



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ECONOMÍA**

**Estudio del valor de los motores del desarrollo empresarial (Pymes)  
existentes en la ciudad de Machala: Creatividad e Innovación, periodo 2016-  
2019**

**CALLE LOPEZ ANDRÉS PATRICIO  
ECONOMISTA**

**MACHALA  
2021**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ECONOMÍA**

**Estudio del valor de los motores del desarrollo empresarial (Pymes)  
existentes en la ciudad de Machala: Creatividad e Innovación,  
periodo 2016-2019**

**CALLE LOPEZ ANDRÉS PATRICIO  
ECONOMISTA**

**MACHALA  
2021**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ECONOMÍA**

**ANÁLISIS DE CASOS**

**Estudio del valor de los motores del desarrollo empresarial  
(Pymes) existentes en la ciudad de Machala: Creatividad e  
Innovación, periodo 2016-2019**

**CALLE LOPEZ ANDRÉS PATRICIO  
ECONOMISTA**

**URIGUEN AGUIRRE PATRICIA ALEXANDRA**

**MACHALA  
2021**

# Estudio del valor de los motores del desarrollo empresarial (Pymes) existentes en la ciudad de Machala: Creatividad e Innovación, periodo 2016-2019

## INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorio.unan.edu.ni">repositorio.unan.edu.ni</a> Fuente de Internet	2%
2	<a href="http://www.gestionar-facil.com">www.gestionar-facil.com</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="http://dialnet.unirioja.es">dialnet.unirioja.es</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="http://investigacion.utmachala.edu.ec">investigacion.utmachala.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://repositorio.ug.edu.ec">repositorio.ug.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1%
6	<a href="http://www.theibfr.com">www.theibfr.com</a> Fuente de Internet	<1%
7	Javier Colomer Ramos. "APLICACIÓN DEL MÉTODO DE ESCENARIOS PARA LA CONCEPTUALIZACIÓN CREATIVA DE PRODUCTOS INNOVADORES EN EL SECTOR	<1%

ESPAÑOL DE BALDOSAS CERÁMICAS",  
Universitat Politecnica de Valencia, 2012

Publicación

---

8	<a href="http://bibdigital.epn.edu.ec">bibdigital.epn.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
9	<a href="http://www.eumed.net">www.eumed.net</a> Fuente de Internet	<1 %
10	Submitted to Universidad Estatal de Milagro Trabajo del estudiante	<1 %
11	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá Trabajo del estudiante	<1 %
12	<a href="http://593dp.com">593dp.com</a> Fuente de Internet	<1 %
13	<a href="http://creativecommons.org">creativecommons.org</a> Fuente de Internet	<1 %
14	Carlos Rigoberto Ortiz Novillo, Karla Maribel Ortiz Chimbo, Karla Soledad Ortiz Chimbo, Juan Tarquino Calderón Cisneros. "PYMES Y MARKETING DIGITAL EN TIEMPOS DEL COVID-19 DESDE EL ÁMBITO ECUATORIANO", Prohominum, 2021 Publicación	<1 %
15	Hexagon Series on Human and Environmental Security and Peace, 2011. Publicación	<1 %

---

16	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1 %
17	Submitted to Escuela Politecnica Nacional Trabajo del estudiante	<1 %
18	<a href="http://docplayer.es">docplayer.es</a> Fuente de Internet	<1 %
19	<a href="http://eprints.uanl.mx">eprints.uanl.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
20	<a href="http://www.quotemaster.org">www.quotemaster.org</a> Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 12 words

Excluir bibliografía

Activo

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, CALLE LOPEZ ANDRÉS PATRICIO, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado Estudio del valor de los motores del desarrollo empresarial (Pymes) existentes en la ciudad de Machala: Creatividad e Innovación, periodo 2016-2019, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



---

CALLE LOPEZ ANDRÉS PATRICIO

0924054430



UNIVERSITAS  
MAGISTRORUM  
ET SCHOLARIUM

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo primeramente a Dios quien me ha provisto de vida permitiéndome llegar hasta este punto. A mis padres Isabel López y Patricio Calle que me apoyaron todo este tiempo, especialmente a mi madre que es un pilar fundamental para este logro ya que ella ha luchado y brindado su apoyo, tanto económicamente como moralmente para seguir con esta meta que representa un ciclo importante en mi vida. Además de que su bendición a lo largo de vida me ha protegido y llevado al camino del bien.

A mis profesores que me han apoyado impartiendo sus conocimientos, siempre prestos a responder mis interrogantes generando un ambiente educativo constructivo permitiendo culminar con este trabajo.

Se lo dedico también a mi hermana como una muestra de motivación para que pueda darse cuenta que cuando tienes una meta propuesta debes luchar con todo tu ser para conseguirlo.

**Andrés Patricio Calle López**



## **Agradecimiento**

Aquel que no agradece un pequeño favor, no agradecerá uno grande.

Mahoma

Agradezco principalmente a Dios por darme salud y mantener a mi familia con vida y resguardada en estos tiempos difíciles que está pasando la humanidad, también quiero extender un agradecimiento especial y sincero a la Universidad que me abrió sus puertas para impartirme todos sus conocimientos y experiencias que me puedan permitirme abrirme camino hacia el mundo laboral.

Doy gracias a mis padres, especialmente a mi madre que me ha demostrado cuanto uno debe luchar por ser mejor persona cada día sin importar lo que el mundo te ofrezca y es por ese pensamiento que se ha ganado mi admiración dando como resultado la lucha por convertirme en un profesional que desea aportar a la sociedad algo que se transforme positivamente para ayudar a quienes lo necesiten.

Gracias a mi pareja, mi amiga, una ayuda idónea en todo este proceso educativo por el que estoy por culminar, mismo del que ella fue una pieza clave aportándome su ayuda y sus consejos que me permitieron llegar hasta este punto, ella es parte de esta victoria siendo mi motivación constante.

**Andrés Patricio Calle López**

## **Resumen**

En este trabajo se analiza el estudio del valor de la creatividad e innovación en las pymes en el Cantón Machala, el cual se ha tenido que realizar una investigación documental para abordar la importancia de estos dos elementos, dentro de estos se menciona que en el país, las pymes simbolizan un indispensable impulsor en la economía, por lo que se necesita de creatividad e innovación para poder crear y distribuir el bien o servicio apropiado para cubrir las necesidades del consumidor formando con esto un atributo competitivo. La forma en la que se estructura la organización para la ejecución de sus labores o tareas requiere de la iniciativa de la creatividad e innovación para obtener un correcto funcionamiento de sus recursos, originar formas novedosas de realizar las cosas. El término creatividad e innovación es una capacidad indispensable en toda empresa, si lo que se pretende es señalar en consideración a la competencia y obtener una estrategia comercial aceptable en los sitios de intercambio. La carencia de estos dos elementos dentro de las pymes, empresas en que se concentra esta operación, impidiendo en su mayor parte el desarrollo de las mismas. Una pyme provista de ambos motores puede sostenerse al avance; debido a que estos componentes exhortan el aumento de conductas emprendedoras tanto en dirigentes como cooperantes, en razón de lo cual estas unidades económicas se orientarán con destino al desarrollo. El actual análisis de caso se aproxima a acentuar el valor de estos componentes que exterioriza en las pymes y los enigmas que estas pueden presentar al carecer de creatividad e innovación, mismas que trascienden en el potencial de la organización. Motivo por el cual se destaca el interés de estos motores en las pymes y se manifiesta ciertos patrones a efectuar por parte de los empresarios.

**Palabras claves:** Pymes, Creatividad, innovación, crecimiento económico

## **Abstract**

This paper analyzes the study of the value of creativity and innovation in SMEs in the city of Machala, which had to conduct a documentary research to address the importance of these two elements, within these it is mentioned that in the country, SMEs symbolize an indispensable driver in the economy, so creativity and innovation is needed to create and distribute the appropriate good or service to meet the needs of the consumer forming with this a competitive attribute. The way in which the organization is structured for the execution of its work or tasks requires the initiative of creativity and innovation to obtain a correct functioning of its resources, originating new ways of doing things. The term creativity and innovation is an indispensable capacity in any company, if what is intended is to point out in consideration to the competition and to obtain an acceptable commercial strategy in the exchange sites. The lack of these two elements within the SMEs, companies in which this operation is concentrated, prevents them from developing. An SME provided with both engines can sustain itself to the advance; due to the fact that these components encourage the increase of enterprising behaviors both in leaders and cooperators, because of which these economic units will be oriented towards development. The present case analysis approaches to accentuate the value of these components that externalizes in the SMEs and the enigmas that these can present when lacking creativity and innovation, same that transcend in the potential of the organization. This is the reason why the interest of these engines in the SMEs is highlighted and certain patterns to be carried out by the businessmen are manifested.

**Keywords:** SMEs, Creativity, innovation, economic growth

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.....</b>	<b>9</b>
<b>1.1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>9</b>
<b>1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....</b>	<b>10</b>
<b>JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....</b>	<b>11</b>
<b>JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA .....</b>	<b>12</b>
<b>1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>12</b>
<b>1.3.1 Enunciado de Problema.....</b>	<b>12</b>
<b>1.3.2. Formulación del problema .....</b>	<b>14</b>
<b>1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>14</b>
<b>1.4.1. Objetivo General.....</b>	<b>14</b>
<b>1.4.2. Objetivos Específicos .....</b>	<b>14</b>
<b>1.5. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL .....</b>	<b>15</b>
<b>1.5.1. Creatividad .....</b>	<b>15</b>
<b>1.5.2. Innovación .....</b>	<b>15</b>
<b>1.5.3. Pymes .....</b>	<b>16</b>
<b>1.6. MARCO TEÓRICO CONTEXTUAL.....</b>	<b>16</b>
<b>1.6.1. Creatividad e innovación a nivel empresarial .....</b>	<b>16</b>

<b>1.6.2. Tipos de Creatividad e Innovaciones que se adaptan a las pymes</b> .....	17
<b>1.6.2.1. Tipos de Creatividad</b> .....	17
<b>1.6.2.1.1. Creatividad Científica</b> .....	17
<b>1.6.2.1.2. Creatividad inventiva</b> .....	18
<b>1.6.2.1.3. Creatividad Social</b> .....	18
<b>1.6.2.2. Tipos de innovaciones</b> .....	18
<b>1.6.2.2.1. Producto o servicio</b> .....	18
<b>1.6.2.2.2. Procesos</b> .....	19
<b>1.6.2.2.3. Gestión</b> .....	19
<b>1.6.2.2.4. Organización</b> .....	19
<b>1.6.2.2.5. Mercado</b> .....	19
<b>1.6.3. Historia de las pymes</b> .....	20
<b>1.6.4. Marco y Precedentes de los motores en las pymes</b> .....	21
<b>1.6.5. Importancia de las pymes</b> .....	23
<b>1.6.6. Relación -Creatividad e Innovación</b> .....	25
<b>CAPITULO II. METODOLOGÍA</b> .....	26
<b>2.1. Tipos de investigación</b> .....	26
<b>2.2. Enfoques de investigación</b> .....	27
<b>2.3. Métodos de la investigación</b> .....	27
<b>2.4. Técnicas y Modelos</b> .....	28

<b>2.5. Población</b> .....	28
<b>2.6. Muestra</b> .....	28
<b>CAPITULO III. ANÁLISIS DE CASO</b> .....	29
<b>3.1. Descripción, análisis, situación y reseña del sector, empresa, entorno</b> .....	29
<b>3.1.1. Descripción y situación</b> .....	29
<b>3.1.2. Análisis Socioeconómico</b> .....	30
<b>3.1.3 Análisis del sector empresarial</b> .....	32
<b>3.1.4. Reseña del Sector</b> .....	32
<b>3.2. Análisis de la problemática</b> .....	35
<b>3.3. Diseño, alcance y alternativas de solución</b> .....	35
<b>3.3.1. Diseño</b> .....	35
<b>3.3.2. Alcance</b> .....	37
<b>3.3.3. Alternativas de Solución</b> .....	39
<b>3.4. Selección de alternativa de solución</b> .....	39
<b>3.5. Posibles resultados Obtenidos</b> .....	41
<b>CAPITULO IV. Discusión, Conclusiones, Recomendaciones</b>	
<b>DISCUSIÓN</b> .....	54
<b>CONCLUSIÓN</b> .....	55
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	56
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	58

## INDICE DE FIGURAS Y GRÁFICOS

### **Figura 1**

<i>Organización de las Empresas de Acuerdo al Área y Tamaño Micro, Pequeñas, Medianas y Grandes Empresas.....</i>	<i>29</i>
---	-----------

### **Figura 2**

<i>Relación y Diferencias Entre Creatividad e Innovación.....</i>	<i>31</i>
---	-----------

### **Figura 3**

<i>Organización de las Empresas de Acuerdo al Tamaño.....</i>	<i>35</i>
---	-----------

### **Figura 1.**

<i>Diseño y alcance de las alternativas de solución.....</i>	<i>40</i>
--	-----------

<b>GRÁFICO 1: ÁRBOL DEL PROBLEMA.....</b>	<b>38</b>
---	-----------

<b>GRÁFICO 2: ÁRBOL DE OBJETIVOS.....</b>	<b>42</b>
---	-----------

## INDICE DE TABLAS

### **Tabla 1**

<i>Organización de las Pymes.....</i>	<i>27</i>
---------------------------------------	-----------

### **Tabla 2.**

<i>Dimensiones de la gestión de la innovación.....</i>	<i>43</i>
--	-----------

# **CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO**

## **1.1.INTRODUCCIÓN**

Las pequeñas y medianas empresas en el Ecuador son el motor para el desarrollo productivo del país; por el cual es necesario buscar nuevas alternativas que permitan impulsar el desarrollo sostenible de las organizaciones empresariales. De una manera u otra el ser creativo e innovador, ayudaran en los procesos internos.

Actualmente estos dos elementos al presentarse en las empresas son de suma importancia, produciendo un abanico de oportunidades aportando bienestar y crecimiento a la nación. A nivel mundial las empresas desempeñan sus funciones ejecutando sus labores a partir de sus consecuencias, el cual inicia con una administración orientada a desempeñar las metas planteadas, para llevar a cabo estos objetivos aplican la creatividad e innovación, que son un conjunto a seguir porque se trata de alcanzar el crecimiento lucrativo, abarcando las transformaciones sociales y económicas.

En el entorno universal las organizaciones se encaminan en ofrecer algo nuevo a la sociedad, lo mismo que los satisfactores que se ofrezca en el mercado estimaran una buena aceptación, ya que será necesario para poder brindar las necesidades de los consumidores. Al mismo tiempo es necesario señalar que en su totalidad las empresas procuran beneficiarse y alcanzar reputación, el cual está bien pero no obstante se debe tomar en cuenta la opinión del cliente, los mismos que son los pilares importantes para que sean adquiridos los servicios y productos sin ninguna novedad.

En Ecuador y otros países de Latinoamérica se debe fomentar un protocolo que facilite analizar los aspectos que inciden o afectan en las organizaciones, para que puedan inmiscuir estos elementos, en el presente las organizaciones tienen que acogerse al entorno competidor



particularmente por la cultura y economía de los diferentes países, lo que se permite que haya cambios continuos en cuestión tecnológica y etapas de productividad paulatinamente más reducidas.

A nivel provincial las pymes con el pasar del tiempo obtendrán algunos rendimientos para trabajadores y clientes, en resultado a esto se tendrá que emplear cabalmente los elementos de desarrollo, mismo que se verán plasmado en acciones efectivas.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la importancia de la creatividad e innovación en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la ciudad de Machala, en donde se tendrá en cuenta los inconvenientes que se presentan para emprender en una empresa pequeña.

## **1.2.JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

El presente trabajo tiene como finalidad proporcionar información necesaria a emprendedores y a la humanidad en general, por el cual es necesario estimular la creatividad e innovación en las PYMES. Del mismo modo se aspira buscar los componentes importantes para desarrollar y promover la competencia. A través de este estudio se pretenderá resolver problemas que genere el área empresarial.

Según Ron & Sacoto (2017) mencionan que generalmente las pymes en el país adquieren un rol importante en el sector económico, el mismo que brinda tasas de empleo (pág 2). La importancia de dicho análisis beneficiara a las pymes de la ciudad de Machala, debido a que brindaran un desempeño favorable al cantón.

Actualmente se experimenta una crisis sanitaria que afecta a todos los sectores, la pandemia del Covid-19 Valero *et al.*,( 2017). Esta circunstancia ha provocado que al gobierno a

tomar ciertas medidas las mismas que han impacto de forma directa a la economía, especialmente las pymes, ya que no poseen el capital o el respaldo de las grandes empresas. Para poder vencer esta situación, las empresas deben acoplarse a la cultura o normas de trabajo, donde impartan a los integrantes de la organización los motores del desarrollo empresarial que ayudara a solucionar obstáculos que acontecen, iniciando con las tareas que realizan.

La creatividad e innovación deben coexistir una de la mano de la otra, aunque, son dos elementos diferentes, cobran mayor eficacia siempre y cuando sean potenciadas de manera colectiva. Desde esta visión, la creatividad es una habilidad con la que cuentan los seres humanos para la generación de ideas, soluciones de problemas u ofrecer diferentes interpretaciones o salidas a realidades socio-económicas, sociales y contextuales diversas. Los mismos influyen en todos los ámbitos de las empresas, convirtiéndose en un factor decisivo para que las organizaciones se destaquen y concurran con competitividad y eficiencia, además de permitir identificar las necesidades de capacitación y adquisición de habilidades necesarias para enfrentar la competencia; lo anterior descrito, son razones que llevan a la necesidad de investigar acerca de cómo la creatividad e innovación influye en el desarrollo empresarial Córdoba *et al.*,(2018).

## **JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

Investigación descriptiva, explicativa y transversal

La investigación descriptiva ya que como se conoce se basa o resulta favorable para poder comprender las causas que provocan los patrones y establecer las conclusiones que le concierne, en cuestión al explicativo lo encontramos en el campo teórico, el cual procura comprender o entender el propósito del análisis de estudio o problema en disputa. Y es

transversal por que se aplicará encuestas a un número estimado de propietarios o administradores de las pymes en la ciudad de Machala.

## **JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

La investigación tendrá impacto en la sociedad machaleña, ya que actualmente la sociedad demanda establecimientos innovadores que cumplan con sus expectativas, tanto en calidad de sus productos o servicios, así como las estrategias utilizadas para la satisfacción de sus consumidores.

Los resultados obtenidos en este trabajo, aportarán los aspectos relacionados a la influencia de la creatividad e innovación de las empresas machaleñas, lo que permitirá obtener información más confiable para la toma de decisiones adecuadas en torno a la competitividad de las mismas. También beneficiara a empleados que labora en dichas organizaciones en el sentido de que podrán implementarse mejoras que faciliten sus funciones y a los clientes quienes podrán percibir un mejor servicio y mejoras notables en el negocio; sin lugar a duda a los investigadores por obtener un nuevo conocimiento en cuanto al comportamiento de la creatividad e innovación de las empresas.

## **1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.3.1 Enunciado de Problema**

Creatividad e innovación son dos elementos que se ha tenido que tratar en el ámbito económico. Ciertos autores de pensamientos económicos han proporcionado sus aportes en cuanto a estas dos habilidades, a pesar de que algunos tuvieron ciertas contradicciones, todos mencionan que es de vital importancia para el desarrollo empresarial (Gonzalez & Riofrio, 2017).

La Definición de este par de conceptos inician con el avance de los criterios de Adam Smith en el año 1766 con su obra “La riqueza de las naciones” y la de David Ricardo dada en el año de 1817 con su ejemplar “Principios de economía política”, aunque no de una forma clara (pág. 4).

Creatividad e innovación son componentes de mayor estimación para el crecimiento exitoso de una organización u empresa, ya que estos representan la pieza fundamental del fomento de nuevas ideas o la creación de acciones para obtener una competencia viable (Redacción, 2019). Las pequeñas y medianas empresas para los años 70 empezaron a tener grandes consideraciones, desde allí se dieron modificaciones fundamentales de como ha sido el desarrollo de los servicios, manifestando la doctrina de pensar que eran empresas que brindaban bienes tangibles, dando inicio al aumento de servicios, así como asesoría empresarial, proceso empresarial, soporte técnico, los cuales son estimados como generadores de riqueza y beneficios adicionales a los intangibles.

A pesar de que ambos elementos presentan una estrecha vinculación, también existe una gran relación en ambas. El uso de la innovación que yace desde una idea creativa que será llevada a cabo en las empresas, y que por lo tanto resulta ser una gran ventaja que facilita en algunas situaciones abarcar los beneficios. De tal manera que la innovación apunta más allá en cuanto a la creación de organizaciones, se resuelve mencionando que permite comprender la definición de negocios, servicios, productos que ofrece al mercado. En conclusión, establecen diferencia entre la conservación o ausencia de una empresa (Canizales, 2020)

En Ecuador actualmente las pymes presentan dificultades externas e internas que ha ocasionado que disminuyan su solidez en el mercado. En cuanto a la interna que presenta la falta de preparación en los empleados, el atraso de los recursos tecnológicos y la escasez de algunos

activos, en el externo, hace énfasis a la falta de acceso de aportar dinero, el uso del precio del mismo siendo no apta para producir y una política fiscal que no promueve su crecimiento.

Las pymes deben hacer uso de sus ventajas positivas, de los mismos recursos, de las oportunidades que les ofrece los mercados para dirigirlos a unas tácticas oportunas y por ende no olvidando sus propósitos que tienen como función cumplirlos a futuro (Solis & Robalino, 2019).

Desde cualquier momento o situación la creatividad e la innovación se ha manifestado, pero en algunos casos no se ha basado en estos elementos para tener rentabilidad, de tal forma que el objetivo de este trabajo es indagar a las pymes de la ciudad de Machala para estudiar de que manera han influenciado estos dos motores necesarios para su desarrollo como empresa.

### **1.3.2. Formulación del problema**

- ¿De qué manera estos aspectos han marcado una gran significancia en el aprovechamiento eficiente de los recursos de las pymes?
- ¿Cuál es el grado de adaptación de estos motores frente a los desniveles económicos que existen en los círculos empresariales?
- ¿Como direccionan ambos elementos a la producción de bienes y servicios, mecanismos a tener en cuenta para mejorar sus ganancias?

## **1.4.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo General**

Determinar de qué forma estos dos motores conducen al funcionamiento y desarrollo empresarial de las pymes en el cantón Machala.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Describir que manera estos aspectos han destacado una importancia eficiente en los recursos que proveen las pymes

- Identificar como se destacan los motores de desarrollo cuando existen problemas en el ámbito empresarial
- Indicar de qué modo la creatividad e innovación influyen en la producción de bienes y servicios para generar cambios dentro de la organización.

## **1.5.MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

### **1.5.1. Creatividad**

Oportunidad de plantear un suceso de decisiones que se puedan llevar a cabo en criterios inventivos (Murcia, 2015). O en otras palabras es la capacidad que poseen los seres humanos para desarrollar sus ingenios a la hora de la ejecución de sus actividades.

La creatividad se la identifica con el producto terminado, con el origen de nuevas opiniones, la manera de ejecutar algo novedoso o al ya existente darle ideas para pulirlo, es decir algo innovador y distinto.

Tanto Mejía & Caldera (2017) aluden que en el ámbito empresarial la creatividad es un talento que deben de poner en marcha todos los individuos que la conforman, significando un componente esencial para el crecimiento económico en las exigencias del mercado (pág. 10).

### **1.5.2. Innovación**

La innovación se alude a las destrezas que se utilizan para transformar un buen concepto o idea en un servicio, estimado con una buena aceptación (Murcia, 2015).

De acuerdo al Murcia, el término innovación es un procedimiento a través del cual se ofrece la penetración de un servicio, aplicando una mejoría con el uso de la tecnología para dar características de excelencia al producto y favoreciendo a la reducción de costes durante la elaboración como en todos los procesos que se efectúa durante su fabricación.

O, mejor dicho, la innovación es una serie de sucesos a través del que las organizaciones de hoy en día manifiestan novedades en la tecnología para cuidar o mejorar las condiciones que debe realizar una materia prima y asimismo reducir los gastos que se dan en la manufactura y en su esquema de producción, otorgando un servicio distinto a los requerimientos de los consumidos o clientes (pág. 41)

### **1.5.3. Pymes**

Según (Delgado & Chávez, 2018) expresa que las pymes son un conglomerado de pequeñas y medianas empresas que, en base a su capacidad o cantidad de ventas obtenidas, el capital económico, número de empleados, y el grado o nivel de productos elaborados muestran especificaciones únicas de este modelo de entes económicas. Habitualmente en el Ecuador las pymes que se han constituido desarrollan distintas funciones u actividades económicas.

Las pymes son unidades económicas que cuentan con pocos recursos para operar y que por su estructura generan empleo, constituyendo el eje primordial para el desarrollo económico del país.

## **1.6.MARCO TEÓRICO CONTEXTUAL**

### **1.6.1. Creatividad e innovación a nivel empresarial**

De acuerdo a Córdoba *et al.*, (2018) Tanto la creatividad como la innovación son dos temas distintos pero que al coexistir estos cumplen un rol importante dentro de la ejecución o desarrollo de una organización. Desde esta perspectiva, la creatividad es la capacidad que poseen los seres humanos para la ejecución de nuevas ideas a partir de las ya existentes, otorgando soluciones a diferentes problemas ya sea en los ámbitos socioeconómicos, sociales, etc.

El interés de estos elementos resulta del avance de transformaciones en productos o servicios, que manifestarían el éxito de las empresas. Por lo tanto, hay ciertos factores, que al no

ser tomados en cuenta, entre ellos la innovación y la creatividad, hacia las empresas producen una administración incompleta en las mismas Salazar *et al.*,( 2019).

En el ámbito universal, los individuos y organizaciones se encaran a modificaciones continuos. Para poder afrontar, resistir y permanecer en el progreso es necesario que los individuos y organizaciones rompan esta armadura y se llegue a edificar una compañía competente apta frente a los cambios. Para obtener esta evolución empresarial seria indispensable aplicar la innovación en todos los procesos que se ejecutan dentro y fuera de la misma. Se deduce que es preciso integrar ambos elementos para un mejor desarrollo.

Según (López , 2015) el tema de innovar ya no es una elección, o es innovar o morir en el intento, motivo por el cual es necesario para la supervivencia de las empresas. El aprovechamiento de inmiscuir este elemento es vital, siendo así la creatividad la base de la innovación, no obstante, hay que hacer hincapié que son dos motores secundarios para obtener una postura de competencia frente a la actividad industrial, puesto que la creatividad radica en establecer algo peculiar y la innovación en cambio aporta esas ideas a productos o servicios que proporcionen al cliente y al mercado (Zúñiga, 2019)

Continuamente con López (2020) describe que al tener un personal que realice actividades de innovación, debería ser aprovechado por parte de la empresa para sacar beneficio. Además, si se quiere alcanzar a posicionarse a otros mercados a mediano y largo plazo.

## **1.6.2. Tipos de Creatividad e Innovaciones que se adaptan a las pymes**

### **1.6.2.1. Tipos de Creatividad**

#### **1.6.2.1.1. Creatividad Científica**

Este tipo de creatividad consiste en emplear la imaginación y la capacidad en la pesquisa de nuevos juicios. Asimismo, se utiliza los acontecimientos que pueden suceder en el periodo



de las técnicas o métodos y no solamente al componer presunciones o al originar alternativas en manera de resolución (Madrid & Ramírez, 2019).

#### **1.6.2.1.2. Creatividad inventiva**

Se obtiene invenciones y exploraciones en beneficio al incremento de vinculaciones creativas, que demuestran una considerable permisividad y ocasionan asombro. Es un valor particular del conocimiento y la habilidad. Con este proceso existe una mayor capacidad para encontrar realidades nuevas. O se puede despertar una nueva percepción de observar y mejorar las cosas ya existentes (Madrid & Ramírez , 2019).

#### **1.6.2.1.3. Creatividad Social**

La Creatividad Social se define como una sucesión o proceso que a partir de la interpretación social pretende la estrategia a una resolución valorable por los diferentes representantes. Consiste en encontrar un abanico de soluciones, seleccionando de la manera más oportuna el criterio conveniente, y beneficioso de las peticiones (Madrid & Ramírez, 2019).

#### **1.6.2.2. Tipos de innovaciones**

Se debe tener presente que los tipos de innovación según su naturaleza son fundamentales en el ámbito de la innovación y necesitan de perspectivas y ocupaciones o tareas distintas. Mismos que requieren de la intervención del personal de la organización (Pérez, 2019).

##### **1.6.2.2.1. Producto o servicio**

Como su nombre lo indica aquí se encarga de introducir productos nuevos o mejorados en el mercado, y es considerada como una de las tácticas de las organizaciones orientadas para obtener competitividad, a través de las reducciones de los precios de fabricación y distribución o en virtud de su logro comercial, conforme a sus incrementos de ventas, la conservación de los

clientes, el incremento de la asignación de mercado. A tal efecto el producto simboliza el ingreso de la empresa, es por ello su importancia (Pérez, 2019).

#### **1.6.2.2.2. Procesos**

Este tipo de innovación se focaliza en la manera que esta se produce, en otras palabras, en las distintas etapas que se origina la creación, indagación, obtención, promoción; etc

Los procesos son todas las actividades que se realizan y que de estos dependen el funcionamiento de la empresa. Dentro de estos procesos están los administrativos, productivos, diseño. Llegando estos procesos a significar un motivo de innovación (Pérez, 2019).

#### **1.6.2.2.3. Gestión**

Una manera en la de poder aplicar la innovación es el modo en que es gestionada, a pesar que este tipo de innovación es otra manera exclusiva del tipo de procesos. A partir de esta innovación de gestión se fomenta la regulación con el objetivo de que las organizaciones logren asegurar un destacado e instantáneo requerimiento de los consumidores. Con este tipo de innovación se puede modificar las herramientas de anticipación al plan de negocios, desde otra perspectiva para agradar a las peticiones que requiere el cliente y a su vez que mejora el aspecto organizacional y que se presume un nuevo aspecto para competir en el mercado (Pérez, 2019).

#### **1.6.2.2.4. Organización**

Pone en funcionamiento nuevos procedimientos de organización en el negocio ya sea en la estimación y el aumento del conjunto de empleados, en la dirección de la cultura, formación, en el rediseño y la administración del modelo de negocios (Pérez, 2019).

#### **1.6.2.2.5. Mercado**

Diseño de nuevas técnicas de marketing, incorporando perfeccionamientos representativos en el bosquejo atractivo de un producto o empaquetado, el coste y todos sus

procesos desde su elaboración hasta su venta. En si representa un excelente patrón de innovación de mercado (Pérez, 2019).

### **1.6.3. Historia de las pymes**

A mitad de la centuria del XVII, en el continente Europeo central toma vigor en lo que tiene que ver con los cambios de producción, se anexan etapas automatizados, e inicia una sólida potencia en la productividad industrial a comienzos de 1800, todo esto con el surgimiento de la revolución industrial, apareciendo así máquinas que empezaban a producir a gran escala y a sectorizar las actividades productivas, se empleaban inventos que ayudaban a generar mayor riqueza a las empresas y las unidades productivas empezaban a consolidarse (Flores, 2016)

Esta mecanización de la producción hacía exigir una mejor productividad debido al incremento sostenible de la demanda en el mercado, la economía se dinamiza y a su vez exige un mayor rendimiento, y es donde aparece el sistema industrial en Europa, las empresas grandes empezaron a contratar más personal para el manejo de maquinaria y el aumento de la producción, lo que condujo a expandir nuevos mercados en América Latina, principalmente, que era el mayor demandante de bienes y servicios en Europa (Carvajal *et al* .,2017)

América Latina por su parte, concentró sus procesos productivos en la explotación de la tierra, así la agricultura, ganadería, acuicultura y pesca fueron las actividades de mayor despliegue en estos países, la producción primaria exportadora generaba mayores ingresos para la Región (CEPAL, 2018)

Hasta que, en 1830 en Ecuador, aparece la primera constitución, la cual fue denominada Constitución del Estado Ecuatoriano, y es donde empieza la vida republicana y productiva del país, el Estado garantiza el bienestar ciudadano y la producción que se conseguía como esfuerzo

familiar no era direccionada a otros grupos, cada sector debía cuidar sus bienes y servicios y adquirirlos por medio del intercambio (Jiménez, 2018)

Según un informe de la Superintendencia de Compañías, Camino *et al.*, (2018), alega que en nuestro país las principales actividades económicas a las que se dedican las Pymes son las siguientes: Comercio al por mayor y al por menor; Agricultura, silvicultura y pesca; Industrias manufactureras; Construcción; Transporte, almacenamiento, y comunicaciones; Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas; Servicios comunales, sociales y personales. En Ecuador 99 de cada 100 empresas se encuentran en la categoría de las Pymes según el último censo del INEC. Esto representa un alto índice de impacto, donde Machala, una ciudad con una incipiente industria, su economía la mueven las actividades agrícolas y la mediana, pequeña y microempresa. Flores *et al.*, (2016)

#### **1.6.4. Marco y Precedentes de los motores en las pymes**

Con la evolución del sistema económico mundial como resultado originario de la transformación trascendental de las formas de producción otorgo el inicio a la organización del concepto de la empresa, misma que se puede precisar como una corporación ahorrativa que se encuentra constituida por recursos humanos y económicos, mismos que son importantes para llegar a cumplir determinados propósitos. A partir de esta definición lograremos adquirir ciertos componentes que toda empresa tiene que poseer (recursos humanos, los económicos y tecnológicos) y que deben ser conducidos de la mejor manera (Toledo, 2016).

Para poder analizar el área empresarial Machaleño, es necesario comprender la organización de las empresas, en la cual se deber tomar en cuenta a la cantidad de empleados que laboran, y los estatutos para el avance de su competencia.

**Tabla 1**

*Organización de las Pymes, Según la Oede*

Criterio de clasificación	Muy pequeñas	Pequeñas	Medianas	Grandes
N° de empleados	0-19	20-99	100-499	500+

*Nota.* Fuente: Las transformaciones del concepto de empresa , Reynoso ( 2014)

Conforme a los criterios de (Castañeda & Sánchez, 2016) Las pymes se han establecido con frecuencia como cimientos de apoyo en las economías, pese a ello la mundialización, la disposición de los sistemas de gestión y los beneficios característicos; un mínimo de empresas se halla dispuestas o preparadas. Por consiguiente, no se debe de olvidar que las pequeñas y medianas empresas son un pilar importante en la formación de empleo y su desarrollo.

Indiscutiblemente, las pymes es la sección de organización social que más problemas enfrenta a lo largo de su crecimiento, siendo uno de esos es el tema de la financiación, ante todo el de largo plazo, ya que convencionalmente con esto se cumple los objetivos sobre la inversión y la evolución en los establecimientos.

Las pymes de la ciudad de Machala requieren consolidar el orden administrativo, proponerse como desafío la aplicación de estrategias dentro del campo laboral; promoviendo la independencia y la autonomía, incluyendo a esto la adquisición de tecnologías, el empleo de la innovación que sería una buena inversión.

Las pymes para ajustarse a situaciones globales que afectan de modo local, deben reenfocarse de forma constante, sobre todo ahora que los mercados hacen que el ciclo de vida de los productos sea reducido, sabiendo que la tecnología ha evolucionado apresuradamente, y los clientes para las empresas ya no les representan seguridad.

Hoy en día, para instaurar una empresa y permitir que esta evolucione, suele ser un poco complicado, los que estén a cargo de este reto tienen que estar al tanto de las disposiciones que dirigen el funcionamiento interno de las organizaciones para mejorarlas. El motor de la creatividad se está convirtiendo en una desventaja por el bajo valor comercial que se puede adquirir al no presentar ideas o imaginaciones (Toledo, 2016).

#### **1.6.5. Importancia de las pymes**

Hace muchos años, las pymes no han sido estimadas como un elemento esencial para la economía del país, por lo tanto, con el pasar de los años se inició a observar su desarrollo estatal y mundial, lo que le permitió tomar posicionamiento como un componente primordial, llevando a cabo que los entes estatales, se interesen por ella, es entonces en el momento en que se originan empresas que fomentan su evolución dinámica, y donde encuentran a abarcar un superior apogeo Taborda *et al.*,( 2018).

Para los países del tercer mundo las pymes son una herramienta eficiente para poder luchar contra la pobreza y promover el trabajo, aquellas se destinan a un sector económico específico; las mismas han alcanzado introducir a mercados precisando que sus estructuras son pequeñas de edificar Sumba *et al.*,( 2020).

Según Delgado y Gloria (2018), “las pequeñas y medianas empresas de Ecuador sobreviven en un mercado de constante cambio, y cada día abren nuevos espacios para satisfacer nuevas demandas”. Esto se suscita debido a la falta de recursos financieros para aprovechar las oportunidades ya que las Pymes enfrentan mayores dificultades para obtener financiamiento debido a sus altos riesgos y las condiciones impuestas por la banca del sector privado.

Las pequeña y mediana empresas son organizaciones con un beneficio económico que procuran producir rendimiento siendo autosuficientes, consagradas a brindar un bien o servicio

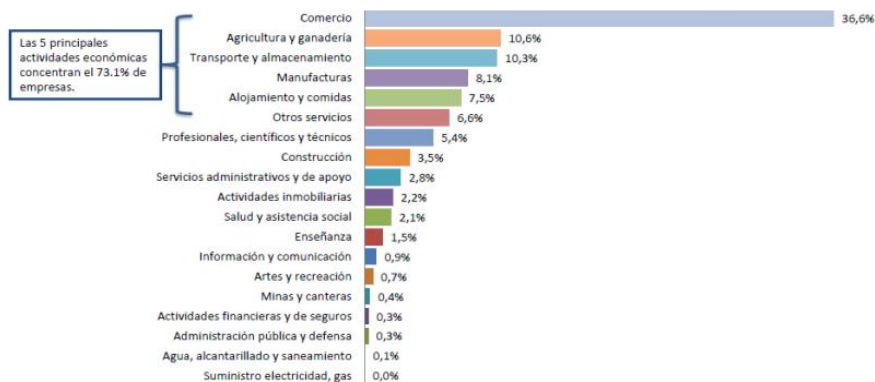
basándose a las expectativas del cliente, generando en unión considerables bienestar para cada país.

De acuerdo a Sumba *et al.*,(2020), su interés consiste en que: facilitan y disminuyen los vínculos sociales a expresiones individuales y ajustadas con los dueños y trabajadores, propiciando los nexos laborales; manifestando respuestas con flexibilidad a los cambios que surgen en el entorno con la tecnología y a los bajos costos de abastecimiento ; teniendo mejor adaptabilidad para las variaciones en las negociaciones e inclusive en los planes estratégicos, mismos que conjeturan la elección de nuevas ideas que simbolizan la procreación de grandes oportunidades.

Según el INEC, en Ecuador la organización de las organizaciones por área y tamaño se hallan constituidas en cinco secciones primordiales: como el comercio (36,6%); agricultura y ganadería (10,6%); Transporte y almacenamiento (10,3%); manufacturas (8,1%); alojamiento y comidas (7,5%).

**Figura 1**

*Organización de las Empresas de Acuerdo al Área y Tamaño Micro, Pequeñas, Medianas y Grandes Empresas*



**Nota.** Datos expresados en porcentajes de las principales actividades económicas. Gráfico del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos,2014([www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec))

### **1.6.6. Relación -Creatividad e Innovación**

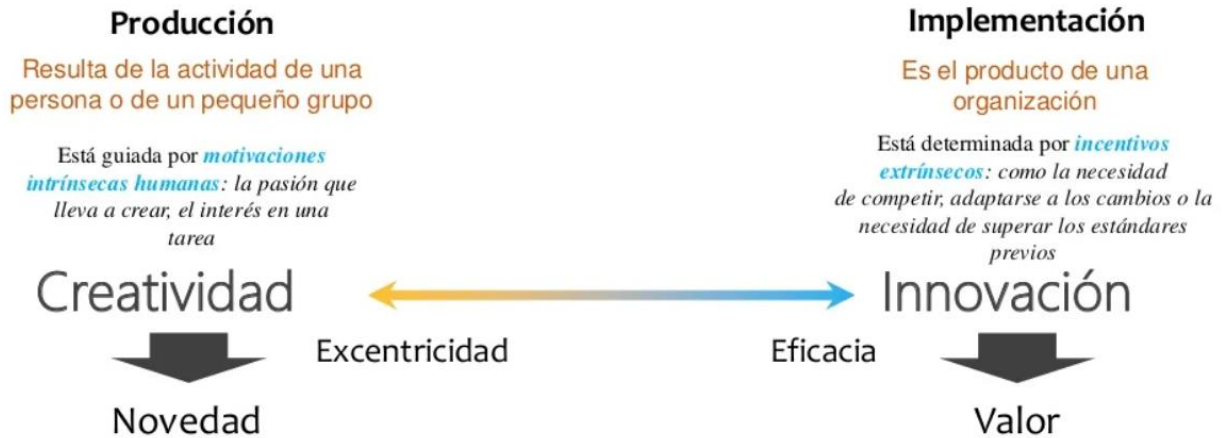
La competitividad, las transformaciones periódicas, los grados de oscilación elevada y también sus inestabilidades económicas, los motores empresariales se presentan como elementos primordiales lo que les permite a las organizaciones distinguirse de sus adversarios conduciendo a que estas puedan ubicar sus productos o servicios a distintas empresas. En el entorno empresarial la creatividad establece opciones peculiares que ayudan al progreso constante de las unidades económicas empezando desde deducir las variaciones a ejecutar. A partir de este punto de vista, se puede decir que, la creatividad es la marca o impresión propia con la que cada organización se hace notar en mercados estatales o universales.

En otras palabras, la creatividad, es a manera de una sobreestimación de cómo se cree preservar la organización a valores elevados en posicionamientos, en tanto que la innovación es importante porque concretiza los principios novedosos, en administraciones evidentes. Desde entonces que la creatividad e innovación aumentan el fortalecimiento económico, la resolución adecuada frente a problemas críticos que exhiben un mercado inestable y competitivo. Ambos motores permiten el desarrollo de la autonomía de las organizaciones. Estas proposiciones, constatan que estos elementos brindan conveniencias para que las organizaciones mejoren su beneficio, minimizando costes, cuestionado en otra forma, el avance de las organizaciones se precisa de cuan creativos y hábiles sean el personal que lo conforman.



**Figura 2**

*Relación y Diferencias Entre Creatividad e Innovación*



**Nota:** Conceptos y diferencias que definen a estos dos elementos ya sea la forma de crear algo a través del interés y la posibilidad de poder competir, Gómez (2017)

## CAPITULO II. METODOLOGÍA

La metodología es una guía que permite desarrollar de manera ordenada nuestro trabajo de investigación, mismos que ayudan a involucrar los métodos que están vinculados con su estructura y así mismo nos permitirá llegar a la comprobación o análisis del tema en cuestión (Aguilera, 2013).

En relación al trabajo que se ha realizado se ha tenido que implementar ciertos tipos, técnicas y métodos que se detallarán a continuación.

### 2.1. Tipos de investigación

Para la realización de este trabajo de estudio se llevará a cabo tras la compilación de documentos papers actualizados de los últimos cinco años, así como libros, revistas que se irán citando en la webgrafía respectiva. El cual consiste a una investigación documental.

En cuanto a los niveles de investigación se relacionará con el descriptivo y explicativo ya que como se conoce el descriptivo se basa o resulta favorable para poder comprender las causas que provocan los patrones y establecer las conclusiones que le concierne, en cuestión al explicativo lo encontramos en el campo teórico, el cual procura comprender o entender el propósito del análisis de estudio o problema en disputa.

## **2.2. Enfoques de investigación**

Dentro de los enfoques de la investigación tenemos a los cuantitativos y cualitativos

Cuantitativo se basa en la utilización de los datos numéricos para poder definir o comprobar teorías, mientras que el cualitativo se refiere a la descripción de las cualidades de un fenómeno. Trata de encontrar un criterio o conocimiento que logre comprender una parte de la realidad.

Luego de considerar las variables presentes en la siguiente investigación su enfoque se concibe como cuantitativo, el mismo empezó con el planteamiento del problema, consecutivamente se establecieron los respectivos objetivos, y a través de la recopilación sistemática de información de las distintas fuentes consultadas se procedió a la comparación y análisis de los datos obtenidos, utilizando para este cometido las herramientas tecnológicas más usuales en el medio, llegando así a la medición de los resultados de forma óptima.

## **2.3. Métodos de la investigación**

Se ha propuesto como metodología la investigación cualitativa, misma que sirve para analizar como estos se destacan frente al sinnúmero de problemas que presentan las organizaciones, es decir la importancia y beneficios que pueden desarrollar dentro de la misma.

Tal como lo indica (Martínez, 2006) que, para la realización del método de estudio de casos, se puede lograr efectuar con los documentos indagados como también pueden intervenir

las entrevistas y observaciones directas. Motivo por el cual se hace énfasis con el desarrollo del trabajo investigativo.

#### **2.4. Técnicas y Modelos**

En el estudio se ha visto la necesidad de utilizar la exploración documental, que se describe como un procedimiento donde se compele de la información redactada, así como los artículos científicos de diferentes autores que han sido encontrados en las páginas web y que tienen relación con el tema planteado. Mismo que vemos la importancia de hacer hincapié en este trabajo investigativo el análisis de los motores de desarrollo dentro del sistema empresarial.

proceso. Entre los métodos que se conocen para ese fin está el método científico, dentro del cual se encuentran la inducción – deducción, el análisis – síntesis, el experimento, la explicación, entre otros. Para la consecución de los objetivos planteados en la presente investigación, se establece que el método a utilizarse es el deductivo, el mismo que va de lo general a lo particular

#### **2.5. Población**

Se ha seleccionado al sector empresarial motivo por el cual son el eje principal en la economía y la sociedad ya sea por generar los bienes y servicios que son ofertados en el mercado y al mismo tiempo mejoran la calidad de vida de los individuos.

#### **2.6. Muestra**

En este caso se ha optado como ejemplo a la organización empresarial de la ciudad de Machala, por presentar más diversidad de las pymes dentro de la provincia de El Oro, el cual nos permitirá cumplir con nuestro objetivo, sintetizando los respectivos análisis en respuesta al surgimiento del problema y destacando su nivel de importancia para impartir a rescatar la creatividad e innovación dentro del sector empresarial.

## **CAPITULO III. ANÁLISIS DE CASO**

### **3.1. Descripción, análisis, situación y reseña del sector, empresa, entorno**

En consideración del desarrollo empresarial en la provincia de el Oro, se analizan en este capítulo, los componentes o factores que permiten la competitividad y el crecimiento en situaciones desfavorables a las organizaciones como respuesta a la interrogante primaria de este trabajo. Se ahonda en el estudio la importancia de estos motores como lo son creatividad e innovación, como herramientas primordiales que operan en unión para las distintas transformaciones en el entorno empresarial, por medio de un análisis de caso en el que se examina al interior de la ciudad de Machala el papel que han tomado en la actualidad estos dos elementos.

#### **3.1.1. Descripción y situación**

Se selecciona como referencia a la capital bananera por contar con una expansión territorial de alrededor de 337,5 km<sup>2</sup> que equivale al 5,6 de la provincia el Oro, con 246,000 habitantes, englobando en cuestión a la provincia un 41%. Dicha urbe se posiciona en el noroeste de la provincia de el Oro, colinda hacia al norte con la localidad de el Guabo y Pasaje, al Sur y Este con la urbe Santarroseña, finalmente al Oeste con el Archipiélago de Jambelí, constituida por parroquias urbanas que son: Machala, El Cambio, Nueve de Mayo, La Providencia, Puerto Bolívar y como parroquia rural a el Retiro. La capital Machaleña es representada por su ocupación mercantil que se apoya de la industria de la agricultura principalmente en plantaciones de banano y café, aparte de esto también se dedica a la actividad acuícola, con la crianza del camarón Ollague *et al.*, (2019)

En este cantón, la plantación de cacao preponderaba como manufactura esencial, en virtud a las considerables raciones que se cultivaba, el mismo que daba grandes resultados

económicos en cuanto a las exportaciones que se llevaban a cabo a los diferentes sectores del mundo, en particular al territorio de Nueva España, a pesar de haber crecido económicamente como en algunos casos esta situación no se mantuvo de forma permanente, en consecuencia, al mal manejo del capital que cuantiosas porciones lo designaron a latifundistas y a la cúpula política que en esas épocas coexistían Abad *et al.*, (2019)

En la urbe Machaleña, se ha podido observar que han existido transformaciones alentadoras, en lo que conlleva a esto se sostiene en estas dos palabras; creatividad e innovación, mismos que en años anteriores a estos dos elementos no se los tomaba en cuenta como indispensables pero que de ahora en adelante se destacan como motores base para implantar cualquier negocio López *et al.*, (2018)

Desde siempre estos motores de desarrollo han estado presentes, pero no han sido enfocados para generar, pero a manera de que las organizaciones se vuelven más competitivas estos elementos tienen más interacción, debido a este dilema que provoca la presencia de dichas herramientas se ha visto la necesidad de indagar a las pymes de la Ciudad de Machala para distinguir su manejo y de cómo han tenido que venir laborando durante estos tiempos, en este caso como han sabido enfatizar la creatividad e innovación para poder obtener los mejores éxitos empresariales Novillo *et al.*, (2017)

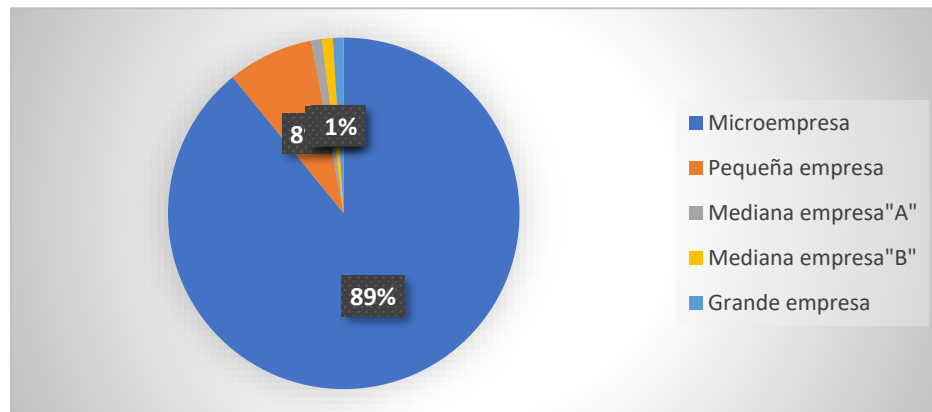
### **3.1.2. Análisis Socioeconómico**

Las pequeñas y medianas empresas son pieza indispensable y decisivas en lo que tiene que ver con la economía de la Provincia de el oro y de la Ciudad de Machala, dado a que son generadoras de las fuentes de trabajo y contribuyen al desarrollo económico del País, en cuanto a este modelo de organizaciones (Cleri, 2007) menciona que son la columna vertebral de las economías locales. Ya que permiten asegurar un requerimiento permanente, automatizan el

desarrollo y ofrecen a la población un beneficio igualitario. En consecuencia, a esto se puede destacar que las pymes durante periodos prolongados han ejercido como delegados o agentes en la recuperación económica y desempeño de producción (Carranco, 2018)

### Figura 3

#### *Organización de las Empresas de Acuerdo al Tamaño*



**Nota.** Cifras expresadas en porcentajes a partir de los datos proporcionados por el INEC (2016)

La sociedad emprendedora acorde a la actividad económica ha tenido que dedicarse al área que mejor les convenga, como el área comercio, agricultura, industrias y transporte. En la economía del Ecuador las pymes se distinguen de las otras porque presentan ciertos beneficios como la rápida adaptación al progreso de la tecnología y a obtener el mayor rendimiento de los recursos, los gestores de las industrias inquieran abarcar más mercados encajándose a las variaciones que pueden existir (Carranco, 2018)

El propósito del estado central hacia las pymes es que mantengan una sucesión preferente en la totalidad de sus etapas con el objetivo de enriquecer el carácter productivo, en cuanto a calidad y comercialización, asimismo poder conseguir dicha habilidad para llegar a posicionar su producto a mercados nacionales como internacionales.

Hoy en día existen estímulos que están jurídicamente implantados en el reglamento de la producción con la finalidad de impulsar al crecimiento económico, asimismo existen estímulos

llamados globales que tienen un parecido a la disminución de aranceles para determinadas áreas especiales que son distinguidas como ZEDES( Zonas económicas de desarrollo especial), y que gracias a estos estímulos reestablecen la innovación, la productividad y aseguran una mejor optimización en el uso de los recursos en los diferentes cantones y en este caso en Machala que hoy por hoy presenta un desarrollo apresurado.

### **3.1.3 Análisis del sector empresarial**

En el territorio de la provincia de el Oro, aproximadamente conforme a las perspectivas del INEC para el 2020 habitan 715.751 personas, puesto que se encuentra en el sexto lugar como la provincia más poblada del país.

De acuerdo a los datos estadísticos de pobreza que son proporcionados por el último censo, a la provincia le corresponde un 28%, y un 5% a la extrema pobreza, aparte de eso también se debe resaltar a los datos del empleo y subempleo que son de un 6 y 63%, razón por la cual son datos que se debe tomar en cuenta respecto a los datos de otras provincias, aludiendo que los registros proporcionados no son extremadamente elevados, y que para solucionar esta cuestión , seria a través de emprendimientos en las pymes, mismas que análisis preliminares nombran que seis de cada diez empleos son impulsados por las pymes, referencias que son confortantes para tomar en cuenta en la implementación de nuevos mecanismos que permitan superar dentro de la zona cantonal como provincial, Capa *et al.*,( 2018).

### **3.1.4. Reseña del Sector**

A partir del año 2014 La capital bananera se ha promovido adquiriendo inversiones en el área corporativa, de este modo se ha dado numerosos emprendimientos por lo que es apropiado para el crecimiento y avance, otorgando la creación de novedosos bienes y servicios, aperturando

puestos de empleo a su vez favoreciendo las condiciones de vida de los ciudadanos, Franco *et al.*, (2017).

Las organizaciones existentes en la capital bananera se las podría categorizar como Pymes, en virtud a que su población dispone o adquiere una energía emprendedora que les permite propender a formar empresas nuevas.

Machala en la jerarquía Pyme ha obtenido el 96.5% lo que equivale a un alto porcentaje en lo que tiene que ver con la provincia de El Oro, en cuanto a microempresas tiene el 57%, motivo por el cual Machala es estimada como el área cantonal donde se producen mayores ingresos y puestos de empleo (págs. 2-6)



## GRÁFICO 1: ÁRBOL DEL PROBLEMA

Elaborador por el autor

### EFFECTOS

Falta de información de tecnologías, mercado, tamaño de la empresa y acceso a incertidumbres políticas

Empresas en riesgos de no ser competitivas por quedarse con productos rezagados y procesos obsoletos

Limitada generación de ideas para la toma de decisiones asertivas de los trabajadores

ESTUDIO DEL VALOR DE LOS MOTORES DEL DESARROLLO EMPRESARIAL EXISTENTES EN LA CIUDAD DE MACHALA: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

← PROBLEMA

### CAUSAS

No estar en sintonía con los cambios del entorno

Limitadas estrategias para enfrentar desafíos

Débil implementación en herramientas modernas

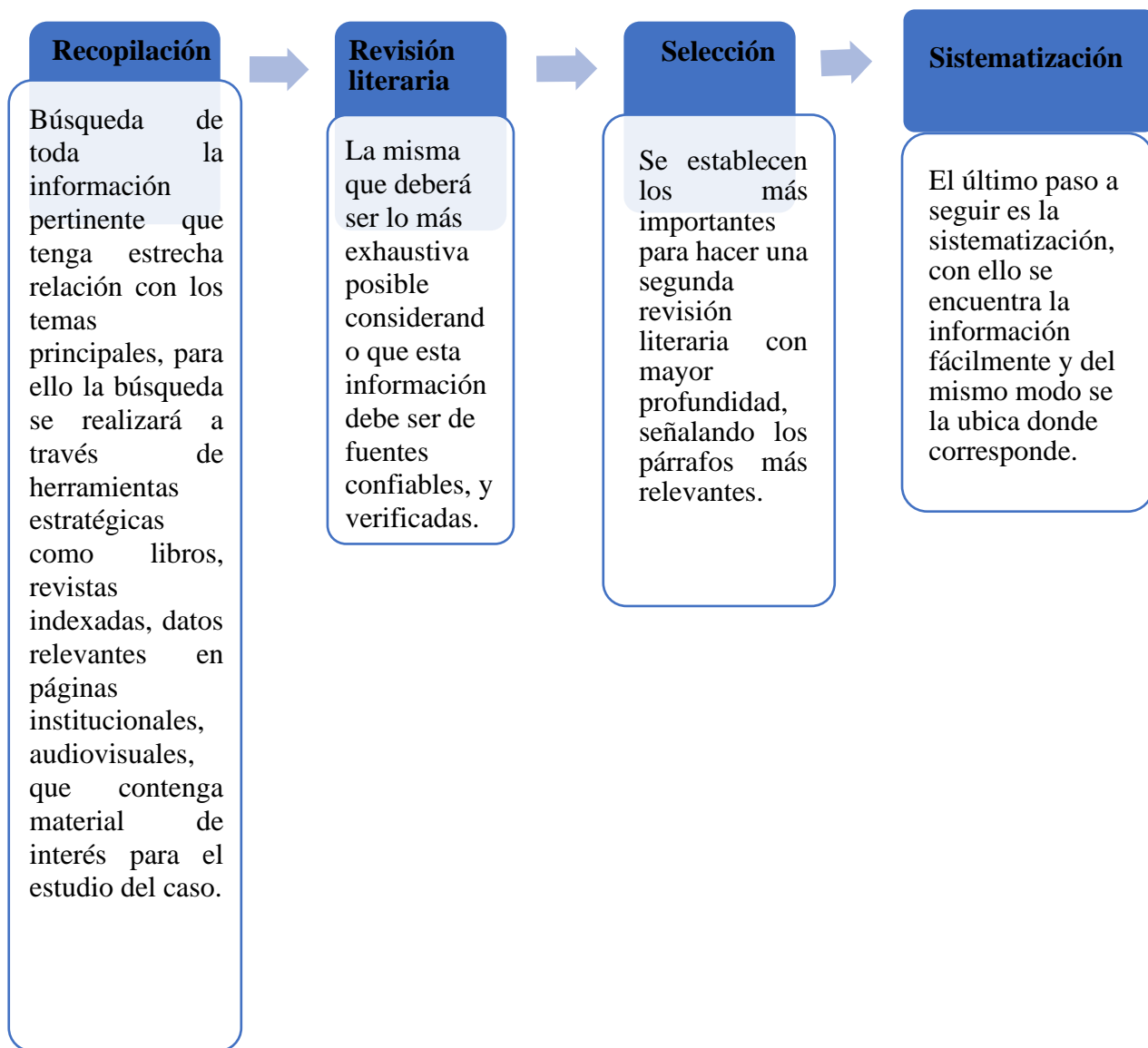
### **3.2. Análisis de la problemática**

En este subtítulo, se presenta el análisis de la problemática, explicando las características tanto en su dimensión cualitativa como cuantitativa. En cuanto al análisis cualitativo, se aportan los comentarios generales sobre las dificultades existentes para el desarrollo de la creatividad y la innovación en algunas empresas. En el análisis cuantitativo, se presentan las encuestas aplicadas a la muestra de 40 propietarios y administradores de pequeñas y medianas empresas establecidas en la ciudad de Machala.

### **3.3. Diseño, alcance y alternativas de solución**

#### **3.3.1. Diseño**

La correcta aplicación de estrategias que resuelvan la situación problemática seleccionada, pasa por las siguientes etapas:



**Figura 2**

*Diseño y alcance de las alternativas de solución.*

**Fuente:** (Elizalde & Ramirez, 2021)

En función de este esquema, el primer paso fue recopilar la información relevante. Para ello, se identificaron fuentes confiables, entre las que cuentan los sitios web de repositorios institucionales. También se revisaron varios artículos relacionados al objeto de estudio,

recabando así diversas fuentes de información documental, abarcando los diversos asuntos específicos requeridos en este estudio de caso.

Como siguiente paso, se aplicó una lectura selectiva de la información contenida en diversas revistas científicas electrónicas, como SCIELO, SCOPUS, REDALYC, ampliando el conocimiento sobre los indicadores de creatividad e innovación, reforzando definiciones y contrastando criterios sobre diversos temas de interés para la presente investigación.

Una vez completo este paso, se pasó a seleccionar la información más pertinente sobre la temática abordada.

Finalmente, se procedió a organizar los artículos hallados, tomando en cuenta la cantidad de información contenida en cada una de las fuentes seleccionadas.

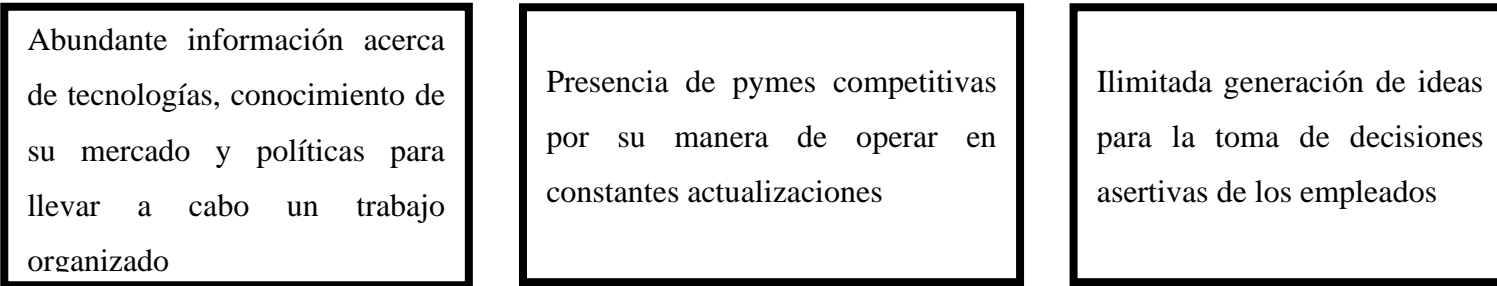
### **3.3.2. Alcance**

El presente estudio tiene un alcance descriptivo, al permitir la explicación en detalle de la innovación y la creatividad que implementan algunas pymes de la ciudad de Machala. Se considera principalmente el desinterés de los propietarios y administradores de estos tipos de empresas en relación con las actividades de creatividad e innovación, lo que deriva en una desventaja competitiva de los diversos negocios en comparación con aquellos que sí valoran sus beneficios.

## GRÁFICO 2: ÁRBOL DE OBJETIVOS

Elaborado por el autor

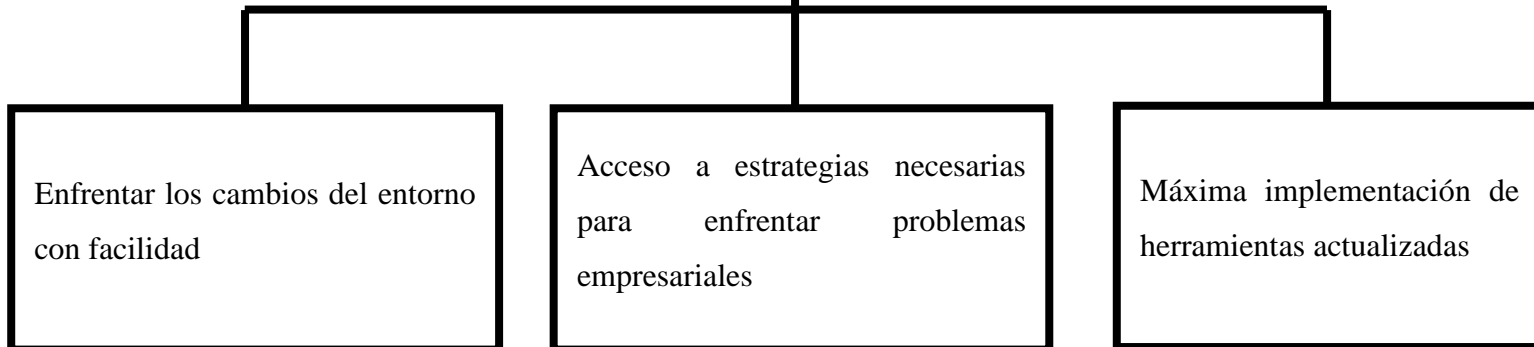
### FINES



APLICACIÓN DE LOS MOTORES DEL DESARROLLO EMPRESARIAL EXISTENTES EN LA CIUDAD DE MACHALA: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN



### MEDIOS



### 3.3.3. Alternativas de Solución

Entre las alternativas de solución para la problemática analizada en este estudio, se identifican las siguientes:

La primera, consiste en un plan básico de vigilancia tecnológica. Para Gregorio (2007), esta estrategia permite manejar apropiadamente la saturación de datos, que, por su volumen que se incrementa a diario, impide tener una percepción global del fenómeno observado, creando la urgencia de transformar los datos en información, aportando elementos de decisión. Las herramientas estadísticas que se seleccionen, transforman los datos en indicadores útiles.

La siguiente alternativa de solución es la presentación de tablas, donde se consoliden las estrategias pertinentes, facilitando lectura e interpretación, tanto por parte de profesionales de las áreas administrativas y financieras, así como los propietarios y administradores de empresas pequeñas y medianas.

### 3.4. Selección de alternativa de solución

De acuerdo con las alternativas de solución existentes, se plantea la selección de estrategias encaminadas a coordinar la capacitación de los propietarios y administradores de empresas pequeñas y medianas en estas temáticas.

**Tabla 2.**

*Dimensiones de la gestión de la innovación*

<b>Actividad</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Tiempo aproximado</b>	<b>Medio de capacitación</b>
Importancia de la creatividad del personal para el crecimiento de los negocios	Dinámicas Talleres	4 horas	Plataforma Zoom
Importancia de contar con personal especializado en innovación y desarrollo para el negocio	Disertación Exposición de videos Talleres	2 horas	Plataforma Zoom

<b>Actividad</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Tiempo aproximado</b>	<b>Medio de capacitación</b>
Importancia y características de la innovación de producto, de proceso y del negocio	Dinámicas Talleres	3 horas	Plataforma Zoom
Importancia y estrategias de la innovación de la organización y de la comercialización	Capacitación Dinámicas Talleres	2 horas	Plataforma Zoom
Impacto de la innovación en procesos o en el “saber-hacer” en los ahorros de costes.	Simulaciones y exposición Dinámicas Talleres	4 horas	Plataforma Zoom
Beneficios del lanzamiento de nuevos productos o servicios.	Exposición de videos Talleres	3 horas	Plataforma Zoom
Importancia de las ventas como resultado de una innovación en productos o servicios.	Grupos focales Análisis y discusión	3 horas	Plataforma Zoom
Importancia del retorno (ROI) de la totalidad de inversión en innovación.	Capacitación Dinámicas Talleres	4 horas	Plataforma Zoom
Importancia del indicador de eficacia/tiempo que se tarda en comercializar una innovación	Capacitación Dinámicas Talleres	3 horas	Plataforma Zoom
Relación de la creatividad e innovación en la consolidación de una cultura organizacional favorable y un entorno de trabajo estimulante.	Capacitación Dinámicas Talleres	4 horas	Plataforma Zoom

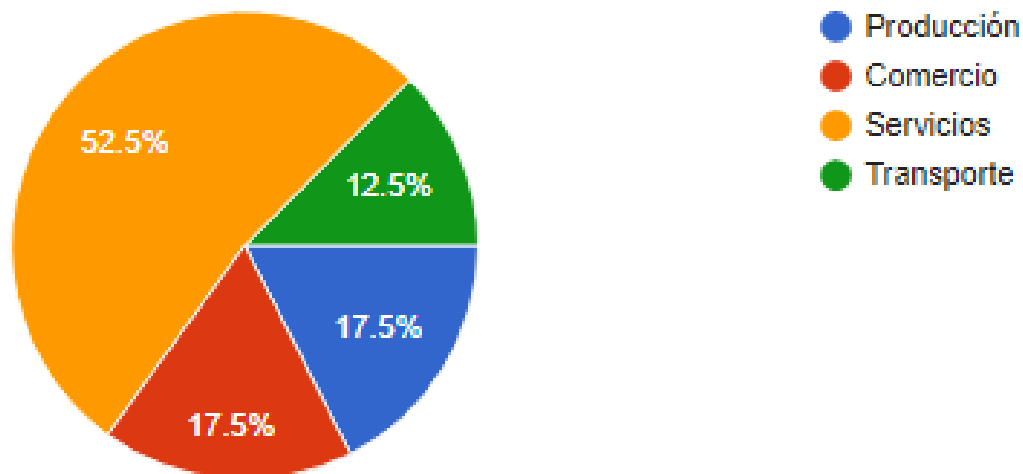
**Elaboración propia, 2022.**

Con estas estrategias, se busca lograr que las Pymes estimulen entre su personal la generación de nuevas ideas, invitándolos a aportar su punto de vista y proponer mejoras para sus negocios, aunque sean pocas las ideas recibidas al principio, procurando que la mayoría se apliquen. A partir de los resultados, los propietarios y administradores deben coordinar, al interior de cada empresa, la generación de recompensas y estímulos para que el personal continúe aportando al bien común.

También es importante organizar reuniones de equipo para informar y recibir comentarios, con mecanismos específicos para estimular y recompensar la creatividad, así como la aportación de ideas y el espíritu innovador. Así, se crearía un ambiente que favorezca las discusiones de este tipo.

### 3.5. Posibles resultados Obtenidos

En este subtítulo, se exponen los resultados de la encuesta aplicada a la muestra seleccionada, conformada por 40 pequeñas y medianas empresas de los sectores de Producción, Comercio, Servicios y Transporte.



**Figura 3. Sector económico del negocio**

Fuente: investigación directa.

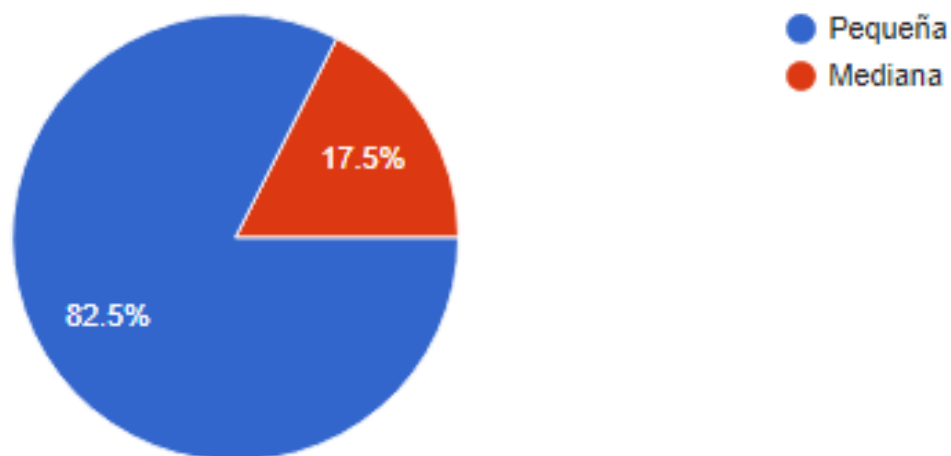
Elaboración propia, 2022.

Según se observa en esta figura, el porcentaje más alto de los encuestados (52,5%), afirma pertenecer al sector de servicios. Es decir, se tienen diversos tipos de servicios, tales como servicios profesionales independientes (abogados, dentistas, contadores, arquitectos), así como gabinetes de belleza, servicios de mecánica, carpinteros, etc. El segundo porcentaje más alto



(17,5%) se repite entre las pymes dedicadas al comercio y la producción, quedando el servicio de transporte en último lugar, con el 12,5%.

Estos datos indican que existe una importante presencia de negocios dedicados al sector de servicios en Machala, pero también en los otros sectores señalados, y que desarrollan en diferente forma e intensidad la creatividad e innovación, como se verá a lo largo de este apartado.



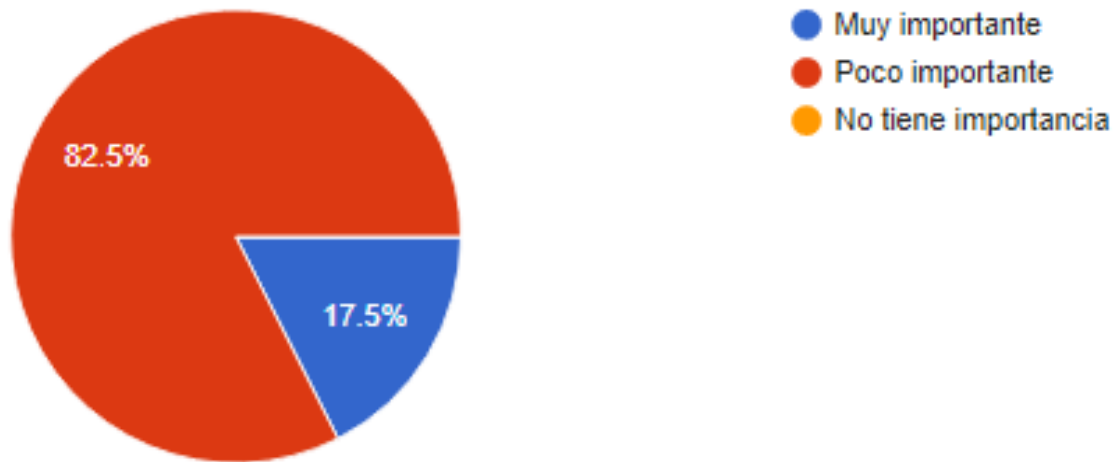
**Figura 4. Tamaño de la empresa**

Fuente: investigación directa.

Elaboración propia, 2022.

En relación con el tamaño de la empresa, en esta figura se observa que el porcentaje más alto de los negocios consultados son del tamaño pequeño, mientras el 17,5% restante son medianos. Este dato permite anticipar la noción de que muchos de los negocios consultados no prestan atención a la creatividad e innovación, debido al enfoque tradicional de las pequeñas empresas, que se concentran más en el día a día, en lugar de hacer proyecciones y diseñar estrategias a largo plazo. En el caso de las empresas medianas esto es más factible, aunque no necesariamente

sea así. En estos casos, se interpretan las tendencias de las respuestas a las demás preguntas formuladas en la encuesta diseñada para el efecto.

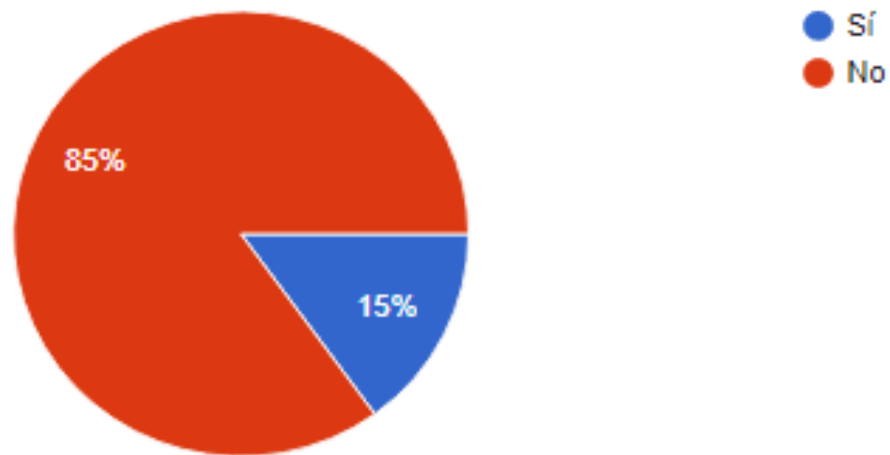


**Figura 5. Su negocio considera la creatividad del personal**

Fuente: investigación directa.

Elaboración propia, 2022.

Conforme se observa en la anterior figura, el porcentaje más alto de los encuestados (82,5%) considera poco importante la creatividad del personal. No existen razones aparentes para el desinterés por este aspecto, pero el dato indica que los propietarios y administradores de estos negocios no prestan atención a los beneficios potenciales de contar con personal creativo. Incluso, es previsible que no se tenga una idea clara de lo que es la creatividad, cuestión que no fue abordada en la encuesta aplicada.

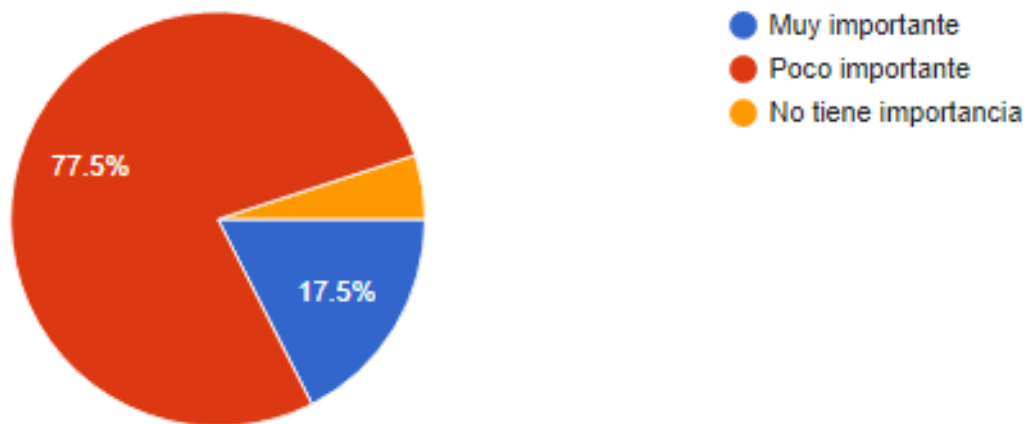


**Figura 6. El negocio cuenta con personal especializado en innovación y desarrollo**

Fuente: investigación directa.

Elaboración propia, 2022.

De forma complementaria a la anterior pregunta, esta permite observar que el 85% de los propietarios y administradores de las pequeñas y medianas empresas que fueron encuestados en este estudio, no cuenta con personal especializado en innovación y desarrollo. Como se adelantó, al tener una muestra con una gran presencia de pequeñas empresas, por las limitaciones propias de estas, se carece de un enfoque estratégico en relación con la innovación, lo que redundó, entre otras cosas, en no contar con personal especializado en estas importantes funciones.

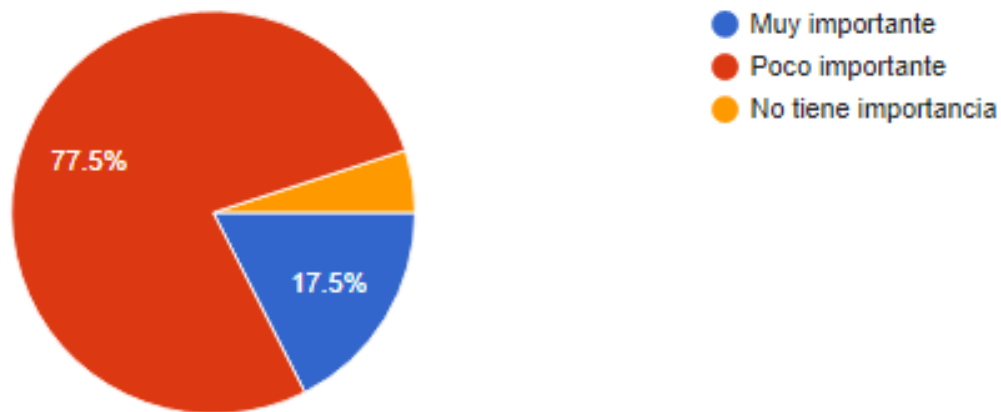


**Figura 7. Considera usted la innovación de producto, de proceso y del negocio**

Fuente: investigación directa.

Elaboración propia, 2022.

Según se puede observar en esta figura, el porcentaje más alto de los encuestados (77,5%), consideran poco importante la innovación del producto, del proceso y del negocio como tal. Este dato indica una situación particularmente negativa para la supervivencia del negocio, por el escaso interés que se da a dos funciones muy importantes en el enfoque estratégico, que permite a los negocios crecer y mejorar sus servicios. En estos casos, como se observó a lo largo del estudio, la innovación y creatividad son esenciales, al permitir a los administradores y propietarios desarrollar nuevas ideas que permitan competir cada vez en mejores condiciones.

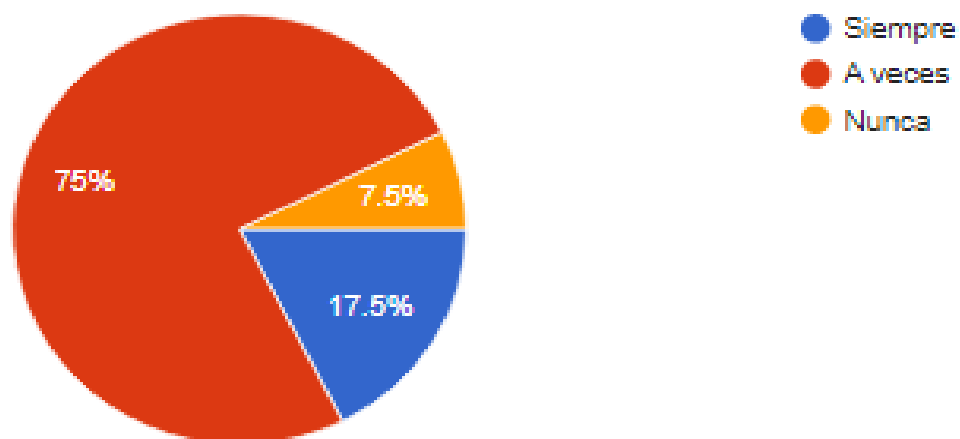


**Figura 8. Su negocio considera la innovación de la organización y de la comercialización**

Fuente: investigación directa.

Elaboración propia, 2022.

Según se puede observar en esta figura, el porcentaje más alto de los encuestados (77,5%), consideran poco importante la innovación de la organización y de la comercialización, es decir, que toda la organización aplique estrategias diferentes a las aplicadas tradicionalmente, incluso si estas fueron efectivas. Se trata de un cambio de visión que pocos administradores y propietarios de estos negocios se atreven a implementar, en partes, por el temor al cambio, y en partes, por desconocimiento de las mejores estrategias para hacerlo.

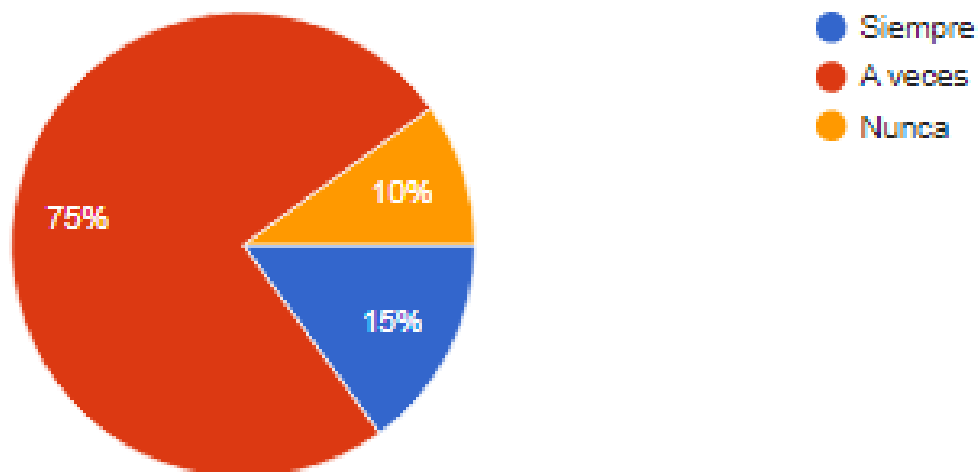


**Figura 9. En su negocio existe plena conciencia de la importancia que tienen los ahorros de costes por la innovación en procesos o en el “saber-hacer”.**

Fuente: investigación directa.

Elaboración propia, 2022.

En cuanto a las estrategias relacionadas con el “saber-hacer” (también conocidas como “know how”), según se puede observar en esta figura, el porcentaje más alto de los encuestados (75%), tal situación se da solo a veces. Si bien el segundo porcentaje más importante (17,5%) indica que siempre lo hace, el restante 7,5% dice que “nunca”. Estos datos nos dejan ver con claridad el escaso interés que tienen la innovación y la creatividad por parte de los propietarios y administradores de estos negocios. Esto les coloca en una desventaja competitiva.

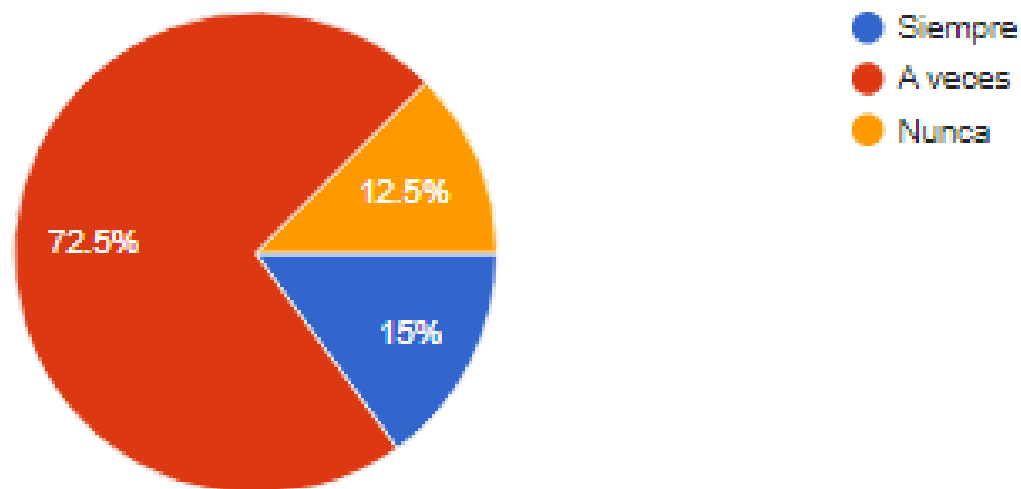


**Figura 10. En su negocio existe plena conciencia de la importancia que tienen los beneficios que provienen del lanzamiento de nuevos productos o servicios.**

Fuente: investigación directa.

Elaboración propia, 2022.

Según se puede observar en esta figura, el porcentaje más alto de los encuestados (75%), consideran que solo a veces existe plena conciencia de la importancia que tienen los beneficios que provienen del lanzamiento de nuevos productos o servicios. Este dato indica que no hay el conocimiento suficiente sobre las necesidades del mercado en que se desempeñan estos negocios, lo que deriva en una escasa creación de nuevos productos o servicios por parte de los equipos humanos que los conforman.



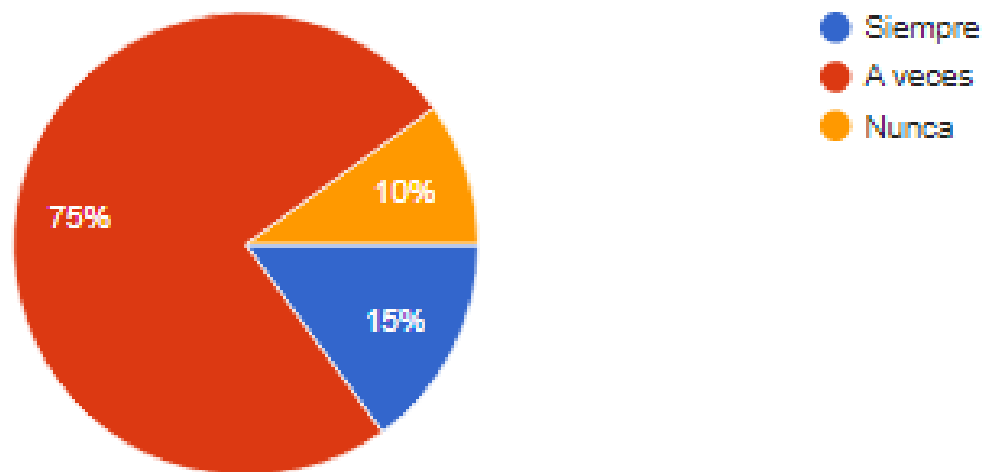
**Figura 11. En su negocio existe plena conciencia de la importancia que tienen las ventas que provienen de una innovación en productos o servicios.**

Fuente: investigación directa.

Elaboración propia, 2022.

Según se puede observar en esta figura, el porcentaje más alto de los encuestados (72,5%), afirman que solo a veces existe plena conciencia de la importancia que tienen las ventas que provienen de una innovación en productos o servicios en los diferentes negocios. Es decir, se confirma la percepción de los propietarios y administradores de estos negocios, de que la innovación de los productos y servicios no es relevante para la supervivencia y crecimiento de sus organizaciones.



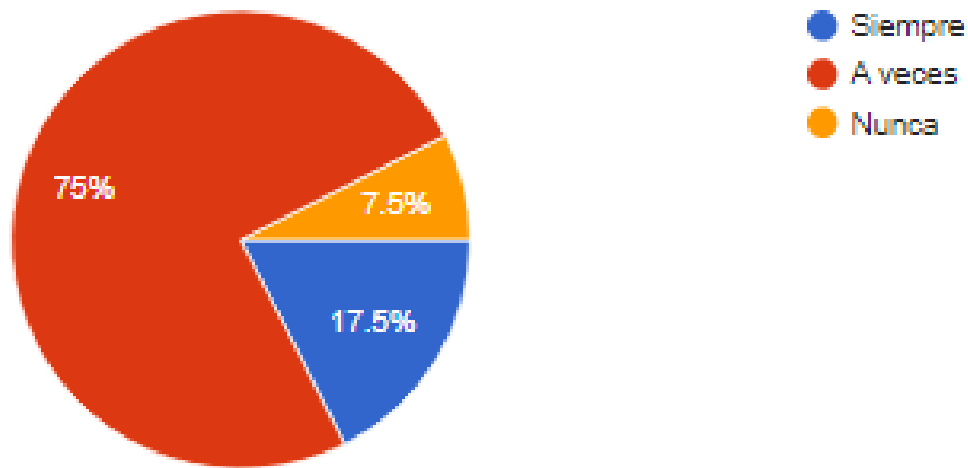


**Figura 12. En su negocio existe plena conciencia de la importancia que tiene el retorno (ROI) de la totalidad de inversión en innovación.**

Fuente: investigación directa.

Elaboración propia, 2022.

En cuanto a la conciencia sobre la importancia que tiene el retorno (ROI) de la totalidad de inversión en innovación, según se puede observar en esta figura, el porcentaje más alto de los encuestados (75%), afirman que esto se da solo a veces. Mientras, el 10% considera que tal relación no se da nunca. Estos datos también permiten afirmar que no se da la valoración financiera ni organizacional a la innovación, pues se desconocen su impacto en las finanzas del negocio y cómo le permite crecer.

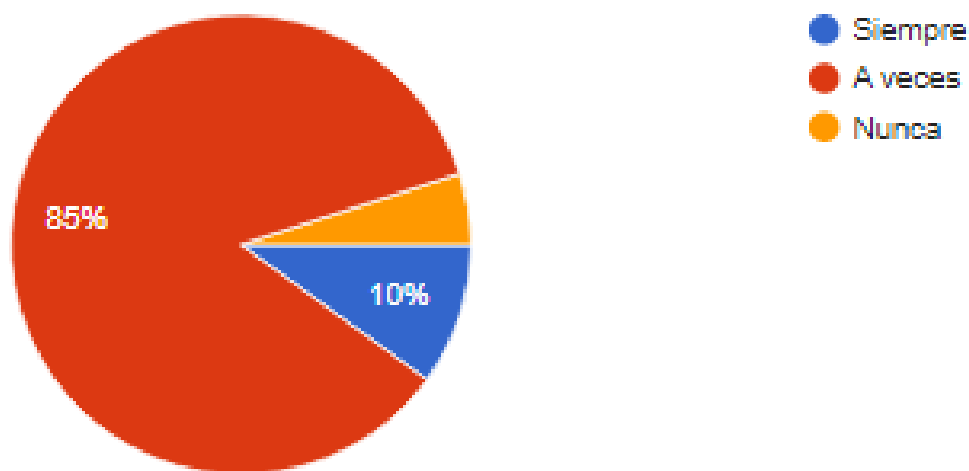


**Figura 13. En su negocio existe plena conciencia de la importancia que tiene el indicador de eficacia/tiempo que se tarda en comercializar una innovación**

Fuente: investigación directa.

Elaboración propia, 2022.

Al igual que en casos anteriores, se puede observar en esta figura que el porcentaje más alto de los encuestados (75%), afirman que solo a veces existe plena conciencia de la importancia que tiene el indicador de eficacia/tiempo que se tarda en comercializar una innovación. Eso, por cuanto se desconocen las características de la innovación, su impacto a corto y largo plazo, y también sobre los beneficios financieros que reportará al negocio.

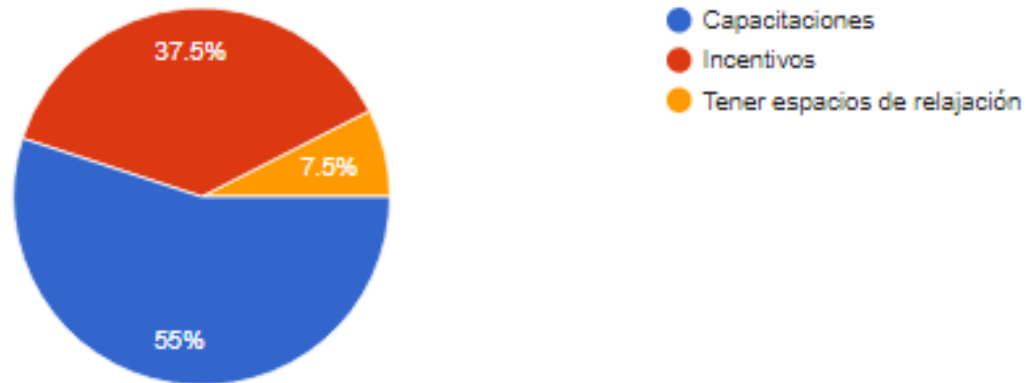


**Figura 14. Considera que la creatividad e innovación permitiría instaurar una cultura organizacional favorable, así como un entorno de trabajo estimulante.**

Fuente: investigación directa.

Elaboración propia, 2022.

El porcentaje más alto de los encuestados (85%), consideran que solo a veces la creatividad e innovación permitiría instaurar una cultura organizacional favorable, así como un entorno de trabajo estimulante. Al desconocer el impacto a corto y largo plazo, es previsible que los propietarios y administradores de pequeñas y medianas empresas no consideren el potencial impacto en el clima organizacional, y cómo afectará esto al desempeño de los colaboradores.



**Figura 15. Cuál cree que sería una mejor herramienta que permita a sus empleados desarrollar la creatividad e innovación dentro de su negocio.**

Fuente: investigación directa.

Elaboración propia, 2022.

Por último, según se puede observar en esta figura, el porcentaje más alto de los encuestados (55%), afirman que las capacitaciones se constituirían en la mejor herramienta que permita a sus empleados desarrollar la creatividad e innovación dentro de su negocio. El segundo porcentaje más alto, cree que lo harían los incentivos, sean monetarios o no monetarios. Es importante considerar diversas estrategias para estimular la creatividad e innovación en estos negocios, siendo esencial, sobre todo, que los propietarios y administradores conozcan sobre las ventajas y beneficios de contar con actividades orientadas a desarrollar la creatividad e innovación en sus negocios.

## **CAPITULO IV. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES**

### **DISCUSIÓN**

El análisis o estudio de estos elementos en las pymes son diferentes en comparación con las grandes empresas.

La posibilidad de poder innovar se incrementa dependiendo de las acciones que encaminan los propietarios para ampliar la competencia de innovar, de tal manera que si un individuo trata de apoyarse en sus conocimientos adquiridos(experiencia) posiblemente no le favorezca a la toma de decisiones, lo más optimo y conveniente sería buscar prepararse y aplicar métodos que le permitan ser más competitivos

Según (Amaya Valarezo & Cárdenas Darquea, 2016) se corrobora que al contar con personal calificado la capacidad de innovar en este tipo de empresas es mucho más significativa y que los propietarios están interesados u orientados con propósitos para tomar atención a este elemento.

De acuerdo a la información recopilada nos indican la importancia de poder desarrollar dentro de las pymes la creatividad e innovación, que ambas tienen que interactuar para poder abarcar mejoras dentro del ámbito empresarial, dado que a partir de la creatividad se da la innovación y para que suceda esto deben de poner de parte tanto administradores como empleados, lo mismo que les permite mejorar sus habilidades o conocimientos a partir de la búsqueda de investigaciones.; provocando que no tengan temor en fallar y formen un abanico de alternativos. Tal como lo indica (Darvishmotevali, 2018) que una cultura que comprende el peligro, hace que sus trabajadores sean más codiciosos para desarrollar innovaciones. Las organizaciones que estimulan estos motores penetran en el mercado y logran tener excelentes resultados en cuestión de ventas.

Por último, este tipo de trabajo nos permitió conocer los efectos positivos de los motores en el desarrollo exitoso de las pymes, demostrándonos que desempeñan una mayor competitividad; debiéndose ante todo que las pymes que innovan procuran cumplir las exigencias y peticiones del mercado y sus clientes, adquiriendo beneficios competitivos a causa de las peticiones, y por ende aumentando mejor los ingresos

## **CONCLUSIÓN**

En cuanto a los resultados, destaca el escaso interés que expresan los propietarios y administradores de las empresas pequeñas y medianas por la creatividad e innovación de su personal. Esto se refleja en datos cruciales, como el bajo número de empresas que tienen personal dedicado a la innovación y creatividad. También resalta el hecho de que no se considere relevante la innovación de los productos o servicios, y que solo a veces exista conciencia de la importancia que tienen los ahorros de costes por la innovación en procesos o en el “saber-hacer”, o sobre la importancia que tienen los beneficios del lanzamiento de nuevos productos o servicios, entre otros factores.

Finalmente, con los resultados de la revisión bibliográfica se concluye que tanto la innovación y creatividad en las pymes son dos motores que colaboran con el desarrollo económico, comercial y social. Motivo por el cual se piensa que es importante y necesario que las pymes impulsen en su modelo de objetivo estos dos componentes, dado que, sirven como una guía para fomentar las características extras de las pymes en lo que concierne a todos los procesos que se realizan para llevar sus productos al mercado, a esto también se añade sus planes de acción que son programadas y sus operaciones financieras, produciendo grandes oportunidades para intensificar su conjunto de bienes, mediante la adquisición de productos de costo reducido y al gusto del cliente, es decir satisfaciendo sus necesidades.

De modo que estos dos motores no solo suelen ser opciones para incrementar la probabilidad de poder crecer económicamente, sino que construyen dos tácticas primordiales para que se tracen nuevas políticas, mismas que juegan un papel clave para llegar a ser más eficientes.

## **RECOMENDACIONES**

Es necesario que los integrantes que conforman esta unidad económica estén en continua actualización para emplear los procedimientos apropiados que faciliten enriquecer la productividad o rendimiento de servicios. Ya que, al aplicar estos motores de desarrollo, existen ciertas implicaciones que no permiten llevar a cabo mencionados elementos, ya sea por la escasa cultura innovadora, a causa de que tienen o adquieren las ideas, pero no se las puede adaptar adecuadamente.

Fomentar la creatividad e innovación, permitiendo a empleados que puedan aportar sus criterios, mismas que les permitirán desarrollar sus habilidades para mejorar su desempeño enfrentando los posibles fracasos, de igual modo que les impulsará a desafiar su talento creativo e innovador, explorando soluciones que favorecerán a sobrevivir frente a mercados de altas competencias.

Dichas pymes deberían poner en marcha procedimientos más mecanizados, empleando distintos recursos tecnológicos o un conjunto de programas ya que para lograr aplicar estos elementos dependerá de las posibilidades y características que tenga la organización y para estos también debe existir una actitud constante a nivel empresarial.

En el cantón Machala las pymes deben estar en constantes cambios para que haya más demanda de productos, donde les facilite comprometerse con la sociedad, permitiendo a estas organizaciones que ejecuten actividades o trabajo continuo y de tal manera poder lograr

fortalecer la creatividad, en efecto para aprovechar al máximo sus elementos disponibles(recursos), y todas las actividades económicas que se llevan a cabo para obtener sus productos en base a las necesidades del consumidor.



## BIBLIOGRAFIA

Abad, A., Acuña, C., & Naranjo, E. (2019). Cocoa on the Ecuadorian coast: a study of its cultural and economic dimension. *revista internacional de administración*, 3-22.

<https://doi.org/10.32719/25506641.2020.7.3>

Aguilera Hintelholher, R. M. (2013). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología. *scielo.org.mx*, 4-23. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=426439549004>

Amaya Valarezo, C. A., & Cárdenas Darquea, D. C. (2016). FACTORES DETERMINANTES DE LA INNOVACIÓN EN MICROEMPRESAS PRODUCTORAS DE CALZADO DE LA CIUDAD DE MACHALA: LA IMPORTANCIA DE FACTORES INTERNOS.

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/>, 35-52.

Anna Arbussà, A., Bikfalvi, & Jaume Valls. (2004). La I+D en las pymes: Intensidad y estrategia. <https://www.redalyc.org/>, 4-11.

Benavides Pupiales, L. E., & Bolaños Delgado, S. L. (2020). INNOVATION BARRIERS IN SMES: AN APPROXIMATION THROUGH A SYSTEMATIC REVIEW OF LITERATURE. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, 223-237. <https://doi.org/10.22267/rtend.202101.134>.

Camino, S. M., Bermudez, N. B., & Avilés, P. (2018). Análisis Sectorial: Panorama de la Inversión Empresarial en el Ecuador 2013-2017, 1-24.

[https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes\\_Economicos/article/view/12](https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/view/12)

Canizales Muñoz, L. D. (2020). Elementos clave de la innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas. *INnovaITFIP*, 2-4.

<https://doi.org/10.54198/innova06.03>

- Capa Benítez, L., Sotomayor Pereira, J., & Vega Jaramillo, F. (2018). *La Provincia de El Oro algunas consideraciones de los sectores productivos y empresariales*. Machala-Ecuador: UTMACH, 2018. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12490>
- Carranco Gudiño, R. (2018). The contribution of small and medium-sized enterprises (Pymes) in the ecuadorian economy. <https://www.uv.mx/>, 4-12.  
<https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/14CA201702.pdf>
- Carvajal, C., Solis, L., Burgos, I., & Hermida, L. (2017). La importancia de las PYMES en el Ecuador. [repositorio.ug.edu.ec](http://repositorio.ug.edu.ec), 2-6.  
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecuador.htm>
- Castañeda, M. L., & Sánchez, J. A. (2016). Gestión del riesgo como eje articulador de un sistema de gestión integrado en las pymes. <https://revistas.usantotomas.edu.co/>, 119-131.  
<https://doi.org/10.15332/s2145-1389.2016.0002.06>
- CEPAL. (2018). MIPYMES en América Latina un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento.  
[https://repositorio.cepal.org/bistream/handle/11362/44148/1/S1800707\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bistream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf), 2-8.
- Cleri, C. (2007). *El libro de las pymes* (1ra ed.). Buenos Aires:Granica: 448p.
- Córdoba, E., Castillo, J., & Castillo, N. (2018). Creativity and innovation: As engines of business development. <https://www.redalyc.org/journal/6139/613964506006/html/>, 55-65.  
<https://doi.org/10.21501/21454086.2663>
- Darvishmotevali, M. (2018). Decentralization and Innovative Behavior : The Moderating Role of Supervisor Support. International. *International Journal of Organizational Leadership*, 31-45.  
<https://doi.org/10.33844/ijol.2019.60204>

- Delgado, D. D., & Chávez, G. P. (2018). LAS PYMES EN EL ECUADOR Y SUS FUENTES DE FINANCIAMIENTO. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 6-18.
- Elizalde, E., & Ramirez, L. (2021). *Evolución del valor agregado bruto del sector primario y su impacto en el crecimiento económico del cantón el guabo provincia de El Oro (2010 - 2017)*. Machala: Utmach.
- Flores , M. P., Recalde, L., & Parra, D. (2016). Características de las Pymes familiares en Ecuador. *Dialnet*, 494-508.
- Flores, K. (2016). Las pymes y su contribución al empleo en Ecuador. <http://repositorio.ug.edu.ec>, 1-69.
- Franco, M., Rojas, M. A., & Pérez, M. J. (2017). ANÁLISIS SECTORIAL DE LA PYME DE LA RESTAURACIÓN EN EL CONTEXTO DE LA CIUDAD DE MACHALA. <https://www.eumed.net/>, 2-6.
- Gómez Torres, A. (4 de Diciembre de 2017). *Marco Conceptual para el Pensamiento Creativo e la Innovación*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/alemgoto/marco-conceptual-para-el-pensamiento-creativo-e-la-innovacin>
- Gonzáles, E., & Riofrío, N. (2016). *Análisis de la importancia en la creatividad e innovación para el desarrollo de las Pymes en el cantón Machala*. Tesis de Grado, Universidad Técnica de Machala, Unidad Académica de Ciencias Empresariales, Machala.
- Gonzalez , E., & Riofrío, N. (2017). The importance of creativity and innovation in the development of SMEs of Machala. <https://investigacion.utmachala.edu.ec/>, 4-11.
- Gregorio, C. (2007). *Observatorios ciudadanos de la administración de justicia penal: ¿cómo incidir desde un observatorio?* Bogotá: Nacional.

- Inec. (31 de Marzo de 2016). *Informe a la Nación*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/04/Informe-a-la-Nacion.pdf>
- Jiménez, A. (2018). Estructura de financiamiento de las Pymes en la Región 7 del Ecuador. <https://dspace.utpl.edu.ec>, 2-12.
- López, M. V. (2015). EL ARTE COMO HERRAMIENTA PARA LIBERAR LA CREATIVIDAD EN LAS ORGANIZACIONES. *Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación*, 2-18.
- López Fernández, R., Urquiola Sánchez, O., & Capa Benítez, L. B. (2018). Human resources and innovation practices in SMEs for tourist accommodation in Machala, Ecuador: An exploratory study. <https://www.redalyc.org/>, 4-16.
- Lopez, L. (2020). GERENCIA ESTRATEGICA EN INNOVACION REFLEXION DESDE EL GRUPO EMPRESARIAL DEL SECTOR DE SEGUROS. <https://repository.unicatolica.edu.co/>, 2-19.
- Madrid Paredones, R. M., & Ramírez Vázquez, Y. (2019). ¿Porqué es importante la creatividad en la PYME? *Académicas del Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana*, 3-7.
- Martínez Carazo, P. C. (2006). El método de estudio de caso: Estrategia metodológica de la investigación científica. <https://www.redalyc.org/>, 167-193.
- Mejía, G. B., & Caldera, W. R. (2017). Creatividad para la Innovación de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del Departamento de Matagalpa durante el año 2017. [repositorio.unan.edu.ni](https://repositorio.unan.edu.ni), 10-138.

- Murcia, H. H. (2015). *Creatividad e innovación para el desarrollo empresarial*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Novillo Maldonado, E. F., Peña Armijos, G. E., Ramón Merchan, M. E., Romero Recalde, J. A., & González Ramón, E. X. (2017). La creatividad e innovación como estrategias de desarrollo. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 4-15.
- Ollague, J., Capa, L., Novillo, E., Sánchez, T., Sánchez, L., & Garcia, M. (2019). Variables sociales, económicas y productivas como referente de posicionamiento nacional de la provincia de El Oro, Ecuador. *Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015*, 2-17.
- Pérez, C. M. (2019). Business innovation at the service of the micro and small business of North-Santander: for regional competitiveness. <https://revistascientificas.cuc.edu.co/>, 10-14.
- Prada, J. (2014). *“Estudio Para Innovación Industrial Y Desarrollo Económico”*. Universidad Técnica de Machala, Machala.
- Redacción. (17 de Mayo de 2019). ¿Cómo motivar la innovación y creatividad en las PyMes ecuatorianas? *Datainfox*. Obtenido de <https://datainfox.com/2019/05/motivar-la-innovacion-y-creatividad-en-las-pymes-ecuador/>
- Reynoso Castillo, C. (2014). LAS TRANSFORMACIONES DEL CONCEPTO DE EMPRESA. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 4-27.
- Ron, R. E., & Sacoto, V. A. (2017). Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB total. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n53/a17v38n53p15.pdf>, 2-11.
- Salazar Hernández, B. C. (2008). Procesos de Cambio y Desarrollo Organizacional. <https://www.academia.edu/>, 10-18.

Salazar, M. F., Barrera, H. M., Nuñez, L. G., & Flor, F. A. (2019). Entrepreneurship, creativity and innovation in business management in Ecuador. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 1-12.

<https://doi.org/10.35381/cm.v6i10.157>

Solis, L. E., & Robalino, R. C. (2019).

Elpapel delasPYMESenlassociedadesysupproblemáticaempresarial.

<https://revistas.uide.edu.ec/>, 1-5.

<https://doi.org/10.33890/innova.v4.n3.2019.949>

Sumba, R. Y., Cárdenas, N. P., Bravo, T. L., & Arteaga, R. F. (2020). La planeación estratégica: Importancia en las PYMES ecuatorianas.

<https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/299/527>, 1-23.

Taborda Ocampo, M. A., Nova, L. D., & Bohórquez Sanabria, I. V. (2018). IMPORTANCIA DE LAS PYMES PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DE CHILE EN EL SIGLO XXI. *ournal.poligran.edu.co*, 4-18.

<https://doi.org/10.15765/pdv.v9i14.1179>

Toledo Henestrosa, J. (2016). La creatividad e innovación en las PyMES como factores de éxito organizacional. <https://www.academia.edu/>, 2-6.

Valero, M., Hidalgo, H., & Guevara, P. (2017). La visión de las PYMES manufactureras del Ecuador. <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/1258>, 249-256.

[https://doi.org/10.26820/recimundo/5.\(2\).julio.2021.249-256](https://doi.org/10.26820/recimundo/5.(2).julio.2021.249-256)

Zúñiga, A. (2019). The Importance of Creativity in the Business World.

<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/xikua/article/view/3554/5064>, 1-3.

# ***ANEXOS***

**APLICADA A PROPIETARIOS Y ADMINISTRADORES DE PYMES EN  
MACHALA**

**Sobre el impacto de la innovación y creatividad en el desarrollo de la empresa**

**1. Sector económico del negocio**

Producción

Comercio

Servicios

Transporte

**2. Tamaño de la empresa**

Pequeña

Mediana

**3. Su negocio considera la creatividad del personal**

Muy importante

Poco importante

No tiene importancia

**4. El negocio cuenta con personal especializado en innovación y desarrollo**

Sí

No

**5. Considera usted la innovación de producto, de proceso y del negocio**

Muy importante

Poco importante

No tiene importancia

**6. Su negocio considera la innovación de la organización y de la comercialización**

Muy importante

Poco importante



No tiene importancia

- 7. En su negocio existe plena conciencia de la importancia que tienen los ahorros de costes por la innovación en procesos o en el “saber-hacer”.**

Siempre

A veces

Nunca

- 8. En su negocio existe plena conciencia de la importancia que tienen los beneficios que provienen del lanzamiento de nuevos productos o servicios.**

Siempre

A veces

Nunca

- 9. En su negocio existe plena conciencia de la importancia que tienen las ventas que provienen de una innovación en productos o servicios.**

Siempre

A veces

Nunca

- 10. En su negocio existe plena conciencia de la importancia que tiene el retorno (ROI) de la totalidad de inversión en innovación.**

Siempre

A veces

Nunca

- 11. En su negocio existe plena conciencia de la importancia que tiene el indicador de eficacia/tiempo que se tarda en comercializar una innovación**

Siempre

A veces

Nunca

**12. Considera que la creatividad e innovación permitiría instaurar una cultura organizacional favorable, así como un entorno de trabajo estimulante.**

Siempre

A veces

Nunca

**13. Cuál cree que sería una mejor herramienta que permita a sus empleados desarrollar la creatividad e innovación dentro de su negocio.**

Capacitaciones

Incentivos

Tener espacios de relajación

¡Gracias por su tiempo!