

Brenda Shanalia Díaz-Pulles; Jhosselyn Andrea Cochancela-Santana; Franklin Naranjo Naranjo-Armijo;
Mayra Alejandra Granda-Sanmartin

[DOI 10.35381/cm.v8i4.863](https://doi.org/10.35381/cm.v8i4.863)

El nivel de innovación de los complejos turísticos de la vía aventura en Santo Domingo, Ecuador

The level of innovation of the tourist complexes of the adventure route in Santo Domingo, Ecuador

Brenda Shanalia Díaz-Pulles
ns.brendasdp69@uniandes.edu.ec
Universidad Regional Autónoma de los Andes, Santo Domingo, Santo Domingo de los
Tsáchilas
Ecuador

[https://orcid.org/ 0000-0003-2672-1896](https://orcid.org/0000-0003-2672-1896)

Jhosselyn Andrea Cochancela-Santana
ns.jhosselynacs71@uniandes.edu.ec
Universidad Regional Autónoma de los Andes, Santo Domingo, Santo Domingo de los
Tsáchilas
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-0783-2630>

Franklin Naranjo Naranjo-Armijo
us.franklinnaranjo@uniandes.edu.ec
Universidad Regional Autónoma de los Andes, Santo Domingo, Santo Domingo de los
Tsáchilas
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-7288-8879>

Mayra Alejandra Granda-Sanmartin
us.mayragranda@uniandes.edu.ec
Universidad Regional Autónoma de los Andes, Santo Domingo, Santo Domingo de los
Tsáchilas
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-6467-8334>

Recibido: 01 de mayo 2022
Revisado: 25 de junio 2022
Aprobado: 01 de agosto 2022
Publicado: 15 de agosto 2022

Brenda Shanalia Díaz-Pulles; Jhosselyn Andrea Cochancela-Santana; Franklin Naranjo Naranjo-Armijo;
Mayra Alejandra Granda-Sanmartín

RESUMEN

La escasa innovación en el sector turístico constituye uno de sus principales limitantes que impiden generar un crecimiento sostenido y empleo digno para las personas. El presente artículo tuvo como objetivo analizar la interrogante que busca establecer el estado de la cultura de la innovación de los complejos turísticos de la Vía Aventura en Julio Moreno, para ello se aplicó una investigación de campo de tipo descriptiva. Además, se recabó los datos suficientes de la cultura de innovación en los complejos turísticos mediante el uso y aplicación del Cuestionario InnoQuotient. Los resultados permitieron determinar que desde la perspectiva global tienen un Cociente de Innovación de 9,33, categorizado como excelente y, la menor atención brindada al factor “conductas”. Finalmente, se concluye que, los complejos turísticos prestadores de servicios turísticos dan la menor atención al bloque “conductas”, es decir, al impulso, compromiso y facilitación que permita generar una cultura de innovación.

Descriptores: Cultura; innovación cultural; crecimiento económico; empleo; turismo. (Tesauro UNESCO).

ABSTRACT

The lack of innovation in the tourism sector is one of the main limitations that prevent the generation of sustained growth and decent employment for people. The objective of this article was to analyze the question that seeks to establish the state of the culture of innovation in the tourist complexes of the Via Aventura in Julio Moreno, for which a descriptive field research was applied. In addition, sufficient data was collected on the culture of innovation in the resorts through the use and application of the InnoQuotient Questionnaire. The results allowed determining that from the global perspective they have an Innovation Quotient of 9.33, categorized as excellent, and the least attention given to the factor "behaviors". Finally, it is concluded that the resorts providing tourism services give the least attention to the "behaviors" block, that is, to the impulse, commitment and facilitation that allows generating a culture of innovation.

Descriptors: Culture; cultural innovation; economic growth; job; sightseeing. (UNESCO Thesaurus).

Brenda Shanalia Díaz-Pulles; Jhosselyn Andrea Cochancela-Santana; Franklin Naranjo Naranjo-Armijo;
Mayra Alejandra Granda-Sanmartín

INTRODUCCIÓN

Uno de los factores más importantes en la administración eficaz es la gestión de la innovación de modo de aumentar la tasa de innovación empresarial, generar ideas que permitan obtener nuevos productos, procesos y servicios o mejorar los existentes y, transferir esas ideas a las fases de producción y comercialización. Innovar es alterar las cosas introduciendo novedades, es hacer cosas nuevas. Es crear o modificar lo existente, integrar lo que ya existe en forma antes no vista. La innovación es creatividad aplicada, por lo tanto, tiene relación directa con la acción e implementación (Herrscher, Rébora y D'Anunzio, 2014). Para tener un panorama sobre la complejidad y su posterior análisis para la construcción de sistemas complejos, es necesario emprender un recorrido por los orígenes de la misma y su concepción actual para finalmente referenciar el objeto de estudio del turismo en esta perspectiva del conocimiento. (Serrano-Barriquin, 2012)

Innovar es pensar diferente, no mejor. Se innova introduciendo algo nuevo, que no existía previamente, mientras que mejora lo que existe. Es implementar una idea que agrega valor y tiene potencial de transformarse en un nuevo estándar. Innovar es identificar que la gente ya no quiere ir a centros comerciales para hacer sus compras y lanzar una plataforma como Amazon que solucione esta necesidad. Según un informe de Innovación para el desarrollo sostenible de la UNESCO: “La innovación conduce al origen de la humanidad, a aquel momento en que un ser humano tomó un objeto y lo convirtió en herramienta” (Ekos, 2019).

Las actividades que se incluyen dentro de la definición de innovación engloban los campos científicos, tecnológicos, organizativos, financieros y comerciales que conllevan al desarrollo de innovaciones. Dentro del manual de Oslo, desarrollado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), consideran tanto las actividades que han sido exitosas anteriormente, como las que se encuentren en curso o aquellas realizadas en proyectos cancelados al ser considerados inviables (Rosero, 2016).

Brenda Shanalia Díaz-Pulles; Jhosselyn Andrea Cochancela-Santana; Franklin Naranjo Naranjo-Armijo;
Mayra Alejandra Granda-Sanmartín

La complejidad radica en el hecho de que un proceso de innovación empresarial requiere hallar equilibrio entre flexibilidad y rigidez. Flexibilidad en cuanto a la generación de ideas, las perspectivas de futuro y los cursos alternativos de acción; y, rigidez para que la empresa asuma que la innovación no es una opción, sino el camino que siempre debe tomar, constituyéndolo en un estilo de vida en la gestión empresarial, que permite identificar las oportunidades y explotarlas, orientándolas hacia la sociedad, fuente insaciable de necesidades (Burgos y Pombosa, 2015).

El turismo ha sido identificado como una de las actividades con potencial para contribuir al desarrollo económico. Los gobiernos tienen capacidad para influir y tomar medidas en las áreas que afectan a esta actividad, a través de regulaciones, incentivos, promoción o mitigando los efectos externos negativos. Es por ello, que los gobiernos están utilizando cada vez más esta actividad como vehículo para el desarrollo regional (Martínez et al., 2013). Ecuador no es ajeno a estas actuaciones y prueba de ello son los distintos planes y actuaciones puestas en marcha para diversificar la economía y apostar por modalidades de turismo que contribuyan al crecimiento económico de forma sostenible (Castillo, Martínez y Vásquez, 2015).

El turismo, uno de los pilares fundamentales del capitalismo global, es analizado generalmente como una actividad disociada del sistema y, por ende, con problemas particulares. Cuando surgió como fenómeno de masas en la segunda mitad del siglo XX sus lecturas eran algo más que ingenuas. Pero cuando el turismo como fenómeno masivo comienza a mostrar los grandes impactos y su papel no sólo económico sino también social y cultural en el capitalismo global, aparece el turismo alternativo como una nueva visión pura que impacta (Dachary y Arnaiz, 2014).

En América Latina, un importante número de investigaciones surgieron desde la academia, así como de las instituciones públicas que informan sobre la temática, debido a la elevada inestabilidad de los precios de las materias primas requeridas, por lo que es

Brenda Shanalia Díaz-Pulles; Jhosselyn Andrea Cochancela-Santana; Franklin Naranjo Naranjo-Armijo;
Mayra Alejandra Granda-Sanmartín

necesario dirigir esfuerzos hacia la formulación de políticas que incorporen a la innovación como la estrategia para lograr un crecimiento sostenible y duradero.

Sintetizando y enmarcando el turismo es una actividad que cada día progresa en el Ecuador, genera beneficios como la aparición de nuevas fuentes de empleo. Así mismo cada día los gustos de las personas varían, buscan nuevas experiencias y nuevos lugares por conocer con el fin de satisfacer sus necesidades de ocio.

En Ecuador, el panorama empresarial es similar a los países de la región y, por ello las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) son las organizaciones que menos iniciativas innovadoras implementan en actividades económicas, por lo que menos oportunidades tienen en el mercado y, la permanencia, la generación de fuentes de empleo son cada vez más reducidas en el mercado nacional. Ante este fenómeno, el gobierno y varias instituciones públicas y privadas, han fomentado políticas y programas de desarrollo que permitan impulsar los procesos de innovación, en particular en el sector microempresarial (Avila, 2018).

De acuerdo a la nueva Constitución ecuatoriana recoge varios artículos que de manera directa o indirecta asumen el paradigma del desarrollo sostenible. Además, se articula un innovador aporte a la visión de sostenibilidad ambiental a través de los Derechos de la Naturaleza que supone un giro biocentrista y plantea nuevas formas de valoración ambiental y articulación de saberes indígenas.

Como una alternativa de impulso a la innovación, el Gobierno Municipal Santo Domingo se encuentra impulsando el proyecto Incubadora MIPYMES, el cual se caracteriza por ser uno de los casos más paradigmáticos del fomento empresarial. No obstante, a pesar de haber logrado la generación de negocios entre los emprendimientos generados por los participantes y las cadenas de comercialización a través de supermercados locales y nacionales, dichas iniciativas aún pasan desapercibidas en el entorno empresarial de la región.

Brenda Shanalia Díaz-Pulles; Jhosselyn Andrea Cochancela-Santana; Franklin Naranjo Naranjo-Armijo;
Mayra Alejandra Granda-Sanmartín

La medición de la innovación en el Ecuador tiene dos antecedentes importantes: los esfuerzos por medir las actividades de innovación de las empresas realizado por el INEC con la presentación de los resultados de la Encuesta nacional de actividades de innovación, basada en la metodología para medición de la innovación del Manual de Oslo, y que es parte de la Encuesta de actividades de ciencia, tecnología e innovación, misma que ha sido ejecutada en dos ocasiones, en 2012 y 2015; y la medición del índice anual de innovación a nivel mundial realizada por la OMPI, con la colaboración de la Universidad de Cornell y el INSEAD, que evalúa diferentes facetas de la innovación en cada país, incluyendo al Ecuador (Erazo, 2018).

Ecuador es un país en el cual se han presentado un gran número de propuestas en favor del Desarrollo del Turismo y los atractivos turísticos en los diferentes sectores y zonas, razón por la cual se ha fortalecido la actividad turista en el país, lo cual exige la innovación permanente de los establecimientos turísticos, esto es complejos deportivos, balnearios y otros, a fin de incrementar el turismo y generar oportunidades de desarrollo socio económico en favor de la población local de dichos sectores (Garrido, 2018).

Santo Domingo es uno cantón, cuya cabecera cantonal es la ciudad de Santo Domingo de los Colorados, y dentro de ella tenemos la parroquia urbana Río Verde, donde se encuentra circunscrita la comuna Julio Moreno Espinoza, cuya característica principal es la prestación de servicios turísticos, fruto de las bondades y características únicas de los ríos existentes en el sector, climas y arte culinario de sus habitantes, convirtiéndose en el principal sector turístico de la región. En razón de la anteriormente expuesto, surge esta investigación que tuvo como objetivo general analizar la interrogante que busca establecer el estado de la cultura de la innovación de los complejos turísticos de la Vía Aventura en Julio Moreno.

Brenda Shanalia Díaz-Pulles; Jhosselyn Andrea Cochancela-Santana; Franklin Naranjo Naranjo-Armijo;
Mayra Alejandra Granda-Sanmartín

METODOLOGÍA

El diseño de la investigación de campo tuvo un enfoque metodológico cuantitativo, con un nivel de profundidad descriptivo. La información requerida para el desarrollo del trabajo investigativo se obtuvo aplicando el “Cuestionario InnoQuotient”, de los académicos Joseph Weintraub y Jay Rao.

RESULTADOS

Valoración de los 18 factores de la Cultura de la Innovación

El análisis de las encuestas demuestra que, a nivel general, la media de los 18 factores de la Cultura de la Innovación se puede caracterizar como excelente. En este contexto, cabe destacar que la media de la emprendeduría (8,67) y la creatividad (9,00), factores del bloque “valores” destacados dentro del análisis (resaltado en color amarillo) (tabla 1). Por otro lado, el análisis de los datos agrupados permite establecer que la media del factor “personas” (8,67) del bloque “recursos” y la “concreción” (7,67) del bloque “procesos” son los valores que, estando dentro de la categoría “excelente”, se ubican en posiciones importantes dentro del bloque de los factores objeto de análisis.

Valoración de los 6 bloques de construcción de la Cultura de la Innovación

Por otra parte, el análisis de los factores de construcción de la Cultura de Innovación, exige observar que, desde una visión general, la media de la cada uno de los seis bloques de construcción se encuentra dentro del rango de la excelencia. También debemos destacar que la media de “valores”, perteneciente al bloque emocional, es el mejor posicionado dentro de la construcción de la cultura de innovación con un valor de 9,52 (tabla 2). Por otra parte, el bloque que presenta la media más baja es el de “clima” con un valor de 9,3.

Dentro del análisis global final debemos destacar que los emprendimientos de los complejos turísticos que participaron en el estudio durante el año 2019, alcanzaron un

Brenda Shanalia Díaz-Pulles; Jhosselyn Andrea Cochancela-Santana; Franklin Naranjo Naranjo-Armijo;
 Mayra Alejandra Granda-Sanmartín

Cociente de Innovación de 9,33 (figura 1). Por otra parte, observamos que la media de los valores emocionales es de 9,19 y, la de los valores racionales es de 9,47.

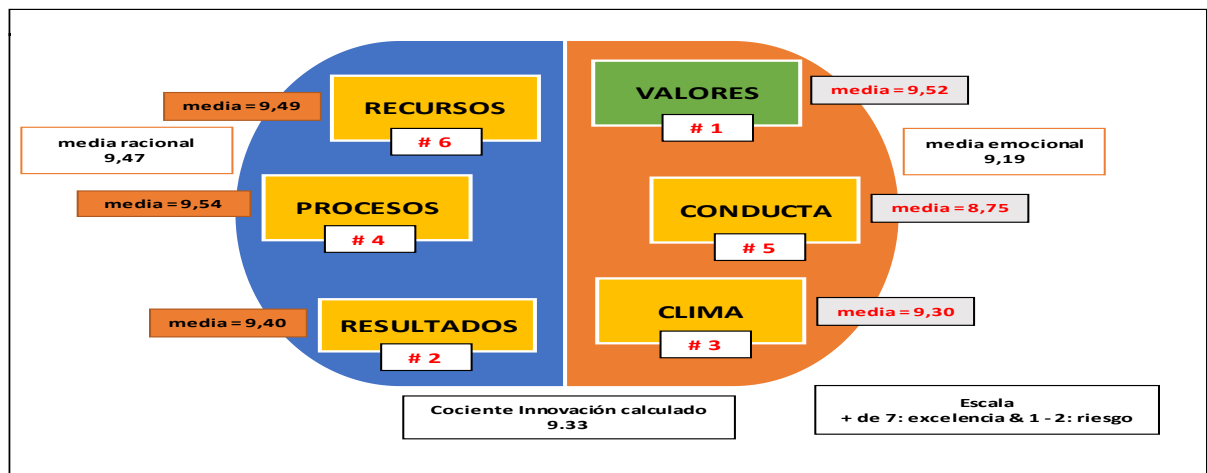


Figura 1. Cociente de Innovación en los emprendimientos de los complejos turísticos de la comuna Julio Moreno Espinoza de Santo Domingo.

Fuente: Encuestas a emprendedores de complejos turísticos de la comuna Julio Moreno Espinoza de Santo Domingo, 2019.

DISCUSIÓN

De los resultados globales permite establecer que el cociente de innovación (9,33), categorizado como excelente, es diferente al panorama de los emprendimientos de MIPYMES a nivel País, esto se debe a que este tipo de organizaciones afrontan dificultades, tales como, escasos incentivos fiscales, carencia de servicios y centros de desarrollo innovativo, desorden económico y escasa capacidad de consumo de sus servicios, entre otros, por lo que se convierten en empresas proclives a innovar (Astudillo, S., & Briozzo, A., 2016). Así mismo, el reporte de Global Entrepreneurship Monitor 2017 informa que, en forma general, en la última década, en Ecuador, los emprendimientos no demuestran haber alcanzado una evolución industrial destacada, por el contrario,

Brenda Shanalia Díaz-Pulles; Jhosselyn Andrea Cochancela-Santana; Franklin Naranjo Naranjo-Armijo;
Mayra Alejandra Granda-Sanmartín

demuestran un bajo nivel de competitividad de innovación (Lasio, Ordeñaña, Caicedo, Samaniego e Izquierdo, 2018). Si aterrizamos en la realidad de Santo Domingo observamos que los emprendimientos turísticos han logrado un importante desarrollo gracias a las capacitaciones recibidas, lo cual se traduce en que la interacción educación-emprendedor es la clave para impulsar la cultura de innovación (Sparano, H., 2014).

Partiendo de los resultados obtenidos en el cociente de innovación, en primer lugar, debemos destacar el hecho de que los 54 elementos de la cultura de la innovación, se basan en los hallazgos sobre innovación en los emprendimientos constituidos por complejos turísticos de la comuna Julio Moreno Espinoza de Santo Domingo, ya que los informantes han dado muestras de precisión en el tema innovación caracterizado por contar con valores, procesos, recursos, clima y conducta que los han llevado a resultados importantes en el mercado local, y fruto de ello se han convertido en el sector turístico de mayor valía en la provincia. Sin embargo, debemos considerar el hecho de realizar a futuro análisis más profundo a fin de corroborar los datos recabados e incorporar aquellos hallazgos que no son parte de este estudio y que permitan incorporar la innovación en estos escenarios turísticos de la localidad.

Finalmente, se debe destacar el hecho de las limitaciones encontradas para el normal desarrollo del trabajo investigativo, más sin embargo, como un trabajo original y auténtico del autor proponente, debemos considerar que la comuna seleccionada ha sido parte de otros estudios previos, lo cual permitirá comprender y ampliar el escenario de la innovación de las MIPYMES en los países en vías de desarrollo y, convertirse con ello en una fuente de consultar para otros estudios particulares o complementarios (de ser el caso) y, con ello apoyar a la formación de emprendimientos efectivos y exitosos del proyecto Incubadora MIPYMES, cuya cultura de innovación sea parte de las organizaciones objeto de análisis.

Brenda Shanalia Díaz-Pulles; Jhosselyn Andrea Cochancela-Santana; Franklin Naranjo Naranjo-Armijo;
Mayra Alejandra Granda-Sanmartín

CONCLUSIONES

En la actualidad el turismo en el Ecuador se encuentra enfocado como una potencial fuente de ingresos y de empleo que puede contribuir al desarrollo del país y en especial de las provincias, ciudades, comunidades que decidan incurrir en esta actividad productiva. Es por eso que De manera general se establece que estas organizaciones prestadoras de servicios cuentan con un cociente de innovación categorizado de excelente, resaltando la media del bloque de procesos, en el cual se incluyen los factores “ideación, concreción y realización”.

En relación a los hallazgos, debemos citar que los dueños o propietarios, de acuerdo al análisis de la media, dedican menor atención al factor “conducta”, es decir, a lograr niveles de impulso, compromiso y dedicación que les permitan lograr una adecuada cultura de innovación.

Es conocido que el escenario del sector empresarial del país revela un limitado nivel de innovación, en particular de las pequeñas empresas, ya que los esfuerzos realizados por lograr niveles de innovación destacados exhiben que dichas organizaciones de a poco han logrado adaptarse a los nuevos escenarios y obstáculos impuestos por la globalización en contra del sector micro y pequeña empresa de la localidad.

Concluiremos destacando el hecho de que la presente investigación debe convertirse en el punto de partida para debatir sobre la importancia de los programas de capacitación y, el impacto que estos generan sobre la cultura de innovación en las MIPYMES prestadoras de servicios turísticos. Así también, se debería considerar la necesidad de solicitar apoyo a los organismos estatales, a fin de que inyecten recursos que apoyen al sector prestador de servicios turísticos y, con ello fomentar la cultura de innovación en el sector turístico local.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

Brenda Shanalia Díaz-Pulles; Jhosselyn Andrea Cochancela-Santana; Franklin Naranjo Naranjo-Armijo;
Mayra Alejandra Granda-Sanmartín

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Regional Autónoma de los Andes; por motivar el desarrollo de la investigación.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Astudillo, S., & Briozzo, A. (2016). Innovación en las MIPYMES manufactureras de Ecuador y Argentina. [Innovation in manufacturing MSMEs in Ecuador and Argentina]. *Revista Semestre Económico*, págs. 117 - 144.
- Avila. (2018). Análisis: cómo está Ecuador cuando hablamos de innovación. [Analysis: how is Ecuador when we talk about innovation].*Revista Ekos*. <https://n9.cl/3pc57>
- Burgos y Pombosa. (julio de 2015). Impacto social de la innovación empresarial de los universitarios en el Ecuador. [Social impact of the business innovation of university students in Ecuador]. <https://n9.cl/ic894>
- Castillo, Martínez y Vásquez. (2015). El Turismo en Ecuador. Nuevas Tendencias del Turismo Sostenible y Contribución al Crecimiento Económico. [Tourism in Ecuador. New Trends in Sustainable Tourism and Contribution to Economic Growth]. <https://n9.cl/i3q7ae>
- Ekos. (julio de 2019). Análisis: cómo está Ecuador cuando hablamos de innovación. [Analysis: how is Ecuador when we talk about innovation]. <https://n9.cl/xp3u7>
- Erazo. (2018). Análisis situacional de la innovación empresarial en el Ecuador. [Global EntrepreneurshipMonitor. Ecuador 2017]. Quito, Ecuador.
- Garrido, G. y. (2018). El Turismo Comunitario en Ecuador. Evolución, problemática y desafíos. [Community Tourism in Ecuador. Evolution, problems and challenges]. Quito, Ecuador.
- Herrscher, Rébora y D'Anunzio. (2014). Administración. Aprender y Actuar. [Management. Learn and Act].Argentina: Editorial Gránica.
- Lasio, Ordeñana, Caicedo, Samaniego e Izquierdo. (2018). Global Entrepreneurship Monitor. Ecuador 2017.[Global EntrepreneurshipMonitor. Ecuador 2017]. <https://n9.cl/7i1s8>

Brenda Shanalia Díaz-Pulles; Jhosselyn Andrea Cochancela-Santana; Franklin Naranjo Naranjo-Armijo;
Mayra Alejandra Granda-Sanmartín

Rosero. (2016). INEC. Encuesta nacional de actividades de innovación. [INEC. National survey of innovation activities.]. <https://n9.cl/qlpah>

Serrano-Barriquin, R. (2012). La complejidad, expresión de nuestro tiempo el turismo desde los sistemas complejos. [The complexity, expression of our time tourism from complex systems]. *CULTUR, Revista de cultura y turismo*(1), 4-24. <https://n9.cl/mpn2u>

Sparano, H. (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. [Entrepreneurship in Latin America and its impact on project management.]. págs. 95 - 106.