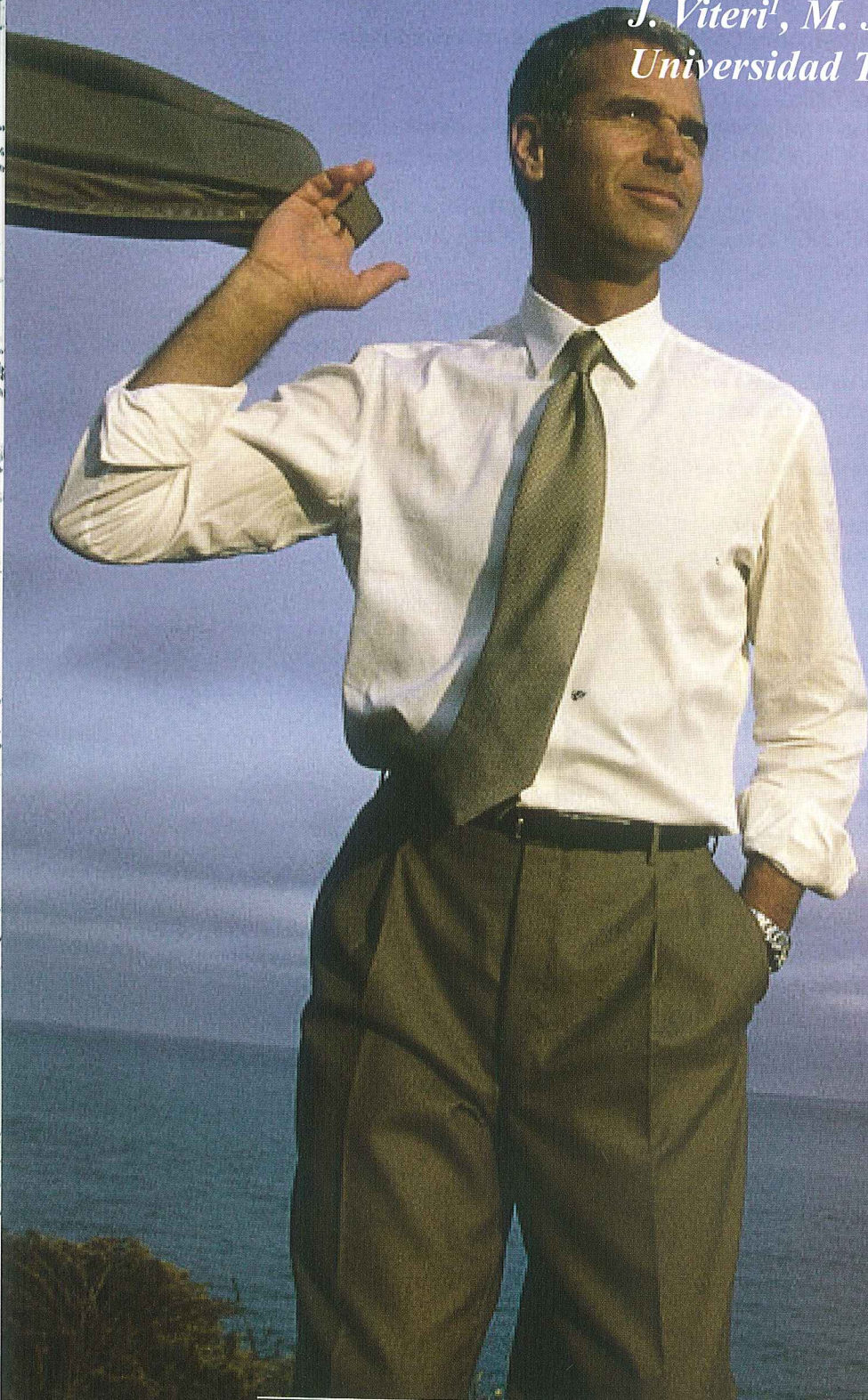
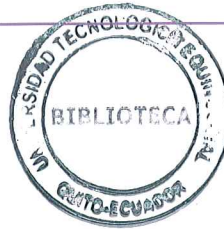


# COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN

*J. Viteri<sup>1</sup>, M. Jácome<sup>2</sup>, E. Beltrán<sup>3</sup>,  
Universidad Tecnológica Equinoccial*



<sup>1</sup> Jorge Viteri Moya, Decano de la Facultad de Ciencias de la Ingeniería de la Universidad Tecnológica Equinoccial, [jviteri@ute.edu.ec](mailto:jviteri@ute.edu.ec).  
<sup>2</sup> María Belén Jácome Villacres, Unidad de Vinculación con la Colectividad de la Facultad de Ciencias de la Ingeniería de la Universidad Tecnológica Equinoccial, [jymb2304@ute.edu.ec](mailto:jymb2304@ute.edu.ec).  
<sup>3</sup> Elena Beltrán Sinchiguano, Unidad de Vinculación con la Colectividad de la Facultad de Ciencias de la Ingeniería de la Universidad Tecnológica Equinoccial, [bser2677@ute.edu.ec](mailto:bser2677@ute.edu.ec).



## Introducción

El ser humano desde sus inicios, ha sido el artífice fundamental de todas las innovaciones y modificaciones de su entorno, pues siempre busca mejores condiciones de vida, un mayor desarrollo personal y comunitario. Toda persona, empresa, gobierno o la comunidad en su conjunto están permanentemente inmersas en un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades.

En este contexto, la innovación es todo un proceso complejo de creación y transformación del conocimiento disponible que genera nuevas soluciones para los problemas que se plantea la humanidad en su propia evolución. En el caso de las naciones y empresas, la innovación permite dar respuesta a los retos de un mundo globalizado, que implica la creación de nuevos productos, la adopción de nuevos procesos, nuevas formas de comercialización y organización, para crear ventajas competitivas y asegurar su crecimiento económico y social.

El objetivo del presente trabajo es exponer las diferentes definiciones de innovación y la aplicación de esta como un proceso creativo que culmina con la generación de valor sostenible.

## Competitividad e innovación, definiciones.

El concepto de competitividad es complejo, ya que es utilizado en diferentes niveles: micro

(referida a empresas y unidades de negocio) y macro (referida a países), dando lugar a diferentes significados (Wolff, y otros, 2007). A continuación se exponen algunas definiciones de competitividad empresarial:

“Capacidad de una empresa para mantener o reforzar su participación lucrativa en el mercado, se funda en nuevas estrategias empresariales, en el aumento sostenido de la productividad, en la capacidad empresarial para participar en negociaciones con diversas instituciones y empresas de su entorno, y en la existencia de un ambiente competitivo determinado por el tejido empresarial y de consumidores existentes en el mercado y las políticas impulsadas por gobiernos nacionales y alianzas económicas regionales.” (Solleiro & Castañón, 2004)

“Capacidad de las empresas de mantener o aumentar su rentabilidad en las condiciones que prevalecen en el mercado.” (Reing Martínez, 2007).

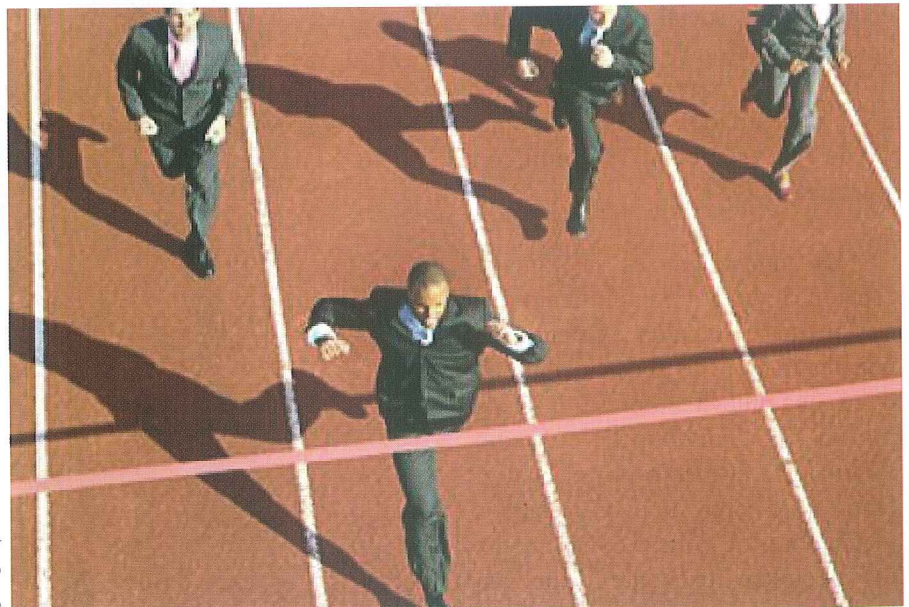
“Capacidad de una empresa para enfrentar exitosamente a sus

contrapartes por medio de sus productos y servicios.” (Rubio & Baz, 2005).

La competitividad es la capacidad de las organizaciones para responder a las necesidades del mercado con productos o servicios que brinden mejores beneficios en relación a la competencia, para posicionarse como un líder en su campo de acción.

En la actualidad se habla de competitividad sistémica entendida como “el producto de un patrón de interacción compleja y dinámica entre el Estado, las empresas, las instituciones intermediarias y la capacidad organizativa de una sociedad (García de León, 2009)”. De esta definición los elementos distintivos son la diferenciación de cuatro niveles analíticos (meta, macro, meso y micro), y la vinculación de estos a la innovación (Naciones Unidas - Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL, 2001).

Para ser competitivos es necesario responder a las necesidades del entorno de una manera eficaz y eficiente, esta capacidad de respuesta



a los requerimientos se la logra con la innovación que proporciona una ventaja competitiva y pone a la empresa en el camino hacia el éxito. (Rodríguez López, 2009; Porter, 2006; Ekboir, y otros, 2007).

Mientras que a lo largo del tiempo la innovación ha sido definida por numerosos autores, organismos e instituciones, algunas de estas se exponen a continuación.

En el Manual de Oslo la innovación es definida como “la implementación de un producto (bien o servicio) o proceso nuevo o con un alto grado de mejora, o un método de comercialización u organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, al lugar de trabajo o a las relaciones externas” (Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, 2005).

Según el Manual de Bogotá la innovación “Incluye todas aquellas acciones llevadas a cabo por la empresa tendientes a poner en práctica conceptos, ideas y métodos necesarios para la adquisición, asimilación e incorporación de nuevos conocimientos” (Jaramillo et al., 2001).

“Se considera como sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad en las esferas económica y social, de forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas y de la sociedad” (Comisión Europea, 1995).

“La innovación es la función específica del emprendimiento, ya sea en una compañía existente, en una institución de servicio público o en una nueva empresa iniciada por un solo individuo en el medio familiar. Es el medio por el cual el empresario crea nuevos recursos generadores de riqueza o incrementa los recursos existentes con un

potencial mejorado para producir riqueza” (Druker, 2008).

“La innovación es la transformación de una idea en un producto vendible nuevo o mejorado o en un proceso operativo en la industria y en el comercio o en un nuevo método de servicio social” (Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, 2006).

“Es por medio de la innovación que se crea y se difunde un nuevo conocimiento, lo que aumenta el potencial de la economía para desarrollar nuevos productos y métodos de funcionamiento más productivos” (López Mielgo & Montes Peon, 2007).

“Es la introducción (creación, generación, producción, modifi-

cación, asimilación, implantación, aplicación, explotación, gestión) de una novedad (idea, invención, distinta al uso o costumbre), en forma de producto, servicio, proceso, sistema, dispositivo o técnica de gestión y organización, en un entorno específico (empresarial, económico, social) para conseguir un beneficio (solución a problemas y/o repuestas a necesidades)” (Flores, 2010).

“En términos estratégicos, se define en un sentido muy amplio. Incluye, además de las tecnologías nuevas, métodos nuevos o maneras de hacer las cosas que a veces parecen bastante comunes. La innovación puede manifestarse en el diseño de un producto nuevo, en la manera de enfocar el mercado, o en un modo nuevo de capacitar



y organizar” (Porter, La ventaja competitiva de las naciones, 2008).

Estas definiciones incluyen tanto la innovación del producto entendida como la comercialización de productos nuevos o de productos mejorados, así como la innovación de procesos que aplica métodos productivos para mejorar las condiciones de trabajo, la productividad, la calidad, o reducir costos; de tal manera que el producto o proceso sea más efectivo, eficiente, justo o sustentable en relación a las alternativas ya existentes (Sánchez Bueno, 2008; Phills, y otros, 2008). Las innovaciones de producto y de proceso se incluyen dentro del grupo de innovaciones tecnológicas. La definición del Manual de OSLO del 2005, incluye dos categorías más

las innovaciones organizacionales y de marketing o innovaciones del modelo de negocio (Sánchez & Castrillo, 2006).

Además la innovación se considera un proceso social que se enmarca en el entorno de la cultura tecnológica, artística, científica, filosófica u organizativa, que busca a través de la comunicación con los diferentes actores sociales conocer sus necesidades, plantear con innovación soluciones para la generación de valor sostenible.

La innovación es hacer cosas nuevas o viejas sensiblemente mejoradas, es decir innovaciones radicales o incrementales, para satisfacer necesidades, solucionar problemas y lograr que las

naciones y las organizaciones sean competitivas.

La innovación es el motor de la competitividad y comprende tres etapas básicas que son:

- **La generación de ideas.-** motivada por la curiosidad, que es la fuente de nuevas oportunidades, para explorar cosas susceptibles de ser aplicadas de una u otra forma (Druker, 2008).
- **Aplicación de la idea.-** Las ideas deben ser convertidas en valor, es en esta etapa donde realmente se inicia la innovación a través de la transformación de la idea en algo tangible (Pontí & Ferrer, 2010).
- **Resultados.-** Las ideas sin resultados económicos no son innovaciones, los resultados alcanzados con la aplicación real de las ideas cierran el proceso de innovación, solo se innova cuando se genera valor y se obtienen resultados sostenibles en el tiempo (Cornella Solans, 2011).

## *Análisis de la competitividad e innovación en el Ecuador*

Para que un país sea innovador es necesario el compromiso del gobierno para: propiciar y facilitar la discusión de una visión y estrategias, apoyar el desarrollo de todos los clusters emergentes, facilitar el emprendimiento y compartir información entre los diferentes actores sociales (Porter, Innovación y competitividad en Chile, 2011). En el Ecuador El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad promueve la innovación a través del programa InnovaEcuador, el cual tiene dos líneas de trabajo: InnovaConocimiento, que apoya



a la competitividad y a la productividad sectorial a través de la generación de capacidades innovadoras e InnovaEmpresa, que apoya a la competitividad y a la productividad empresarial mediante la asimilación tecnológica y el desarrollo de la innovación (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2010-2011).

Según el reporte del Índice Global de Competitividad del World Economic Forum que mide el cumplimiento de requerimientos básicos, potenciadores de la eficiencia y factores de innovación y sofisticación, en el período 2010-2011 el Ecuador se ubicaba en el puesto 105 de 139 países evaluados y en el período 2011 - 2012 se sitúa

en el puesto 101 de 142 (World Economic Forum, 2010; World Economic Forum, 2011). Resultado del análisis de estas cifras se observa que el país ha mejorado su puntaje, sin embargo se encuentra en la primera etapa del proceso de la innovación, que es la creación. Esto se corrobora con los datos del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), que reporta tener acceso a la información de cerca de 350 mil inventos anuales, cifra que se contrapone con las 467 patentes emitidas en los últimos doce años (EKOS, 2001).

A menudo la innovación se confunde con la invención y esta última se toma como un hecho más o menos aislado, producto de la genialidad o la inspiración de la

persona o del equipo que lo realizó, sin embargo la innovación requiere que se considere más que el invento original el origen y el destino de cada nueva aplicación, para ser considerada como un sistema que cambie la realidad del entorno provocando la generación de valor sostenible (Rodríguez Herrera & Alvarado Ugarte, 2008).

En conclusión, para ser un país competitivo es necesario aplicar las ideas innovadoras en hechos concretos que se traduzcan en beneficios tangibles, económicamente viables y sostenibles en el tiempo; es decir dar un salto de las ideas a la realidad, de pensar a hacer. ■



## Bibliografía:

1. Castillo, J. (2010). Propuesta de un plan de eco-eficiencia de procesos y de la cadena de valor como estrategia de responsabilidad social en ASSENDA S.A-una empresa Carvajal. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
2. Comisión Europea. (1995). *Libro verde de la innovación*. Libro verde de la innovación .
3. Cornella Solans, A. (2011). *¿Qué es innovar?* Barcelona: Innovant Publishing.
4. Druker, P. (2008). *La disciplina de la innovación*. Innovación Empresarial .
5. Ekboir, J., & Parellada, G. (2007). *Algunas reflexiones respecto a los sistemas de innovación en la era de la globalización*. IES.
6. Ekos Negocios. (2001). *El paradigma del Milenio*. Septiembre.
7. Flores, A. (2010). *La actitud innovadora. Cinco principios para generar una nueva forma de gestión*. España: Netbiblo.
8. García de León, G. (2009). El concepto de competitivid sistémica.
9. Jaramillo, H., Lugones , G., & Salazar, M. (2001). Manual de Bogotá. Colombia: RICYT - OEA - CYTED.
10. López Mielgo, N., & Montes Peon, M. (2007). *Cómo gestionar la innovación en las pymes*. España: Netbiblo.
11. Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (2010 - 2011). *InnovaEcuador*: Recuperado el 10 de Octubre de 2011, de <http://www.mcpec.gob.ec/>
12. Muchástegui, M. (2003). *Introducción a la Gestión de la RSE*. Argentina: Instituto Argentino de Responsabilidad-social.
13. Naciones Unidas-Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL. (2001). *Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del Istmo Centroamericano*. CEPAL.
14. Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos. (2005). *Manual de OSLO*. European Communities.
15. Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos. (2006). *Manual de OSLO*. European Communities.
16. Phills, J., Deiglmeier, K., & Miller, D. (2008). *Rediscovering Social Innovation*. USA: Leland Stanford Jr. University.
17. Ponti, F., & Ferrer, J. (2010). *Si funciona cámbialo. Como innovar sin morir en el intento*. España: Arpi.
18. Porter , M. (2006). *Estrategia y ventaja competitiva*. Colombia: Deusto.
19. Porter , M. (2008). *La ventaja competitiva de las naciones*. Facultad de Ciencias Económicas - UNRC.
20. Porter, M. (2011). *Innovación y competitividad en Chile*. Chile .
21. Reing Martínez, E. (2007). *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones Españolas*. España: Fundación BBVA.
22. Riveros, p. (2002). *Sistemas de Gestión de la Calidad del Servicio*. Contacto impresores.
23. Rodríguez López, N. (2009). *La innovación: Clave del éxito empresarial*. España: Universidad de Vigo .
24. Rodríguez Herrera, A., & Alvarado Ugarte, H. (2008). *Claves de la innovación social en américa Latina y el Caribe*. Chile : CEPAL.
25. Rubio, L., & Baz, V. (2005). *El poder de la competitividad*. México: FCE, CIDAC.
26. Sánchez , P., & Castrillo, R. (2006). La tercela Edición del Manul de OSLO: Cambio e implicaciones. *Revista i + D n° 35 - Marzo - Abril 2006, 1 - 16*.
27. Sánchez Bueno, M. (2008). *Proceso innovador y tecnológico. Estrategias y apoyo público*. España: Netbiblo.
28. Solleiro , J., & Castañón , R. (2004). *Competitividad y sistemas de innovación: los retos para la inserción de México en el contexto global*. México: Globalización, ciencia y tecnología.
29. Wolff, F., Schmitt, K., & Hochfeld, C. (2007). *Competitiveness, innovation and sustain-ability - clariying the conceps and tehir interrelations*. Berlin: Institut für engawandte Ökologie .
30. World Economic Forum. (2010). *The Global Competitiveness Report 2010 - 2011*. Suiza : World Economic Forum.
31. World Economic Forum. (2011). *The Global Competitiveness Report 2011 - 2012*. Suiza : World Economic Forum.