



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**“ESTRATEGIAS EN UN MODELO TRIPLE HÉLICE PARA POTENCIAR
LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS MIPYMES
DE LA PROVINCIA DE EL ORO EN EL 2021.”**

**BARRETO ENCALADA PAOLA DAYANA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**ESPINOSA ARMIJOS TATIANA YAMILE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**“ESTRATEGIAS EN UN MODELO TRIPLE HÉLICE PARA
POTENCIAR LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS MIPYMES
DE LA PROVINCIA DE EL ORO EN EL 2021.”**

**BARRETO ENCALADA PAOLA DAYANA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**ESPINOSA ARMIJOS TATIANA YAMILE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ANÁLISIS DE CASOS

**“ESTRATEGIAS EN UN MODELO TRIPLE HÉLICE PARA
POTENCIAR LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS
MIPYMES
DE LA PROVINCIA DE EL ORO EN EL 2021.”**

**BARRETO ENCALADA PAOLA DAYANA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**ESPINOSA ARMIJOS TATIANA YAMILE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

BENITEZ LUZURIAGA FRANCISCO VLADIMIR

**MACHALA
2022**

PROYECTO

por Paola Y Tatiana Titulacion

Fecha de entrega: 01-sep-2022 06:19p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1890945122

Nombre del archivo: TURNITIN_-_Trabajo_de_Titulaci_n_1_de_sep_2022.docx (2.34M)

Total de palabras: 7975

Total de caracteres: 42940

PROYECTO

INFORME DE ORIGINALIDAD

1 %	%	%	1 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Politecnica Salesiana del Ecuador Trabajo del estudiante	1 %
2	Submitted to Universidad Técnica Nacional de Costa Rica Trabajo del estudiante	< 1 %
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	< 1 %
4	Submitted to Aliat Universidades Trabajo del estudiante	< 1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 5 words

Excluir bibliografía

Activo

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

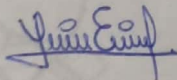
Las que suscriben, ESPINOSA ARMIJOS TATIANA YAMILE y BARRETO ENCALADA PAOLA DAYANA, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado "ESTRATEGIAS EN UN MODELO TRIPLE HÉLICE PARA POTENCIAR LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS MIPYMES DE LA PROVINCIA DE EL ORO EN EL 2021.", otorgan a la Universidad 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 tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran 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.

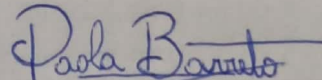
Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

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.



ESPINOSA ARMIJOS TATIANA YAMILE

0750597510



BARRETO ENCALADA PAOLA DAYANA

0706671963

DEDICATORIA

Quiero dedicar nuestro proyecto de titulación primero a Dios por guiarnos, brindándonos salud, sabiduría, llenándonos de fuerza para vencer todos los obstáculos que se han presentado y porque nunca nos abandonó para culminar con mucha satisfacción nuestra carrera.

A nuestros padres, abuelos, hermanos que han sido nuestro apoyo incondicional siempre, por su motivación y por todo el sacrificio en estos años de estudio, gracias a sus consejos, su amor y su paciencia día a día.

Paola Dayana Barreto Encalada

Tatiana Yamile Espinosa Armijos

AGRADECIMIENTO

Agradecemos primero a Dios por guiar nuestros pasos y no abandonarnos nunca, por sus bendiciones y así poder culminar nuestra carrera profesional.

Gracias a nuestros padres: Maribel, Rolando, Consuelo y Sergio, que con su amor, sacrificio, comprensión, motivación y apoyo incondicional a lo largo de nuestros estudios.

A mis amigas que se han hecho presente con sus consejos en tiempos difíciles y a mi compañera que ha sido mi apoyo en la realización de este trabajo, por su constancia, por compartir horas largas de trabajo, gracias por estar allí.

Paola Dayana Barreto Encalada
Tatiana Yamile Espinosa Armijos

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se desarrolla sobre la internacionalización de las Mipymes a través de un modelo triple hélice el cual plantea ideas de cooperación entre la academia, la empresa y el gobierno con la meta de proponer este modelo en las micro, pequeñas y mediana empresas de la provincia de El Oro que tienen el potencial de convertirse en el motor de crecimiento del país.

El modelo triple hélice es un modelo de negocios propuesto por Etzkowitz, el cual se basa en la relación entre la universidad, la industria y el gobierno bajo una dinámica de apoyo directo e indirecto a estos procesos sin entrar en discusión de fondo del concepto original, permite encontrar correspondencias claves que establecen sinergias que potencian el desarrollo no solo económico sino también el de las capacidades de desempeño social y estructuras que se incorporan sincrónicamente logrando beneficios significativos para todas las partes involucradas mediante el diseño de estrategias.

La importancia de este proyecto radica en considerar los aspectos relevantes que se involucran en el modelo triple hélice encaminando a lograr un mayor crecimiento económico con mayores condiciones de vida, también ayuda a detectar fortalezas y debilidades que permiten plantear estrategias para facilitar el incremento de competencia y mejorar el desempeño de la productividad de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Se maneja un enfoque cualitativo se basa en la recolección de datos no numéricos además este proyecto implica analizar datos utilizando métodos teórico lógico, métodos analíticos sintéticos, métodos empíricos.

Las investigaciones y antecedentes considerados válidos para el estudio del modelo triple hélice pretende hacer uso de las fuentes primarias y secundarias para analizar el proceso y el origen del modelo triple hélice, además de tener en cuenta dichos puntos importantes y proponer estrategias a las Mipymes de la provincia del Oro.

PALABRAS CLAVES: *Internacionalización, Mipymes, Modelo triple hélice, Innovación, Estrategias.*

ABSTRACT

This research project is developed on the internationalization of MSMEs through a triple helix model which raises ideas of cooperation between academia, business and government with the goal of proposing this model in micro, small and medium enterprises in the province of El Oro that have the potential to become the engine of growth of the country.

The triple helix model is a business model proposed by Etzkowitz, which is based on the relationship between the university, industry and government under a dynamic of direct and indirect support to these processes without entering into substantive discussion of the original concept, allows to find key correspondences that establish synergies that enhance the development not only economic but also that of the social performance capabilities and structures that are incorporated. synchronously achieving significant benefits for all parties involved by designing strategies.

The importance of this project lies in considering the relevant aspects that are involved in the triple helix model aimed at achieving greater economic growth with greater living conditions, it also helps to detect strengths and weaknesses that allow to propose strategies to facilitate the increase of competition and improve the performance of the productivity of the micro, small and medium-sized enterprises.

A qualitative approach is based on the collection of non-numerical data in addition to the fact that this project involves analyzing data using theoretical logical methods, synthetic analytical methods, empirical methods.

The research and background considered valid for the study of the triple helix model aims to make use of primary and secondary sources to analyze the process and origin of the triple helix model, in addition to taking into account these important points and proposing strategies to MSMEs in the province of Oro.

KEY WORDS: *internationalization, MIPYMEs, triple helix model, Innovation, Strategies.*

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	2
ABSTRACT.....	3
ÍNDICE GENERAL	4
ÍNDICE DE TABLAS	6
LISTA DE ILUSTRACIONES	6
LISTA DE ABREVIATURAS	8
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO 1 DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	11
1.1 Antecedentes históricos	11
1.2 Antecedentes conceptuales y referenciales	14
1.2.1 Modelo triple hélice	14
1.2.2 Proceso de internacionalización	15
1.2.3 Caracterización gnoseológica y metodológica de la gestión empresarial	16
1.3 Antecedentes contextuales	18
1.3.1 Descripción demográfica	18
1.3.2 Clasificación de Mipymes – Ecuador	20
CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA	22
2.1 Tipo De Investigación.....	22
2.2 Paradigma o perspectiva general	22

2.3 Población y muestra.....	22
2.3.1 Población.....	22
2.3.2 Muestra.....	22
2.4 Método teórico con los materiales utilizados	23
2.4.1 El método histórico-lógico.....	23
2.4.2 El método analítico-sintético.....	23
2.4.3 Inductivo- deductivo	23
2.4.4 Hipotético- deductivo.....	23
2.4.5 Abstracción- concreción.....	24
2.4.6 La modelación.....	24
2.4.7 Sistémico.....	24
2.5 Métodos empíricos con los materiales utilizados	24
2.6 Técnicas estadísticas o matemáticas para el procesamiento de los datos obtenidos.	24
CAPITULO 3: FUNDAMENTACIÓN DEL APORTE PRÁCTICO Y SU ELABORACIÓN.....	26
3.1 Fundamentación teórica del aporte práctico para la investigación explicativa transformadora.....	26
3.1.1 Impactos esperados en la investigación	26
3.2 Elaboración del aporte práctico	27
3.2.1 Técnica de encuesta.....	27
CAPITULO 4: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN EL ESTUDIO REALIZADO Y SU CORROBORACIÓN	49
4.1 Descripción y argumentación teórica de los resultados.....	49
CONCLUSIONES	50
RECOMENDACIONES.....	51
BIBLIOGRAFÍA	52

ANEXOS	57
ANEXO 1. GUÍA METODOLÓGICA DE LA ENCUESTA.....	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación de Mipymes	20
Tabla 2 Impactos esperados	26
Tabla 3 Escala de Medición de vinculación	27
Tabla 4 Cultura organizacional	28
Tabla 5 Conocimiento	29
Tabla 6 Pregunta 1	29
Tabla 7 Pregunta 2	30
Tabla 8 Pregunta 3	31
Tabla 9 Pregunta 4	32
Tabla 10 Pregunta 5	33
Tabla 11 Pregunta 6	34
Tabla 12 Pregunta 7	35
Tabla 13 Pregunta 8	36
Tabla 14 Pregunta 9	37
Tabla 15 Pregunta 10	38
Tabla 16 Pregunta 11	39
Tabla 17 Pregunta 12	40
Tabla 18 Pregunta 13	41
Tabla 19 Pregunta 14	42
Tabla 20 Pregunta 15	43
Tabla 21 Pregunta 16	44
Tabla 22 Pregunta 17	45
Tabla 23 Pregunta 18	46
Tabla 24 Pregunta 19	47
Tabla 25 Vinculación	58
Tabla 26 Cultura Organizacional.....	59
Tabla 27 Conocimiento	59

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Modelo Triple Hélice	14
Ilustración 2 Procesos de la gestión empresarial	18
Ilustración 3 Provincia de El Oro	18
Ilustración 4 Empresas por actividad económica en Ecuador.....	21
Ilustración 5 Tabulación Pregunta 1	30
Ilustración 6 Tabulación Pregunta 2.....	31
Ilustración 7 Tabulación Pregunta 3.....	31
Ilustración 8 Tabulación Pregunta 4.....	33
Ilustración 9 Tabulación Pregunta 5	34

Ilustración 10 Tabulación pregunta 6	35
Ilustración 11 Tabulación Pregunta 7	36
Ilustración 12 Tabulación Pregunta 8	37
Ilustración 13 Tabulación Pregunta 9	38
Ilustración 14 Tabulación Pregunta 10	39
Ilustración 15 Tabulación Pregunta 11	40
Ilustración 16 Tabulación Pregunta 12	41
Ilustración 17 Tabulación Pregunta 13	42
Ilustración 18 Tabulación Pregunta 14	43
Ilustración 19 Tabulación Pregunta 15	44
Ilustración 20 Tabulación Pregunta 16	45
Ilustración 21 Tabulación Pregunta 17	46
Ilustración 22 Tabulación Pregunta 18	47
Ilustración 23 Tabulación Pregunta 19	48

LISTA DE ABREVIATURAS

CIU	Clasificación Industrial Internacional Uniforme
COIP	Código Orgánica de la Producción, Comercio e Inversiones
GUIRR	Investigación Industrial de Universidades Gubernamentales del Consejo Nacional de Investigación
PIB	Producto Interno Bruto

INTRODUCCIÓN

Las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) han mejorado en los últimos años, con la intención de ser más competitivos y captar la atención del mercado internacional; sin embargo, sino se han obtenido resultados satisfactorios que promuevan la demanda del producto ecuatoriano, y se ha generado la problemática de cómo potenciar la internacionalización de las Mipymes de la provincia de El Oro en el 2021.

Este proyecto radica en aplicar nuevas estrategias activas en la calidad de un modelo Triple Hélice para potencializar la internacionalización de las Mipymes, mediante el trabajo cooperativo entre el gobierno provincial, las instituciones educativas y las comunidades productivas, siempre orientándose a una labor formativa, con una política participativa que busque interrelacionarse constantemente con lo que produce la provincia de El Oro.

La importancia de este proyecto radica en considerar estos aspectos relevantes que se involucran en el modelo triple hélice y proponerlos a las Mipymes de la provincia de El Oro. Esto implica analizar teóricamente investigaciones y antecedentes considerados válidos para el estudio del modelo triple hélice.

El modelo triple hélice fue creado por Etzkowitz y Leydesdorff (1995), el cual se basa en la relación entre la universidad, la industria y el gobierno bajo una forma de trabajo dinámica de apoyo directo e indirecto a estos procesos sin entrar en la discusión de fondo del concepto original, encontramos puntos clave en donde establece como potenciar el desarrollo económico a parte de los factores involucrados, se logra incrementar beneficios por parte del desarrollo de las estrategias (Montoya Suarez, 2009).

El principal objetivo en este proyecto es potenciar la internacionalización de las Mipymes en la provincia de El Oro en el 2021, mediante un plan estratégico en base a un modelo triple hélice, donde el campo de acción de esta investigación es la gestión empresarial, los mismos que están fundamentados en el marco teórico.

Se pretende hacer un análisis tomando en cuenta las bases teóricas del modelo triple hélice donde este sistema pueda ser propuesto a las Mipymes de la provincia de El Oro, lo que demostrará las ventajas de vincular la academia y el gobierno en el crecimiento empresarial.

Este desarrollo estratégico se puede entender como una nueva función sustantiva de las entidades productivas, las mismas que nos obligan a construir "Puntos de Operación" que están más allá de la propia gestión empírica y nos encaminan a lograr un mayor crecimiento económico con mejores condiciones de vida para toda la población y en especial para la comunidad productora de nuestra provincia.

Ante la situación planteada y en el marco del proyecto de investigación "Estrategias en un modelo triple hélice para potenciar la internacionalización de las Mipymes de la provincia de El Oro, el aporte de este estudio será el análisis de las diferentes áreas que repercuten sobre la capacidad de estas empresas, de tal manera que se puedan detectar fortalezas y debilidades que permitan plantear estrategias, para facilitar el incremento de la competitividad y mejora del desempeño productivo.

En esta investigación el estudio central se basa en la información de los emprendimientos productivos de la comunidad orense, para establecer estrategias en un modelo de Triple Hélice que potencialice la internacionalización de las mismas, la observación constante y detallada logrará dar respuestas a las interrogantes surgidas. A su vez, con estas respuestas podrá determinarse qué influye exactamente en el comportamiento de los procesos de emprendimiento de su producción.

CAPÍTULO 1 DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Antecedentes históricos

El modelo Triple Hélice fue propuesto por Etzkowitz y Leydesdorft (1995), como un estudio entre Estado, universidades y empresas. Este modelo implica que las acciones universitarias deben generar conocimiento, el cual es fundamental en la dependencia de los factores; debido al desarrollo de impulsar los nuevos retos que se den en las empresas con generación de nuevos conocimientos. Es una causa científica que va encaminado al punto de representar el desarrollo de los factores asociados, por otra parte, se determina por mediación que se da en los diferentes métodos empresarial y social.

En el modelo de las triples hélices, la universidad asume un rol estratégico siendo su misión contribuir al desarrollo económico y social del país. El deber de las universidades ha evolucionado a lo largo del tiempo dependiendo de su contexto histórico. En consecuencia, sus orígenes se remontan al siglo XI del entusiasmo intelectual que rodea a la filosofía y la teología. En un principio se formaron como centros dedicados a la sabiduría, donde la sociedad estaba interesada en adquirir conocimientos, deseosas de enseñar o cautivados de estudiar.

De este primer concepto de universidad se deriva esta primera tarea es "enseñar". Este último se puede traducir a términos modernos, con base en los datos de la misión de las universidades tradicionales en Chile, donde se indica su compromiso con una formación humana integrada y pluralista a través de excelente educación superior en diversos campos del conocimiento y campo cultural (Torres Valderrama, 2019).

El modelo triple hélice se basa en tres ámbitos: la producción de abundancia, es decir la empresa; la obtención de innovación, la academia; y, el dominio público, el gobierno. Uno de sus objetivos es entender la relación entre universidad, empresa y gobierno. Por consiguiente, se detallará las variantes que han ido avanzando del modelo triple hélice.

Triple Hélice I es un modelo estadístico de las relaciones universidad, industria y gobierno. En esta configuración, el gobierno nacional incluye a la academia y la industria y dirige la relación entre ellos (circunstancias históricas específicas). Las versiones físicas de este modelo se pueden encontrar en la antigua Unión Soviética y los países de Europa

del Este en "Socialismo existente". Algunos países latinoamericanos también han desarrollado versiones más débiles de sus políticas y, en cierta medida, países europeos como Noruega también han desarrollado políticas. (Díaz Pérez et al. 2019, 5-25)

La variante II del modelo de política (*laissez-faire*) consiste en dominios institucionales separados con límites bien definidos, con relaciones altamente restringidas entre estos dominios. Según un estudio de 2000, tanto Suecia como Estados Unidos demuestran esto, contrariamente a varios informes de la Mesa Redonda de Investigación Industrial de Universidades Gubernamentales del Consejo Nacional de Investigación (GUIRR).

La variante III del TH de las relaciones universidad, industria, gobierno produce una infraestructura de conocimiento basada en dominios institucionales superpuestos, cada uno de los cuales desempeña un papel diferente, y en la interfaz surgen organizaciones híbridas.

El modelo triple hélice estableció una habilidad en *laissez-faire* (filosofía política partidaria de limitar la intervención del Estado al mínimo imprescindible), defendida actualmente a modo de encuentro entre Estado, empresa y universidad. La mayor parte de países en proceso de desarrollo, han intentado alcanzar de cierta manera el modelo. El fin común que se quiere lograr es un ambiente para la innovación, donde se incluya empresas derivadas de universidades, iniciativas trilaterales en el crecimiento asentado al entendimiento y asociaciones estratégicas con las Mipymes (de diferentes tamaños o tecnologías que manejan otros campos o en otros paralelismos), laboratorios gubernamentales, grupos investigativos académicos y otros (Díaz Pérez et al., 2019, 5-25).

A continuación, se presentará como han ido evolucionando las Mipymes.

Los economistas y demás organizaciones siempre estaban enfocados hacia el estudio de la gran empresa, pero el surgimiento de la pequeña y mediana empresa despertó el beneficio en el interés, en el nivel de conocimiento y de opiniones públicas.

Cuando se analiza el origen de las microempresas se puede atestiguar que su surgimiento está relacionado con la crisis económica de las últimas décadas, las primeras microempresas surgieron en la actividad textil, el transporte y la industria luego se fueron

expandingo a los comercios y servicios (Rodríguez Mendoza y Avilés Sotomayor, 2020).

Las Mipymes sobrevivían exitosamente a las crisis debido a su flexibilidad y a su dinámica interna. A partir de ese momento es que se las empieza a valorar como agentes de cambio, con destacable capacidad de adaptación e innovación de productos y servicios, con bajo capital, costos y riesgos involucrados.

Para Spaeth (1993), en los años 50 las Mipymes ya eran reconocidas por sus beneficios. Haciendo énfasis en sus trabajadores y los recursos de producción, evitando estar relacionados con la importación. A pesar de la poca importancia que los teóricos asignaban al fenómeno de las Mipymes, éste existía y era verificado en la realidad económica de los países; sin embargo, las teorías económicas de las décadas anteriores a los ochenta consideraban a las Mipymes como signo de subdesarrollo económico (Álvarez y Duran, 2009).

El surgimiento de las Mipymes en el Ecuador se remonta hacia la década de 1950, desde sus inicios tuvieron que sortear con las dificultades de un país con una economía frágil, excesiva dependencia de los ingresos provenientes del petróleo y la desatención del sector por parte de los gobiernos en turno (Gualotuña Reimundo, 2009).

Las Mipymes tienen permitido el convertirse como un punto del progreso, aunque deberían despuntar y endurecer factores internos como el atraso tecnológico, la falta de recursos humanos capacitados y formas inadecuadas de producción y gestión, conscientes de que deben mejorar sus procesos y brindar a los clientes productos y servicios de calidad (Gualotuña Reimundo, 2009).

En general, las Mipymes están presentes en todos los sectores de la actividad económica siendo más fuerte su presencia en el sector comercial, se han convertido en una fuente de empleo y un medio para ofrecer productos y servicios diversos en mercados de menor tamaño.

Para que las Mipymes puedan resaltar en el entorno es necesario establecer estrategias de internacionalización es una cadena de operaciones donde incentivan a intervenir en puntos estratégicos, no obstante, acatará las diferencias y la moderación de recursos,

instituir esta pauta como estrategias que involucra la evaluación a opciones donde ofrezcan la potenciación de beneficios (Valle, 2014).

La estrategia debe verse como una forma de aplicación de actividades que buscan el logro de objetivos de parte de las organizaciones. Los beneficios y limitaciones al momento de aplicar estrategias es requisito básico, debido a que no es un proceso fácil, pero tampoco imposible de llevar a cabo. Requiere cuidado, esfuerzo, dedicación y actitud porque la complejidad es parte del proceso (Valle, 2014).

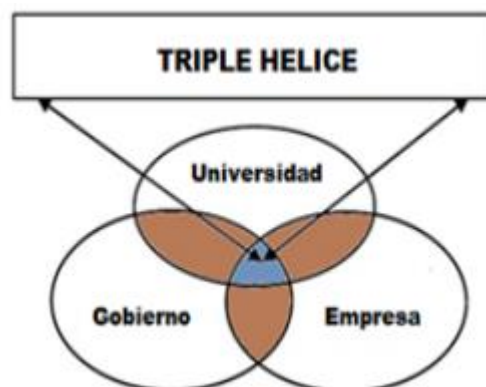
1.2 Antecedentes conceptuales y referenciales

1.2.1 Modelo triple hélice

El modelo triple hélice desarrolló una base empírica que incluye muchos estudios sobre cuestiones sobre la relación entre la academia, la industria y el gobierno, y las transformaciones que ha sufrido en relación con los sectores y campos económicos habilidades cognitivas como la biotecnología, la aviación, las computadoras y la instrumentación (Gutiérrez González et al., 2012).

Menciona Castillo (2020) que la pandemia del Covid-19 logra generar nuevos proyectos de innovación y nuevos efectos en la sociedad, sirviendo el modelo de triple hélice para el fortalecimiento y desarrollo de la innovación, el modelo de Etzkowitz y Leydesdorft (1995) se llama triple hélice porque impulsa la innovación por medio de 3 actores como lo son las universidades, las empresas y el gobierno.

Ilustración 1 Modelo Triple Hélice



Según Franco y Rodríguez (2020) el modelo triple hélice se refiere a un enfoque de innovación sociológica basándose en los análisis y la orientación de cómo se da la relación en la universidad, la empresa y el estado. Aparte de innovar en el mercado también genera problemas sociales.

Triple hélice está basada en modelar la innovación terminando ser útil para los análisis en la universidad, las empresas y el gobierno. Siendo un proceso no continuo en donde se solucionan los problemas de comportamiento de los tres actores involucrados para generar nuevas innovaciones (Ledesma y Cobos, 2018).

Torres, P (2019) menciona que el modelo triple hélice explica cómo se genera las investigaciones, desarrollo e innovaciones en las empresas de acuerdo a su crecimiento, ya que sumergen a las relaciones que se dan en las hélices de la universidad como primera pala, las empresas como segunda y como tercera pala el estado.

Para Wong y Rojas (2021) el Estado, junto con la empresa y la universidad, también se la denomina como grosso modo que se direccionan al desarrollo del país, así como también apoyando a nuevos proyectos que se manifiesten dentro del modelo triple hélice.

Chang Roberto (2020) menciona que quien dirige a los tres involucrados como la universidad, la empresa y el gobierno, es la academia. Los países latinoamericanos convendrán a valorar la economía basada en conocimiento o política antes de implementar el modelo de triple hélice.

1.2.2 Proceso de internacionalización

López, R. (2018) menciona que la internacionalización ha evolucionado de acuerdo al enfoque social y la globalización ya que es importante que la internacionalización caracteriza independencia en países con mejoras culturas, políticas y económicamente; la internacionalización también se la conoce como un eje transversal en la política por medio de proyectos y estrategias.

Martos y Muñoz (2020) señalan que las empresas utilizan recursos organizacionales los cuales son capaces de medir el conocimiento para facilitar la conversión a los recursos y capacidades que se presenten convirtiéndolas en adaptaciones competitivas para la

internacionalización por medio del conocimiento, la innovación, las redes, y el rápido proceso de internacionalización.

Según Cardozo et al. (2007) señalan que el proceso de internacionalización abarca con relación con los aspectos tales como, los costos de transacción de los productos, el comercio internacional y todas las condiciones necesarias para tener éxito en los procesos de la organización.

Para Hoyos (2019) define qué proceso de internacionalización consiste en las motivaciones y modelos para la implementación en las empresas se debe adecuar para llegar a los mercados extranjeros, teniendo en cuenta la capacidad gerencial que es un punto de éxito para sobrellevar los obstáculos presentes y por haber en el proceso de internacionalización.

El proceso de internacionalización forma parte para del crecimiento de las economías, de igual manera se aumenta mejoras para el empleo y un desarrollo positivo para la competitividad, de esta manera gracias a las estrategias implementadas que son prioritarias para el desarrollo socioeconómico. (Núñez Varo y Gómez González, 2021)

De esta manera los conceptos dados por los autores definen acerca del proceso de internacionalización abarca aspectos tales como, la transacción de los productos, el comercio internacional con la implementación de modelos de estrategias para las empresas, para cumplir los objetivos propuestos y de esa forma formar competitividad y generación de empleos.

1.2.3 Caracterización gnoseológica y metodológica de la gestión empresarial

La gestión empresarial según Julio (2020) es un concepto de gran importancia donde no solo se determina las cuatro fases que determinó Henry Fayol sino también otros aspectos para cumplir los objetivos propuestos, para ello es necesario para emplear estrategias para futuros escenarios y de esa forma mejorar la productividad y competitividad en las empresas.

Acosta y Jiménez (2020) el modelo de gestión empresarial se parte clave para mantener un negocio a en constante crecimiento, ya que de este modelo depende que la empresa dependa de su éxito, así como permite planificar las acciones que se presentan en la

empresa y se deberá realizar nuevas actividades productivas siguiendo puntos importantes para llevar un correcto modelo de gestión empresarial.

La gestión empresarial ya no se la considera como una actividad de carácter local ni tampoco nacional, con la evolución de la sociedad de información (TI) y conocimiento se la debe considerar ahora como un asunto de índole mundial, de manera que pueda afrontar el desarrollo de nuevas estrategias para la permanencia en el mercado nacional y proyectar la penetración en mercados internacionales (Julio, 2020).

Para Suárez (2018) los procesos de gestión empresarial se basan en una estrategia con proyección a un desarrollo de crecimiento bajo resultados, por lo cual el proyecto que establece la empresa deberá contar con preparaciones en distintos espacios donde garanticen los contextos, las cuales desarrollan en un tiempo determinado, siempre y cuando para ello se verifica si la actividad podrá ser beneficioso en distintos contextos propios de la economía.

Los autores López y de la Garza (2019) definen a la gestión empresarial como un punto importante para relacionar los recursos de esa forma lograr el posicionamiento de la firma emprendedora de manera eficiente para alcanzar la sustentabilidad y rentabilidad tanto en lo económico y financiero en un mercado altamente competitivo.

Los diferentes autores definen a gestión empresarial como una estrategia de crecimiento para mejorar el aumento y competitividad de las empresas, por lo tanto, debe contar con distintos campos que se desarrollarán a través del tiempo que los cual debe ser beneficioso para poder proyectar la implantación en mercados internacionales.

Quispe et al. (2017) consideran que la gestión empresarial es una actividad que se ejerce con el fin de mejorar la productividad y la competitividad de las empresas, por lo tanto, es necesario que identifiquen los procesos que a la empresa le genera mayor éxito en el manejo de informaciones y los recursos necesarios para los procesos.

Ilustración 2 Procesos de la gestión empresarial



1.3 Antecedentes contextuales

1.3.1 Descripción demográfica

La provincia de El Oro está ubicada en la costa del Ecuador, la capital es la ciudad de Machala, quinta ciudad del país, considerada como la "capital bananera del mundo". Al este El Oro aparece Zaruma un patrimonio cultural, un maravilloso lugar de turismo en la zona. Es uno de los lugares turísticos y de interés más distintivos, donde la diversidad de climas y regiones geográficas permite la heterogeneidad de esta región y la diversidad de su sistema de flora y fauna. Tiene una extensión de 6.188 km² y una población de 643.316 habitantes. También es una tierra de contrastes que promete playas en un extenso archipiélago y remansos de agua dulce. (*Provincia De El Oro (Ecuador).*)

Ilustración 3 Provincia de El Oro



La provincia está desarrollando un comercio basado en las exportaciones de banano, camarón, cacao, café y frutas tropicales. El ganado también jugó un papel importante en el comercio, particularmente las regiones de Machala, Santa Rosa, Piñas y Zaruma. El sector agroalimentario se caracteriza por actividades dedicadas a la producción de alimentos, bebidas, productos químicos, productos minerales, entre otros. La actividad manufacturera es particularmente importante en la provincia. Existen empresas especializadas en la elaboración de productos del mar sin envasar, destilación de alcohol y embotellado de refrescos.

Uno de los principales inconvenientes que dificulta estos emprendimientos productivos de competitividad, desde el inicio de las Mipymes en Ecuador y engrandece desde hace muchas décadas atrás, desde un principio consideraron lidiar con algunos procesos de cada economía, ha sido y es, de una inadecuada orientación y capacitación comunitaria hacia la pequeña y mediana empresa.

Una pobre educación comercializada o politizada, ha frustrado las posibilidades de desarrollo de muchas personas y de la sociedad en general. La falta de un acorde plan estratégico de desarrollo emprendedor de producción y competitividad, atenuado esta grave situación de alcanzar logros significativos, para una aceptación internacional de muchos de nuestros productos. Como el plátano, la yuca, el maíz, el café, el arroz, el pescado, la artesanía, la producción textil, y muchos otros productos que se dan en nuestra provincia.

La estrategia de un adecuado proceso promocional de sostenibilidad productiva de desarrollo institucional que fortalezca un capital social, sería una base fundamental para una infraestructura internacional de competitividad y demanda de nuestros productos en toda la provincia.

Según últimos datos obtenidos en el portal web de la Superintendencia de Compañías del Ecuador (2018), el país tiene un total de 68.520 empresas, de las cuales el 53% corresponden a la región de la Costa, 45% corresponden a la Sierra, 2% al Oriente y 0.4% a Galápagos. Guayaquil es la segunda ciudad más importante del Ecuador, pero la primera referente actividad comercial en el país existen 8.502 empresas que representan el 33%, del total, de las cuales el 28% (43.637) empresas corresponden al sector de Comercio, código G del CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme de las actividades

económicas, versión 4) y de las empresas comerciales, un 45% (24.637) son PYMES (García-Carranza, 2021).

Recordando la legislación ecuatoriana, la opinión sobre Mipymes se encuentra en los artículos 53 y 56 del (COIP) Código Orgánica de Producción, Comercio e Inversiones, habla sobre la definición de Mipymes y el registro único, en cuanto a su clasificación, las normas publicadas son Localícelos según las dos métricas que se muestran en la siguiente tabla.

1.3.2 Clasificación de Mipymes – Ecuador

Las Mipymes en el Ecuador representan el 85% en el sector económico donde incrementa del producto interno bruto (PIB) en el país y genera más fuentes de empleo, incluye con disminución de costos, mejoras en atención al cliente, incremento en competitividad, entre otros (Lozada et al. 2021).

Tabla 1 Clasificación de Mipymes

CLASIFICACIÓN	TRABAJADORES	VENTAS ANUALES (USD)
Microempresa	1-9	Iguals o menores a \$ 100.000
Pequeña empresa	10-49	Entre \$100.001 a 1'000.000
Mediana empresa	50-199	Entre \$1'000.000 y 5'000.000

En Ecuador las Mipymes subsisten en el día a día por diferentes actividades comerciales a las que están ligadas con un fin productivo con el objetivo de satisfacer las necesidades de productos y servicios de los consumidores.

Ilustración 4 Empresas por actividad económica en Ecuador

Actividad	Número	%
Comercio	74,566	38,97
Agricultura	3,324	14,67
Transporte	59,497	8,44
Manufacturas	52,392	7,44
Alojamiento	51,379	7,29
Otros Servicios	42,040	5,97
Técnico	26,804	3,80
Construcción	24,729	3,51
Inmobiliarias	14,114	2,00
Salud	13,963	1,98
Enseñanza	11,524	1,64
Administrativos	10,696	1,52
Información	6,014	0,85
Artes	3,753	0,53
Minas	3,493	0,50
Adm. Pública	3,359	0,48
Financieras	2,320	0,33
Agua	338	0,05
Energía	251	0,04
Total	704,556	100,00

Chávez et al. (2018) las Mipymes se conceptualiza en varios enfoques y criterios donde pueden indicar la clasificación de sectores y actividades económicas, donde contaría con el número de ventas y trabajadores para utilizarlos en estadísticas nacionales para conocer el tamaño de las empresas.

CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA

2.1 Tipo de Investigación

El tipo de investigación según su finalidad es aplicado por el nivel de enfoque a la implementación de estrategias del modelo triple hélice; según su objetivo gnoseológico es explicativa transformadora que se busca generar puntos para aplicar el modelo de triple hélice por medio de estrategias, según su contexto es de campo porque está dirigido a las Mipymes de la provincia de El Oro, según el control de variables es experimental porque se basara en hipótesis, su orientación temporal es longitudinal porque se busca que los cambios que se den a largo plazo y según su nivel de generalidad se presenta dentro del territorio ecuatoriano.

2.2 Paradigma o perspectiva general

La investigación en relación a las estrategias en un modelo triple hélice para potenciar la internacionalización de las MIPYMES de la provincia de El Oro en el 2021 se desarrollará mediante una perspectiva cuantitativa, en base a la recolección de información de análisis de encuestas.

2.3 Población y muestra

2.3.1 Población

El elemento del estudio de la población en la presente investigación está constituido por las Mipymes en la provincia de El Oro, con un total de 40.968 empresas.

2.3.2 Muestra

La muestra utilizada para la investigación es no probabilística es decir se seleccionará la Mipymes según nuestra conveniencia y se selecciona mediante la disponibilidad que se cuente. En este caso se realizará a 70 Mipymes de la provincia de El Oro.

2.3.2.1 Análisis de la muestra

A través de la técnica de muestreo por conveniencia, y de la ubicación geográfica de las autoras, se ha escogido 70 empresas de Machala.

2.3.2.2 Descripción de la muestra

Las empresas seleccionadas se encuentran ubicadas en la provincia de El Oro las cuales cuentan con el poder de internacionalizarse.

2.4 Método teórico con los materiales utilizados

2.4.1 El método histórico-lógico

Para la determinación de la evolución del modelo triple hélice con relación a lograr la internacionalización de las Mipymes de El Oro, en el 2021.

2.4.2 El método analítico-sintético

Para la caracterización gnoseológica, económica, administrativa del proceso de internacionalización; para la caracterización gnoseológica y metodológica de la gestión empresarial; para la valoración de la situación actual para lograr la internacionalización de las Mipymes de la provincia de El Oro en el 2021, para la corroboración de la incidencia del plan de estrategias del modelo triple hélice para lograr la internacionalización de la Mipymes de El Oro, en el 2021.

2.4.3 Inductivo- deductivo

Para la caracterización gnoseológica, económica y administrativa del proceso de internacionalización; para la caracterización gnoseológica de la gestión empresarial; para la valoración actual para lograr la internacionalización de las Mipymes de la provincia de EL Oro en el 2021, para la corroboración de la incidencia del plan de estrategias del modelo triple hélice para lograr la internacionalización de la Mipymes de El Oro, en el 2021.

2.4.4 Hipotético- deductivo

Se aplica este método basándose en hipótesis para comprobar la internacionalización de las Mipymes de la provincia de El Oro en el 2021.

2.4.5 Abstracción- concreción

Se determina la evolución de la gestión empresarial, con relación a la internacionalización de las Mipymes de la provincia de El Oro en el 2021, construyendo los antecedentes con el proceso de internacionalización y gestión empresarial hasta la fundamentación teórica en la implementación de estrategias de un modelo triple hélice para lograr la internacionalización de las Mipymes de El Oro, en el 2021.

2.4.6 La modelación

Se aplica este método con la variable de estrategias de un modelo de triple hélice con el desarrollo de la investigación con un potencial de internacionalización de Mipymes de El Oro.

2.4.7 Sistémico

Para elaborar la implementación de estrategias de un modelo triple hélice para lograr la internacionalización de las Mipymes en la provincia de El Oro, en el 2021.

2.5 Métodos empíricos con los materiales utilizados

El método empírico se basa en la experiencia personal, es decir, en relación con la pregunta, hipótesis de la investigación, para la recolección de los datos de estudio se llevará a cabo en base a las encuestas para conocer la opinión y hechos específicos.

Para obtener los métodos empíricos se aplicará la técnica como la encuesta. La encuesta se realizó a las Mipymes de la provincia de El Oro, para conocer la opiniones y hechos sobre el modelo de triple hélice. Este método fue aplicado con el fin de valorar la situación actual de la internacionalización de Mipymes; y valorar la incidencia en el modelo de triple hélice para lograr la internacionalización de las Mipymes de El Oro, en el 2021.

2.6 Técnicas estadísticas o matemáticas para el procesamiento de los datos obtenidos

Para la obtención de los datos de nuestra investigación hemos desarrollado un trabajo de campo, utilizamos la técnica de encuesta. Dicha encuesta está expresamente dirigida a la población para recopilar datos cuantitativos.

Se representará mediante gráficos estadísticos la recolección de información de acuerdo al cuestionario, con el objetivo de conocer las opiniones y conocimientos de los encuestados.

CAPITULO 3: FUNDAMENTACIÓN DEL APOORTE PRÁCTICO Y SU ELABORACIÓN

3.1 Fundamentación teórica del aporte práctico para la investigación explicativa transformadora.

Los resultados nos permiten conocer sobre las Mipymes y el poder generar ingresos por medio del modelo de triple hélice, lo cual también va a permitir la internacionalización de las mismas.

Implementar estrategias en un modelo triple hélice para la internacionalización de las Mipymes de la provincia de El Oro en el 2021, permite ayudar para las demás Mipymes que quieran dar el paso para internacionalizarse lo vean de una forma más fácil, con la ayuda del modelo.

Las estrategias son de suma importancia en las empresas que buscan competitividad por ello se espera que las estrategias en un modelo triple hélice sirva ayudará a las demás Mipymes en la provincia de El Oro que tienen como objetivo internacionalizarse y así se abran más oportunidades de crecimiento.

Las Mipymes de la provincia de El Oro, serán quiénes podrán implementar las estrategias en el modelo triple hélice para de esa forma puedan mejorar, ser más competitivos en el mercado y lograr la internacionalizarse.

3.1.1 Impactos esperados en la investigación

Tabla 2 Impactos esperados

SOCIAL	ECONÓMICO	CIENTÍFICOS
El impacto que se busca a nivel social es de que las Mipymes pueden beneficiarse de las estrategias e implementarlas	Se busca ayudar en la toma de decisiones de quienes quieran emplear dichas estrategias en sus proyectos de internacionalización.	Se generará un nuevo conocimiento en base a las estrategias de internacionalización en un modelo triple hélice.

si buscan la
internacionalización.

García et al. Menciona que el modelo de triple hélice pretende el generar acciones de la universidad haciendo un papel importante entre las relaciones de la empresa y el estado para desarrollar estrategias de innovación para las empresas como fuentes de conocimiento. Siento importante generar estrategias para todos los procesos presentados y se puedan desempeñar en nuevas funciones.

Menciona Zalapa et al. (2020) el modelo de triple hélice condiciona a las redes de trabajo por medio de las estrategias o alianzas y con relación a las asociaciones o independientes. Condiciona a diferencias sociales, programas de vinculación e innovación para el desarrollo fundamental en la competitividad y transformación de los tres actores.

3.2 Elaboración del aporte práctico

3.2.1 Técnica de encuesta

La encuesta es una herramienta técnica de recolección de datos que se ha convertido en el proceso para la determinación de una investigación social, esto permite dar un seguimiento extensivo y con recolección directa de información (López Roldán y Fachelli, 2015).

A continuación, presentamos la ficha de encuesta desarrollada para nuestra fase de investigación cualitativa.

Tabla 3 Escala de Medición de vinculación

VINCULACIÓN	1	2	3	4	5
1. La empresa establece vínculos de cooperación con sus proveedores para el desarrollo de nuevos productos y/o servicios.					
2. La empresa cuenta con un canal de comunicación directa con sus clientes a fin de conocer y satisfacer sus necesidades.					

3. La empresa establece vínculos con alguna universidad para permitir a los estudiantes la realización de servicio social y prácticas profesionales.					
4. La empresa establece vínculos de cooperación con alguna universidad con el propósito de adquirir conocimiento científico.					
5. La empresa establece planes de trabajo a largo plazo con alguna universidad o centro de investigación para incursionar en procesos de innovación.					
6. La empresa coopera con alguna entidad o institución pública para el impulso de actividades de Investigación, Desarrollo e innovación (I+D+i).					
7. La empresa establece vínculos de trabajo con instituciones gubernamentales.					
8. La empresa accede a programas gubernamentales para impulsar su competitividad.					
9. La empresa se vincula con otras empresas para intercambiar conocimiento que permita el desarrollo de productos o servicios.					

Tabla 4 Cultura organizacional

CULTURA ORGANIZACIONAL	1	2	3	4	5
1. La empresa valora e incorpora la opinión e ideas de los trabajadores.					
2. La empresa cuenta con una estrategia de innovación.					
3. La empresa destina recursos para el desarrollo de innovaciones.					

4. La comunicación interna entre niveles jerárquicos es ágil y permite el desarrollo de innovaciones.					
5. La empresa valora el trabajo en equipo encaminado al desarrollo de innovación.					
6. La empresa se esfuerza por transmitir constantemente a sus colaboradores su visión de futuro.					

Tabla 5 Conocimiento

CONOCIMIENTO	1	2	3	4	5
1. La empresa cuenta con personal capacitado dedicado exclusivamente al desarrollo de innovación.					
2. Existe un plan de formación para facilitar el desarrollo de innovación.					
3. La empresa ofrece incentivos a los trabajadores para que se inserten en actividades de innovación.					
4. Existe un ambiente propicio para el desarrollo de innovaciones en productos.					

Nota: Encuesta adaptada de la tesis, por Lorena Hernández Alpízar, 2018, pag.116.

3.2.2 Técnica de encuesta

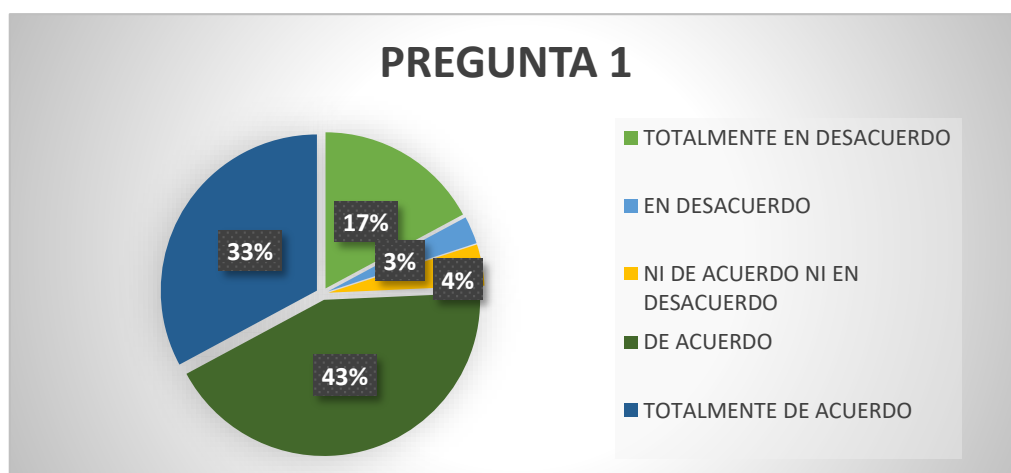
Tabla 6 Pregunta 1

Nº	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
1	La empresa establece vínculos de cooperación con sus proveedores para el desarrollo de nuevos productos y/o servicios.	12	2	3	30	23

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 5 Tabulación Pregunta 1



Análisis: De la siguiente grafica donde se encuentran 70 Mipymes encuestadas el 43% están de acuerdo, totalmente de acuerdo un 33%, totalmente en desacuerdo un 17%, ni de acuerdo ni en desacuerdo un 4% y finalmente un 3% en desacuerdo. Por ende, podemos demostrar que la mayoría de las Mipymes encuestadas de la provincia de El Oro están de acuerdo con que la empresa establezca vínculos de cooperación con los proveedores para el desarrollo de productos o servicios.

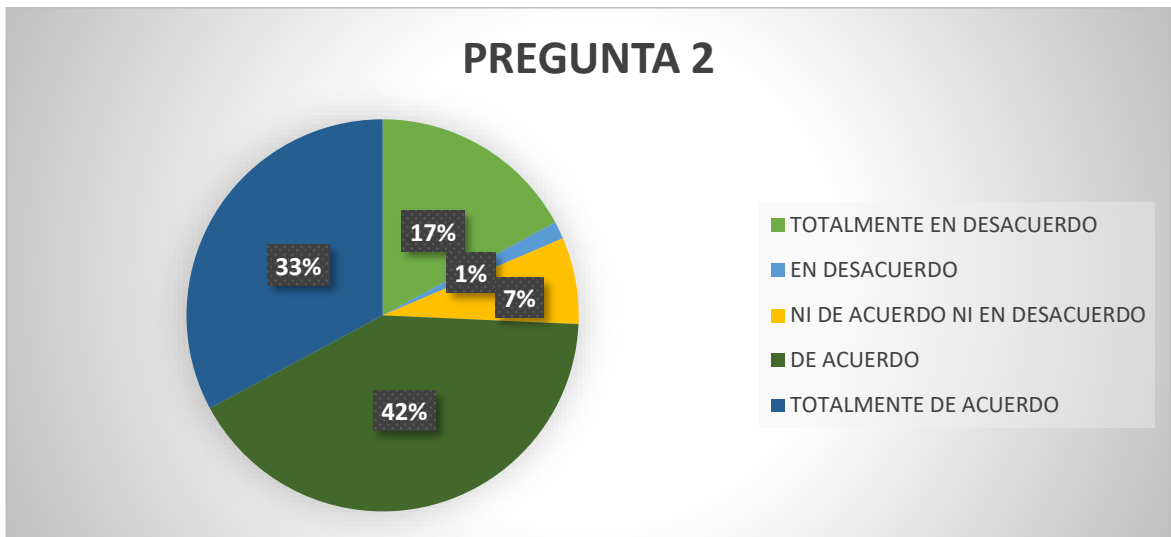
Tabla 7 Pregunta 2

N°	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
2	La empresa cuenta con un canal de comunicación directa con sus clientes a fin de conocer y satisfacer sus necesidades.	12	1	5	29	23

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 6 Tabulación Pregunta 2



Análisis: De 70 Mipymes encuestadas el 42% de las empresas están de acuerdo con que las empresas cuenten con un canal de comunicación directa con sus clientes a fin de conocer y satisfacer sus necesidades, totalmente de acuerdo un 33%, totalmente en desacuerdo un 17%, ni de acuerdo ni en desacuerdo un 7% y finalmente un 1% en desacuerdo.

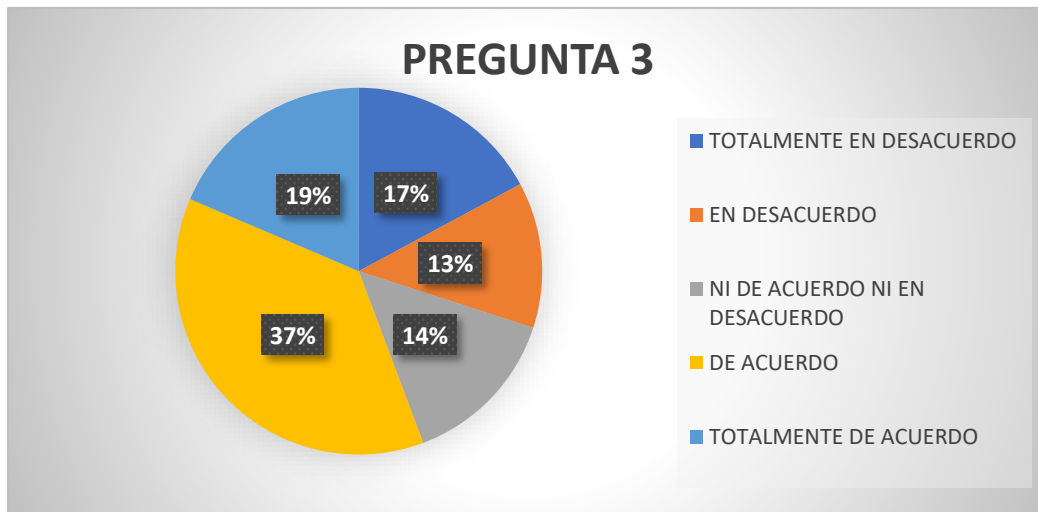
Tabla 8 Pregunta 3

N°	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
3	La empresa establece vínculos con alguna universidad para permitir a los estudiantes la realización de servicio social y prácticas profesionales.	12	9	10	26	13

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 7 Tabulación Pregunta 3



Análisis: De acuerdo con la gráfica el 37% están de acuerdo con que la empresa establezca vínculos con alguna universidad para permitir a los estudiantes la realización de servicio social y prácticas profesionales, un 19% totalmente de acuerdo, un 17 % totalmente en desacuerdo, un 14% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 13% en desacuerdo. Aquí podemos analizar que la gran parte de las Mipymes estaría dispuesta a colaborar para que los estudiantes puedan desarrollarse profesionalmente.

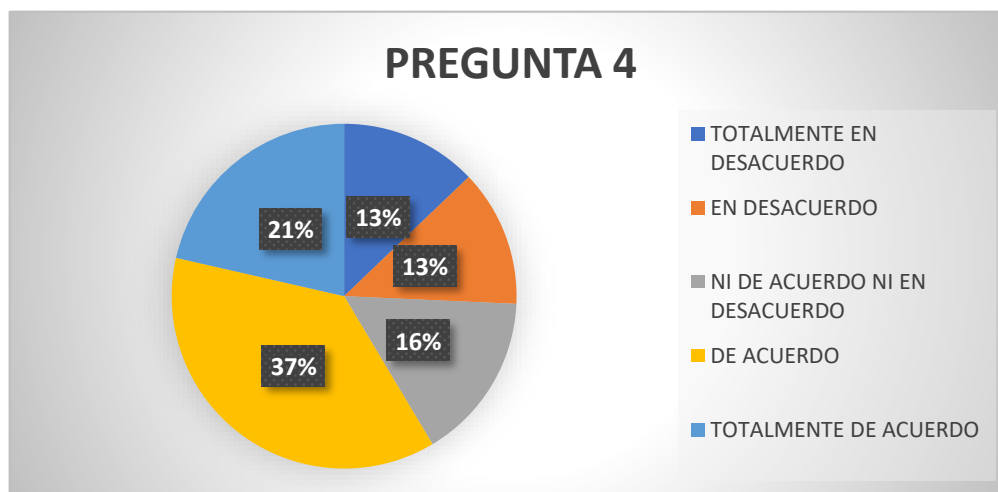
Tabla 9 Pregunta 4

Nº	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
4	La empresa establece vínculos de cooperación con alguna universidad con el propósito de adquirir conocimiento científico.	9	9	11	26	15

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 8 Tabulación Pregunta 4



Análisis: De acuerdo al grupo encuestado de Mipymes el 37% están de acuerdo con que la empresa establezca vínculos de cooperación con alguna universidad con el propósito de adquirir conocimiento científico, un 21% están totalmente de acuerdo, un 16% ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 13% totalmente en desacuerdo y un 13% en desacuerdo.

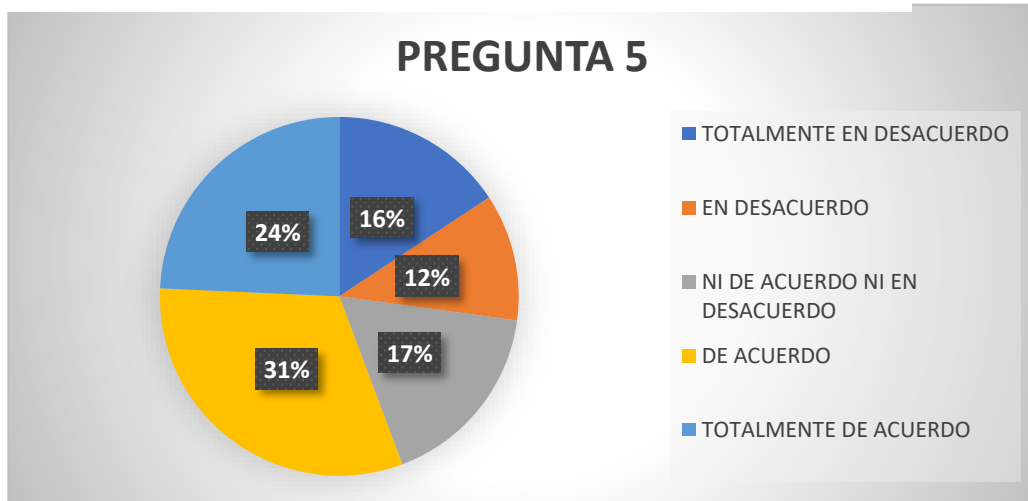
Tabla 10 Pregunta 5

N°	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
5	La empresa establece planes de trabajo a largo plazo con alguna universidad o centro de investigación para incursionar en procesos de innovación.	11	8	12	22	17

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 9 Tabulación Pregunta 5



Análisis: De acuerdo a la gráfica el 31% están de acuerdo con que las empresas establezcan planes de trabajo a largo plazo con alguna universidad o centro de investigación para incursionar en procesos de innovación y un porcentaje del 16% están totalmente en desacuerdo.

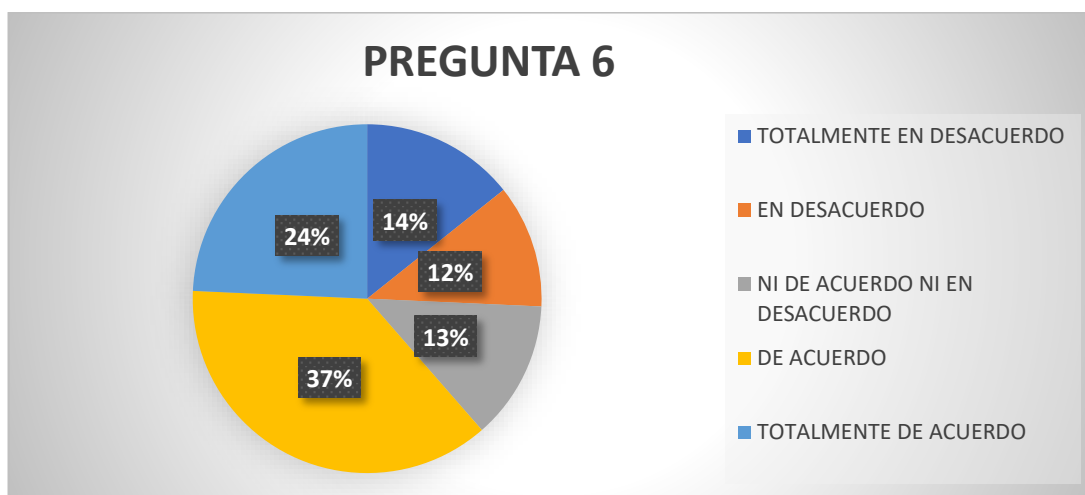
Tabla 11 Pregunta 6

N°	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
6	La empresa coopera con alguna entidad o institución pública para el impulso de actividades de Investigación, Desarrollo e innovación (I+D+i).	10	8	9	26	17

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 10 Tabulación pregunta 6



Análisis: Según la gráfica el 37% están de acuerdo con que las empresas cooperen con alguna entidad o institución pública para el impulso de actividades de Investigación, Desarrollo e innovación y el 12% están en desacuerdo.

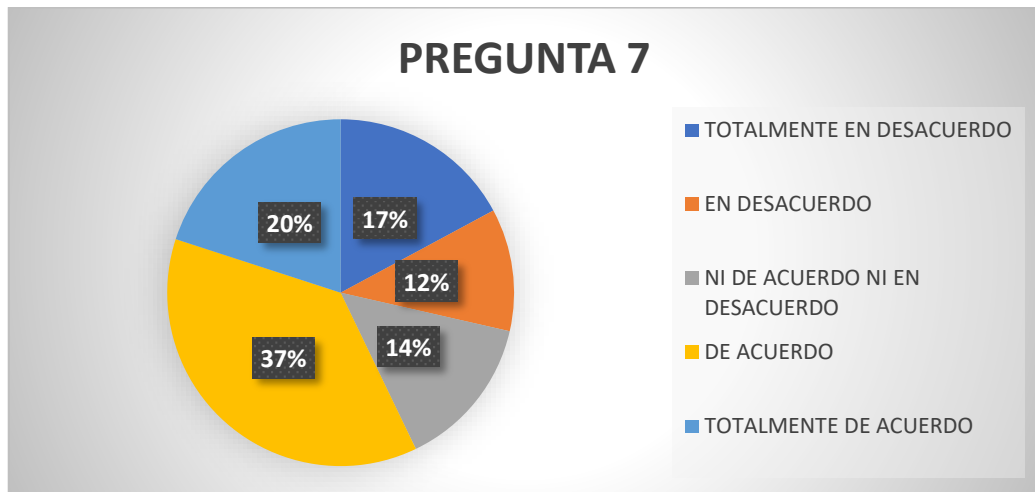
Tabla 12 Pregunta 7

Nº	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
7	La empresa establece vínculos de trabajo con instituciones gubernamentales.	12	8	10	26	14

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 11 Tabulación Pregunta 7



Análisis: De acuerdo con la gráfica el 37% están de acuerdo con que la empresa establezca vínculos de trabajo con instituciones gubernamentales, el 20% están totalmente de acuerdo, un 17% totalmente en desacuerdo, un 14 % ni de acuerdo ni en desacuerdo y finalmente un 12 % en desacuerdo.

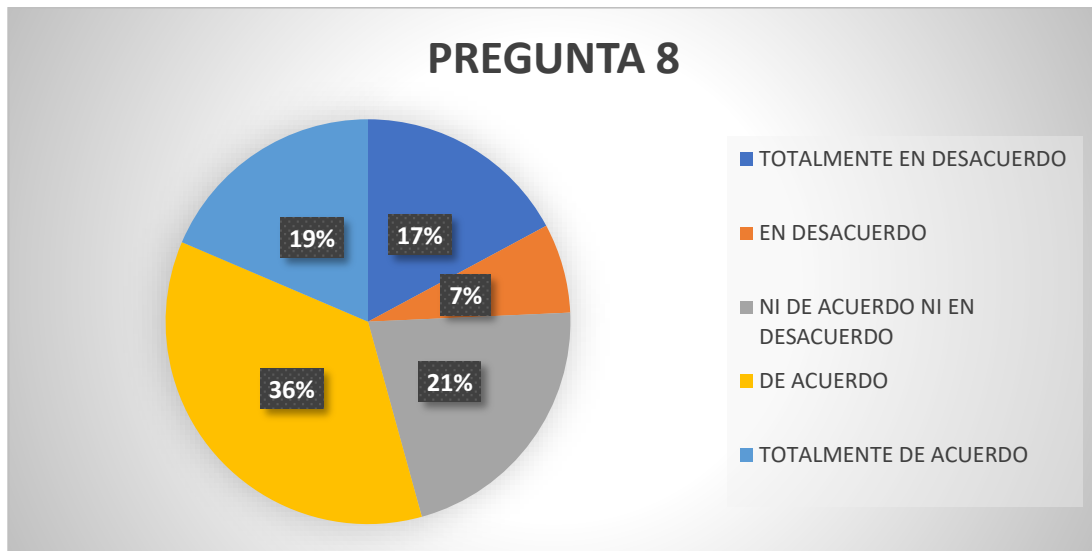
Tabla 13 Pregunta 8

N°	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
4	La empresa accede a programas gubernamentales para impulsar su competitividad.	12	5	15	25	13

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 12 Tabulación Pregunta 8



Análisis: Según la gráfica el 36 % de los encuestados están de acuerdo con que la empresa acceda a programas gubernamentales para impulsar su competitividad, un 21% ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 19% totalmente de acuerdo, un 17% totalmente en desacuerdo y un 7% en desacuerdo.

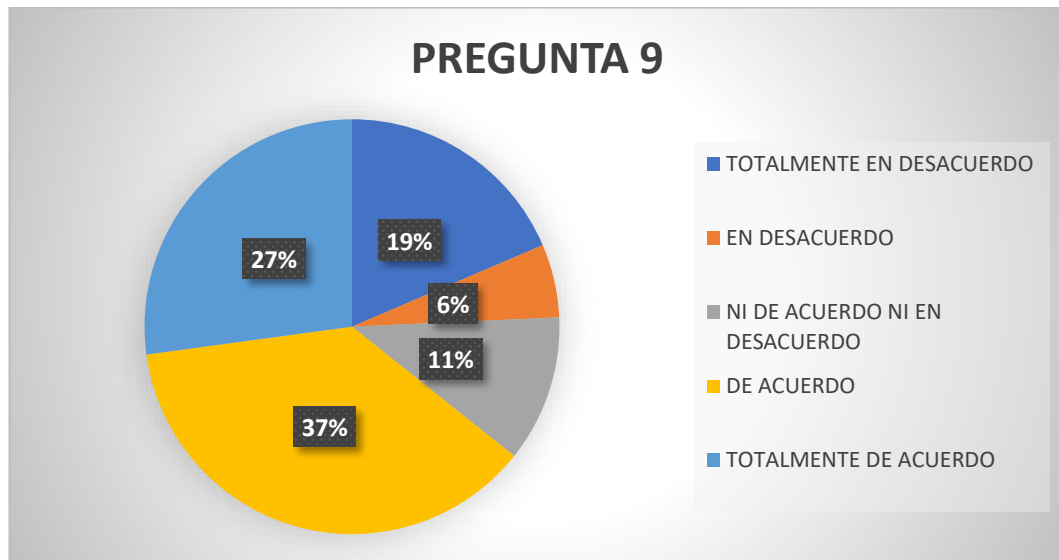
Tabla 14 Pregunta 9

N°	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
9	La empresa se vincula con otras empresas para intercambiar conocimiento que permita el desarrollo de productos o servicios.	13	4	8	26	19

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 13 Tabulación Pregunta 9



Análisis: De acuerdo con la gráfica un 37% de los encuestados están de acuerdo con que la empresa se vincule con otras instituciones para intercambiar conocimientos que permitan el desarrollo de productos o servicios, un 27% totalmente de acuerdo, un 19% totalmente en desacuerdo, un 11% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 6% en desacuerdo.

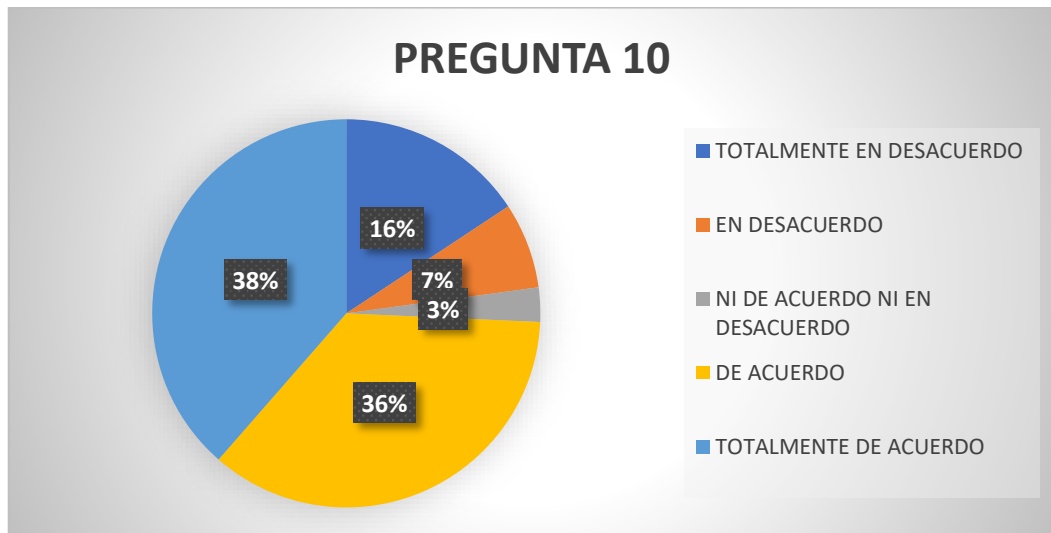
Tabla 15 Pregunta 10

N°	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
10	La empresa valora e incorpora la opinión e ideas de los trabajadores.	11	5	2	25	27

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 14 Tabulación Pregunta 10



Análisis: Según la ilustración de acuerdo con los encuestados un 38% están totalmente de acuerdo con que la empresa valore e incorpore la opinión e ideas de los trabajadores, un 36% están de acuerdo, un 16% totalmente en desacuerdo, un 7% en desacuerdo y un 3% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

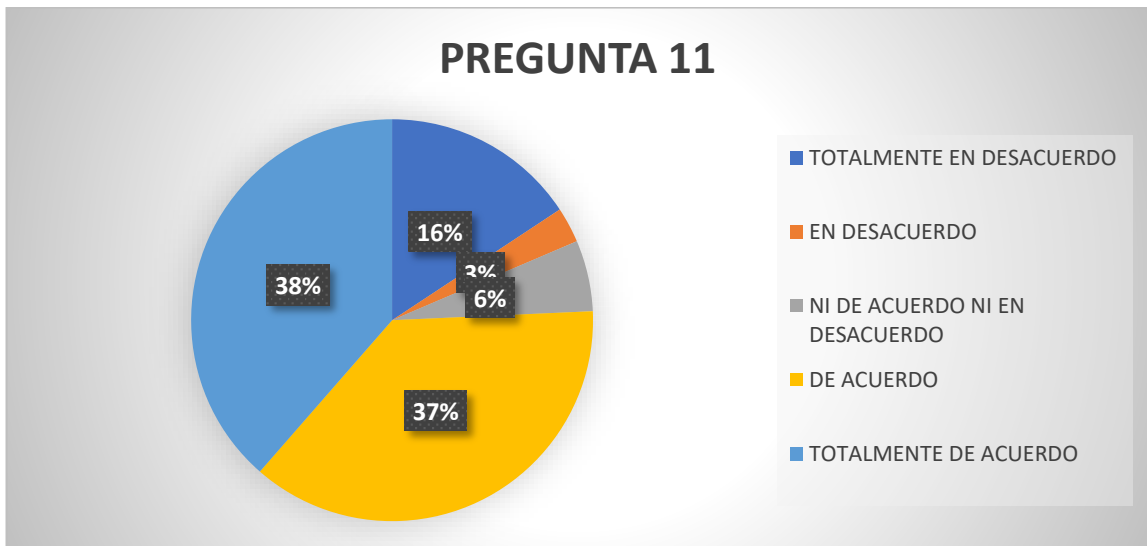
Tabla 16 Pregunta 11

Nº	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
11	La empresa cuenta con una estrategia de innovación.	11	2	4	26	27

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 15 Tabulación Pregunta 11



Análisis: Según la gráfica el 38% están totalmente de acuerdo con que las empresas cuenten con una estrategia de innovación así se logra mejorar los niveles de rentabilidad incluso ser la llave para el diseño de estrategias de precios más competitivos, un 37% están de acuerdo, un 16% totalmente en desacuerdo, un 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 3% en desacuerdo.

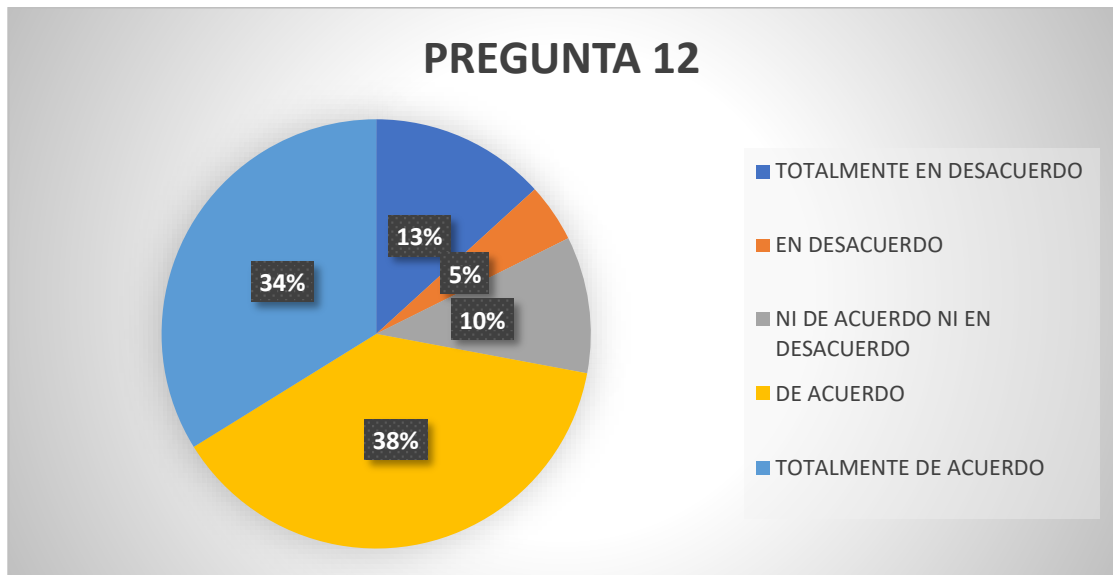
Tabla 17 Pregunta 12

N°	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
12	La empresa destina recursos para el desarrollo de innovaciones.	9	3	7	26	23

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 16 Tabulación Pregunta 12



Análisis: Según la ilustración el 38% de los encuestados están de acuerdo con que la empresa asigne recursos para el desarrollo de innovaciones, el 34% están totalmente de acuerdo, el 13% totalmente en desacuerdo, el 10% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 5% en desacuerdo.

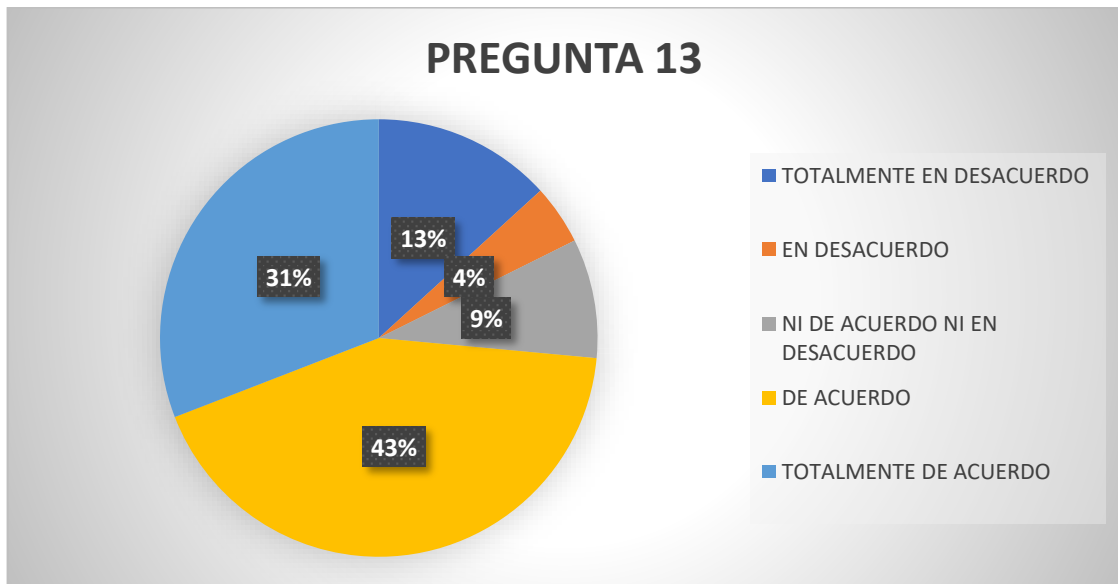
Tabla 18 Pregunta 13

N°	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
13	La comunicación interna entre niveles jerárquicos es ágil y permite el desarrollo de innovaciones.	9	3	6	29	21

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 17 Tabulación Pregunta 13



Análisis: De acuerdo con la gráfica el 43% de encuestados están de acuerdo con que la comunicación interna entre niveles jerárquicos sea ágil y permita el desarrollo de innovaciones, el 31% están totalmente de acuerdo, el 13% están totalmente en desacuerdo, el 9% ni de acuerdo ni en desacuerdo y finalmente un 4% en desacuerdo.

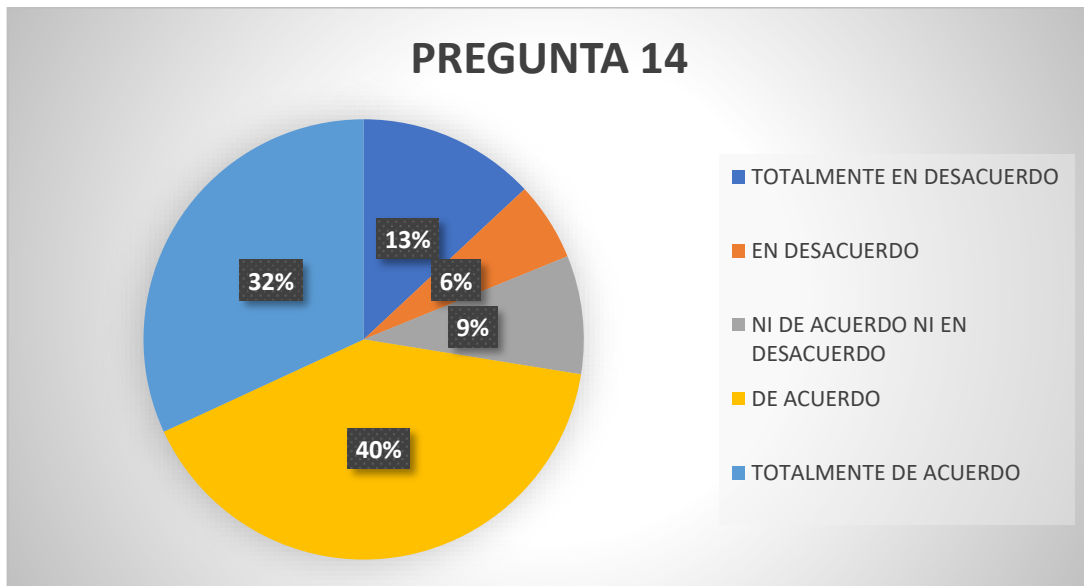
Tabla 19 Pregunta 14

N°	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
14	La empresa valora el trabajo en equipo encaminado al desarrollo de innovación.	9	4	6	28	22

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 18 Tabulación Pregunta 14



Análisis: De acuerdo con la gráfica el 40% de los encuestados están de acuerdo con que la empresa valore el trabajo en equipo encaminado al desarrollo de innovación, un 32 % están totalmente de acuerdo, un 13% están totalmente en desacuerdo, un 9% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 6% en desacuerdo.

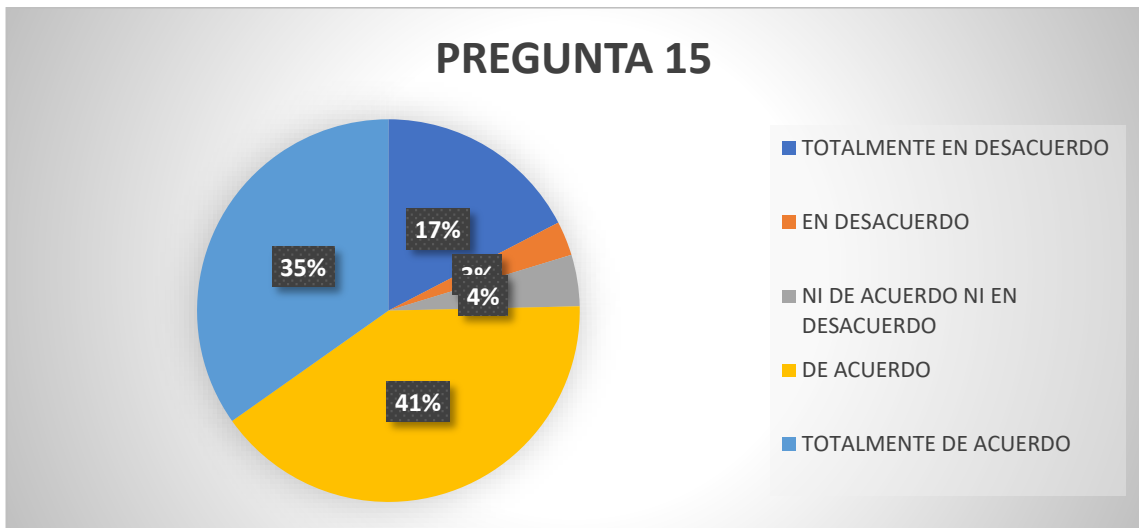
Tabla 20 Pregunta 15

N°	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
15	La empresa se esfuerza por transmitir constantemente a sus colaboradores su visión de futuro.	12	2	3	28	24

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 19 Tabulación Pregunta 15



Análisis: Según la ilustración un 41% están de acuerdo con que la empresa se esfuerce por transmitir constantemente a sus colaboradores su visión de futuro, el 35% están totalmente de acuerdo, un 17% están totalmente en desacuerdo, un 4% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 3% en desacuerdo.

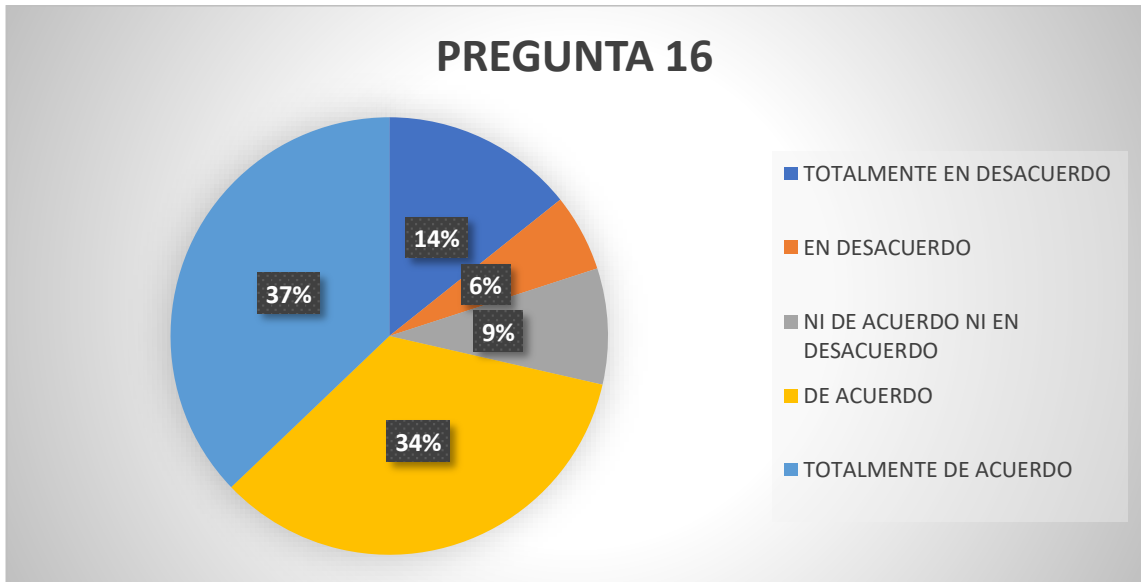
Tabla 21 Pregunta 16

N°	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
16	La empresa cuenta con personal capacitado dedicado exclusivamente al desarrollo de innovación.	10	4	6	24	26

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 20 Tabulación Pregunta 16



Análisis: Según el gráfico el 37% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que la empresa cuenta con personal capacitado dedicado exclusivamente al desarrollo de innovación, un 34% están de acuerdo, un 14% totalmente en desacuerdo, un 9% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 6 % en desacuerdo.

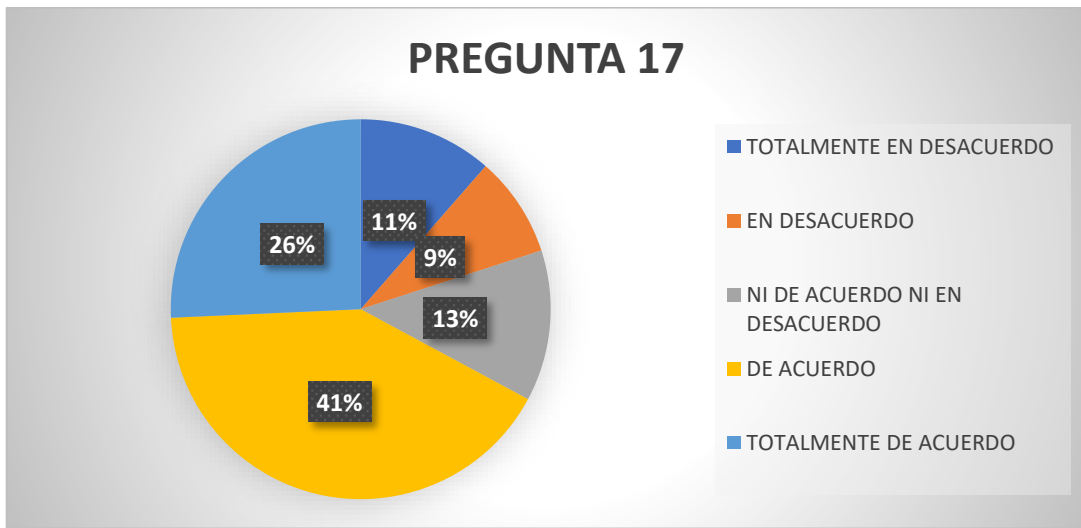
Tabla 22 Pregunta 17

N°	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
17	Existe un plan de formación para facilitar el desarrollo de innovación.	8	6	9	29	18

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 21 Tabulación Pregunta 17



Análisis: Según la ilustración el 41% de los encuestados están de acuerdo en que exista un plan de formación para facilitar el desarrollo de innovación, un 26% están totalmente de acuerdo, un 13% ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 11% totalmente en desacuerdo y finalmente un 9% en desacuerdo.

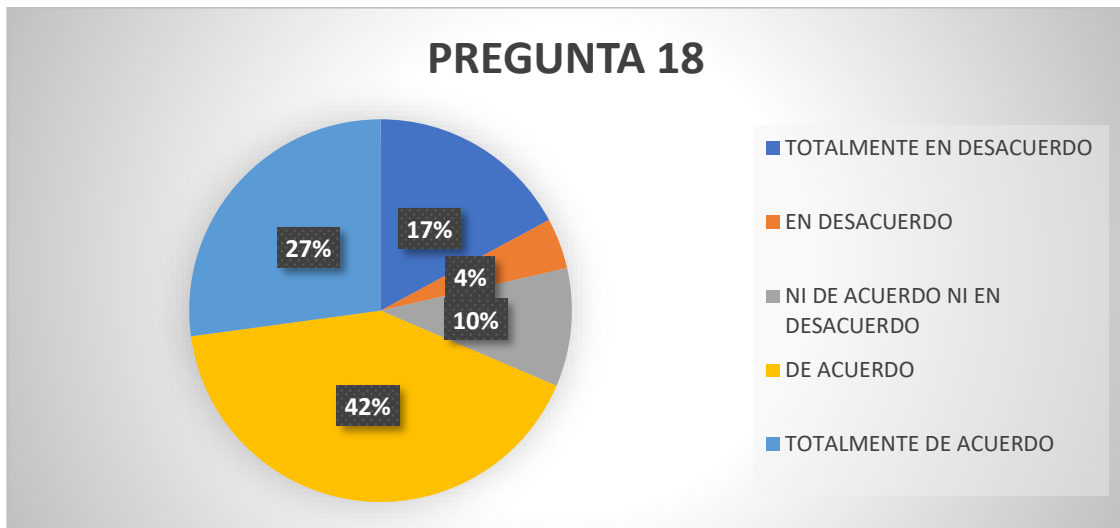
Tabla 23 Pregunta 18

Nº	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
18	La empresa ofrece incentivos a los trabajadores para que se inserten en actividades de innovación.	12	3	7	29	19

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 22 Tabulación Pregunta 18



Análisis: Según la ilustración el 42% de los encuestados están de acuerdo con que la empresa ofrezca incentivos a los trabajadores para que se inserten en actividades de innovación, un 27% están totalmente de acuerdo, un 17% están totalmente en desacuerdo, un 10% ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 4% en desacuerdo.

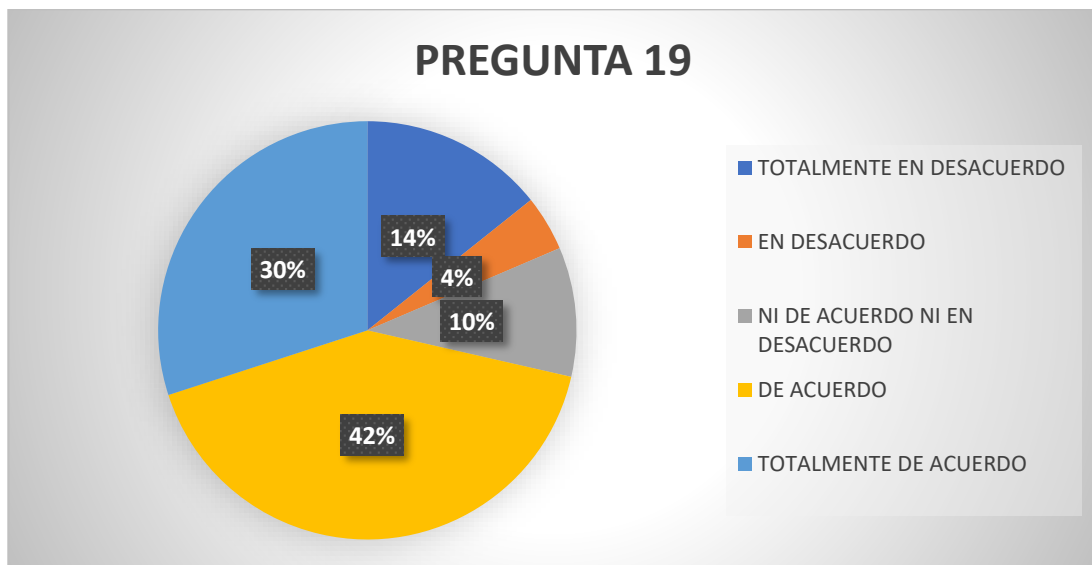
Tabla 24 Pregunta 19

Nº	ASPECTOS A EVALUAR	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
19	Existe un ambiente propicio para el desarrollo de innovaciones en productos.	10	3	7	29	21

Elaboración propia

Fuente: Encuesta

Ilustración 23 Tabulación Pregunta 19



Análisis: Según la ilustración, el 42% de los encuestados están de acuerdo en que exista un ambiente propicio para el desarrollo de innovaciones en productos, el 30% están totalmente de acuerdo, el 14% están totalmente en desacuerdo, el 10% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4% en desacuerdo.

CAPITULO 4: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN EL ESTUDIO REALIZADO Y SU CORROBORACIÓN

4.1 Descripción y argumentación teórica de los resultados.

Los resultados esperados para la obtención de la implementación de estrategias en un modelo triple hélice para potenciar la internacionalización de las Mipymes de la provincia de El Oro, en el 2021.

En nuestra investigación se encuentran impactos económicos, sociales y científicos; donde se generan mayores conocimientos sobre las estrategias del modelo triple hélice con el objetivo de la internacionalización de las Mipymes y juntos a ello lograr un crecimiento económico oportuno.

Las Mipymes de la provincia de El Oro, son a quienes se implementarán las estrategias para conseguir nuevas mejoras, llegar a ser más competitivos en mercados internacionales y de tal manera lograr la internacionalización.

Rojas, Sandra et al. (2020) el modelo triple hélice innova a las empresas por medio de la implementación de las estrategias, considerando diferentes perspectivas de interés en la investigación. En los tres factores como es la universidad, las empresas y el Estado; miden nuevos retos para ser implementadas.

Fernández y Ruiz (2022) provee la visión de la dependencia de la universidad, empresa y estado que, por medio de la conceptualización de la comprensión de los tres actores involucrados, menciona un trayecto a la dicha relación entre funciones.

Aprovechar las estrategias para potencializar las Mipymes es un factor que incide en los ingresos de las empresas de la provincia de El Oro, debido a que los resultados obtenidos evidencian el cumplimiento del objetivo de la investigación, dada a la actividad comercial y productiva de la provincia.

En la Provincia de el Oro, es preciso levantar información cualitativa respecto a cómo potencializar la internacionalización de la Mipymes, Dentro de los últimos años no se ha realizado investigaciones respecto al tema de estudio, además, resulta viable la presente investigación porque permite asentar bases fundamentales a la misma.

CONCLUSIONES

Según la información expuesta, se concluye que las Mipymes han llegado a tener importancia en el país, ya sea por el incremento en el PIB y por generar plazas de trabajos, por medio de las estrategias para el modelo triple hélice plantean procesos de innovación que puedan promover a la internacionalización de las mismas. Por medio de los resultados obtenidos se logró analizar los conceptos sobre el modelo hélice y el proceso de internacionalización de las Mipymes.

Este proyecto de investigación se enfoca a la internacionalización de la Mipymes de la provincia de El Oro por medio de un modelo triple hélice, donde se aportó con una recolección de datos y opiniones con 70 pymes con enfoques de desarrollo productivo para potenciar a la internacionalización.

El presente estudio tiene como finalidad de involucrar el modelo triple hélice en medio de un plan estratégico, de la misma manera hace énfasis en las fuentes de investigación y estudios previos para la corroboración teórica del estudio.

Se ha estudiado la relación de las conceptualizaciones en el desarrollo de la investigación se da la comparación de las hipótesis planteadas a las siguientes conclusiones:

De primera instancia, se estudia la relación en la investigación el desarrollo de los productos y el enfoque de internacionalización de las Mipymes demostrando que se puede vincular junto al proceso de innovación las ventajas competitivas.

Como segundo punto, se concluye que la correcta implementación de las estrategias del modelo triple hélice permiten tener un mejor desarrollo de innovación en las Mipymes y los productos.

Finalmente, la implementación de estrategias en las empresas permite potenciar la internacionalización de las mismas.

RECOMENDACIONES

Por medio de las bases ya presentadas en la investigación con los resultados esperados y necesarios, por medio de la corroboración teórica e hipótesis planteadas a continuación se presentan las recomendaciones acerca del plan estratégico del modelo triple hélice para la internacionalización de Mipymes de la provincia de El Oro en el 2021.

- Implementar en las estrategias del modelo triple hélice. Lo cual, se deberá analizar los objetivos, así mismo generar actividades necesarias para las Mipymes y alcanzar las metas propuestas.
- Brindar información necesaria para las empresas que mantienen modelos de negocios a corto y largo plazo resaltando su importancia y rentabilidad a las Mipymes.
- Hacer figura en las empresas para que se adopten nuevas medidas del modelo triple hélice ayudando a promover cambios significativos para la empresa.
- Conocer las estrategias que lleven a dar un crecimiento exitoso a las empresas, así como lograr la integración de los factores que están dispuestos a potenciar la internacionalización de las Mipymes.
- Involucrarse en materia con fines de internacionalización a beneficio de la empresa y ventaja de los productos en mercados internacionales, dejando en claro el compromiso que se tiene con las Mipymes.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta-Véliz, M. M., & Jiménez-Cercado, M. E. (2020). Modelo de gestión empresarial del Ecuador. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN: 2588-090X . Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 5(5), 115–131. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i5.218>
- Alvarez Mariano, D. J. (2009). *Manual Micro, Pequeña, Mediana Empresa* [Review of *Cepal.org*, por C. E. P. A. L. y. el Caribe]. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/1/Manual_Micro_Pequeña_Mediana_Empresa_es.pdf
- Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Ramírez, C. A. (2013). Teorías de internacionalización. *Panorama*, 1(3). <https://doi.org/10.15765/pnrm.v1i3.264>
- Castillo-Vergara*, M. (2020). La teoría de las N-hélices en los tiempos de hoy. *Journal of Technology Management & Innovation*, 15(3), 3–5. <https://doi.org/10.4067/s0718-27242020000300003>
- Chang López, R. E. (2020). Desafíos post COVID-19 de las políticas públicas en los modelos de innovación abierta, triple o tetra hélice en el mundo virtual y digital de la región latinoamericana. *Revista Centroamericana de Administración Pública*, 79, 79–89. https://doi.org/10.35485/rcap79_7
- Chávez Cruz, G., Campuzano Vásquez, J., & Betancourt Gonzaga, V. (2018). Las micro, pequeñas y medianas empresas. Clasificación para su estudio en la carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Machala. *Conrado*, 14, 247–255. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442018000500247&script=sci_arttext&tlng=en
- Díaz Pérez, M., Guerrero, R. C., & Reyes, R. G. (2019). Análisis de las redes de colaboración en la innovación para el desarrollo. *Cooperativismo y desarrollo*, 7(1), 5–25. <http://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/228>

- Etzkowitz, H. y Leydesdorff, L. (1995). La triple hélice: relaciones universidad-industria-gobierno: un laboratorio para el desarrollo económico basado en el conocimiento. *Revisión EASST*, 14 (1), 14-19.
- Fernández-Camargo, O., & Ruiz González, M. de L. Á. (2022). Bases teóricas para el diseño de un modelo integral de vinculación universidad-empresa-Estado en la Universidad de Panamá. *Economía y desarrollo*, 166(1). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0252-85842022000100006&script=sci_arttext&tlng=pt
- Franco Gómez, M., & Rodríguez Crespo, G. (2020). Una incursión al Modelo Triple Hélice, visto desde la Universidad Metropolitana del Ecuador. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 3(1), 204–211. <http://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/251>
- García Cauzor, R. X., Gómez Barajas, E. R., & Ríos Ariza, J. M. (2017). Impacto de un modelo triple hélice en el Centro Universitario del Sur, Universidad Guadalajara. *Revista Caribeña de Investigación Educativa (RECIE)*, 1(1), 7–17. <https://doi.org/10.32541/recie.2017.v1i1.pp7-17>
- Giraldo Martínez, G. A., & Valencia Pérez, L. R. (2022). The Triple Helix and its intervention in the research and development of products for international security and defense. *Revista de Relaciones Internacionales Estrategia y Seguridad*, 17(1), 31–46. <https://doi.org/10.18359/ries.5600>
- GlobalPlus, I. (2019). *El Observatorio Económico*. http://www.globalplus.ec/boletines/2019/Boletin_1.pdf?1.1
- Gualotuña, E. (2009). *UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO*. Edu.ec. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5005/1/UPS-QT00080.pdf>
- Hoyos-Villa, O. A. (2019). Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano: estudio de caso. *ENTRAMADO*, 15(2), 78–103. <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.2.5597>

- Julio Quintana, P. del C. (2021). IMPORTANCIA DEL MODELO DE GESTIÓN EMPRESARIAL PARA LAS ORGANIZACIONES MODERNAS. *Revista Enfoques*, 4(16), 272–283. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.99>
- Ledesma Silva, Y. E., & Cobos Reina, Á. R. (2018). La Triple Hélice de las TIC en Ecuador. *Journal of Science and Research*, 3(9), 41–48. <https://doi.org/10.26910/issn.2528-8083vol3iss9.2018pp41-48p>
- López Lemus, J. A., & De la Garza Carranza, M. T. (2019). Las prácticas de gestión empresarial, innovación y emprendimiento: factores influyentes en el rendimiento de las firmas emprendedoras. *Nova scientia*, 11(22), 357–383. <https://doi.org/10.21640/ns.v11i22.1795>
- Lopez Montero, R. (2018). Propuesta de internacionalización desde las estrategias didácticas universitarias. *Alteridad*, 13(2), 239–250. <https://doi.org/10.17163/alt.v13n2.2018.07>
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*. Uab.cat. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Lozada-Das-Dores, Á.-J., Casallas-Restrepo, R.-E., Bedoya-García, J.-A., Castellanos-Garzón, J.-A., & Rey-Piedrahita, A. (2021). Dispensador de cajetillas de cigarrillos para Mipyme como experiencia de relación academia-sector productivo, Tuluá. *Revista científica*, 43(1), 109–123. <https://doi.org/10.14483/23448350.17642>
- Martos Martínez, C. B., & Muñoz Guarasa, M. (2020). Importancia de las capacidades dinámicas en el proceso de internacionalización: el caso de los KIS. *Revista de economía mundial*, 54. <https://doi.org/10.33776/rem.v0i54.3849>

- Montoya Suárez, O. (2009). LA RELACIÓN UNIVERSIDAD MEDIO: UNA MIRADA DESDE EL ENFOQUE DE LA TRIPLE HÉLICE. *Scientia et technica*, XV (42), 166–171. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84916714031>
- Núñez Varo, J. M., & Gómez González, M. del M. (2021). La internacionalización empresarial a través de la lente de género. *ICE, Revista de Economía*, 921. <https://doi.org/10.32796/ice.2021.921.7274>
- Pérez, L. (2020). *Las MiPyMes: Historia, Cultura y Práctica Profesional*. Uba.ar. https://www.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/sitios_catedras/obligatorias/039_psico_institu2/material/bibliografia/mipymes.pdf
- Quispe-Otacoma, A. L., Padilla-Martínez, M. P., Telot-González, J. A., & Nogueira-Rivera, D. (2017). Tecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial de pymes comerciales. *Ingeniería Industrial*, 38(1), 81–92. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362017000100008
- Rodríguez-Mendoza, R., & Aviles-Sotomayor, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. 593 *Digital Publisher CEIT*, 5–1(5), 191–200. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337>
- Rojas-Berrio, S. P., Rincón-Novoa, J. L., & Montoya-Restrepo, L. A. (2020). Visiones de los actores de la triple hélice para el turismo inteligente. *NOVUM*, 1(10), 147–165. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/novum/article/view/84206>
- Sarmiento del Valle, S. (2014). ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACION Y GLOBALES PARA PAISES EN DESARROLLO Y EMERGENTES. *Revista Dimensión Empresarial*, 111–138.
- Spath, B. (1993). *Small firms and development in Latin America: the role of the institutional environment, resources and industrial relations*. International Institute for Labour Studies.
- Suárez-Espinar, M. J. (2018). Gestión Empresarial: un paradigma del siglo XXI. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias*

Administrativas, Económicas y Contables). ISSN: 2588-090X . *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, 3(8), 44–64.
<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.57>

Torres, P. (2019). El modelo de la triple hélice como propuesta para incorporar innovación en la acuicultura nacional. *Revista gestión de las personas y tecnología*, 12(36), 59–75.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7836904>

Torres, P. (2019). Vista de El modelo de la triple hélice como propuesta para incorporar innovación en la acuicultura nacional. *REVISTA GESTIÓN DE LAS PERSONAS Y TECNOLOGÍA*.
<https://www.revistas.usach.cl/ojs/index.php/revistagpt/article/view/4260/26003324>

Wong, S., & Rojas-Mora, J. (2021). La relación entre la patente y el desarrollo: Una mirada desde la I+D universitaria chilena. *Revista chilena de derecho y tecnología*, 10(2), 229. <https://doi.org/10.5354/0719-2584.2021.58780>

Zalapa, E., García, Y., & Medellín, M. (2020). Incubadoras de empresas en las universidades como modelo de innovación desde la Triple Hélice. *Revista Electrónica sobre Educación Media y Superior*, 7(14), 19–42.
<https://www.cemys.org.mx/index.php/CEMYS/article/view/293>

Zúñiga Cortez, J. H., Gutiérrez González, L., & González Guajardo, J. E. (2012). Innovando pymes a través de la vinculación con el enfoque de la triple hélice. *Mercados y negocios*, 26, 105–123.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571863951006>

ANEXOS

ANEXO 1. GUÍA METODOLÓGICA DE LA ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
Calidad, Pertinencia y Calidez
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
PROCESO DE TITULACIÓN

CUESTIONARIO APLICADO AL PERSONAL DE LAS MIPYMES SELECCIONADAS

Tema: Estrategias en un modelo triple hélice para potenciar la internacionalización de las Mipymes de la provincia de el oro en el 2021.

Antecedentes: La encuesta es un herramienta técnica de recogida de datos que se ha convertido en todo un proceso o en un método de investigación social cuya aplicación significa el seguimiento de un proceso de investigación en toda su extensión, destinado a la recogida de los datos de la investigación, en el que se implican un conjunto diverso de técnicas que combinadas, en una sintaxis propia y coherente, que se orientan y tienen como objetivo la construcción de un objeto científico de investigación (López Roldán & Fachelli, 2015).

Objetivo de la guía: Obtener información sobre la trazabilidad que poseen las pequeñas y medianas empresas de la provincia de El Oro, con la finalidad de promover un modelo triple hélice y potenciar la internacionalización de las Mipymes.

Introducción: Somos un equipo de investigadores de la Universidad Técnica de Machala, estamos desarrollando una investigación con el objetivo de conocer cuánto del porcentaje de la población de las Mipymes de la provincia de El Oro conoce acerca del modelo triple Hélice.

La información que nos proporcionará será para fines académicos y se garantiza confiabilidad.

Ficha de encuesta: 18 ítems valorados a través de una escala Likert, con cinco niveles de medición que comprenden de 1 “Totalmente en desacuerdo” a 5 “Totalmente de acuerdo”

Tabla 25 Vinculación

VINCULACIÓN	1	2	3	4	5
1. La empresa establece vínculos de cooperación con sus proveedores para el desarrollo de nuevos productos y/o servicios.					
2. La empresa cuenta con un canal de comunicación directa con sus clientes a fin de conocer y satisfacer sus necesidades.					
3. La empresa establece vínculos con alguna universidad para permitir a los estudiantes la realización de servicio social y prácticas profesionales.					
4. La empresa establece vínculos de cooperación con alguna universidad con el propósito de adquirir conocimiento científico.					
5. La empresa establece planes de trabajo a largo plazo con alguna universidad o centro de investigación para incursionar en procesos de innovación.					
6. La empresa coopera con alguna entidad o institución pública para el impulso de actividades de Investigación, Desarrollo e innovación (I+D+i).					
7. La empresa establece vínculos de trabajo con instituciones gubernamentales.					

8. La empresa accede a programas gubernamentales para impulsar su competitividad.					
9. La empresa se vincula con otras empresas para intercambiar conocimiento que permita el desarrollo de productos o servicios.					

Tabla 26 Cultura Organizacional

CULTURA ORGANIZACIONAL	1	2	3	4	5
10. La empresa valora e incorpora la opinión e ideas de los trabajadores.					
11. La empresa cuenta con una estrategia de innovación.					
12. La empresa destina recursos para el desarrollo de innovaciones.					
13. La comunicación interna entre niveles jerárquicos es ágil y permite el desarrollo de innovaciones.					
14. La empresa valora el trabajo en equipo encaminado al desarrollo de innovación.					
15. La empresa se esfuerza por transmitir constantemente a sus colaboradores su visión de futuro.					

Tabla 27 Conocimiento

CONOCIMIENTO	1	2	3	4	5
16. La empresa cuenta con personal capacitado dedicado exclusivamente al desarrollo de innovación.					
17. Existe un plan de formación para facilitar el desarrollo de innovación.					
18. La empresa ofrece incentivos a los trabajadores para que se inserten en actividades de innovación.					

19. Existe un ambiente propicio para el desarrollo de innovaciones en productos.					
--	--	--	--	--	--

Nota: Encuesta adaptada de la tesis, por Lorena Hernández Alpizar, 2018, pag.116