



DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2564>

Ciencias Económicas y Empresariales
Artículo de Investigación

*Modelo de Negocio e Innovación en el Contexto de Sector Artesanal del Cantón
Montecristi*

*Business Model and Innovation in the Context of the Craft Sector of the
Montecristi Canton*

*Modelo de negócios e inovação no contexto do setor artesanal do cantão de
Montecristi*

Gary Orlindo Arturo Vásquez-Ponce ^I
gary.vasquez@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-6850-5166>

Alexandra Elizabeth Lucas-Delgado ^{II}
lucas-alexandra1972@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-4444-3888>

Damián Steeven Rodríguez-Lucas ^{III}
rodriguez-estiven3044@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-2606-0453>

Correspondencia: gary.vasquez@unesum.edu.ec

***Recibido:** 02 de enero 2022 ***Aceptado:** 24 de enero de 2022 *** Publicado:** 05 de febrero de 2022

- I. Economista, Magister en Contabilidad y Auditoría, Docente de carrera de Administración de Empresas y Gestión Empresarial, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.
- II. Profesional en formación, Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.
- III. Profesional en formación, Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.

Resumen

Hoy en día los artesanos no hacen uso de los modelos de negocios y la innovación cabe mencionar que estos temas son fundamentales en su aplicación ya que mediante ellos se pueden obtener beneficios dentro de las mismas, tales como diseñar su producto darle el toque más llamativo hacia sus clientes, saber cómo poder distribuir su producto o darlo a conocer ya sea a nivel local o nacional. En administración y negocios, la innovación se ha posicionado como un elemento diferenciador en las modalidades de negocio al interior de las organizaciones, la metodología utilizada en esta investigación es tipo documental, bibliográfico, estadístico donde se aplica el método deductivo e inductivo con un alcance argumentativo exploratorio basada en fuentes primarias, artículos e informes de investigación, interpretativa, así como las ideas y ópticas que destacan entre las formas de innovación y modelos de negocios que crean y generan valor en las empresas. Los resultados revelan que los altos costos y el poco conocimiento sobre los modelos de negocio e innovación no les ha permitido a los artesanos del cantón Montecristi aplicarlos en sus negocios

Palabras Claves: Administración; Cliente; Innovación; Modelo de negocio

Abstract

Nowadays artisans do not make use of business models and innovation, it is worth mentioning that these issues are fundamental in their application since through them benefits can be obtained within them, such as designing their product to give it the most striking touch towards your customers, know how to distribute your product or make it known either locally or nationally. In administration and business, innovation has positioned itself as a differentiating element in business modalities within organizations, the methodology used in this research is documentary, bibliographic, statistical type where the deductive and inductive method is applied with an argumentative scope exploratory based on primary sources, articles and research reports, interpretative, as well as ideas and optics that stand out among the forms of innovation and business models that create and generate value in companies. The results reveal that high costs and little knowledge about business and innovation models have not allowed the artisans of the Montecristi canton to apply them in their businesses.

Keywords: Administration; Business Model; Customer; Innovation.

Resumo

Atualmente, os artesãos não utilizam modelos de negócios e inovação, vale ressaltar que essas questões são fundamentais em sua aplicação, pois através deles podem ser obtidos benefícios dentro deles, como projetar seu produto para dar o toque mais marcante para seus clientes, saiba como distribuir seu produto ou torná-lo conhecido local ou nacionalmente. Em administração e negócios, a inovação tem se posicionado como elemento diferenciador nas modalidades de negócios dentro das organizações, a metodologia utilizada nesta pesquisa é do tipo documental, bibliográfica, estatística onde é aplicado o método dedutivo e indutivo com escopo argumentativo. fontes, artigos e relatórios de pesquisa, interpretativos, bem como as ideias e perspectivas que se destacam entre as formas de inovação e os modelos de negócios que criam e geram valor nas empresas. Os resultados revelam que os altos custos e o pouco conhecimento sobre os modelos de negócios e inovação não permitiram que os artesãos do cantão de Montecristi os aplicassem em seus negócios.

Palavras-chave: Administração; Cliente; Inovação; Modelo de negócio

Introducción

En la actualidad los modelos de negocio y la innovación han logrado un gran valor organizacional, siendo estos utilizados como una de las herramientas claves para alcanzar el éxito dentro de las organizaciones y para optimizar el talento y producción de las mismas.

En este contexto del Cantón Montecristi se encuentra la asociación de artesanos en donde su mayor actividad es la de elaborar productos derivados de la paja toquilla, si bien es cierto cabe mencionar que estos son productos que han venido siendo elaborados de generación en generación y ahora en la actualidad aún siguen siendo llamativos para personas locales y extranjeros.

Por lo antes mencionado se plantea la siguiente investigación en determinar qué factores inciden en la deficiente aplicación de modelos administrativos e innovación en el sector artesanal del cantón Montecristi.

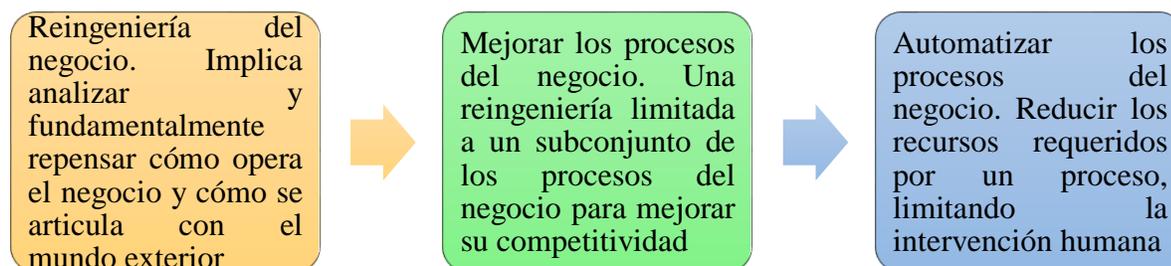
Desarrollo

Los modelos de negocio son herramientas para establecer estrategias empresariales, estos permiten diseñar negocios contemplando todos los aspectos claves para que pueda operar adecuadamente. Por

lo anterior, se tiene la necesidad de conocer dichos elementos en las empresas para que logren su buen funcionamiento en la práctica (Macías Acosta, Díaz Flores, & Garcías Sandova, 2015).

Además, los modelos de negocio son una herramienta para construir la ventaja competitiva, es decir, cómo conseguir fabricar un producto o prestar un servicio de manera que se cree valor tanto para el cliente como para la empresa, son los modelos de negocio (Calva Diego, 2020)

Para Burbano & Rojas (2017) en su artículo “Propuesta de Integración del Modelo para Construcción de Soluciones y el Modelo de Negocio Canvas para el Desarrollo de Sistemas Telemáticos” señala que el contexto de los sistemas telemáticos, el modelado del negocio se define como el conjunto de técnicas y artefactos que actúan como guía necesaria para visualizar y entender los procesos de negocio, realizando una descripción operacional de una determinada organización o empresa, y obtener como producto el modelo del negocio. En ese orden de ideas un modelo de negocio se hace necesario en al menos una de tres situaciones



Fuente: Artículo Propuesta de Integración del Modelo para Construcción de Soluciones y el Modelo de Negocio Canvas para el Desarrollo de Sistemas Telemáticos, 2017

Autores: Gary Vásquez, Rodríguez Steeven, Lucas Alexandra

Una cuarta podría ser, incluso, la creación de un nuevo negocio; esta connotación está en principio asociada al modelo orientado a la propuesta de valor y al concepto de cliente.

Según Laura (2017), En su artículo científico “los Modelos de Negocios y Las Tecnologías de La Información” nos indica que los cambios constantes y vertiginosos de un mundo globalizado han determinado el fin de los modelos de negocio tradicionales, que en el pasado fueron efectivos. El ingrediente rejuvenecedor para alcanzar mejores niveles de productividad y competitividad se determina en la innovación. De tal manera que, los modelos de negocios innovadores y viables permiten ganar la batalla en los mercados, y las economías se ven beneficiadas al contar con un mayor número de empresarios, diseñadores de dichos modelos

Años atrás se viene implementando la cultura sobre los negocios y sus múltiples variables sociales y tecnológicas que pueden ser vistos de una forma más simple usando metodologías para modelos de negocios adaptables a todo tipo de entorno empresarial, que bien pensado puede ser más efectivo que un plan de negocios que será guardado y olvidado en un armario o llenado de polvo en mesas de juntas. (Laura Angélica Décaro Santiago, 2017)

El mundo de hoy exige a los nuevos entornos emprendedores “entrepreneur” en inglés es definido como: Emprendedor, conocer el modelo de negocios como una estructura flexible y adaptable a los gustos y cambios de su mercado, de esta forma responder de forma más sencilla y rápida a movimientos y estrategias de competidores (Moreno, 2015)

Aparte de que ofrece, las siguientes ventajas:

- ✓ Define una propuesta de valor
- ✓ Segmenta a un cliente
- ✓ Estructura la cadena de valor
- ✓ Estima ganancias y formas de monetización

Tipos de modelos de negocios

Modelo E-Commerce

Para Ruiz, Méndez (2019) en su artículo científico “Diseño de un modelo de negocio basado en el e-commerce para el sector ferretero de la calle Rumi chaca de Guayaquil” menciona que el Comercio Electrónico o conocido también en inglés como E-Commerce es la nueva manera de hacer negocios mediante la aplicación de redes de comunicación electrónica, esta surge recientemente por cambio de la tecnología y la implementación de nuevas innovaciones en cada una de las empresas.

Modelo de Negocio Freemium

Este modelo se caracteriza por tener muchos usuarios disfrutando de los servicios básicos sin condiciones en la aplicación. La mayor parte de estos nunca pasan a ser clientes premium o de pago y normalmente se refleja que alrededor del 10% de todos los usuarios pagan por los servicios Premium. (Artega Segovia Nathaly, 2017)

Modelo de negocio suscripción

Este modelo radica en que el usuario o cliente fija un pago determinado para el acceso a algún producto o servicio.

En su blog detalla que hay distintas maneras de orientar el modelo de negocio de suscripción, y el uso de este dependerá notablemente del producto o servicio que se esté ofreciendo. (Arteaga Segovia Nathaly Aracely, 2017)

- ✓ **Subscripción fija:** Es cuando se establece un pago dependiendo el periodo acordado, ya sea este semanal, mensual o anual, por algún determinado producto o servicio.
- ✓ **Subscripción ilimitada:** Una vez obtenido el acceso completo por cierto pago, este permite navegar sin restricciones, comúnmente se ven en entornos en línea para poseer acceso completo a todo el contenido de una página web.
- ✓ **Subscripción terminal y pago por uso:** Se basa en un pago inicial por la adquisición del producto y luego se cobra una cuota dependiendo al uso que se le haga, normalmente se ve en las redes celulares, al inicio se compra un teléfono móvil y luego se paga por el uso de los datos.
- ✓ **Subscripción acotada:** Es la compra de un determinado número de funciones de algún servicio o producto con posibilidad de renovación. Por lo general, se ve en la compra de bonos de hoteles.

Modelo de Lienzo Canvas

Según Mejía (2019) en su artículo científico “Propósitos organizacionales como alternativa para los problemas que proponen los modelos canvas y lean canvas “señala que un modelo de negocio describe la lógica sobre cómo una organización crea, entrega y captura valor. De igual forma, señalan que el mejor modelo de negocios es descrito a través de nueve bloques básicos, que muestran la dinámica de cómo una organización pretende hacer dinero, cubriendo las cuatro áreas clave de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad financiera

Es evidente cómo este modelo parte de la idea de que una empresa surge con el fin de atender problemas o satisfacer necesidades de un cliente. Allí, el término problema es claramente ambiguo, ya que lo que es un problema para alguien puede no serlo para otro, por lo que la clave se basa en crear productos y servicios a la medida de situaciones concretas que pueden compartir muchas personas y que pueden ser presentadas como dificultades de la vida que un bien puede resolver. De igual forma, este concepto es el comienzo de otro modelo de creación de empresas, tal vez mucho más usado en la actualidad porque refina lo propuesto en el Canvas.

Por otra parte Moreno (2015) manifiesta que de esta forma podemos ver a los modelos de negocios como la salida del nuevo siglo empresarial a encontrar soluciones a problemáticas de forma dinámica

Modelo de Negocio e Innovación en el Contexto de Sector Artesanal del Cantón Montecristi

y pensada con orientación hacia el cliente y sus preferencias, los planes de negocios que tomaban meses en su elaboración son parte del pasado, bienvenidos al modelo de negocios, más precisamente al “Business modelo Canvas” modelo que tiene relevancia y sobre todo se utilizando mucho ya que es un modelo muy factible , quien desenvuelve la estrategia por medio de un lienzo compuesto de 9 bloques los cuales son:



Fuente: libro El modelo canvas (2017)

El análisis del modelo Canvas que está compuesto por nueve bloques se basan en el artículo “Propuesta de integración del modelo para construcción de soluciones y el modelo de negocio Canvas para el desarrollo de sistemas telemáticos” el cual se detalla a continuación.

- 1) Segmento de mercado
- 2) Propuesta de valor
- 3) Canales
- 4) Relación con el cliente
- 5) Fuentes de ingreso

- 6) Recursos claves
- 7) Actividad clave
- 8) Asociaciones clave
- 9) Estructura de costo

Segmentos del mercado:

Para Burbano (2016) en su artículo científico “Propuesta de integración del modelo para construcción de soluciones y el modelo de negocio Canvas para el desarrollo de sistemas telemáticos” describe un segmento de clientes objetivo que define el tipo de clientes que una empresa quiere alcanzar.

Propuestas de valor:

Una propuesta de valor representa un valor para uno o varios clientes objetivo y se basa en una o varias capacidades. Se puede descomponer en un conjunto de ofertas elementales. Una propuesta de valor se caracteriza por sus atributos descripción, razones, nivel de valor y nivel de precio, y opcionalmente ciclo de vida.

Canales:

Un canal de distribución describe cómo una compañía entrega una propuesta de valor a un segmento de clientes objetivo. Normalmente una empresa dispone de uno o varios canales directos o indirectos que se pueden descomponer en sus enlaces.

Relaciones con clientes:

El elemento relación describe el vínculo que una empresa establece con un segmento de clientes objetivo. Una relación se basa en la importancia del cliente y se puede descomponer en varios mecanismos de relación.

Fuentes de ingresos:

El modelo de ingresos describe la forma en que la compañía hace dinero. Puede estar compuesto por uno o varios elementos del flujo de ingresos y precios.

Recursos clave:

Describe la capacidad de ejecutar un patrón repetible de acciones. Una empresa tiene que disponer de una serie de capacidades para poder ofrecer su propuesta de valor. Las capacidades se basan en un conjunto de recursos de la empresa o de su socio(s). Los recursos son los insumos en el proceso de creación de valor. Ellos son la fuente de las capacidades que una empresa necesita con el fin de proporcionar sus propuestas de valor.

Actividades clave:

La configuración del valor de una empresa describe la disposición de una o varias actividades con el fin de ofrecer una propuesta de valor. Una actividad es una acción que una empresa lleva a cabo para hacer negocios y lograr sus objetivos.

Asociaciones clave:

Una asociación es un acuerdo de cooperación iniciado, voluntariamente formado entre dos o más empresas independientes, con el fin de llevar a cabo un determinado proyecto o actividad en forma conjunta mediante la coordinación de las capacidades necesarias, recursos y actividades.

Estructura de costos:

El elemento estructura de costos mide todos los costos monetarios en que incurre la empresa.

Ventajas del Modelo Canvas

Cabe destacar que Dr. Barragán., y Dra. Villalpando., Segura, Sandoval (2017) mencionan que las ventajas y desventajas de un modelo de negocio.

- ✓ No se necesita algún lugar de trabajo específico: las nuevas tecnologías de este modelo económico otorgan la libertad de trabajar con las personas que se ofrezcan a dar sus servicios sin necesidad de tener un espacio de trabajo cuando cada uno puede trabajar en el lugar donde más le convenga. A pesar de esto, se necesita tener una buena organización entre individuos para una buena estabilidad.
- ✓ Economía más flexible: el proceso de compra-venta dentro de las nuevas aplicaciones para vender y comprar productos es más rápido y eficiente, los consumidores no tendrán que enfrentarse con papelería y ni con procesos de pagos extensos.
- ✓ Evitar comprar muebles e inmuebles: como ya se mencionó anteriormente, unas de las ventajas del consumo conectado es que se planea dar mayor uso a los bienes intentando ampliar su vida, por ejemplo, los consumidores pueden vender ese taladro, martillo o celular que ya no usan para que otra persona que lo necesite lo adquiera, contribuyendo a reducir el impacto ambiental si se desechan estos productos.
- ✓ Variedad de productos: cada vez se pueden encontrar más variedad de productos y con distintos costos que benefician al consumidor. Ellos tienen la oportunidad de elegir qué tipo de producto, que color, marca o precio comprar, facilitando la búsqueda y atrayendo más y más consumidores a este mercado.

Lear Startup

Para Romero, Méndez, Rodríguez (2016) en su artículo científico “Generación de un Modelo de Negocios para La Mi Pyme” señala que esta metodología se basa en enfocar la creación de la empresa y de los proyectos en los clientes, de forma que todo se desarrolla y se mide gracias a la interacción de los clientes o posibles clientes.

Visión: En este primer apartado se habla la metodología Lean de Toyota, haciendo referencia a que todo el esfuerzo que no nos sirva para aprender es un gasto inútil.

Conducción: En este segundo apartado introduce el ciclo de “desarrollo” Build-Measure Learn (Construir-Medir-Aprender) que se utiliza para obtener conocimiento del proyecto gracias a los sucesivos bucles dando como resultado los productos viables mínimos, con los que se maximiza el dúo esfuerzo-aprendizaje.

Aceleración: aquí introduce el concepto de batch (lote), destacando la importancia de trabajar en lotes pequeños.

El Lear Startup empieza con 4 acciones que es la matriz FODA y esos cuatro acciones son las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas

Matriz FODA

Su propósito central es identificar las estrategias para aprovechar las oportunidades externas, contrarrestar las amenazas, acumular y proteger las fortalezas de la compañía, y erradicar las debilidades.



Fuente: Artículo Generación de un Modelo de Negocios para La Mi Pyme, 2016

Fortaleza: Es algo en lo que la organización es competente, se traduce en aquellos elementos o factores que estando bajo su control, mantiene un alto nivel de desempeño, generando ventajas o beneficios presentes y claro, con posibilidades atractivas en el futuro.

Debilidad: Significa una deficiencia o carencia, algo en lo que la organización tiene bajos niveles de desempeño y por tanto es vulnerable, denota una desventaja ante la competencia, con posibilidades pesimistas o poco atractivas para el futuro.

Oportunidades: Son aquellas circunstancias del entorno que son potencialmente favorables para la organización y pueden ser cambios o tendencias que se detectan y que pueden ser utilizados 55 Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas 56 ventajosamente para alcanzar o superar los objetivos.

Amenazas: Son factores del entorno que resultan en circunstancias adversas que ponen en riesgo el alcanzar los objetivos establecidos, pueden ser cambios o tendencias que se presentan repentinamente o de manera paulatina, las cuales crean una condición de incertidumbre e inestabilidad en donde la empresa tiene muy poca o nula influencia

Existen 2 tipos de herramientas muy importantes que los pueden ayudar a controlar los modelos de negocios que es a través del Cuadro de Mando integral (CMI), Herramientas. Lean Manufacturing,

Cuadro de Mando integral (CMI)

El CMI es una herramienta de gestión que permite "monitorizar" mediante indicadores, el cumplimiento de la estrategia desarrollada por la dirección, a la vez que permite tomar decisiones rápidas y acertadas para alcanzar los objetivos (Romero-Cruz, 2016) .

Proporciona a los directivos el equipo de instrumentos que necesitan para navegar hacia un éxito competitivo futuro. El CMI traduce la estrategia y la misión de una organización en un amplio conjunto de medidas para un sistema de gestión y medición estratégica. El CMI sigue poniendo énfasis en consecución de objetivos financieros. El CMI mide la actuación de la organización desde cuatro perspectivas equilibradas;



Fuente: Artículo Generación de un Modelo de Negocios para La Mi Pyme, 2016

Formación y crecimiento: Se refiere a los recursos que más importan en la creación de valor: las personas y la tecnología.

Procesos internos: Las métricas desde esta perspectiva facilitan una valiosa información acerca del grado en que las diferentes áreas de negocio se desarrollan correctamente.

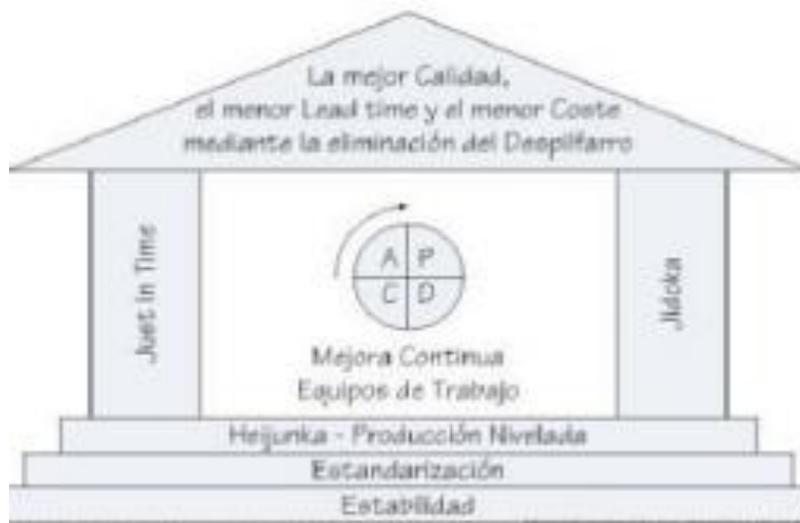
Cliente: La satisfacción del cliente como indicador, sea cual sea el negocio de la compañía, se configura como un dato a considerar de gran trascendencia.

Financiera: Refleja el propósito último de las organizaciones comerciales con ánimo de lucro: sacar máximo partido de las inversiones realizadas.

Herramientas. Lean Manufacturing

El sistema de producción se centra en la eliminación del despilfarro: cualquier actividad que no aporta valor para el cliente y consume recursos (personas, materiales, maquinas).

El lean Manufacturing es un nuevo modelo de organización y gestión del sistema de fabricación que persigue la mejor calidad, el menor tiempo y el menor coste mediante la eliminación continua del despilfarro.



Fuente: Artículo Generación de un Modelo de Negocios para La Mi Pyme, 2016

Los objetivos del lean Manufacturing expresados en el frontispicio de la casa, se sustentan sobre dos pilares: Just In Time (JIT) y Jidoka (Automatización con un toque humano). Los pilares se apoyan sobre tres bases: Estabilidad, Estandarización y Heijunka (Producción nivelada). La casa lean Manufacturing está construida sobre la confianza y cooperación entre dirección y trabajadores, el respeto y el liderazgo. (Romero-Cruz, 2016)

Dentro de los modelos de negocio uno de los factores que ayudaría a su mejor implementación es la creación de valor mediante la innovación, cabe mencionar que es un tema importante dentro de las organizaciones.

La innovación empresarial

Hoy en día la innovación es un proceso clave de las empresas pues permite la creación de ventajas competitivas gracias a la introducción de productos y servicios nuevos o mejorados al mercado, y respalda su eficiencia productiva y organizacional gracias a la introducción o mejora de los procesos de producción y entrega. (Díaz & Guambi, 2018)

Según Robayo, (2016) fundamenta que la innovación es uno de los motores fundamentales de las organizaciones, y como tal de su sostenibilidad económica, evolución y crecimiento.

La innovación está relacionada con la obtención de nuevos conocimientos y con procesos creativos. Y aunque es posible considerarla como un rasgo característico de determinadas personas que tienen formas creativas de solucionar problemas o plantear cuestiones diferentes, el enfoque no pretende

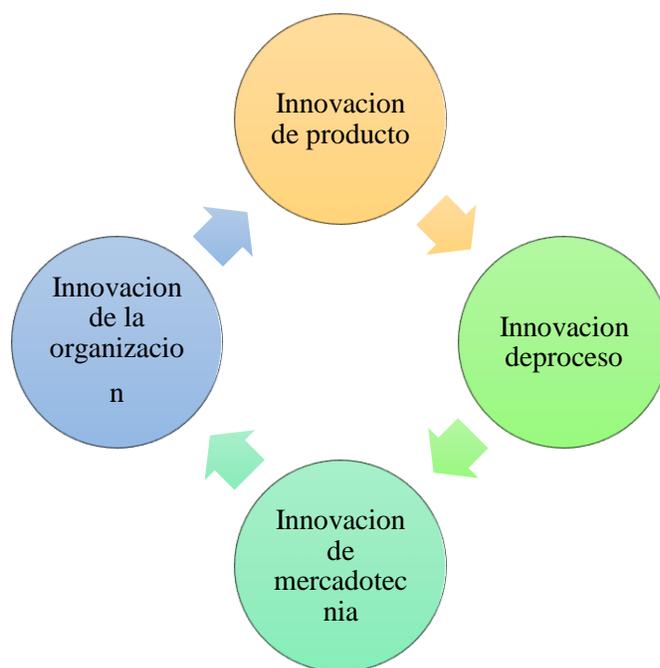
Modelo de Negocio e Innovación en el Contexto de Sector Artesanal del Cantón Montecristi

convertir la innovación y la creatividad en rasgos de personalidad o en componentes de una actividad que involucra únicamente a una parte del personal de una organización. (Salgado, 2016)

Para Aponte,(2016) en su artículo manifiesta que la innovación se ha convertido en uno de los aspectos más importantes de la sociedad actual, la Sociedad del Conocimiento, caracterizada precisamente por el conocimiento como elemento que representa un recurso estratégico en todas las organizaciones y países.

La innovación constituye el motor impulsor del desarrollo y crecimiento empresarial hacia la competitividad en un mercado cada vez más exigente y demandante, implica riesgos, por ende, no está concebida para todas las empresas en su totalidad, pero aquellas que consiguen aplicarla, no solo que logran alcanzar la competitividad y crecen económicamente, sino que dan a sus productos o servicios características únicas y diferentes difíciles de imitar por la competencia. (Díaz Muñoz & Guambi Espinosa, 2018)

Podemos mencionar que dentro de la innovación existen ciertos tipos los cuales ayudaran a las empresas a saber cuál aplicar a la misma. Entre estos tipos tenemos los siguientes



Fuente: Análisis situacional de la innovación empresarial en el Ecuador
Autor: Gary Vásquez, Lucas Alexandra, Rodríguez Damián

A continuación, se argumentará cada uno de los tipos de innovación considerado por (Erazo, 2018):

- **Innovación de Producto**

La innovación de producto implica cambios importantes en las características de los bienes o servicios ofertados. Estos cambios abarcan mejoras significativas a sus especificaciones técnicas, componentes, software incorporado, facilidad de uso o características funcionales. Para considerar que un producto es innovador debe presentar características y rendimientos diferenciados de los productos existentes en la empresa. La innovación de producto incluye las mejoras en el servicio, que para este efecto se considera también un producto.

- **Innovación de Proceso**

Innovar un proceso, es introducir un nuevo o significativamente mejorado proceso de producción o de distribución. Se logra introduciendo cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o programas informáticos empleados con el objeto de disminuir los costos unitarios de producción o distribución, la mejora de la calidad, los métodos de producción o distribución de productos nuevos o sensiblemente mejorados.

- **Innovación de Mercadotecnia**

Innovar la mercadotecnia de una organización implica utilizar un método de comercialización no utilizado antes en la empresa implementando cambios significativos en diseño, envasado, posicionamiento, promoción o precio de venta, teniendo como objetivo el incremento de las ventas. La innovación en mercadotecnia debe ser parte de un nuevo concepto o estrategia que se aleje de los métodos existentes de mercadotecnia de la empresa.

- **Innovación de la Organización**

Innovar la organización significa introducir un nuevo método organizacional en las prácticas de negocio, lugar de trabajo o en las relaciones externas. Los objetivos de la innovación de la organización pueden estar encaminados a incrementar el rendimiento de la empresa mediante la reducción de costos administrativos y de transacciones, mejorar la satisfacción en el lugar de trabajo lograr acceso a activos intangibles como el conocimiento externo.

La innovación en Ecuador

Para Díaz, Zamora & Mora(2019) la economía ecuatoriana desde sus inicios se caracterizó por ser proveedora de productos en estado natural tales como banano, cacao, camarón, café, rosas y otros productos que son considerados tradicionales dentro de las exportaciones ecuatorianas, a la vez el país era importador de productos con valor agregado debido a la falta de emprendimientos e industrias que aprovechan la materia prima. Para mejorar la producción de bienes con valor agregado en el

Ecuador el gobierno realizo cambios en la matriz productiva con el fin de diversificar la producción nacional promoviendo la competitividad y la innovación empresarial

En este contexto, se plantea la interrogante ¿Cómo ha influido la innovación en la competitividad del Ecuador?, el país en los últimos años ha mejorado los procesos de innovación y se han introducido nuevas estrategias que impulsan la aplicación de una gestión de innovación dentro de las empresas sin embargo sus avances han sido lentos, esto debido a factores relacionados con las políticas gubernamentales y a la poca inversión en investigación y desarrollo por parte de la empresa privada. (Díaz, Andres, & Norman, 2019)

Características de la innovación

Para Rodríguez(2016) existen factores que influyen en una correcta gestión de la innovación distinguiendo entre características deseables y no deseables. Esta clasificación se puede resumir en el siguiente cuadro:

Lo que se debe hacer	Lo que no se debe hacer
<ul style="list-style-type: none">• Búsqueda organizada, sistemática y regular.• Uso del conocimiento y de la percepción.• Innovación simple y centrada en una necesidad.• Comienzos flexibles (uso de pocos recursos) que permitan realizar los ajustes necesarios.• Cuando se decida la realización del proyecto, aspirar al liderazgo.	<ul style="list-style-type: none">• Diseño o ejecución complicada• Diversificación de esfuerzos.• Innovar para el futuro sin que exista una necesidad presente.• Estudiar sólo las cifras sin atender a las necesidades reales del mercado.

Fuente: La innovación: clave del éxito empresarial

Autores: Lucas Alexandra, Rodríguez Damián

La innovación en los modelos de negocio

Para Landazury, Ferrer(2016) en su artículo científico “Innovación como eje transversal de los modelos de negocio en las organizaciones, una revisión del constructo teórico” fundamenta que uno de los aspectos relevantes que permiten a las organizaciones ser competitivas en mercados tan turbulentos es la innovación, y una de sus manifestaciones en las empresas es la innovación organizacional, la cual lleva inmerso un proceso de transformación interna sobre toda la cultura

empresarial para impulsar el crecimiento de una industria capaz de competir con mayor oportunidad y herramientas tanto en el escenario nacional como internacional.

En concreto, luego de que una empresa implementa el modelo gerencial acorde con sus características que le producen ventajas competitivas, se convierte en referente para otras empresas, lo que genera un cúmulo de lecciones aprendidas que despierta, bien sea dentro de su mismo sector o en uno diferente, el interés por construir modelos propios de gestión basados en la innovación, para obtener, de esta manera, los beneficios que se logran al consolidar un entorno que impulsa simultáneamente la innovación dentro de la compañía y en el sector productivo en que se encuentre; este hecho que Clusters altamente innovadores y robustos. (Luis Fernando Landazury Villalba, 2016)

Se hace relevante estudiar los modelos organizacionales innovadores como una estrategia capaz de generar ventaja competitiva, teniendo en cuenta que este tipo de modelos llevan implícito un cambio en la forma de pensar de las personas en la organización, lo cual propicia y estimula una cultura organizacional altamente participativa en todas las áreas de la empresa y durante todas las etapas de los proyectos que se desarrollan. Esto, permite entrever que solo por este mecanismo, el conocimiento concentrado en el talento humano pueda liberarse y direccionarse para lograr una mayor ventaja y eficiencia en las organizaciones. (Luis Fernando Landazury Villalba, 2016)

Metodología

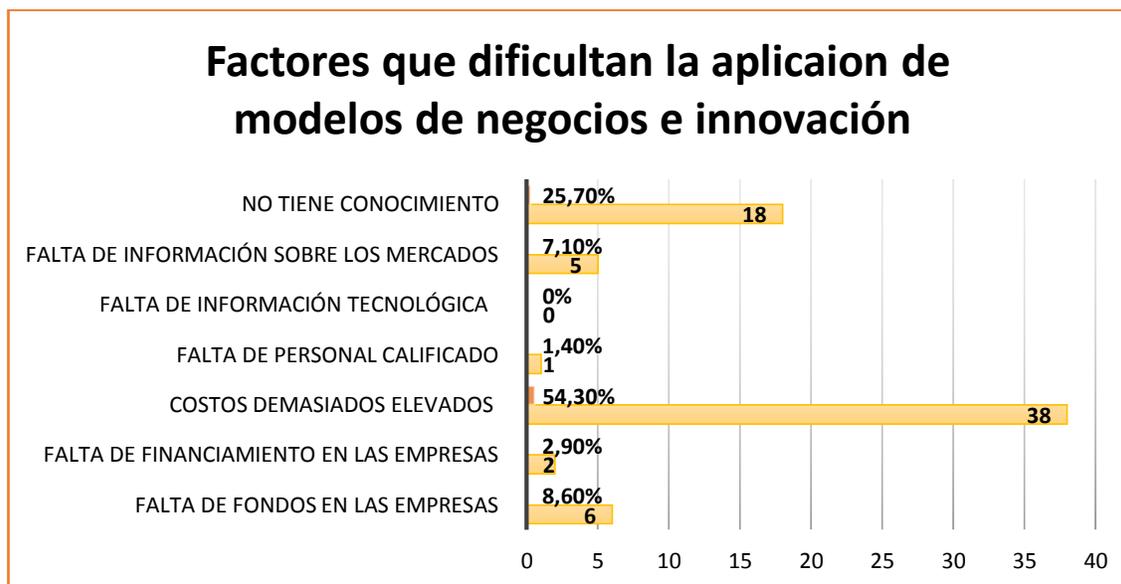
El presente artículo se desarrolló mediante una investigación desde el enfoque cualitativo de tipo documental, bibliográfico, estadístico donde se aplica el método deductivo e inductivo con un alcance argumentativo exploratorio basada en fuentes primarias, artículos e informes de investigación, sobre la temática de estudio en la que se realiza un análisis, y el estado actual del conocimiento respecto al tema.

Para contribuir un poco más con la investigación también se aplicó la técnica de la encuesta el cual permitió realizar un diagnóstico a los artesanos del Cantón Montecristi, con el fin de determinar los aspectos relevantes en torno al tema y las variables de estudio.

Resultado

La encuesta aplicada a 70 artesanos del Cantón Montecristi fue con la finalidad de utilizar un diagnóstico situacional, determinar qué factores inciden en la deficiente aplicaciones de modelos de negocio en el sector artesanal del cantón Montecristi:

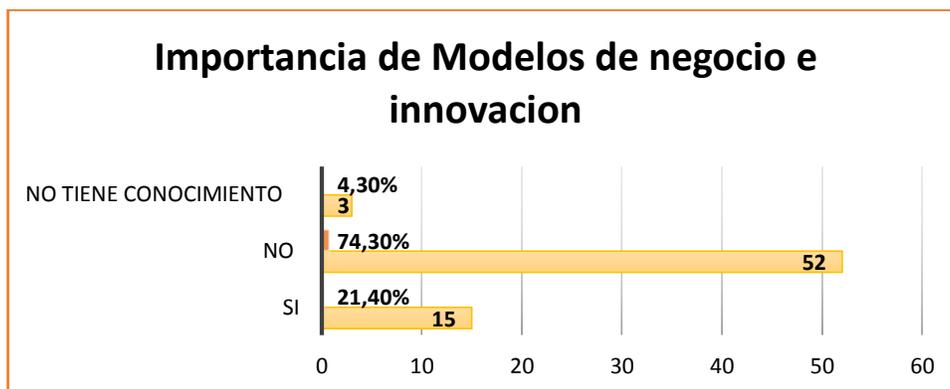
Grafica 1



De acuerdo a lo manifestado por los encuestados las limitantes para la aplicación de modelos de negocio e innovación se pudo establecer que el 54,30% manifiesta que son los altos costos de implementación el 25,70% no tiene conocimiento sobre temas correspondientes a modelos de negocio e innovación , el 8,60% menciona que también incide la falta de fondos en las empresas, el 7,10% dice que es la falta de información sobre los mercados, el 2,90% comenta que es la falta de financiamiento en las empresas y el 1,40% que es la falta de personal calificado dentro de las organizaciones

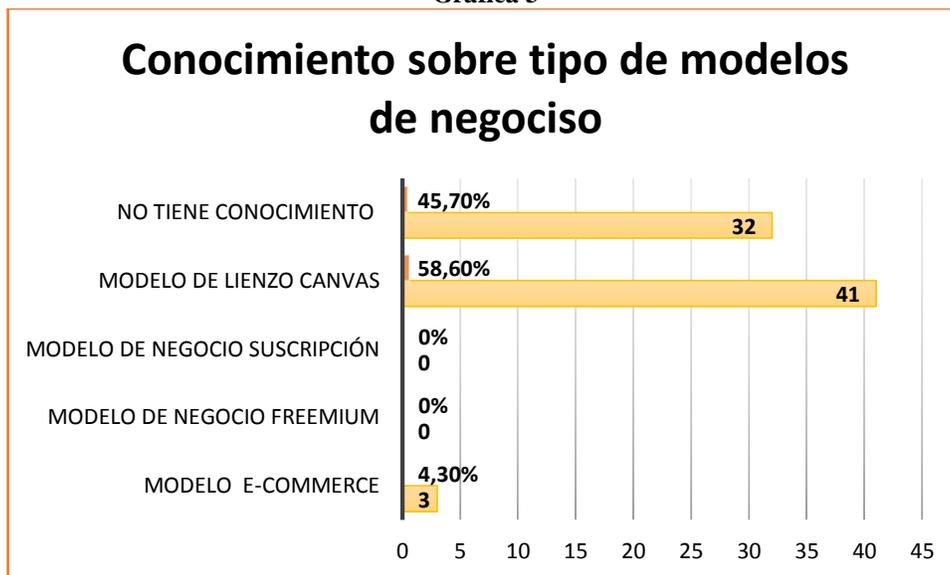
Al analizar estos resultados podemos observar que dentro de los factores que dificultan la innovación en las organizaciones son los costos muy elevados y es una de las razones principales por las que no hacen uso de innovación y tampoco les llama la atención hacerlo.

Grafica 2



Respecto a la importancia de aplicar modelos de negocio e innovación de acuerdo a los resultados obtenidos se restablece que el 74,30% no considera importante la aplicación de modelos de negocios e innovación, esto se debe en gran medida al desconocimiento que tienen los artesanos de Montecristi con respecto a estos temas, provocando una deficiente cultura administrativa, en este contexto el 21,40% mencionan que si consideran importante la los modelos de negocios y la innovación como herramienta primordial para la sostenibilidad de sus negocios y a la vez para ser competitivos dentro del mercado artesanal, pero que los altos costos de implementación, los deficientes recursos económicos de los propietarios de los negocios y la poca gestión por parte del sector para capacitarse ha generado que sus negocios se mantengan rezagados y no puedan tener un crecimiento organizacional y empresarial, además cabe destacar 4,30%. no conoce a cerca de estos temas, se evidencia entonces que los factores antes mencionados han generado que no se implemente modelos de negocios e innovación, herramientas útiles para poder mantenerse dentro de este nuevo entorno de mercado.

Grafica 3



De acuerdo al estudio realizado es el mejor modelo es el de lienzo Canvas que fue planteado por Osterwalder en el año 2011 cabe destacar que este modelo es el que actualmente es utilizado dentro de los negocios por la retroalimentación que tiene.

El modelo Canvas que permite trabajar sobre la base de cómo una organización crea, proporciona y captura valor, aunque no hay consenso entre los académicos sobre lo que es un modelo de negocio, este concepto sí incluye una visión holística del negocio como unidad de análisis donde se enfatiza el papel de las actividades de la empresa en la generación de valor. Busca agregar valor a las ideas de negocio a través de una herramienta sencilla que se pueda implementar para la pequeña, mediana y gran empresa. (Sanchez, Maria, & Araujo, 2016)

Discusión de los resultados

Según Gallegos (2019) en su artículo publicado sobre Análisis cualitativo de los determinantes de la innovación en una economía emergente, los factores que se debe tomar en cuenta que las economías latinoamericanas pasaron por un periodo de bonanza económica, para luego enfrentar una realidad distinta, en la que destaca la baja estabilidad política), alto niveles de corrupción y costos muy elevados. Es este contexto el que se convierte, en algunos casos, en un limitante para llevar a cabo las innovaciones, como la falta de interés. Para González, Vargas (2016) señala que La implementación

de este modelo surge como estrategia para aumentar la competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs), lo que ha despertado el interés de un gran número de autores que estudian a estos modelos de empresas, buscando hacerlas más competitivas. De acuerdo a los autores antes mencionados pues la presente investigación tienen característica muy similar con Gallegas ya que limitan la no implementación de modelos de negocios como son los altos costo y falta de interés. Según castro (2017) en su artículo publicado sobre la “Factores que influyen en el desarrollo de modelos de negocios en empresas de base tecnológica asistidas por una incubadora de negocios, estudio de casos” la importancia que tienen los modelos de negocio para las empresas se debe a que su adecuado planteamiento y aplicación permiten generar valor y nuevos canales de monetización. Así mismo, la innovación del mismo permite adaptar y reconfigurar la propuesta vigente de acuerdo a las tendencias y cambios constantes e inevitables del ecosistema empresarial. Un estudio desarrollado por Landazury, Ferrer (2016) señala que entre los modelos de gestión basados en el conocimiento, es importante resaltar que dicho principio debe procurarle a la organización la adquisición de patrones de acción y fortalecer los comportamientos adquiridos, así como crear y almacenar conocimiento para su uso, que permita la generación de valor y ventajas competitivas a la empresa. De acuerdo a lo anterior ante mencionado se puede establecer que el presente estudio está en contraste es diferente a los autores ante mencionado pues en el cantón Montecristi la realidad es otra puesto que acá los artesanos no tienen conocimiento acerca de estos temas lo cual limita la aplicación en su momento su aplicación de modelos de negocios.

Según Monroy (2017) en su artículo publicado sobre Aplicación del modelo de negocio Canvas en microempresas de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Luz del Valle, se establece que el Modelo de Negocio Canvas es el anteproyecto de una estrategia que se aplicará en las estructuras, procesos y sistemas de una organización. Describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor; está dividido en nueve módulos básicos que reflejan la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos, cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. Estos nueve elementos forman la base de una herramienta útil denominado el lienzo de modelo de negocio. Armas (2021) señala que este modelo como un lienzo que deja al emprendedor la libertad de moldear su idea de negocio, que muy por el contrario de ser abstracta, termina siendo concreta siguiendo la técnica de buiding blocks como dice Blank, misma que permite observar los nueve bloques de negocio en una sola página, donde se pueden

analizar las hipótesis de cada bloque del modelo. Estos resultados corroboran con la presente investigación realizada en el cantón Montecristi.

Conclusiones

- Se concluye esta investigación estableciendo que los miembros de la Asociación de artesanos del cantón Montecristi han pasado por varias dificultades debido que la mayoría de las personas no cuentan con el conocimiento necesario sobre modelos de negocio e innovación, ya que en si existen limitantes que dificultan la implementación de los mismo en los negocios por costos elevados y por falta de capacitación
- Existe una gran importancia de aplicar los modelos de negocio e innovación dentro de las organizaciones, pero sin embargo a los artesanos no les llama la atención aplicarlos en sus negocios, ya que existe cierta falencia en conocimiento y sienten desconfianza al querer emplearlos siendo esta una causa primordial para no llevarlos a cabo en sus locales
- Se logra establecer mediante la investigación realizada cual sería el mejor modelo de negocio que podría ayudar a la organización a crear valor y hace que las ideas planteadas dentro de cada organización se puedan ejecutar de una manera más factible.

Referencia

1. Alexandra, A. P. (2021). Propuesta del modelo de negocios CANVAS para el mejoramiento de la actividad maderera del negocio “ARMA’S OFFICE”. *repositoriodigital*, 5.
2. Aponte Figueroa, G. (2016). Gestion de la innovacion tecnologica. *Negotium*, 42-68. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/782/78245566003.pdf>
3. Arteaga Segovia Nathaly Aracely, S. U. (2017). PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO PARA EL LANZAMIENTO DE UNA APP ORIENTADA A LA ASESORÍA DE IMAGEN EN LOS JÓVENES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL. *UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS*, 59.
4. Artega Segovia Nathaly, S. U. (2017). PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO PARA EL LANZAMIENTO DE UNA APP ORIENTADA A LA ASESORÍA DE IMAGEN EN LOS JÓVENES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL. *UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS*, 60-63.

5. Bernal, D. (s.f). *Importancia de la innovacion* . Obtenido de <https://www.informese.co/innovacion-en-organizaciones/>
6. Burbano Santacruz, D. F., & Rojas Pineda, E. (2017). Propuesta de integración del modelo para construcción de soluciones y el modelo de negocio Canvas para el desarrollo de sistemas telemáticos. *Ingenierías Universidad de Medellín*, 175-175.
7. Calva Diego, A. (09 de 22 de 2020). *UCREA* . Obtenido de <https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/20512>
8. Carvajal, C. (2018). Implementación de la metodología CANVAS en el desarrollo de la . *Repositorio*.
9. Castro, P. L. (2017). Factores que influyen en el desarrollo de modelos de negocios en empresas de base tecnológica asistidas por una incubadora de negocios, estudio de casos. *pucp*.
10. Díaz Muñoz, G., & Guambi Espinosa, D. (2018). La innovacion . *Innova* .
11. Diaz, G., & Guambi, D. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. *INNOVA*.
12. Diaz, J., Andres, Z., & Norman, M. (2019). La innovación como factor de competitividad de. *Scielo*.
13. Diego Fernando Burbano Santacruz, E. R. (2016). Propuesta de integración del modelo para construcción de soluciones y el modelo de negocio Canvas para el desarrollo de sistemas telemáticos. *Revista Ingenierías Universidad de Medellín*, 181-182.
14. Dr. José Nicolás Barragán Codina, ., P. (2017). Modelos de negocios basados en el concepto de economía colaborativa: análisis de factores característicos y casos ilustrativos. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 112-113.
15. Erazo, M. (2018). Análisis situacional de la innovación empresarial en el Ecuador. *Repositorio uasb*.
16. Espinosa, F. J. (2017). Aplicación del modelo de negocio Canvas en microempresas de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Luz del Valle. *dialnet*, 162.
17. Javier Del Carpio-Gallegos, F. M. (2019). Análisis cualitativo de los determinantes de la innovación en una economía emergente. *scielo*, 162.

18. Jordán Sánchez, J. C. (2011). La innovación . *Perspectivas*.
19. Laura Angélica Décaro Santiago, M. G. (2017). LOS MODELOS DE NEGOCIOS Y LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN. *TLATEMOANI*, 171.
20. Luis Fernando Landazury Villalba, F. F. (2016). Innovación como eje transversal de los modelos de negocio en las organizaciones, una revisión del constructo teórico. *Revista EAN*, 131-132.
21. Luis Fernando Landazury Villalba, F. F. (2016). Innovación como eje transversal de los modelos de negocio en las organizaciones, una revisión del constructo teórico. *EAN*, 1333.
22. Macías Acosta, R., Díaz Flores, M., & Garcías Sandoval, G. (2015). Obtenido de DIALNET: <file:///D:/Yimi%201/Documentos/Downloads/Dialnet-ComoCrearUnModeloDeNegocio-6302635.pdf>
23. Mejía-Giraldo, J. F. (2019). Propósitos organizacionales como alternativa para los problemas que proponen los modelos canvas y lean canvas. *scielo*, 34.
24. Moreno, M. Á. (23 de 03 de 2015). *Institución universitaria Pascual Bravo*. Obtenido de http://repositorio.pascualbravo.edu.co:8080/jspui/bitstream/pascualbravo/497/3/Rep_IUPB_Ing_Ind_Modelo2.pdf
25. Reynoso-González, J. J., & Vargas-Hernández, J. G. (2016). Empresas integradoras como impulso a la competitividad de las mipymes: un enfoque basado en recursos y capacidades. *ECONSTOR*.
26. Robayo, P. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *ELSEVIER*.
27. Rodríguez, N. (2016). LA INNOVACIÓN: CLAVE DEL ÉXITO EMPRESARIAL. *Dialnet*.
28. Romero-Cruz, M.-H.-G. (2016). Generación de un Modelo de Negocios para La MiPyME. *Revista de Negocios & PyMES*, 20-21-22.
29. Ruiz Parrales Karem Yuliana, M. O. (2019). Diseño de un modelo de negocio basado en el e-commerce para el sector ferretero de la calle Rumichaca de Guayaquil. *REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL*, 16-23-24.
30. Salgado, J. (2016). INNOVACION EN LA EDUCACION SUPERIOR, UNA REVISION .

31. Sanchez, J., Maria, V., & Araujo, P. (2016). BALANCED SCORECARD PARA EMPRENDEDORES: DESDE EL MODELO CANVAS AL CUADRO DE MANDO INTEGRAL*. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*.
32. Yrigoyen, J. I. (2013). Explorando Distintos Tipos de Innovación en Micro y Pequeñas Empresas . *J. Technol. Manag. Innov.*