

LOS NIVELES DE INVERSIÓN E INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS MIPYMES TEXTILES DE LA CIUDAD DE AMBATO

Sabrina Martínez¹, Ana Córdova¹

¹Universidad Técnica de Ambato

RESUMEN

El desarrollo de los pueblos se ha marcado por la innovación en el comportamiento del hombre para poder adaptarse a los cambios radicales que sufrió a lo largo de la historia. Actualmente sucede lo mismo con el desarrollo empresarial, sectorial y de cada una de las naciones que buscan un espacio en el mercado internacional. El deficiente desarrollo del sector de la confección ha impactado en la economía local, causando daños muy graves en la dinámica económica y competitiva del mercado de bienes de primer orden como es: la confección de ropa interior y demás sectores que están relacionados con este proceso productivo dentro de una dinámica cadena de suministro. La investigación presentada se refuerza en una muestra de aproximadamente 16 empresas registradas en la Asociación de Textiles de Ambato,; las cuales se les aplicó una encuesta basada en el manual de OSLO, con las cuales se verificó la hipótesis de trabajo a través de la aplicación de la técnica de correlación en una distribución "t" Student la cual evidencia que los mínimos niveles de inversión e integración entre tecnología, innovación y las de organización, han impedido la adaptación de MIPYMES a cambios competitivos establecidos por tendencias de moda internacional. En la actualidad la industria de la confección de prendas de vestir, mantiene inversiones dependiendo sus niveles de ventas y espacio en el mercado.

Palabras clave: innovación, inversión, competitividad

Abstract

The development of peoples is marked by innovation in human behavior to adapt to the radical changes experienced throughout history. Currently the case with business, industry and each of the nation's seeking a place in the international market development. The poor development of the clothing industry has impacted the local economy, causing severe damage to the economic and competitive dynamics of the market for goods of the first order as: the production of underwear and other sectors that are related to the production process within a dynamic supply chain. The research presented is reinforced on a sample of approximately 16 registered Textiles Association Ambato companies,; which were given a survey based on the Oslo manual, with which the working hypothesis was verified through the application of the correlation technique in a "t" student distribution which evidence the minimum levels of investment and integrating technology, innovation and organizational adaptation prevented at competitive MSMEs changes made by international fashion trends. Today the garment industry has investments depending on sales levels and market space.

Keywords: innovation, investment, competitiveness

INTRODUCCIÓN

Desde los inicios de la literatura económica la palabra innovación ha marcado importancia por su generación de valor y riqueza. Schumpeter fue el economista que, durante la primera mitad del siglo XX, defendió la innovación y su importancia en la dinámica del desarrollo económico. Un empresario innovador está motivado a asumir el riesgo de introducir una nueva idea en el mercado, debido a los beneficios extraordinarios que espera recibir en el futuro.

Michael Porter afirma que la prosperidad nacional se crea no se hereda. No surge de los dones naturales de un país, de su mano de obra, de su tipo de interés o del valor de su moneda como afirma con insistencia la economía clásica. La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar [1a].

Hoy en día es de vital importancia que toda organización preste atención a las exigencias de los consumidores quienes necesitan valor añadido en los productos ofertados. El valor es la capacidad de satisfacer o rebasar las necesidades de los clientes, y también de hacerlo eficientemente [2].

Actualmente organizaciones de todos los campos tienen que competir para aportar valor, considerando que el cliente ha despertado su conciencia, para rechazar el consumo de productos que no tienen ninguna clase de garantía.

El desempeño económico del sector textil en el Ecuador según el Censo Económico del año 2010 señala la existencia de 10.986 empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir a nivel nacional representadas el 96,64% por microempresas, seguidas por un 4,2% de pequeñas organizaciones, posteriormente encontramos 0,52% de medianas empresas y finalmente se ubican las grandes compañías con una participación de 0,60%. En conjunto las Micro- pequeñas y medianas empresa (MIPYMES), suman el 99,40% de establecimientos dedicados a esta actividad alcanzando el 56,64% de ventas y generando el 72,91% de empleo. Estos datos señalan la gran concentración de ventas y utilidades con 43,36% en apenas 66 grandes empresas las mismas que generan (12.591) plazas de empleo en comparación a (21.081) fuentes de trabajo generado por las microempresas que apenas alcanzan el 19,25% del total de las ventas generadas en un período por la industria de la confección [17].

El ranking Competitividad Global 2013-2014 elaborado por el Foro Económico Mundial ubica al Ecuador en el puesto 71 de 148, demuestra un ascenso de 15 puestos en comparación al año anterior donde se ubicó en el puesto 86 [18]. Sin embargo, a pesar de indicadores positivos en competitividad del país y por tal razón mayor competitividad de los diferentes sectores productivos; los indicadores económicos revelan que en el año 2013 ha existido un pobre desempeño del sector manufacturero de la confección. La industria ecuatoriana creció por encima del 3,4% según las cifras emitidas por el Banco Central del Ecuador (BCE), pero el sector textil tan sólo creció el 1,2% una cifra por debajo del 1,6% alcanzado en el 2012 [19].

El sector industrial de la confección ha identificado causas que frenan su desarrollo económico y sustentable, entre ellas están: la informalidad que perjudica fuertemente a la industria de la confección; existe una serie de empresas fabricantes o negocios de comercio que viven al margen del control de la autoridad, trabajando de forma informal. Aún existen fabricantes y comerciantes que no facturan, eso afecta al desempeño de la industria formal porque están compitiendo desleal e ilegalmente [22].

Los niveles de contrabando año tras año han crecido; esto lo ha convertido en un problema social y económico que no tiene fronteras; dañando a pequeños y grandes empresarios a nivel nacional e internacional. Conjuntamente con las elevadas importaciones de productos baratos provenientes de Asia, que llegan a competir deslealmente con la producción nacional, afectan a la industria de la confección. La ausencia de innovación en tendencias de moda y mano de obra poco calificada, es otra problemática que afecta directamente al sector de la confección.

La educación en el país ha mantenido baja participación en la generación de nuevos conocimientos siendo ésta, la variable fundamental en la construcción de procesos de innovación; impidiendo que se pueda mejorar las capacidades del capital humano, intelectual y social. La educación superior no ha generado nuevos conocimientos, tampoco ha proporcionado los soportes necesarios para la construcción de empresas innovadoras. Las actividades de investigación y desarrollo (I & D) han sido mínimas por parte del gobierno; de la misma manera que la acumulación de capital intangible empresarial.

Según el Censo Económico 2010 las inversiones en Investigación & Desarrollo ejecutado por la industria textil alcanzó en su totalidad 613.750 UDS. Las grandes empresas fueron quienes más invirtieron 278.608 USD, seguido de las medianas empresas 209.325 USD, posteriormente encontramos a las pequeñas empresas 87.777 USD y finalmente las microempresas invirtieron 38.040 USD [17].

La planificación empresarial de las MIPYMES de la confección de prendas de vestir está mal direccionada; ya que necesita fortaleza y dinamismo, pero desafortunadamente no hay continuidad de los procesos; no existe integración y trabajo conjunto dentro de las organizaciones.

Según el Centro de Ideas y Tendencias LLORENTE & CUENCA el cambio de la matriz productiva es un reto para la industria ecuatoriana. El sector de la confección necesita proyectos que promueva el fortalecimiento de encadenamiento productivo y diversificación de la producción, para generar una mejor oferta exportable y contribuir a la sustitución inteligente de importaciones [20].

La investigación propone analizar el impacto de la inversión en innovación y tecnología en los niveles de competitividad empresarial. Para cumplir con este propósito se debe identificar la situación actual de las MIPYMES, determinar las principales actividades de innovación aplicadas por éstas organizaciones y de esta manera diseñar un modelo de gestión empresarial, enfocado en la innovación, incrementando beneficios económicos, financieros y competitivos a la empresa, industria y a la economía nacional.

Si no se realiza este análisis no se podría implementar estrategias basadas en la estrategia de integración y diferenciación, para lograr el desarrollo competitivo sistemático que el Gobierno Central ha planificado, no solo para el sector sino para toda actividad productiva nacional. Invertir en innovación y tecnología ayuda al crecimiento competitivo y a la oportunidad expandir al mercado internacional.

La humanidad crece sin límites y con ello una complejidad e interacción de necesidades y recursos, como sucedió siglos

atrás con la revolución industrial, hoy la sociedad debe invertir en bienes intangibles y sociales para incidir positivamente en el desarrollo económico y calidad de vida.

La ciencia constituye una parte de la realidad social y consiste en un complejo de actividades, de creencias, de saberes, de valores y normas, de costumbres, de instituciones, etc. Todo lo cual permite que se produzcan ciertos resultados que puedan plasmarse en teorías científicas, en modelos y en otros saberes para transformar el mundo [3].

La tecnología se define como el conjunto de conocimientos propios de un arte industrial, que permite la creación de artefactos o procesos para producirlos. La historia de la tecnología es más antigua que la ciencia y tanto como la humanidad [4]. Hoy en día el desarrollo está menos marcado por la utilización de materias primas, capital y territorio, para consolidar su éxito en la utilización eficiente de los recursos humanos y con ello el conocimiento que es intangible.

Enfocado al Desarrollo productivo y tecnológico para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) “el desarrollo económico de una nación depende de la acumulación de factores productivos (capital, trabajo, capital humano y recursos naturales) y de la incorporación de conocimiento a la producción (lo que denominamos genéricamente innovación) [5]. La inversión es la suma del gasto que realizan las empresas en planta, equipo y existencias y el gasto que realizan las economías domésticas en vivienda. Es un flujo nuevo de capitales que se suma durante todo el año al stock de capital existente [6]. El capital fijo es el término fijo se refiere a la durabilidad de estos bienes que es mucho más larga tiempo, a diferencia de la inversión en existencias que es mucho más temporal.

Mollo & Pulido señalan que el capital intangible son activos no monetarios sin sustancia física que son empleados para la producción de bienes o prestación de servicios. Pudiendo identificarse los siguientes:

- Patentes concebidas o adquiridas sobre productos o procesos investigados con éxito.
- Marcas registradas para comercializar productos
- Derechos de autor
- Franquicias
- Tecnologías avanzadas
- Programas informáticos adquiridos o desarrollados en el seno de la empresa.
- Gestión del conocimiento de los directivos y empleados
- Técnicas de gestión que permitan diferenciar con éxito las actividades de una empresa comparada con un sector. [7]

Hoy en día las empresas deben contar con mayor intensidad de inversión en maquinaria y equipos, asociados con actividades de mayor contenido tecnológico.

La innovación es el resultado de un proceso complejo que lleva nuevas ideas al mercado en forma de productos o servicios y de sus procesos de producción o provisión, que son nuevos o significativamente mejorados [8].

El Manual de Oslo define que las actividades de innovación tecnológica son: actividades científicas, tecnológicas, financieras, comerciales y de organización que pretenden desarrollar nuevos conocimientos implantados en productos y procesos nuevos o mejorados [9a].

En su teoría del desarrollo Schumpeter (1934) afirma que el desarrollo económico de una organización, una sociedad o un país depende de su capacidad para inventar crear ideas, innovar aplicar las ideas y difundir; es decir, la actividad innovadora es la fuerza más importante de crecimiento económico a través de su destrucción creadora [10a].

Schumpeter señala que un empresario no es ni un ingeniero, ni el capitán de una empresa, ni un burócrata empresarial; sino, más bien y necesariamente un hombre de ideas, un innovador. A veces es un extraño, un hombre marginal, cuya marginalidad misma nutre su creatividad. En esencia, es un inventor. Fueron empresarios de este tipo quienes encabezaron la aparición de Polaroid, Xerox y en épocas más recientes Microsoft [10b].

Clases de Innovación

González Alorda y Huete en un trabajo para la OCDE señala que existen los siguientes tipos de innovación:

- Innovación en la propuesta de valor (innovación de producto).
- Innovación en la orientación al cliente (nuevos clientes, nuevos mercados).
- Innovación en las operaciones y organización (innovación de proceso y organizativa).
- Innovación en los canales de distribución y el marketing (innovación de marketing). [11]

Empresa Innovadora

En el manual de OSLO se da la siguiente definición para empresa innovadora: “es aquella que ha introducido una innovación en el período de estudio. Las innovaciones no han tenido necesariamente que ser exitosas comercialmente; de hecho, muchas innovaciones fracasan”. [9b]

Competitividad

El marco conceptual de la competitividad fue establecido en el siglo XVII por las teorías de comercio internacionales, cuya esencia está centrada sobre todo en aspectos económicos.

El Foro Económico Mundial define competitividad como el conjunto de instituciones, políticas, y factores que determinan el nivel de productividad de país. Desde su visión la productividad determina el nivel de prosperidad (ingresos altos) y por lo tanto el nivel de retorno que obtienen los inversionistas, ambos elementos centrales para explicar el potencial de crecimiento de la economía. [11]

Para Michael Porter la competitividad es la producción de bienes y servicios de mayor calidad y menor precio que los competidores domésticos e internacionales que se traduce en crecientes beneficios para los habitantes de una nación al aumentar y mantener los ingresos reales [1b].

OCDE define a la competitividad como la habilidad de compañías, industrias (sectores), regiones, gobiernos para generar mientras se encuentran expuestas a la competencia internacional, altos factores de ingresos y niveles de empleo con una base sustentable [12].

Establecimiento del Diamante como Sistema

El diamante como sistema se refuerza gracias a la interacción de todos sus factores mutuamente. Se debe tener una localización de los clientes como las empresas, las industrias proveedoras y los competidores. [13]

De esta manera las empresas podrán:

- Conocer anticipadamente las necesidades de los clientes
- Establecer una relación más estrecha con sus industrias proveedoras
- Compartir factores de producción como: desarrollo e investigaciones en nuevas tecnologías
- Conocer de cerca las estrategias de sus competidores y sentirse presionada para innovar.

La Fig. 1 muestra la aplicación del Diamante como sistema que impulsa la innovación empresarial establecida por Michael Porter: activos tangibles (infraestructura), la información, el sistema jurídico y los institutos de investigación universitaria, los que recurren a las empresas para competir (activos intangibles). El sistema plantea que para incrementar la productividad, los factores deben mejorar en eficiencia y especialización para determinadas áreas. Los factores especializados son esenciales para la innovación generando altos niveles de productividad, siendo difíciles de ser imitados.

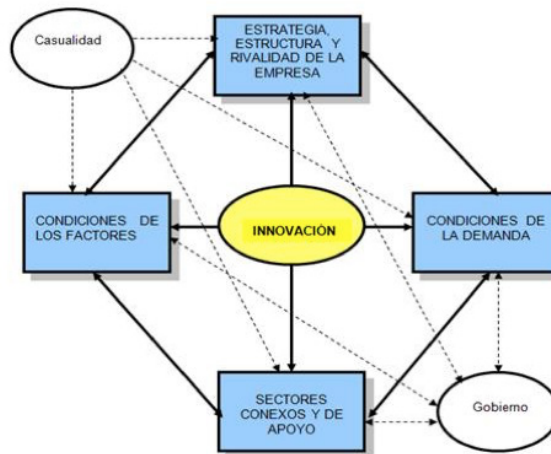


Figura 1: Sistema completo de los determinantes del Diamante de Porter

La innovación favorece a la ventaja competitiva al transformarla en una ventaja sostenible. La capacidad innovadora, acumulada y reforzada en el tiempo, es parte esencial del núcleo competitivo de las empresas y se proyecta en su relación con el bienestar de las sociedades en las que actúa [10c]. Esta visión de la competitividad y de la innovación fundamenta las estrategias empresariales y las políticas públicas que persiguen potenciar la innovación.

METODOLOGÍA

La presente investigación, en términos metodológicos manejó una orientación de investigación mixta considerando las características de los enfoques cuantitativo y cualitativo.

La perspectiva cuantitativa se usó mediante la aplicación de herramientas de recolección de datos, orientados a comprobar la hipótesis establecida previamente, confiando en la medición numérica y selección muestral, con un entorno estadístico para

establecer los niveles de comportamiento en una población. El estadígrafo aplicado para comprobación de la hipótesis fue “T student” y análisis de correlación; el análisis de los datos se realizó mediante el programa IBM SPSS Statistics 20.

Por otra parte, el enfoque cualitativo permitirá realizar una mezcla de valores e información que sirve como marco para la incorporación de nuevas experiencias e información y analizarlas para generar una propuesta para identificar la competitividad de las empresas del sector de la confección de ropa interior.

En el trabajo se aplicó la investigación bibliográfica, empleando información obtenida por medio de fuentes exclusivamente escritas, fuentes informativas como son: libros, artículos y revistas; folletos, boletines, tesis o trabajos académicos que hayan generado información relevante sobre la innovación y la competitividad y que sirvan como fuente de ideas para el desarrollo de la investigación.

Se realizó la recolección de datos primarios por medio de la aplicación de una encuesta desarrollada en base al Manual de OSLO “Directrices para la recogida e interpretación de información relativa a la innovación”. El cuestionario estuvo compuesto de 17 preguntas agrupadas en 8 subvariables. La encuesta fue aplicada a los 16 empresarios de las MIPYMES dedicadas a la confección de ropa interior y que integran ACONTEX.

Población y Muestra

En Tungurahua existen 3818 establecimientos dedicados a la fabricación de textiles y prendas de vestir de los cuales 193 están ubicados en el cantón Ambato generando 965 empleos directos; además anualmente la ciudad aporta con una declaración de facturación de USD 10.200.129, según datos del Servicio de Rentas Internas (SRI) [21].

La investigación estuvo enfocada en el sector de la confección de ropa interior, por ésta razón la población que participó en este proceso investigativo fueron las 16 empresas que están registradas y forman parte de la Asociación de Textiles de Ambato (ACONTEX), dedicadas a la producción de prendas de ropa interior. El tamaño de la población en estudio es reducido (16 empresas) razón por la que no fue necesario aplicar ningún tipo de muestreo, para la aplicación de las técnicas elegidas y recolectar los datos necesarios para probar la hipótesis planteada en la investigación, razón por la que se utilizó el total de la población para la aplicación del estadístico de prueba seleccionado.

Los administradores de las diferentes MIPYMES contestaron preguntas relacionadas, aceptación en el mercado, a los gustos y preferencias de los consumidores de las distintas marcas que manejan, con el impacto de la innovación en la empresa, las diferentes actividades de innovación que se ha practicado en las diferentes organizaciones, los beneficios competitivos alcanzados por la aplicación de actividades de innovación, los principales obstáculos que la empresa ha tenido para innovar, los montos promedio de inversión en innovación y tecnología, el origen de los fondos para invertir, la relación con los principales actores y colaboradores de la innovación, la protección de innovaciones, y la ejecución de actividades innovadoras en el futuro.

La tabla 1 detalla las características de las unidades de observación.

Tabla 1 Información general de las unidades de observación

ASPECTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EMPRESA		
Micro-empresa	1	6%
Pequeña empresa	8	50%
Mediana empresa	7	44%
TOTAL	16	100%
MERCADO		
Local	4	25%
Regional	3	19%
Nacional	9	56%
TOTAL	16	100%
SEGMENTO		
Caballeros	8	50%
Damas	7	44%
Ambos	1	6%
TOTAL	16	100%

RESULTADOS

Los resultados que a continuación se presentan fueron obtenidos de la encuesta que se aplicó a 16 administradores de empresas dedicados a la confección de ropa interior de la ciudad de Ambato.

La Tabla 2 presenta la participación de las distintas empresas en la producción y comercialización de prendas de ropa interior. En el año 2013 produjeron 2'065.955 docenas de ropa interior para damas, caballeros y niños. En comparación al año 2012 presentan un crecimiento del 9%. En promedio cada empresa en el año produjo 129.122 docenas. La recolección de los datos de ventas de las diferentes empresas en N° de docenas fue considerado para establecer el nivel de participación de marcas locales en el mercado regional y nacional.

Tabla 2 Participación en ventas: N° de docenas vendidas por año por empresa

IND. ESTADÍSTICO	VENTAS 2012	VENTAS 2014
Σ	1896317	2065955
Media	118520	129122
Mediana	91963	98020
σ	53955	58255
Max	172475	187377
Min	64565	70867
Tasa de crecimiento	9%	

La participación de las diferentes empresas de confección de ropa interior en el mercado, está basado en la percepción de sus administradores sobre las preferencias y gustos de los clientes. El 56% de las organizaciones afirman que la elección del consumidor en ropa interior está basada principalmente por el precio se puede apreciar en la Fig.2.

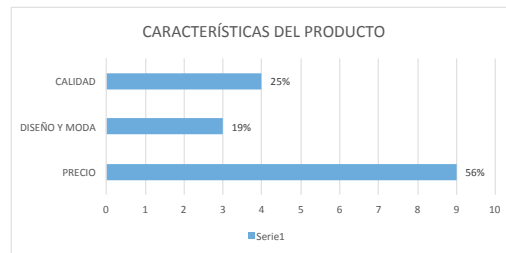


Figura 2: Preferencias del consumidor

Las MIPYMES de ropa interior en los años 2012-2013 han aplicado ciertas actividades de innovación. La Fig. 3 muestra que clase de actividades realizaron las organizaciones para innovar sus productos, predominando la innovación en el tallaje de las prendas, seguida del manejo de materias primas inteligentes como es: la microfibra y en menor escala se ha mejorado el diseño tradicional de las prendas de ropa interior.

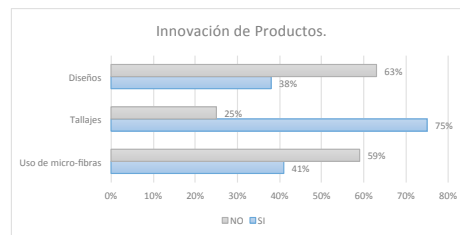


Figura 3: Innovación de productos

Por otro lado, la Fig. 4 muestra las actividades de innovación en procesos de producción usada por las MIPYMES. Estas se han desarrollado en base al mejoramiento de la maquinaria y materias primas para el estampado de prendas de vestir que va de la mano con el diseño gráfico y de moda de la ropa y por último están los procesos de etiquetado de las prendas.

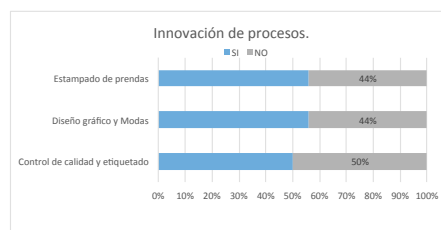


Figura 4: Innovación de procesos

Las MIPYMES como organizaciones innovadoras han cumplido ciertos procesos para mejorar su participación en el mercado entre ellos predominan las alianzas y subcontrataciones, seguido de la gestión de responsabilidades laborales como capacitaciones laborales; y por último la reingeniería de sus diferentes procesos. La Fig. 5 muestra las innovaciones organizacionales ejecutadas por las diferentes empresas.

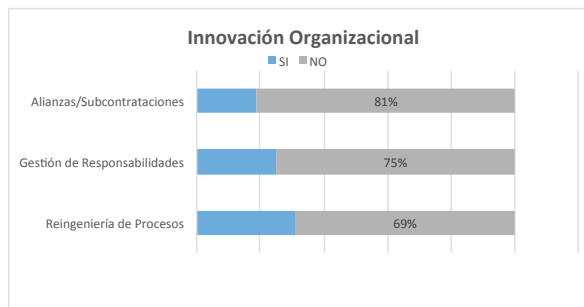


Figura 5: Innovación Organizacional

El marketing es fundamental para que tenga éxito la inversión en innovación, la Fig. 6 muestra las actividades de innovación en mercadeo que han servido a las organizaciones para fortalecer sus procesos en el mercado considerando que el éxito de la innovación.

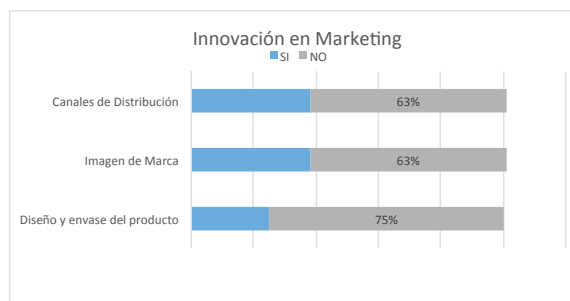


Figura 6: Innovación en Marketing

La inversión en innovación que una MIPYME realizó en los años 2012-2013, generó beneficios, los mismos que se detallan en la Tabla 3. Para medirlos fueron divididos en tres subgrupos: su capacidad competitiva, producción y organización; tres elementos fundamentales para medir el nivel competitivo empresarial. Demuestra que el 60, 01% de las organizaciones obtuvieron beneficios competitivos al invertir en innovación.

Tabla 3 Beneficios de la innovación en la empresa

ASPECTOS	FRECUENCIA		TOTAL	PORCENTAJE	
	SÍ	NO		SI	NO
COMPETENCIA					
Gama de productos	9	7	16	56%	44%
Nuevos mercados	11	5	16	69%	31%
Rentabilidad	10	6	16	63%	38%
PRODUCCIÓN					
Capacidad/ flexibilidad	11	5	16	69%	31%
Calidad	11	5	16	69%	31%
Reducción de costos	4	12	16	25%	75%
ORGANIZACIÓN					
Comunicación	10	6	16	63%	38%
Atención al cliente	11	5	16	69%	31%
Ambiente de trabajo	10	6	16	63%	38%

La Tabla 4 señala que la poca participación en el mercado es el obstáculo más importante para que una MIPYME no se arriesgue a invertir en innovar. Sin menospreciar el desconocimiento que manejan las MIPYMES sobre la utilidad de la innovación.

Fueron establecidos tres niveles de inversión en base a la capacidad de inversión que manejan las MIPYMES, considerando su tamaño empresarial e ingresos percibidos durante el año 2013.

Tabla 4 Obstáculos para innovar

ASPECTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COSTOS	16	100%
Financiamiento	5	31%
Costos altos	4	25%
Desconocimiento de utilidad	7	44%
CONOCIMIENTO	16	100%
Personal	5	31%
Información	4	25%
Cooperación	7	44%
MERCADO	16	100%
Poco mercado	14	88%
Incertidumbre	0	0%
Competencia desleal	2	13%

La Fig. 7 muestra la inversión realizada por las MIPYMES en tres aspectos fundamentales para ser una empresa innovadora.

Estos aspectos son: nueva maquinaria, conocimiento y publicidad. Hay que tener bien claro que al hablar de maquinaria no significa el reemplazo de maquinaria desgastada, se habla de nuevas ideas en producción. Un claro ejemplo es reemplazar una maquina cortadora manual por una máquina cortadora laser que cuenta con capacidad de producción 1000 veces mayor a una cortadora manual.

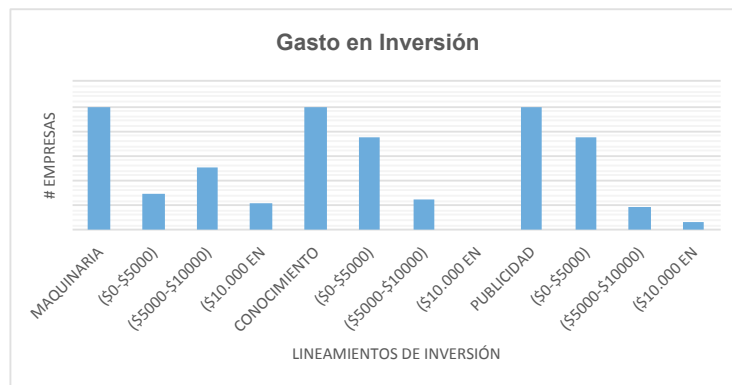


Figura 7: Niveles de inversión en Innovación

La Fig. 8 muestra la protección que se debe dar a las innovaciones empresariales, la propiedad industrial es fundamental para que tenga éxito una inversión en innovación al igual que manejar el marketing, para comunicar una innovación hay que asegurar la propiedad del desarrollo innovador empresarial. El método que se maneja con mayor facilidad por las MIPYMES es el desarrollo de marcas propias.

La comprobación de la hipótesis planteada en el trabajo investigativo se realizó mediante la utilización del estadígrafo "T Student" y cumpliendo con los parámetros establecidos, se obtuvieron resultados generados con un nivel de confianza del 95%, y después del análisis correspondiente se aceptó la hipótesis que demuestra que la inversión en innovación y tecnología impactan en la competitividad de las MIPYMES integrantes de ACONTEX dedicadas a la confección de ropa interior, durante el año 2013.

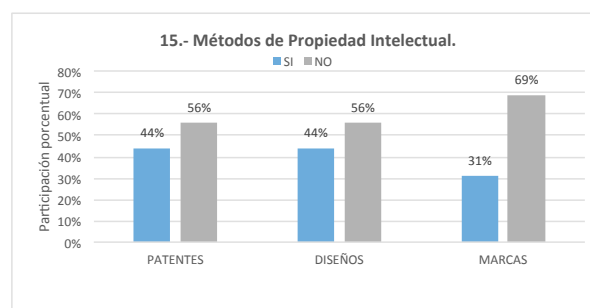


Figura 8: Métodos para la protección de la innovación empresarial

Para la elaboración del análisis de correlación se tomó como variables de análisis las actividades de mejora en la competitividad y la decisión de invertir en innovación. Los datos fueron obtenidos de la encuesta aplicada a los empresarios de las MIPYMES. Con el apoyo informático de IBM SPSS Statistics 2.0 se reconoció que las mejoras competitivas empresariales caracterizadas por la competencia, organización y producción en conjunto dependen de la inversión en innovación y tecnología que realizan los empresarios de ropa interior. La relación está marcada por un 92,56% de relación entre las variables utilizadas, según lo muestra la Fig. 9.

Figura 9: Comprobación de la Hipótesis (IBM SPSS Statistics 2.0)

Correlaciones		
		COMPETITIVIDAD
Competitividad	Correlación de Pearson	1
	sig. bilateral	
	N	16
Innovación	Correlación de Pearson	0,927
	sig. bilateral	0
	N	16

DISCUSIÓN

La globalización permite ampliar claramente la teoría de la competitividad en el sector textil dejando de manifiesto que aquella se relaciona directamente con la productividad y con el desarrollo de la venta, y en el sector textil como en otros sectores de la zona no podría ser la excepción. Por otro, la innovación en la creación de nuevos productos enmarcadas en la fase de diseño hasta el lanzamiento merece la atención en el consumidor como elemento esencial de creación de la prenda, ya que lo que se pretende es la aceptación por medio de este; en el mercado, con un grado asertivo de calidad en la utilización de los insumos.

La idea central de este análisis radica en que la competitividad y la innovación en todos los sectores de manufactura y de manera especial en el textil a nivel local están íntimamente ligados ya que, al ser la vestimenta un producto de compra inmediata y en algunos casos la compra es conducida por gusto, es necesario innovar en diseños logrando hacia un ente diferenciador en el mercado textil, provocando en el consumidor la compra inmediata. Sin embargo, se puede mencionar también que los niveles mínimos de inversión e integración entre tecnología, innovación y las de organización, han impedido la adaptación de MIPYMES a cambios competitivos establecidos por tendencias de moda internacional, lo cual ha conducido a ser un detonante de la realidad local representado por una disminución en las ventas.

CONCLUSIONES

El consumidor ecuatoriano aun distribuye sus gastos en vestimenta basado en precios, con el deseo de tener prendas de buena calidad, buen diseño y confección además de precio bajo. Con esta tendencia las empresas por varios años no han considerado el desarrollo de estrategias basadas en la diferenciación; simplemente han establecido estrategias espurias, basadas en abaratar costos para mantener precios bajos y supuestamente manejar productos competitivos en el mercado. En lo que hace referencia a la innovación, los administradores han invertido acorde, a sus limitaciones en crear, mejorar sus productos y procesos; mejorando su capacidad de ser competitiva en el mercado. Sin embargo, todavía no ha comprendido toda la población productora, que no se debe solamente imitar marcas; sino crear productos y diseños propios para obtener ventajas competitivas genuinas y mantenerse en el mercado.

El año 2013 las empresas dedicadas a la confección de ropa interior, de acuerdo a la clasificación de las innovaciones y presentando diferentes parámetros de innovación de productos, realizaron actividades innovadoras fundamentales principalmente en el mejoramiento de tallajes y creación de nuevas ideas y diseños. La introducción de maquinaria que mejore la producción también aportó a la capacidad competitiva de las MIPYMES. En aspectos como innovación organizacional y Marketing todavía no existe mayor interés para que las organizaciones mejoren éstos determinantes competitivos.

No hay un vínculo para el desarrollo de innovaciones con las instituciones educativas como: institutos, colegios artesanales, rompiendo el sistema de competitividad sistemática nacional. A pesar que la industria textil es la segunda en ocupar trabajadores, es escasa en personal calificado en aptitudes y actitudes técnicas, profesionales y humanas capaces de transformarse en el talento humano necesario, para que la industria de la confección sea competitiva a nivel nacional e internacional. Además, estar asociadas a un gremio textil no ha sido significativo en el desarrollo y la investigación por parte de las empresas textiles.

Con respecto a la inversión las empresas textiles no manejan una correcta planificación financiera, por esta razón no cuentan con planes de inversión y presupuestos anuales enfocados en la innovación y tecnología, como factor determinante de competitividad.

A través de la verificación de hipótesis se puede evidenciar que existe técnicamente una relación directa positiva entre la innovación que realizan estas empresas con la inversión financiera que tienen lo cual responde a qué toda innovación merece una fuerte inversión.

La MIPYMES ecuatoriana de la confección debe transformarse en una organización enfocada en ofrecer prendas de vestir que se anticipen a las necesidades del consumidor; es decir, olvidarse de ser una organización dedicada simplemente a la imitación de marcas internacionales. Ser creadora de marcas y productos propios. Tener un direccionamiento estratégico enfocado en la diferenciación y la calidad. Manejar planes de inversión anuales capaces de permitir la aplicación de diferentes actividades de innovación en productos, procesos organización y Marketing. Capacitar a los colaboradores de la organización de manera continua, para sean entes de innovación guiada por la Investigación. Manejar políticas de propiedad intelectual, para que no sean víctimas de prácticas desleales de comercio como la falsificación e imitación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros

- [1] PORTER, M. "La Ventaja Competitiva de las Naciones," (Quinta ed.). New York: Harvard Business, 1990, pp. 163-175.
- [2] PORTER, M. "Ser Competitivo" (Actualizada y aumentada ed.). (C. S.L., Trad.) Barcelona, España: Deusto. (2009), pp. 17
- [3] UNAM. "El bien, el mal y la razón: facetas de la ciencia y de la tecnología" (Primera ed.). México, Distrito Federal, México: Paidós Mexicana S.A., 2000, pp. 24
- [4] CEGARRA Sánchez, J. La Tecnología. En J. Cegarra Sánchez, "Metodología de la Investigación Científica". Madrid, España: Díaz de Santos, 2012, pp. 9-18
- [5] CEPAL, "Políticas para promover la innovación y el desarrollo tecnológico". En C. E. Caribe, "Desarrollo Productivo en Economías Abiertas". Santiago de Chile: CEPAL, 2004, pp. 211-236
- [6] TAYLOR, J. B., & HALL, R. E. "Macroeconomía". (A. Bosh, Ed.) Estados Unidos, 1992, pp. 139
- [7] MOLLO, C., & PULIDO, A. "Contabilidad financiera, un enfoque actual" (Primera ed.). (C. Fuente R., Ed.) Madrid, España: Cengage, 2008, pp. 54
- [8] MULET Mellá, J. "La innovación, concepto e importancia económica". COTEC, 2009
- [9] OECD/European Communities. "Manual de Oslo: Directrices para la recogida e interpretación de información relativa a innovación" (Tercera ed.). (M. P. Sánchez, Trad.) Madrid, España: OECD/European Communities, 2005, pp. 20-26
- [10] LÓPEZ Mielgo, N., MONTES Peón, J. M., & VÁZQUEZ Ordás, C. J. "Cómo gestionar la Innovación en las PYMES" (Primera ed.). (P. Paz Otero, Ed.) La Coruña, España: Netbiblo S.L. 2007, pp. 34-45-67
- [11] GONZÁLEZ HERMOSO de Mendoza, A. "La Innovación: un factor clave para la competitividad de las empresas". (Dirección General de Investigación, & Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid, Edits.) Madrid, España: Confederación Empresarial de Madrid- CEOE. 2002, pp. 102
- [12] LÓPEZ Ortega, E., "El concepto de competitividad en el posicionamiento Tecnológico" [(Vol. 6). México D.F., México: UNAM, 1999, pp.78
- [13] ESTRADA, S., & HEIJS, J. "Innovación Tecnológica y Competitividad: Análisis Microeconómico de la conducta exportadora en México". (U. Instituto de Análisis Industrial y Financiero, Ed.) Madrid, España, 2003, pp. 102
- [14] BELLAVISTA Illa, J., & RENOBELL, V., "Ciencia, tecnología e innovación en América Latina.- Investigación científica, innovación tecnológica" (Primera ed.). (P. d. Barcelona, Ed.) Barcelona, España: Universitat de Barcelona, 1999, pp.35
- [15] PERRAROTTI, F. El empresario como protagonista en Veblen y Schumpeter. En UNAM, Problemas del Desarrollo (Vol. 31, págs. 139-146). México D.F., México: UNAM, 2000, pp.45.
- [16] QUINTANA Duarte, E. (Ed.). Investigación de Mercados: Un enfoque aplicado (Cuarta ed.). México, México: Educación PEARSON, 2004, pp.34.

Revistas

- [17] VARELA, M., & TRÁVEZ, C. "Análisis sectorial MIPYMES: Estudio de caso sector textil y de la confección Impactex". Ministerio de Industrias y Productividad (MI-PRO), Quito: FLACSO, pp 5-6, Julio 2013
- [18] DELOITTE. "Ecuador Competitivo 2012". Deloitte. Deloitte Touche Tohmatsu, Febrero, 2013, pp. 7.
- [19] AITE. "Preocupa el desempeño de la industria textil y confección en el Ecuador. Asociación de Industriales Textiles del Ecuador" (AITE). Quito: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, Marzo 2013, pp.12.
- [20] PÓVEDA, V. "Ecuador: El cambio de la matriz productiva y los retos por la sustitución de importaciones". (A. y. Centro de Ideas, Ed.) Llorente y Cuenca, Febrero de 2014, pp. 10-12.
- [21] AITE. "Las exportaciones textiles ecuatorianas crecieron 7,2% en el 2013". Asociación De Industriales Textiles del Ecuador. Quito: AITE. Abril 2014, pp.10
- [22] CARRILLO, D. (2010). "Diagnóstico del Sector Textil y Confecciones" (Primera ed.). Quito, Pichincha, Ecuador: INEC, Marzo 2012, pp.5.
- [23] LÓPEZ Eguilaz, M. J., & Bermeo Ruiz, J. M., "La innovación continua en el éxito empresarial". (E. UNED, Ed.) Madrid, España: Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), 2014, pp