



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**  
**SEDE GUAYAQUIL**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**LA INNOVACIÓN COMO FACTOR DETERMINANTE EN EL  
DESARROLLO DE NUEVOS EMPRENDIMIENTOS COMERCIALES**

Trabajo de titulación previo a la obtención del  
Título de Licenciado en Administración de Empresas

**AUTOR:** CHICA ANDAGANA ANDREWS JEAN PIERRE

**TUTOR:** ING. WENDY LEONOR LUNA RAMOS, MSc.

Guayaquil – Ecuador

2025

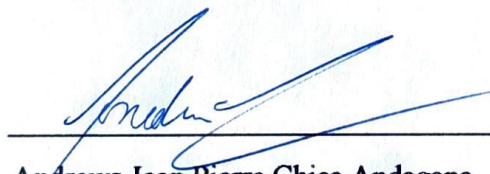
**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE  
TITULACIÓN**

Yo, Andrews Jean Pierre Chica Andagana con documento de identificación N° 2000155784 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 14 de agosto de 2025

Atentamente,



Andrews Jean Pierre Chica Andagana

2000155784

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE  
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Andrews Jean Pierre Chica Andagana con documento de identificación No. 2000155784, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Ensayo o Artículo Académico: “La innovación como factor determinante en el desarrollo de nuevos emprendimientos comerciales”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Administración de Empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 14 de agosto de 2025

Atentamente,



Andrews Jean Pierre Chica Andagana

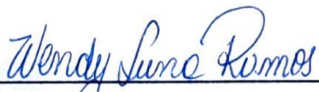
2000155784

## **CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Wendy Leonor Luna Ramos con documento de identificación N° 0922008693, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: LA INNOVACIÓN COMO FACTOR DETERMINANTE EN EL DESARROLLO DE NUEVOS EMPRENDIMIENTOS COMERCIALES, realizado por Andrews Jean Pierre Chica Andagana con documento de identificación N° 2000155784, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Ensayos o Artículos Académicos que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 14 de agosto de 2025

Atentamente,



Ing. Wendy Leonor Luna Ramos, MSc.

0922008693

# La Innovación como Factor Determinante en el Desarrollo de Nuevos Emprendimientos Comerciales

*Innovation as a Determining Factor in the Development of New Business Ventures*

## Resumen

La innovación es generar y aplicar ideas nuevas o transformar las existentes. Dentro del contexto empresarial, se mejoran productos, servicios, modelos de negocio, métodos de producción o estrategias de marketing. Actualmente, es un factor fundamental para el desarrollo y crecimiento de un emprendimiento que responde al cambio del mercado. El objetivo general de la investigación es analizar el papel de la innovación como factor determinante en el desarrollo de nuevos emprendimientos comerciales en Guayaquil. La metodología usada es un estudio descriptivo con enfoque cuantitativo, con un diseño de estudio no experimental, de corte transversal. La población de estudio son los emprendedores de Guayaquil y la muestra obtenida mediante muestreo probabilístico es de 382 emprendedores. Se usó la encuesta como técnica de recolección de datos y al cuestionario como el instrumento. Se obtuvo que 58,12% emprendedores han implementado innovaciones en sus negocios, de los cuales las áreas más intervenidas han sido los productos, servicios y marketing; también se obtuvieron respuestas positivas relacionadas a las innovaciones respecto al crecimiento de los negocios, generar mayores ventas, mejorar eficiencia del negocio, sostenibilidad del emprendimiento, captación de nuevos clientes y permanencia en el mercado. Además, el 81,68% tiene la intención de seguir innovando en sus emprendimientos. Para concluir, la innovación mostró ser determinante para que los emprendimientos se mantuvieran en el mercado, el crecimiento, la sostenibilidad y la competitividad de estos.

## Abstract

*Innovation is generating and applying new ideas or transforming existing ones. Within the business context, it involves improving products, services, business models, production methods, or marketing strategies. Currently, it is a fundamental factor for the development and growth of a venture that responds to market changes. The overall objective of the research is to analyze the role of innovation as a determining factor in the development of new commercial ventures in Guayaquil. The methodology used is a descriptive study with a quantitative approach, with a non-experimental, cross-sectional study design. The study population consists of entrepreneurs in Guayaquil, and the sample obtained through probabilistic sampling is 382 entrepreneurs. The survey was used as the data collection technique and the questionnaire as the instrument. It was found that 58.12% of entrepreneurs have implemented innovations in their businesses, with the areas most affected being products, services, and marketing. Positive responses were also obtained regarding innovations related to business growth, generating higher sales, improving business efficiency, sustainability of the venture, attracting new customers, and remaining in the market. Furthermore, 81.68% intend to continue innovating in their ventures. In conclusion, innovation proved to be a determining factor in the ventures' market retention, growth, sustainability, and competitiveness.*

## Palabras clave

Innovación, sostenibilidad, emprendimientos comerciales, posicionamiento de marca, desarrollo económico.

## Keywords

Innovation, sustainability, business entrepreneurship, brand positioning, economic development

## 1. Introducción

En los últimos años, Ecuador ha visto un notable incremento en el interés por el emprendimiento. Cada vez más personas buscan crear sus propios negocios y aportar al desarrollo económico del país, en el marco de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, se estipula que se “incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor” (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2020), por lo que los emprendimientos están respaldados por leyes que contemplan la mejora de la economía nacional.

En la actualidad, Ecuador tiene la mayor tasa de emprendedores respecto a América Latina. La creación de negocios ha crecido en los últimos años, impulsado por la falta de empleo, ha promovido al desarrollo económico del país y a generar nuevas plazas de trabajo. Ecuador destaca en América Latina por su alta tasa de actividad emprendedora (33.40%), posicionándose por encima de Chile (27.2%), Puerto Rico (24.3%) y Guatemala (23,7%), de acuerdo al reporte Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2024/2025 (Hill et al., 2025).

El surgimiento de diferentes tipos de emprendimientos como sociales, empresariales, tecnológicos y culturales han demostrado la creatividad e innovación de los ecuatorianos que fomentan la generación de empleo, la mejora de la economía y demuestran la capacidad de los emprendedores a la adaptación frente a los cambios (Universidad Internacional de Valencia, 2025).

Pese a la fuerte intención de tener un emprendimiento, el informe también muestra que solo un 36.2% logró realmente poner en marcha un negocio, y de esos, una gran parte no logró mantenerlo activo por más de tres meses, este dato pone en manifiesto los retos que enfrentan los nuevos emprendedores para consolidar sus proyectos en el mercado (Vélez et al., 2019). Estos resultados reflejan tanto el potencial como las dificultades del ecosistema emprendedor ecuatoriano, subrayando la importancia de fortalecer el apoyo institucional y las estrategias de acompañamiento para aumentar la tasa de éxito y sostenibilidad de los nuevos negocios.

De ahí que, los emprendimientos, son la respuesta para “enfrentar épocas de crisis, incertidumbre, cambio o transformación, volviéndose fundamental reconocer la contribución del emprendimiento al desarrollo económico a través de la innovación” (Ávila, 2021, pág. 33). Por esa razón, los emprendimientos deben ser capaces de cambiar y adaptarse a las circunstancias y entorno que los rodea porque si no es así, pueden desaparecer; por lo que se requiere creatividad e innovación para encontrar nuevos enfoques y solucionar conflictos (Vélez-Romero y Ortíz, 2016).

A pesar de las ventajas claras, la adopción de la innovación en los nuevos emprendimientos se enfrenta a varios obstáculos. Según un informe del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), muchos emprendedores se ven limitados por el riesgo relacionado con la implementación de nuevas tecnologías o procesos, lo que genera dudas sobre los resultados. La falta de recursos, tanto financieros como humanos, también es un factor clave que restringe la capacidad de implementar innovaciones en las nuevas empresas. No obstante, las políticas públicas y el respaldo de inversores privados son esenciales para superar estas barreras y fomentar la innovación mediante incentivos y programas de financiación (Botero, 2016). La escasez de innovación en Latinoamérica se traduce en que las empresas no crecen tanto como sus pares en regiones más avanzadas, y esto afecta la producción de dichas empresas. Otra consecuencia, es que las empresas no generan suficientes empleos de calidad, y muchas siguen ofreciendo empleos mal remunerado o trabajos informales que merman la capacidad fiscal de los Estados.

En Ecuador, los emprendimientos comerciales enfrentan diversos obstáculos que dificultan su crecimiento y consolidación. Entre estos, los retos que destacan son la limitada disponibilidad de financiamiento, las deficiencias en la infraestructura tecnológica, una baja cultura de innovación y un contexto económico que exige flexibilidad y creatividad para competir en mercados cada vez más globalizados (Mosquera et al., 2024). Por ello, la innovación se convierte en un elemento clave para que los nuevos negocios puedan destacarse, optimizar sus procesos, administrar mejor sus recursos y aportar valor agregado, lo que aumenta sus posibilidades de éxito y permanencia.

No obstante, muchos emprendimientos en el país continúan operando bajo modelos tradicionales, lo que limita su potencial de expansión. De acuerdo con el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Ecuador 2023-2024, “en 2023, más del 55.8% de la población expresó su deseo de emprender en los próximos tres años, superando el promedio de América Latina que fue del 46.30%” (Lasio et al., 2024, pág. 35).

Este panorama es positivo para Ecuador, ya que refleja un creciente compromiso de la población por crear nuevas fuentes de ingresos mediante el emprendimiento. Este movimiento emprendedor puede convertirse en un pilar fundamental para el desarrollo económico, la generación de empleo y la diversificación productiva del país. Asimismo, indica una actitud proactiva frente a las dificultades sociales y económicas, evidenciando que los ciudadanos están dispuestos a innovar y a buscar sus propias soluciones.

Sin embargo, para que esta intención de emprender se traduzca en negocios sólidos y duraderos, es necesario que existan políticas públicas adecuadas, facilidades para acceder a financiamiento, capacitación de calidad y un ambiente que impulse la innovación. De acuerdo a Vásconez (2025), apoyar el desarrollo de habilidades, promover la adopción de nuevas tecnologías y brindar acompañamiento a los emprendedores será esencial para aprovechar todo este potencial.

Por esa razón, con el presente trabajo se busca analizar el papel de la innovación como determinante en el desarrollo de nuevos emprendimientos comerciales en Guayaquil, para ello es necesario abordar esta problemática identificando las principales prácticas de innovación implementadas, reconociendo qué tipos de innovación (productos, procesos o modelos de negocio) son percibidos como más eficaces por los emprendedores y evaluando cómo la innovación contribuye a la sostenibilidad y al crecimiento de los emprendimientos en el contexto local.

### **1.1. Emprendimiento**

El emprendimiento es “crear un nuevo proceso o producto, que es importante para el crecimiento y desarrollo de cualquier economía contemporánea y además es vista como el motor del crecimiento económico y una fuerza impulsora para la descentralización y reestructuración económica” (Vargas y Uttermann, 2020).

### **1.2. Innovación**

La innovación puede definirse como el proceso de generar y aplicar ideas novedosas que mejoran productos, servicios, procesos o modelos de negocio (Jain, 2023). Para los emprendedores, no es una opción sino una necesidad adaptarse a un entorno en constante cambio. La innovación, según García y Quiñónez es “la creación de un nuevo producto o el diseño de este, nuevos procesos de producción, implementación de nuevas estrategias de marketing y todo lo relacionado con la cadena de valor, por lo que esto llevará a generar una ventaja competitiva” (2022, pág. 71).

### **1.3. Emprendimiento e Innovación**

El emprendimiento y la innovación son procesos esenciales dentro de la actividad económica, generalmente con una duración inferior a cinco años y que requieren financiamiento para su capital de trabajo, surgiendo como respuesta a una demanda del mercado (Solís et al., 2021). Por esa razón, “la innovación es uno de los elementos clave de la actividad emprendedora. El emprendedor innova mediante la introducción de ideas o la mejora de productos y servicios, mediante la incorporación de nuevas tecnologías, procesos productivos, prácticas de trabajo o formas de hacer negocios” (Vélez-Romero y Ortíz, 2016, pág. 351).

Sin embargo, aunque la innovación es esencial, muchos emprendedores encuentran obstáculos al intentar implementarla dentro de sus modelos de negocio. Factores como la falta de recursos, el temor al fracaso y la resistencia al cambio, tanto personal como organizacional, pueden dificultar la integración de procesos innovadores (Robles, 2023). Superar estos obstáculos es fundamental para aprovechar plenamente los beneficios de la innovación.

### **1.4. La Sostenibilidad en la Innovación**

La innovación debe ser sostenible. “La sostenibilidad se basa en el principio de asegurar las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras, siempre sin renunciar a la protección del medioambiente, el crecimiento económico y el desarrollo social” (BBVA, 2025).

Por otra parte, “la sostenibilidad de los emprendimientos radica en la facilidad e innovación de los dueños de los negocios para salvaguardar su emprendimiento en el mercado de forma permanente” (Almeida y Feijó, 2024, pág. 37). Por esa razón, la innovación, para ser efectiva en el ámbito empresarial, debe estar alineada con los principios de la sostenibilidad y la capacidad innovadora de sus líderes para

adaptarse y mantenerse vigentes en el tiempo, consolidando su permanencia en un entorno competitivo.

## 1.5. Desarrollo de Nuevos Emprendimientos

En el ámbito empresarial, la competencia es cada vez más intensa y las expectativas de los consumidores están en constante transformación. Los nuevos emprendimientos, especialmente aquellos en sectores tecnológicos, deben encontrar formas innovadoras y eficientes para diferenciarse de la competencia y ganar la preferencia del mercado (Rodríguez, 2025).

En este sentido, la innovación juega un rol crucial, no solo como una herramienta para destacarse, sino también como un factor clave para garantizar la supervivencia y el crecimiento de los nuevos negocios (CEREM Global Business School, 2025). Además, la innovación se reconoce como un factor clave para obtener una ventaja competitiva, ya que impulsa la mejora constante de productos y procedimientos. Esto permite a las empresas optimizar su eficiencia, acelerar su crecimiento y aumentar sus ganancias.

## 2. Materiales y Métodos

Para desarrollar esta investigación se tendrá un enfoque cuantitativo el cual se basa en mediciones numéricas, uso de análisis estadísticos para establecer patrones. El alcance de la investigación es descriptivo, ya que se describen características del objeto de estudio. El diseño de estudio es no experimental porque se observará el objeto de estudio en su ambiente natural sin realizar intervenciones que puedan cambiar su comportamiento. Finalmente, es una investigación transversal porque los datos son recolectados en un solo periodo de tiempo.

### 2.1. Población y Muestra

La población es un grupo completo de elementos con características similares. Este trabajo tiene como población a los emprendedores de Guayaquil, los cuales según BDEX (2024), son aproximadamente 66,082 hasta el 2024.

Por otro lado, la muestra es un grupo pequeño de la población, representativa para la investigación; además, deber ser manejable. Por ello, se calculará la muestra, que tendrá un muestreo probabilístico, con la siguiente fórmula estadística:

#### Fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

*n*: Tamaño de muestra

*N*: Población

*NC*: Nivel de confianza

*Z*: Parámetro estadístico que depende del *NC*

*e*: Error máximo aceptable

*p*: Probabilidad de que ocurra el evento

*q*: Probabilidad de que no ocurra el evento

#### Datos:

*N* = 66082

*NC* = 95%

*Z* = 1,96

*e* = 5% = 0,05

*p* = 50% = 0,5

*q* = (1 - *p*) = 0,5

#### Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{66082 \cdot (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 \cdot (66082 - 1) + (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = 381,94 = 382$$

Según el cálculo de la muestra, el tamaño de esta es de 382 emprendedores de la ciudad de Guayaquil.

### 2.2. Técnica de Recolección de Datos

La presente investigación usará como técnicas de recolección de datos la encuesta. La encuesta será dirigida a 382 emprendedores de Guayaquil, que serán anónimas para preservar la identidad de los

encuestados. El instrumento que se usará dentro de la encuesta es el cuestionario.

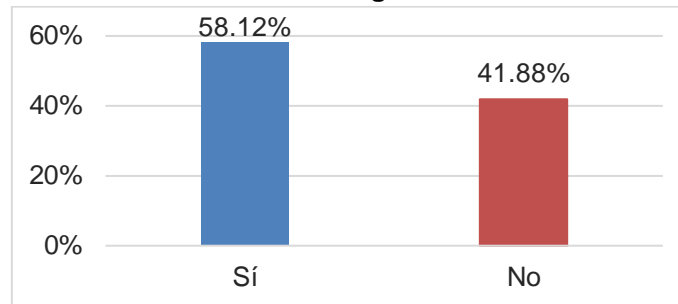
El cuestionario realizado en la investigación está orientado a preguntas sobre la innovación y cómo esta influye en el desarrollo de nuevos emprendimientos comerciales en Guayaquil.

### 3. Resultados y Discusión

#### 3.1. Resultados

**Gráfico 1**

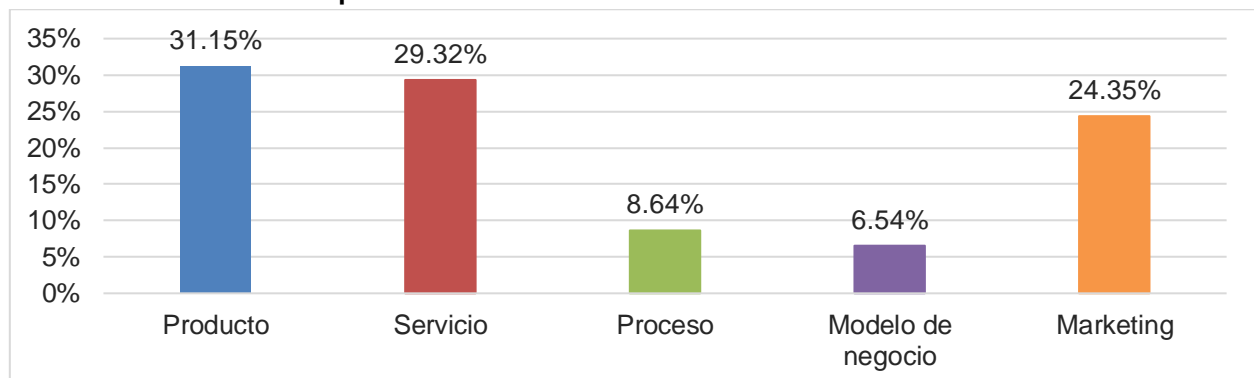
**Implementación de prácticas innovadoras en el negocio durante el último año**



El gráfico 1 presenta que de las 382 personas que realizan algún tipo de emprendimiento en la ciudad de Guayaquil, el 58,12% menciona haber implementado alguna práctica innovadora en el último año, demostrando que más de la mitad tienen aceptación al cambio y a la mejora continua, considerando a la innovación una práctica en su día a día.

**Gráfico 2**

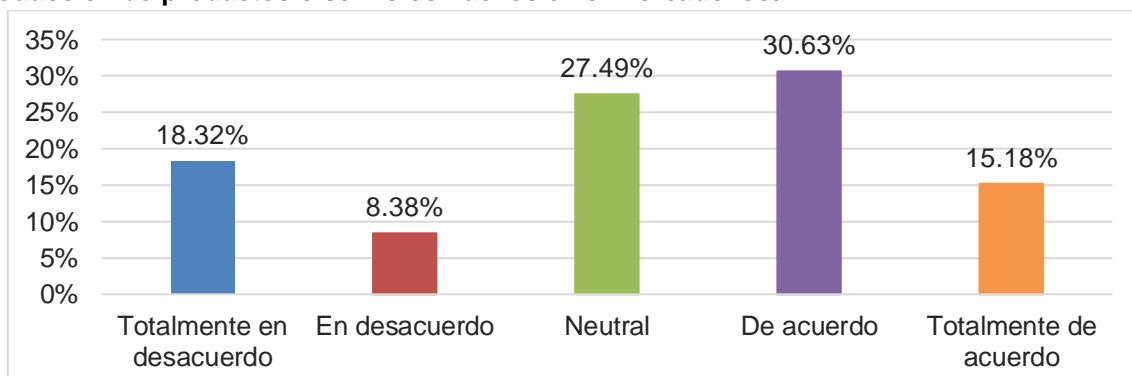
**Áreas innovadas en el emprendimiento**



El gráfico 2 presenta que dentro de las áreas en las que los emprendedores más han innovado se encuentra de manera equitativa el producto (31,15%) y servicios (29,32%), seguido del marketing (24,35%), lo cual permite conocer que los emprendedores no solo se limitan a realizar innovaciones en su mercadería, sino que también han tomado en consideración el tema intangible como lo es la calidad y forma de ofrecer valor al cliente a partir de la atención y servicio.

**Gráfico 3**

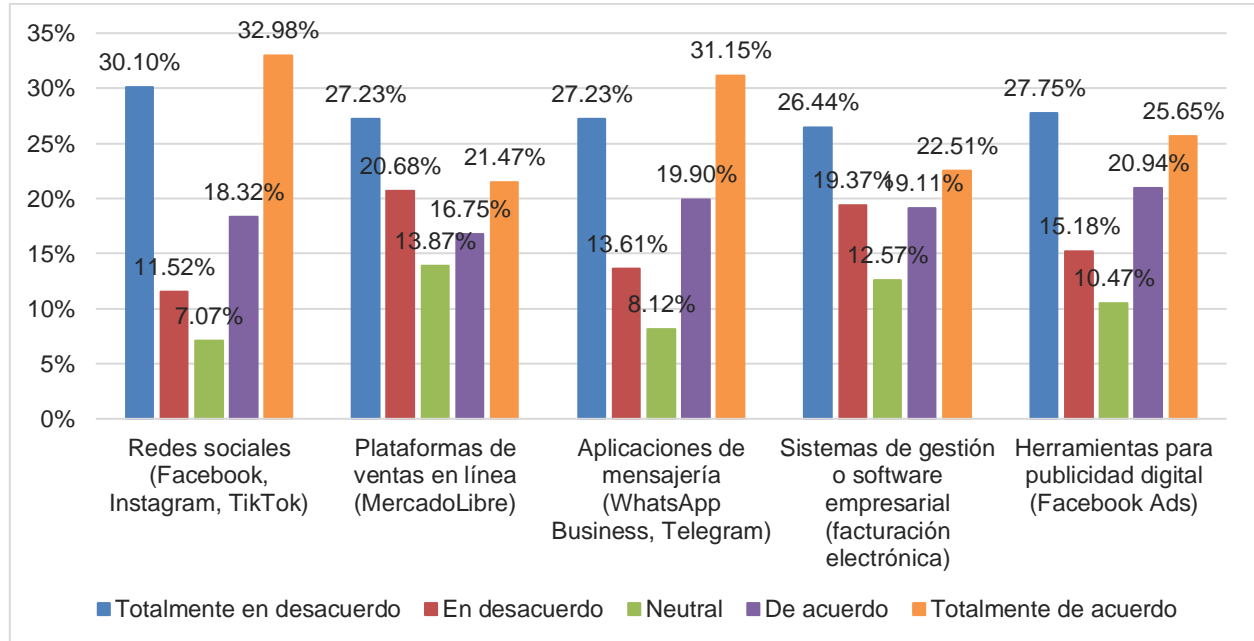
**Introducción de productos o servicios nuevos en el mercado local**



El gráfico 3 presenta que el 45,81% de los emprendedores encuestados están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que han introducido productos o servicios nuevos en el mercado local, y a pesar de que un 27,49% se mantiene neutral, se menciona que existe un número importante de emprendedores que busca de manera constante aplicar acciones de innovación en sus productos y servicios.

#### Gráfico 4

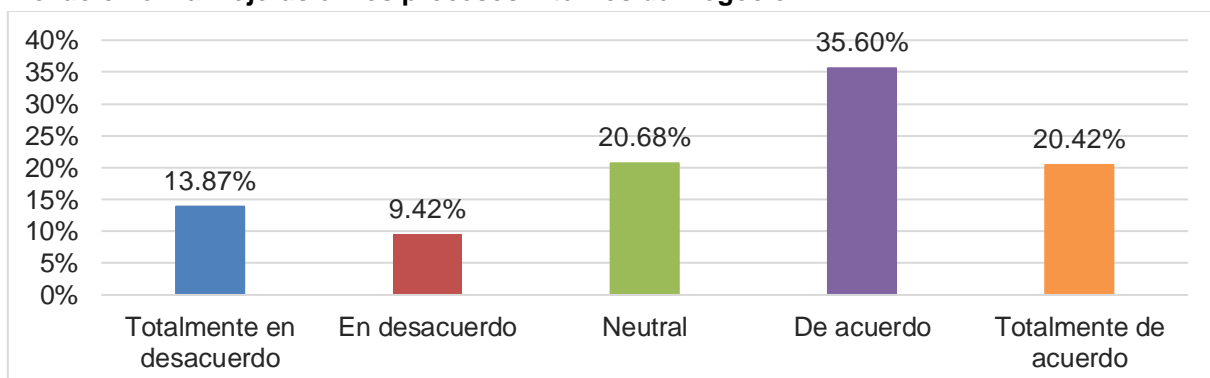
##### Aplicación de tecnologías digitales como prácticas innovadoras



El gráfico 4 presenta que de los emprendedores encuestados, se obtuvo las opciones de acuerdo o totalmente de acuerdo en haber aplicado tecnologías digitales como práctica innovadora en sus emprendimientos: el 51,30% usan redes sociales como Facebook, Instagram y Tiktok para difundir sus productos o servicios y el 46,59% utilizan herramientas para publicitar sus productos de forma digital; el 38,22% incursionaron en plataformas de ventas en línea como Mercado Libre y el 51,05% utilizan aplicaciones de mensajería como WhatsApp Business y Telegram para atender de forma inmediata a sus clientes; el 41,62% usa sistemas de gestión empresarial como la facturación electrónica. Esto permite establecer que hay una tendencia digital en los emprendimientos ya que son herramientas accesibles que permiten una adecuada visibilidad del negocio.

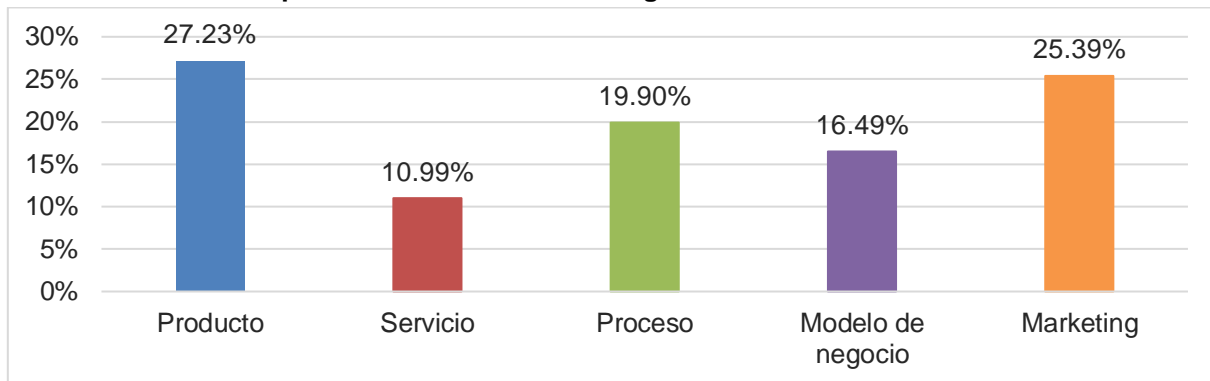
#### Gráfico 5

##### Innovación en la mejoras en los procesos internos del negocio



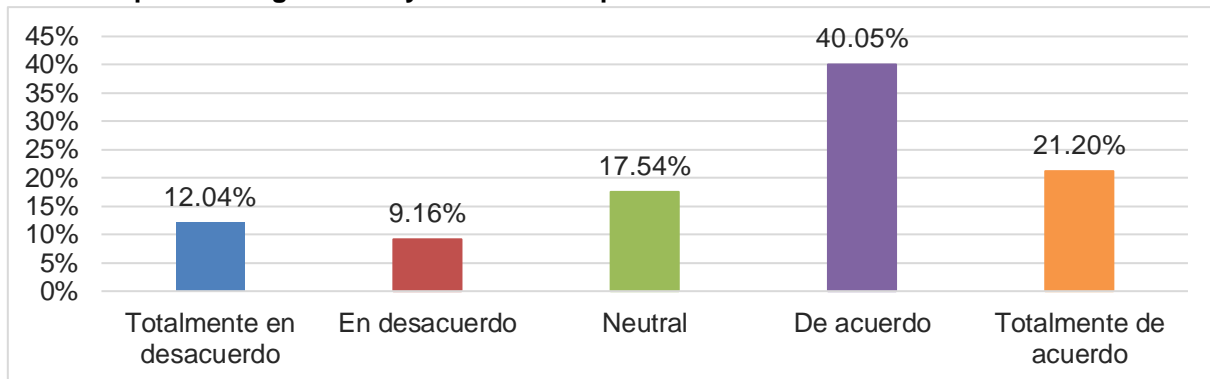
El gráfico 5 presenta que el 56,02% de los emprendedores encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo con realizar mejoras continuas en los procesos internos del negocio, lo que indica que la mayoría realiza esto habitualmente, como parte de su cultura empresarial, lo que seguramente le permitirá obtener sostenibilidad y eficiencia en su emprendimiento.

**Gráfico 6**  
**Innovación más eficaz para el crecimiento de un negocio**



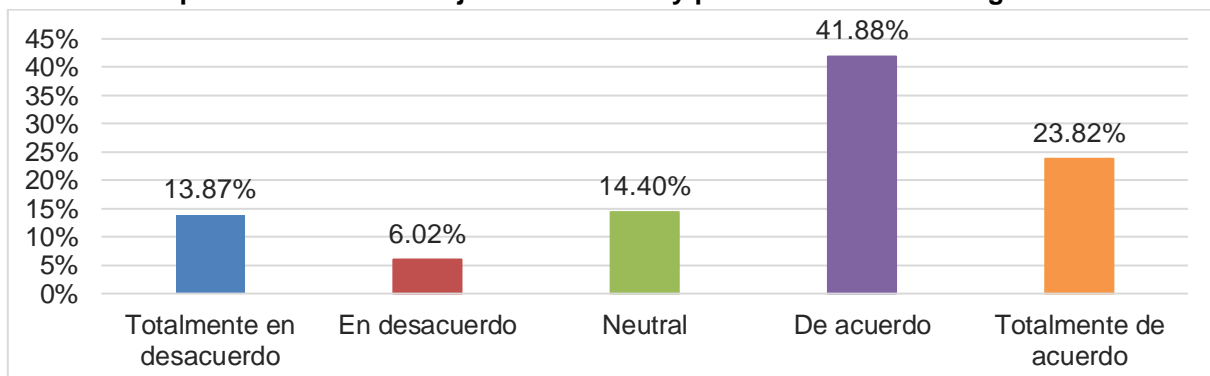
El gráfico 6 presenta que de acuerdo con los emprendedores encuestados, la innovación más eficaz para el crecimiento de su negocio ha sido lo aplicado en su producto y acciones de marketing, 27,33% y 25,39% respectivamente, seguido de adecuaciones en sus procesos y modelo de negocio, por lo que se pueden considerar como factores claves para el crecimiento de un emprendimiento.

**Gráfico 7**  
**Innovar en productos genera mayores ventas o posicionamiento en el mercado**



El gráfico 7 presenta que el 61,25% de los emprendedores encuestados están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la innovación en sus productos les ha generado mayores ventas o posicionamiento en el mercado, considerándose como un efecto positivo en términos de competitividad.

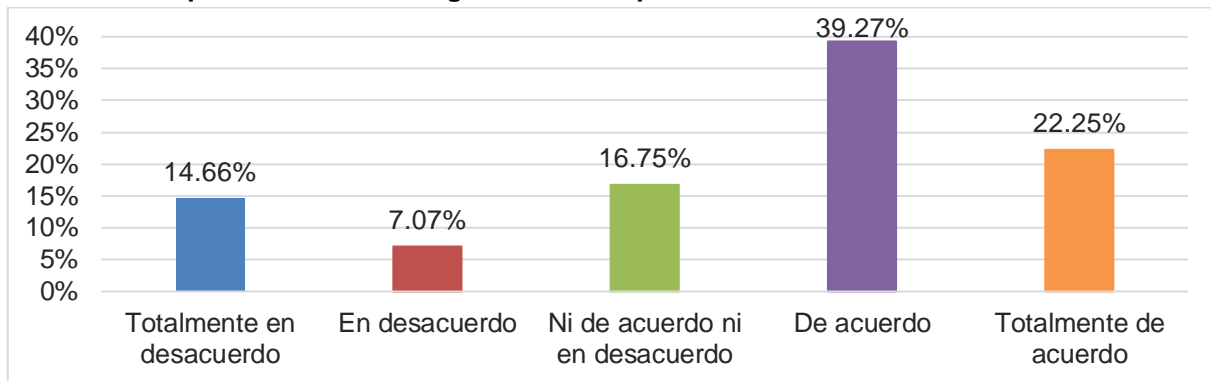
**Gráfico 8**  
**Innovar en los procesos internos mejora la eficiencia y productividad de un negocio**



El gráfico 8 presenta que el 65,70% de los encuestados están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que innovar en los procesos internos ha mejorado la eficiencia y productividad del negocio, lo que significa que los cambios en procesos internos se traducen en mejoras operativas.

## Gráfico 9

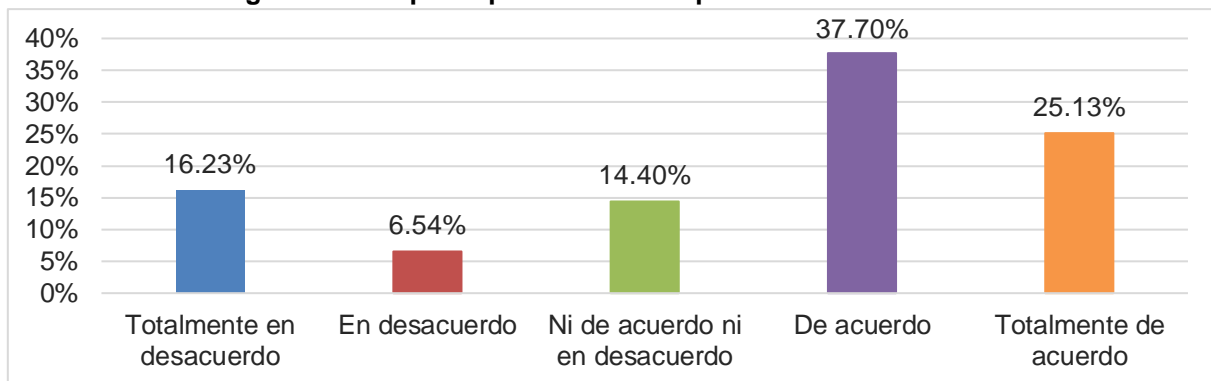
### Modificar o adaptar el modelo de negocio es clave para la sostenibilidad del mismo



El gráfico 9 presenta que el 61,52% de los emprendedores encuestados están de acuerdo o totalmente de acuerdo con que modificar o adaptar el modelo de negocio ha sido clave para la sostenibilidad del emprendimiento, reafirmando la importancia de tener un modelo de negocio flexible y adaptable a los cambios o a la dinámica diaria, de tal forma, que colabore con el crecimiento del negocio.

## Gráfico 10

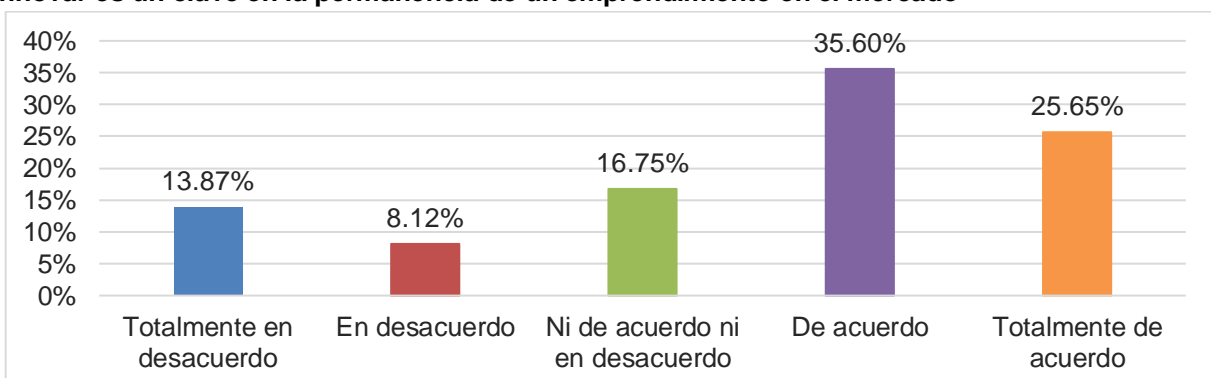
### Innovar en marketing tiene un impacto positivo en la captación de nuevos clientes



El gráfico 10 presenta que el 62,83% coincide en que la innovación en marketing tiene un impacto positivo en la captación de nuevos clientes, demostrando que las acciones de marketing son necesarias para la atracción de más clientes y para la fidelización de los antiguos.

## Gráfico 11

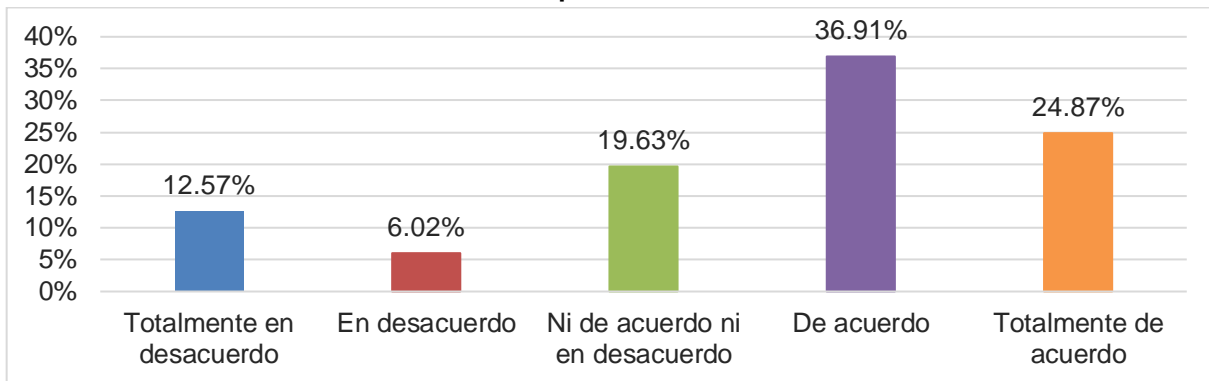
### Innovar es un clave en la permanencia de un emprendimiento en el mercado



El gráfico 11 presenta que el 61,25% coinciden en que la innovación es un factor clave en la permanencia de los emprendimientos en el mercado, lo que indica que innovar permite la resistencia en mercados competitivos y por ende, la permanencia y duración de este.

## Gráfico 12

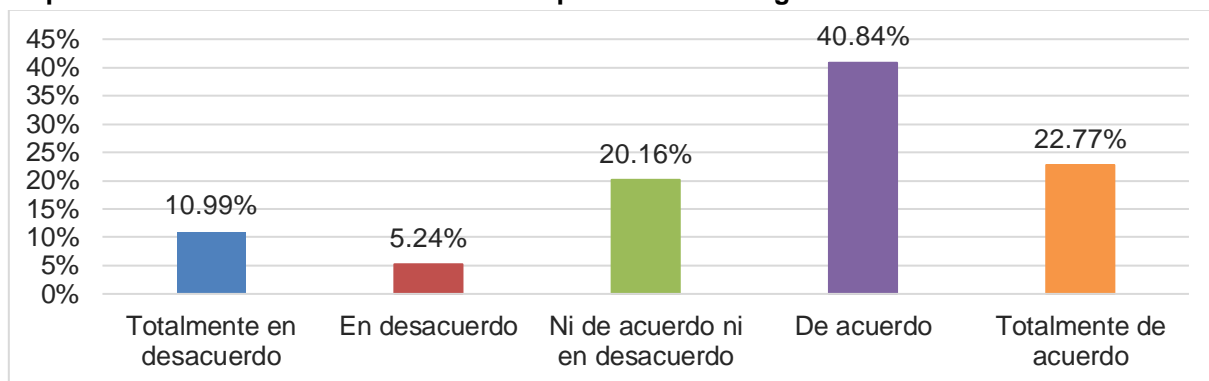
### Crecimiento en ventas o número de clientes por la innovación



El gráfico 12 presenta que el 61,78% están de acuerdo o totalmente de acuerdo con que el aumento en ventas y en números de clientes se debe a las innovaciones que se han realizado en los emprendimientos, demostrando la efectividad que tiene la innovación como motor de crecimiento de un negocio.

## Gráfico 13

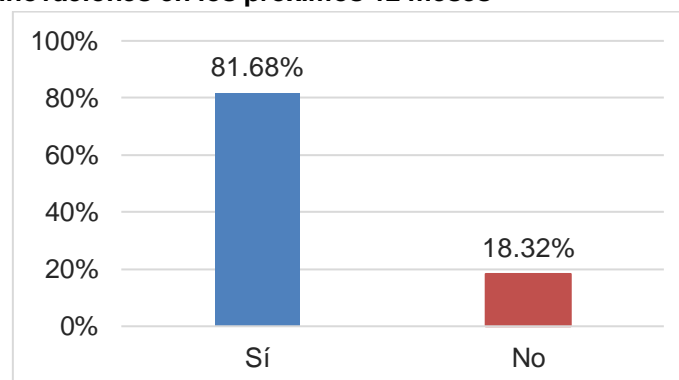
### Las prácticas innovadoras fortalecen la competitividad del negocio en el mercado local



El gráfico 13 presenta que el 63,61% está de acuerdo o totalmente de acuerdo con que las prácticas innovadoras han fortalecido la competitividad de los negocios, indicando que estas son efectivas para diferenciar los emprendimientos, brindando la oportunidad de destacarse y así mejorar la posición de estos en el mercado.

## Gráfico 14

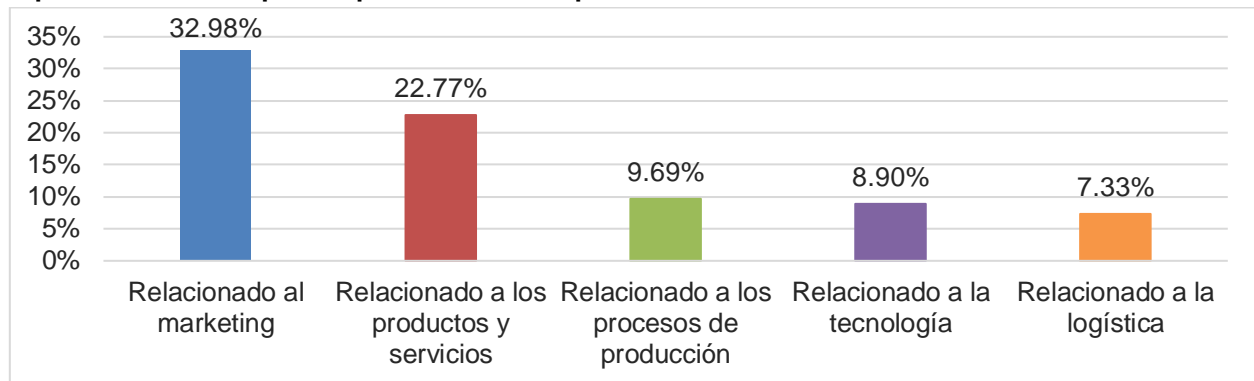
### Implementación de innovaciones en los próximos 12 meses



El gráfico 14 presenta que la mayoría de los encuestados (81,68%) tienen la intención de seguir innovando en el futuro, lo que demuestra que los emprendedores han tomado consciencia y visto la importancia de la innovación, por ende, planean seguirlas aplicando en sus emprendimientos.

**Gráfico 15**

**Tipo de innovación para implementar en los próximos 12 meses**



El gráfico 15 presenta que de los 312 emprendedores que indicaron que sí implementarían nuevas innovaciones en el futuro, la mayoría manifestó que las mismas estarían relacionadas al marketing (32,98%), seguido de productos y servicios (22,77%). La diferencia indicó que harían innovaciones relacionadas a procesos de producción (9,69%), tecnología (8,90%), logística (7,33%). Esto demuestra que los emprendedores perciben a las acciones de marketing como clave para el crecimiento y por ello las priorizan; por su parte, la innovación de productos y servicios demuestra que los gestores de emprendimientos quieren mejorar lo que ofrecen a los clientes y así diferenciarse de sus posibles competidores.

### 3.2. Discusión

Los resultados obtenidos demuestran una adopción significativa de prácticas innovadoras por parte de los emprendedores en Guayaquil. De acuerdo con los objetivos específicos del estudio, se discuten los principales resultados.

Se identificó las principales prácticas de innovación implementadas por emprendimientos comerciales en Guayaquil, donde se obtuvo que más de la mitad de los emprendedores implementaron prácticas innovadoras durante el último año, concordando con Huamani et al. (2024), donde indica que “la innovación empresarial se ha convertido en un motor fundamental de crecimiento en la economía actual” (pág. 762). También, las áreas más innovadas fueron productos, servicios y marketing, demostrando que estas dimensiones son claves para la diferenciación en mercados competitivos. Respecto a la innovación digital, los resultados coinciden con lo descrito por Botero (2016) donde indica la limitación de los emprendimientos respecto a la implementación de nuevas tecnologías; porque a pesar que se consideran las redes sociales y aplicaciones de mensajería como WhatsApp Business y Telegram como las más adoptadas por los emprendedores, hay herramientas más complejas como plataformas de ventas en línea (MercadoLibre) o sistemas de gestión empresarial, estos mostraron baja adopción, reflejando una desigualdad en el uso de herramientas digitales y mostrando necesidad de estrategias de capacitación y apoyo tecnológico para emprendedores. Según estudios locales, Guerra et al. (2021), indica que “el 50% de la muestra afirma usar las redes sociales como medio para potenciar su negocio” (pág. 224) coincidiendo con los resultados del presente estudio.

Se determinó qué tipos de innovación son percibidos como más eficaces por los emprendedores eficaces para el crecimiento del negocio, obteniendo como respuesta a la innovación en productos y en marketing, lo que concuerda con el enfoque de diferenciación del producto y de posicionamiento de marca que emplean los emprendimientos en la actualidad. También, se reconoció que innovar en productos (61,25%), procesos internos (65,70%), modelo de negocio (61,52%) y marketing (62,83%) ha mejorado la eficiencia y productividad de los negocios, resultados que concuerdan con Vélez-Romero y Ortiz, “el emprendedor innova mediante la introducción de ideas o la mejora de productos y servicios, mediante la incorporación de nuevas tecnologías, procesos productivos, prácticas de trabajo o formas de hacer negocios” (2016, pág. 351); y García y Quiñonez, quienes coinciden en “un cambio innovador que favorece mejoras en la actividad empresarial y se enfoca en los cambios de los procesos, modelo de negocio, producto o servicio y mercado” (2022, pág. 82).

Se evaluó cómo la innovación contribuye a la sostenibilidad y al crecimiento de los emprendimientos en el contexto local y se lo comparó con lo que plantea Navas et al. (2023), en el estudio

*La innovación como factor clave del posicionamiento de productos ecuatorianos en el mercado internacional*, donde se explica que la innovación es indispensable ya que permite lograr un puesto significativo en el mercado global al posicionar un producto de una empresa en dicho mercado; y la presente investigación evidenció que la innovación ha sido positiva para la captación de clientes (62,83%) y determinante para la permanencia del negocio en el mercado (61,25%), así como para el crecimiento (61,78%) y ser competitivos respecto a otros emprendimientos (63,61%); demostrando estabilidad y desarrollo.

Finalmente, el estudio de Álvarez et al. (2023) indica que “el uso de estrategias de posicionamiento y marketing está directamente relacionados con los resultados del negocio, incluyendo las ventas, beneficios, retorno de la inversión, infraestructura, percepción de los consumidores y estrategias de comunicación, entre otros factores” (pág. 98), lo que coincide con la investigación donde el 81,68% de emprendedores que tienen intenciones de implementar nuevas innovaciones en los próximos 12 meses, tendrán el marketing como área prioritaria (32,98%), lo que sugiere una tendencia de innovación orientada al cliente y al posicionamiento de marca.

#### **4. Conclusiones**

La presente investigación analizó el papel de la innovación como un factor determinante en el desarrollo de nuevos emprendimientos comerciales en la ciudad de Guayaquil, de acuerdo con los resultados obtenidos y con los objetivos de investigación, se concluye que la innovación es una herramienta clave y estratégica para el crecimiento, la sostenibilidad y la competitividad de los emprendimientos en diferentes contextos, en el ámbito local.

En primer lugar, se identificó que se han incorporado prácticas innovadoras siendo las áreas más intervenidas los productos y servicios y el marketing. Esto demuestra una cultura de mejora de la oferta y el posicionamiento en el mercado. Sin embargo, se encontraron brechas en la innovación tecnológica, lo cual incita a los emprendedores a fortalecer estas capacidades y la continua formación digital.

También, se determinó que los emprendedores perciben como más eficaces las innovaciones relacionadas en productos y marketing, debido a su impacto en el aumento de las ventas, un mejor posicionamiento en el mercado y la captación de nuevos clientes a través de un marketing innovador, todo esto traducido al crecimiento del emprendimiento, por ende, de las ganancias. De acuerdo con la innovación y la sostenibilidad, se evidenció que es importante para asegurar la permanencia del emprendimiento en el mercado y hacer frente a situaciones adversas. Desde esta perspectiva, la innovación ha sido un mecanismo que permite mantener el funcionamiento de los emprendimientos de forma estable en escenarios inciertos.

Para concluir es necesario aclarar la intención de los emprendedores de continuar innovando demuestra una perspectiva alentadora y ratifica un aumento de conciencia sobre el valor estratégico de la innovación. Pero, para potenciar el ímpetu innovador es necesario el apoyo institucional, el acceso al financiamiento y la capacitación continua que permita formar una cultura de innovación que perdure.

Sumado a ello, la innovación, además de impulsar el desarrollo de nuevos emprendimientos, constituye un factor fundamental para la permanencia, competitividad y desarrollo de un negocio, fomentando una mejoría en la economía local.

## 5. Referencias

- Almeida, D., y Feijó, T. (Marzo de 2024). Emprendimientos sostenibles en Ecuador en un escenario post pandemia. *Ecociencia*, 11(1), 33-46. Obtenido de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/845/562>
- Álvarez, F., González, E., Torres, L., y Restrepo, L. (2023). El posicionamiento innovador como herramienta de marketing para emprendimientos de diseño gráfico. *En Contexto*, 11(20), 77-107. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9769505.pdf>
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. Obtenido de [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf)
- Ávila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Investigación & Negocios*, 14(23), 32-48. Obtenido de <https://revistas.usfx.bo/investigacionynegocios/index.php/revista/article/view/126/136>
- BBVA. (25 de Enero de 2025). *¿Qué es la sostenibilidad? Un camino urgente y sin marcha atrás*. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-la-sostenibilidad-un-camino-urgente-y-sin-marcha-atras/>
- BDEX. (2024). *Companies and Entrepreneurs Guayaquil (Ecuador)*. Obtenido de <https://bdeex.com/business/ecuador/guayaquil/>
- Botero, A. (28 de Septiembre de 2016). *Latinoamérica necesita más innovación empresarial*. Obtenido de Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe: <https://www.caf.com/es/blog/latinoamerica-necesita-mas-innovacion-empresarial/>
- CEREM Global Business School. (2025). *La Innovación como Clave en los Modelos de Negocio: Adaptarse al Cambio Rápido del Mercado*. Obtenido de <https://www.cerem.es/blog/la-innovacion-como-clave-en-los-modelos-de-negocios/#:~:text=Conclusi%C3%B3n:%20Innovar%20es%20la%20Clave,ventajas%20competitivas%20sostenibles%20y%20rentabilidad.>
- García, A., y Quiñónez, L. (2022). Innovación empresarial: Una revisión de literatura. *Excelencia Administrativa Online*, 1(3), 66-86. Obtenido de <https://revistascientificas.uach.mx/index.php/excelencia-administrativa/article/view/1131>
- Guerra, C., Torres, L., Sumba, N., y Cueva, J. (2021). Transformación digital: Alternativa de crecimiento para emprendedores universitarios. *INNOVA Research Journal*, 6(3), 211-226. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8226190.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). McGraw-Hill. Obtenido de <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hill, S., Ionescu-Somers, A., Coduras, A. (2025). *GEM 2024/2025 Global Report: Entrepreneurship Reality Check*. Global Entrepreneurship Monitor. Obtenido de <https://gemconsortium.org/report/gem-20242025-global-report-entrepreneurship-reality-check-4>
- Huamani, R., Flores-Limo, F., Barrios-Tinoco, L., y Montañez, A. (2024). Gestión del conocimiento como factor clave en la innovación empresarial. *Revista Venezolana de Gerencia*, 29(106), 760-775. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9394095>
- Jain, N. (15 de Julio de 2023). *¿Qué es la innovación? Definición, tipos, ejemplos y proceso*. Obtenido de <https://ideascale.com/es/blogs/que-es-la-innovacion/#:~:text=La%20innovaci%C3%B3n%20se%20define%20como,o%20respondan%20a%20necesidades%20insatisfechas.>
- Lasio, V., Amaya, A., Espinosa, N., Mahauad, M. y Sarango, P. (2024). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023-2024*. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/report/51414>
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., y Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina: Muchas empresas y poca innovación*. Washington: Banco Mundial. Obtenido de [https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/EmprendimientoAmericaLatina\\_resumen.pdf](https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/EmprendimientoAmericaLatina_resumen.pdf)
- Mosquera, X., Espinoza, C., y Townsend, J. (2024). Innovación y Emprendimiento en Ecuador: Tendencias y Factores Impulsores de Desarrollo Empresarial, período 2018-2022. *Revista Ciencia y Tecnología*, 24(41). Obtenido de <https://cienciaytecnologia.uteg.edu.ec/revista/index.php/cienciaytecnologia/article/view/683/781>
- Navas, W., Checa, B., y Chicaiza, T. (2023). La innovación como factor clave del posicionamiento de productos ecuatorianos en el mercado internacional. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(3). doi:<https://doi.org/10.56712/latam.v4i3.1135>
- Noroña-Gallo, S., Cajas-Cajas, V., Revelo-Oña, R., y Cabrera-Cedeño, M. (2024). Análisis de oportunidades estratégicas para la innovación y emprendimiento Ecuador un enfoque

- prospectivo. *593 Digital Publisher CEIT*, 9(2), 590-608. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9398926.pdf>
- Robles, A. (20 de Octubre de 2023). *¿Qué impide la innovación en los emprendedores? Cinco barreras y cómo superarlas*. Obtenido de <https://cide.pucp.edu.pe/que-impide-la-innovacion-en-los-emprendedores-cinco-barreras-y-como-superarlas/>
- Rodríguez, A. (2025). Emprendimiento y desarrollo empresarial. La innovación y las tecnologías como eje transversal en el crecimiento de los negocios. *Repositorio Universidad Estatal del Sur de Manabí*, <https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/7609>.
- Solís, J., Neira, M., Ormaza, J., y Quevedo, J. (2021). Emprendimiento e innovación: Dimensiones para el estudio de las MiPymes de Azogues-Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(1), 315-333. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7817701>
- Universidad Internacional de Valencia. (11 de Marzo de 2025). *Emprendimientos en Ecuador: un panorama de desarrollo e innovación*. Obtenido de <https://www.universidadviu.com/ec/actualidad/nuestros-expertos/emprendimientos-en-ecuador-un-panorama-de-desarrollo-e-innovacion>
- Vargas, M., y Uttermann, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 709-720. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/html/>
- Vásconez, L. (1 de Mayo de 2025). El país del emprendimiento, Ecuador, da una sorpresa en un reciente informe. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/intencion-emprender-ecuador-cae-segun-informe-gem-2025/>
- Vélez, Y., Márquez, A., y González, J. (2019). *El emprendimiento en tiempos de pandemia en Ecuador*. Obtenido de <https://emprendimiento.ec/emprendimiento-ecuador/el-emprendimiento-en-tiempos-de-pandemia-en-ecuador/>
- Vélez-Romero, X., y Ortiz, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 346-369. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802889>