, aunque la fuerza de dicha asociación es baja. La correlación más fuerte del análisis es entre la competitividad y la innovación ($\rho = 0,399$; $p < 0,001$), este resultado indica que las empresas que se percibieron como más competitivas también tendieron a otorgar mayor importancia a la innovación.

Los hallazgos de la correlación de Spearman fueron consistentes con estudios previos que evidenciaron relaciones positivas entre estas tres dimensiones en contextos de MIPYMES latinoamericanas. Respecto a la asociación entre entorno y competitividad, Sánchez et al. (2021) encontraron que un entorno económico favorable se asoció con mayores niveles de competitividad en regiones del Perú, mientras que Benites et al. (2020), identificaron que factores del entorno como el acceso a financiamiento y las alianzas estratégicas incidieron positivamente en la competitividad de las PYMES peruanas. En contraste, Astudillo y Briozzo (2021) hallaron que un entorno adverso caracterizado por inestabilidad política y barreras macroeconómicas limitó el desempeño competitivo de las empresas manufactureras en Ecuador y Argentina, lo que sugirió que la dirección de esta asociación puede estar condicionada por el contexto institucional. En cuanto a la relación entre competitividad e innovación la más fuerte del conjunto, Castillo-Luévano y Feria-Cruz (2020), corroboraron en MIPYMES mexicanas del sector metalmecánico que la innovación en procesos constituyó el factor con mayor impacto en la competitividad, y Cutipa-Limache et al. (2020) concluyeron en MYPES peruanas que, a mayor intensidad de innovación, mayor fue la competitividad empresarial. Jaramillo et al. (2020) confirmaron esta misma relación en medianas empresas ecuatorianas. Por su parte, Guatemala et al. (2025) señalaron que México presentó bajos niveles de inversión en innovación y desarrollo tecnológico que debilitaron su competitividad frente a economías con mayor inversión tecnológica, lo que sugirió que esta relación positiva no es universal y depende del grado de desarrollo del entorno institucional.

La Tabla 9 presenta los resultados de las pruebas U de Mann-Whitney y Kruskal-Wallis para cada variable de agrupación en relación con las dimensiones de entorno, competitividad e innovación.

Los resultados evidenciaron que el tamaño de la empresa y el nivel de estudios universitarios del gerente se asociaron significativamente con la percepción del entorno y con la innovación, lo cual sugiere que las empresas de mayor tamaño y con gerentes de mayor formación académica tendieron a percibir de manera distinta las condiciones del mercado y a priorizar de forma diferente sus estrategias innovadoras. De manera complementaria, el género del gerente mostró asociación únicamente con la percepción del entorno, mientras que el porcentaje de mujeres en el equipo directivo fue la única variable asociada con la competitividad, lo cual sugiere que una mayor representación femenina en el equipo directivo está asociada con diferencias en las estrategias competitivas adoptadas.

En contraste, el sector empresarial y la naturaleza familiar de la empresa no presentaron diferencias estadísticamente significativas en ninguna de las tres dimensiones, lo que sugiere que estas características no determinaron la percepción del entorno ni las estrategias de competitividad e innovación de las MIPYMES analizadas, siendo posiblemente son otras dinámicas organizacionales las que explicarían su comportamiento.

La asociación entre el tamaño empresarial y la percepción del entorno e innovación coincidió con lo hallado por Duréndez et al. (2024) quienes identificaron que las empresas más grandes presentaron mayor capacidad de gestión estratégica en Iberoamérica, y con León (2023), quien evidenció que las PYMES colombianas con mayores capacidades tecnológicas tendieron a un mayor rendimiento innovador. La ausencia de diferencias significativas según la naturaleza familiar de la empresa difirió de lo planteado por Barrios et al. (2022) quienes encontraron que las empresas familiares presentaron activos intangibles asociados a su competitividad sostenible, lo que sugirió que esta relación puede depender del tipo de indicador utilizado y del contexto nacional analizado.

Tabla 9.

Resultados de las pruebas U de Mann-Whitney y Kruskal-Wallis por variable de agrupación y dimensión de análisis

Variabes de agrupación	Entorno	Competitividad	Innovación
Género del gerente	0,005***	0,596	0,863
Sector	0,572	0,244	0,119
Tamaño (micro, pequeña y mediana)	0,001***	0,219	0,001***
¿Es empresa familiar?	0,408	0,587	0,268
% mujeres en el equipo directivo	0,2787	0,0253**	0,0896*
Dispone estudios universitarios	0,002***	0,382	0,001***

Nota. Los valores reportados corresponden al p-valor de la prueba U de Mann-Whitney y Kruskal-Wallis. *** p < 0,01, ** p < 0,05, * p < 0,10.

La Tabla 10 presenta los resultados del análisis post-hoc para las variables de agrupación que registraron diferencias significativas en la prueba anterior. En cuanto al tamaño, el análisis post-hoc evidenció que las diferencias significativas en la percepción del entorno y en la innovación se concentró en las empresas micro respecto a las pequeñas ($p = 0,004$; $p = 0,001$) y respecto a las medianas ($p = 0,001$; $p = 0,001$), lo que sugirió que las empresas de menor tamaño tendieron a percibir el entorno y a priorizar estrategias de innovación de manera distinta. No se encontraron diferencias significativas entre las empresas pequeñas y medianas, lo cual indica un comportamiento similar entre estos dos grupos.

Este patrón diferenciado según el tamaño empresarial fue coherente con lo señalado por Duréndez et al. (2024) quienes identificaron que las empresas más grandes en Iberoamérica presentaron mayor adopción de estrategias innovadoras, mientras que las microempresas enfrentaron mayores limitaciones estructurales para desarrollar estas capacidades. Asimismo, León (2023) evidenció que las PYMES colombianas con mayores capacidades tecnológicas tendieron a un rendimiento innovador más elevado, lo que reforzó la idea de que el tamaño puede actuar como un factor que impulsa el potencial de innovación. La ausencia de diferencias entre empresas pequeñas y medianas sugirió que, superado cierto umbral de tamaño, no existen diferencias entre la percepción del entorno y las estrategias de innovación.

Tabla 10.*Análisis post-hoc de Games-Howell para las variables tamaño de empresa*

Variables de agrupación	Entorno	Competitividad	Innovación
Panel A: Tamaño			
Micro-Pequeña	0,004***	0,899	0,001***
Micro-Mediana	0,001***	0,142	0,001***
Pequeña-Mediana	0,34	0,309	0,146

Nota. Los valores corresponden a los valores p ajustados del análisis post-hoc de games-howell con corrección de Bonferroni. *p < ,05, **p < ,01, ***p < ,001.

La Tabla 11 presenta los resultados de la prueba de Kruskal-Wallis y el análisis post-hoc de Games-Howell para los diferentes ítems que conforman las variables de innovación y competitividad; así como, para la competitividad e innovación, según la percepción del entorno. Los resultados evidenciaron diferencias estadísticamente significativas en la totalidad de las variables analizadas, lo que sugirió que la percepción del entorno estuvo asociada tanto a estrategias de innovación como a las de competitividad adoptadas por las MIYMES ecuatorianas. El análisis post-hoc permitió identificar que dichas diferencias se concentraron principalmente entre los grupos desfavorable-favorable y neutro-favorable, lo cual indica que las empresas que percibieron el entorno como favorable tendieron a otorgar una mayor importancia a estas estrategias en comparación con aquellas que lo percibieron como desfavorable o neutro. Este patrón sugirió que las MIPYMES ecuatorianas tendieron a innovar y a fortalecer su competitividad como una estrategia de crecimiento ante condiciones de mercado favorables, antes que como una respuesta de resiliencia ante entornos adversos.

En contraste, la comparación entre los grupos desfavorable y neutro no registró diferencias significativas en la mayoría de las variables, a excepción de cambios o mejoras en los procesos ($p = 0,017$) y adquisición de nuevos bienes ($p = 0,009$), lo cual sugiere que estas estrategias presentaron una importancia diferenciada incluso entre empresas que percibieron condiciones de mercado poco favorables, posiblemente como mecanismos de adaptación interna ante un entorno adverso. Este comportamiento se confirmó al evaluar integralmente las variables competitividad ($p = 0,001$) e innovación ($p = 0,001$), las cuales presentaron diferencias significativas entre los grupos desfavorable-favorable y neutro-favorable, reforzando la asociación entre una percepción favorable del entorno y una mayor orientación estratégica hacia la innovación y la competitividad.

El patrón observado sobre la innovación y la competitividad ante una percepción favorable del entorno, está alineado con lo señalado por Vargas y Cárdenas (2023), quienes encontraron que las empresas turísticas del cantón Latacunga innovaron como respuesta a oportunidades de crecimiento más que como reacción ante la adversidad. Asimismo, Ordoñez (2024) observó que las empresas del sector calzado de Cuenca aplicaron innovaciones principalmente en el contexto de recuperación post pandemia, reforzando la idea de que un entorno percibido como favorable funciona como catalizador de la orientación estratégica. No obstante, la presencia de diferencias significativas en cambios de procesos y adquisición de bienes incluso entre grupos con percepción desfavorable y neutra sugirió que ciertas estrategias de adaptación operativa se mantuvieron activas independientemente del entorno, lo cual coincidió con lo planteado por Luna-Altamirano et al. (2021), quienes subrayaron que el contexto de incertidumbre obliga a las organizaciones a implementar estrategias mínimas para sobrevivir en mercados altamente competitivos.

Tabla 11.

Valores p de Kruskal-Wallis y análisis post-hoc de Dunn según percepción del entorno para las dimensiones de innovación y competitividad

	Entorno	Desfavorable-Neutro	Desfavorable-Favorable	Neutro-favorable
Panel A: Innovación				
Calidad de producto	0,001***	0,455	0,001***	0,001***
Eficiencia de procesos	0,001***	0,252	0,001***	0,001***
Satisfacción de clientes	0,001***	0,893	0,001***	0,001***
Rapidez de adaptación a los cambios	0,001***	0,752	0,001***	0,001***
Rapidez de crecimiento en las ventas	0,001***	0,024**	0,001***	0,001***
Rentabilidad	0,001***	0,052*	0,001***	0,001***
Satisfacción de empleados	0,001***	0,999	0,001***	0,001***
Panel B: Competitividad (Si y No)				
Cambios o mejoras en productos	0,001***	0,716	0,001***	0,002***
Lanzamiento al mercado de nuevos productos	0,001***	0,868	0,025**	0,056*
Acceso a nuevos mercados	0,001***	0,206	0,001***	0,001***
Establecimiento nuevas alianzas	0,001***	0,001***	0,001***	0,143
Cambios o mejoras en los procesos	0,001***	0,017**	0,001***	0,002***
Adquisición de nuevos bienes	0,001***	0,009***	0,001***	0,002***
Nuevos cambios en organización	0,001***	0,834	0,001***	0,001***
Mejoras en compras	0,001***	0,51	0,001***	0,004***
Mejoras en comercial - ventas	0,001***	0,257	0,001***	0,003***
Panel C: Agrupación de entorno				
Competitividad	0,001***	0,142	0,001***	0,001***
Innovación	0,001***	0,925	0,001***	0,001***

Nota. La columna Entorno presenta los valores p de la prueba de Kruskal-Wallis. Las columnas restantes corresponden a los valores p ajustados del análisis post-hoc de games-howell con corrección de Bonferroni entre los grupos desfavorable-neutro, desfavorable-favorable y neutro-favorable. *p < ,05, **p < ,01, ***p < ,001.

5. Conclusiones

El presente estudio tuvo como objetivo caracterizar la percepción del entorno empresarial, las estrategias de competitividad e innovación de las MIPYMES ecuatorianas, e identificar las relaciones existentes entre estas dimensiones a partir de una muestra de 1.023 empresas. Los resultados obtenidos permitieron responder a los objetivos planteados y generar evidencia empírica relevante para la comprensión del comportamiento estratégico de las micro, pequeñas y medianas empresas del país.

En cuanto a la caracterización descriptiva, las MIPYMES analizadas presentaron una percepción predominantemente neutral del entorno empresarial, con la burocracia y obligaciones legales y la situación económica como los factores menos favorables, y la provisión de factores e infraestructura como los mejor valorados. Respecto a la competitividad, las empresas se percibieron con mayores fortalezas en la satisfacción de clientes y calidad del producto, mientras que la rentabilidad y la rapidez de crecimiento en ventas presentaron los promedios más bajos. En materia de innovación, el 97,85% de las empresas implementó al menos una estrategia durante el periodo 2022–2023, con una marcada orientación hacia cambios en productos y procesos, y una menor adopción de estrategias de alianzas y acceso a nuevos mercados.

El análisis de correlación de Spearman evidenció asociaciones positivas y estadísticamente significativas entre las tres dimensiones centrales del estudio. Se identificó una correlación débil entre la percepción del entorno y la competitividad ($\rho = 0,210$; $p < 0,001$), lo que sugirió que las empresas que percibieron condiciones más favorables en su entorno también tendieron a reportar una mayor percepción de competitividad. De manera similar, se encontró una correlación débil entre la percepción del entorno y la innovación ($\rho = 0,221$; $p < 0,001$). La relación más fuerte del estudio se registró entre competitividad e innovación ($\rho = 0,399$; $p < 0,001$), lo que indicó que las empresas que se percibieron como más competitivas también tendieron a otorgar mayor importancia a las estrategias de innovación, siendo esta la asociación más destacada del conjunto.

Respecto a las variables de agrupación, el tamaño de la empresa y el nivel de formación universitaria del gerente se asociaron significativamente con la percepción del entorno y con la innovación, mientras que el género del gerente se asoció únicamente con la percepción del entorno y el porcentaje de mujeres en el equipo directivo fue la única variable asociada con la competitividad. El análisis post-hoc reveló que las diferencias en tamaño se concentraron entre las microempresas y las empresas pequeñas y medianas, sin encontrarse diferencias significativas entre estas últimas. En contraste, el sector empresarial y la naturaleza familiar de la empresa no presentaron diferencias estadísticamente significativas en ninguna de las tres dimensiones.

El análisis de Kruskal-Wallis según la percepción del entorno mostró diferencias estadísticamente significativas en la totalidad de las variables de innovación y

competitividad, concentradas principalmente entre los grupos desfavorable-favorable y neutro-favorable. Este patrón sugirió que las MIPYMES ecuatorianas tendieron a fortalecer sus estrategias de innovación y competitividad como respuesta a condiciones de mercado favorables, antes que como mecanismo de resiliencia ante entornos adversos. La ausencia de diferencias significativas entre los grupos desfavorable y neutro en la mayoría de subvariables refuerza esta interpretación, a excepción de cambios en procesos y adquisición de bienes, que mostraron diferencias incluso entre estos dos grupos.

El estudio presentó algunas limitaciones que deben considerarse al interpretar sus resultados. En primer lugar, el diseño transversal no permite establecer relaciones causales ni seguir la evolución de las variables a lo largo del tiempo. En segundo lugar, las mediciones se basaron en la percepción de los gerentes, lo que implica un componente subjetivo que pudo no reflejar con exactitud el desempeño objetivo de las empresas. En tercer lugar, aunque la muestra fue amplia y diversa, el método de muestreo no probabilista limita la posibilidad de generalizar los hallazgos al universo total de MIPYMES ecuatorianas.

A partir de estos hallazgos, se sugieren varias líneas de investigación futura. Sería valioso replicar el estudio con un diseño longitudinal que permita analizar cómo evolucionan las relaciones entre entorno, competitividad e innovación ante cambios en el contexto macroeconómico ecuatoriano. Asimismo, podría profundizarse en el papel de la representación femenina en los equipos directivos como factor asociado a la competitividad, dado que este hallazgo resultó novedoso y merece mayor exploración. Finalmente, futuros estudios podrían incorporar variables objetivas de desempeño financiero para complementar la perspectiva perceptual adoptada en esta investigación.

6. Referencias

- Almanza, R., Calderón, P., y Vargas-Hernández, J. (2020). Los factores internos de Pymes y su influencia en la competitividad (Caso Sector Comercio en Lázaro Cárdenas Michoacán). *Gestión Joven* 21(2), 66-80
https://gestionjoven.org/revista/contenidos_21_2/Vol21_num2_5.pdf
- Álvarez, A., Mejía, P., Molina, A., y Ponce, J. (2020). Calidad de servicio como factor de competitividad en las PYMES del sector de energía en Manta – Ecuador.

Revista Caribeña de Ciencias Sociales (junio 2020) 1-21.

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2020/06/energia-manta.html>

Arano, R., Cano, M., y Olivera, D. (2012). La importancia del entorno general en las empresas. *Ciencia Administrativa*, 2012-2. Instituto de Investigadores y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana

<https://gc.scalahed.com/recurs>

[os/files/r161r/w24976w/laimportanciadelentornogeneralenlasempresas.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24976w/laimportanciadelentornogeneralenlasempresas.pdf)

Astudillo, S., y Bríoizzo, A. (2021). Obstáculos del sector manufacturero ecuatoriano y argentino: evidencia empírica desde las empresas innovadoras. *Estudios Gerenciales*, 37(160), 387–398. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.160.4014>

Barrios, A., Reyna, M., y Bucio, D. (2022). Activos intangibles y la competitividad sostenible en las empresas familiares. *Revista Científica de la Universidad Autónoma de Coahuila*, 28, 1–14.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28071865007>

Benites, L., Ruff, C., Ruiz, M., Matheu, A., Inca, M., y Juica, P. (2020). Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú). *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 29, 208–236.

<https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.3513%0A>

Cabrera, H., Medina, A., Abab, J., Nogueira, D., y Núñez, Q. (2015). La integración de Sistemas de Gestión Empresariales, conceptos, enfoques y tendencias. *Ciencias de la Información*, 46(3), 3-8.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181443340001>

- Castillo, F. (2024). Impacto de Lean Construction en la planeación estratégica y financiera: un estudio de caso. *Revista Activos*, 21(2), 103-116. <https://doi.org/10.15332/25005278.10115>
- Castillo-Luévano, C., y Feria-Cruz, M. (2020). Innovación y Competitividad. Un Estudio Relacional de las MiPyME's del Sector Metalmeccánico en el Estado de Aguascalientes. *Conciencia Tecnológica*, (60). <https://www.redalyc.org/journal/944/94465715005/>
- Chiriboga, P., Fuentes, L., Tapia, L., y Sánchez, J. (2022). Estrategias digitales de ampliación de mercados y la competitividad de la empresa importadora. *Revista Científica Digital Dialnet*, 8. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i3>
- Cutipa-Limache, A., Escobar-Mamani, F., Anchapuri, M., y Valreymond-Tacora, D. (2020). La intensidad de innovación y la competitividad de micro y pequeñas empresas exportadores de artesanía textil. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (89), 155–176. <https://www.redalyc.org/journal/206/20669889009/>
- Duréndez, A., Castillo, M., Pérez, D., Meroño, A., y Rodríguez, F. (2024). Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pyme. *Informe MIPYME 2024: Gestión del talento en Iberoamérica*. <https://www.faedpyme.es>
- Flórez, A., y Vallejo, I. (2024). El concepto de competitividad: una revisión a la luz de la evolución histórica de los sistemas productivos. *Palermo Business Review*, (29), 49–70. Fundación Universidad de Palermo. <https://www.pallium.com.ar/>
- García, J., Tumbajulca, I., y Cruz, J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *Comunicación:*

Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo, 12(2), 99-110.

<https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>

Garzón, M., y Ibarra, A. (2013). Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología. Una revisión de literatura. *Dimensión Empresarial*, 11(1), 45–60.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4714355>

González, A. (2021). Propuestas de mejoras de la gestión ambiental para la competitividad de las MIPYMES en la provincia de El Oro, Ecuador. *Artículo de la Universidad Técnica de Machala*. <https://doi.org/10.62452/821r6259>

Guatemala Mariano, A., Martínez Prats, G., Vázquez Vidal, V., y Martínez Ortiz, M. (2025). Impulsando el futuro: Exploración de la innovación tecnológica, inversión extranjera directa y competitividad en México. *Revista Científica Investigación & Negocios*, 18(31), 56–66. <http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v18n31/2521-2737-riyn-18-31-56.pdf>

Izquierdo, J., Jiménez, R., Castro, G., y Ramos, E. (2023). Competitividad empresarial de las pequeñas empresas en los años 2020–2022: Una revisión sistemática. *Revista Científica de Ciencias Empresariales*, 25, 1–22. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/8953066.pdf>

Jaramillo Paredes, M. F., Romero Hidalgo, O. M., Aguirre Benalcázar, M. C., y Ruiz Carrillo, J. A. (2020). Influencia de la innovación en la competitividad de las medianas empresas del Ecuador. *Cuestiones Políticas*, 38(Especial 2da parte), 473-484. <https://doi.org/10.46398/cuestpol.382e.36>

Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13(2), 158-184.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73713208>

- Lafebre-Tenén, L. T., y Moreno-Narváez, V. P. (2024). Análisis del impacto de reformas tributarias en PYMES ecuatorianas: viabilidad, competitividad y desarrollo empresarial. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 7(2), 88–99. <https://doi.org/10.62452/ef1bhs66>
- León, A. (2023). Impacto de las capacidades de análisis de big data en la innovación empresarial. *Ingeniería y Competitividad*, 25(2), e-21012611. <https://doi.org/10.25100/iyc.v25i2.12611>
- López, A. (2021). Condicionantes de la pandemia en la situación económica en España: comparativa con países europeos. *Economía Coyuntural*, 6(4), 41–82. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2415-06222021000400004&script=sci_abstract&tlng=en
- Luna-Altamirano, K., Zamora-Zamora, E., Calle-Masache, O., y Lituma-Yascaribay, M. (2021). Estrategias empresariales en contextos económicos restrictivos: Un estudio en el sector industrial cuencano. *Ciencias Económicas y Empresariales*, 7(3), 990–1005. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i3.2035>
- Méndez, J., Orrala, F., Pucha, M., y Villacis, H. (2025). Factores determinantes de la competitividad en las Pymes de América Latina. Revisión sistemática. *Revista Multidisciplinaria Investigación Contemporánea*, 3(2), 209-243. <https://doi.org/10.58995/redlic.rmic.v3.n2.a111>
- Mora-Córdova, D., Lituma-Loja, A., y González-Illescas, M. (2020). Las certificaciones como estrategia para la competitividad de las empresas exportadoras. *INNOVA Research Journal*, 5(2), 113–132. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n2.2020.1274>

- Morán, C., Cárdenas, C., y Córdova, C. (2019). Características de la responsabilidad social empresarial de las Pymes en Ecuador. Caso de estudio: Hacienda Nueva Colonia. *ECA sinergia* 10(3), 131-144
<https://www.redalyc.org/journal/5885/588561531011/588561531011.pdf>
- Mulet, J. (2025). La innovación, sus características y su fomento. El caso español. *FEDEA Estudios sobre la Economía Española*, 2025(04) <https://fedea.net/la-innovacion-sus-caracteristicas-y-su-fomento-el-caso-espanol/>
- Oreja, R., y Yanes, V. (2003). El entorno empresarial en función de la incertidumbre percibida. Aplicación de un modelo cognoscitivo. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 19(3), 247-275.
<https://journals.copmadrid.org/jwop/art/fc3cf452d3da8402bebb765225ce8c0e>
- Ordoñez, J. (2024). The new competitive challenges in the post-pandemic era: A review of the footwear industry in Cuenca-Ecuador. *Maskana*, 15(1), 27–42.
<https://doi.org/10.18537/mskn.15.01.02>
- Ortiz, M., y Solis-Muñoz, J. (2025). Impacto de los costos de producción en la competitividad de las empresas del sector textil. *PACHA. Revista de Estudios Contemporáneos del Sur Global*, 6(17), e250422.
<https://doi.org/10.46652/pacha.v6i17.422>
- Robayo Acuña, P. V. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7, 125-140.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X1600015X>

- Roncancio, J., y Rodríguez, N. (2024). Escenario económico por covid-19: un análisis teórico desde la perspectiva macroeconómica. *Revista Política, Globalidad y Ciudadanía*, 10(20), 162-176. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=655881067010>
- Sánchez, Y., Palomino, E., Salinas, E., Bedoya, Y., y Flores, L. (2021). Entorno económico y niveles de competitividad de las regiones menos competitivas del Perú. *Revista Publicando*, 8(30), 1-13. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2195>
- Suárez, R. (2018). Reflexiones sobre el concepto de innovación. *Revista San Gregorio*, 121-131. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6839735>
- Vanoye, V., Contreras, E., y Ocegueda, C. (2024). La Responsabilidad Social Empresarial como Factor de Competitividad en las Mipymes: Un Análisis de los Niveles y el Entorno. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 19(2), A31. [http://www.spentamexico.org/v19-n2/A30.19\(2\)1-17.pdf](http://www.spentamexico.org/v19-n2/A30.19(2)1-17.pdf)
- Vargas, O., y Cárdenas, A. (2023). Innovación como factor estratégico en la competitividad de las empresas turísticas del cantón Latacunga. *Religación*, 8(38), e2301106. <https://doi.org/10.46652/rgn.v8i38.1106>