



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**LA INNOVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD EN LOS LOCALES DEL
CENTRO COMERCIAL BUENAVENTURA MORENO DEL CANTÓN LA
LIBERTAD**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

AUTOR:

Elvis Joe Reyes Suárez

LA LIBERTAD – ECUADOR

FEBRERO - 2022



**LA INNOVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD EN LOS LOCALES DEL
CENTRO COMERCIAL BUENAVENTURA MORENO DEL CANTÓN LA
LIBERTAD**

AUTOR:

Reyes Suárez Elvis Joe

TUTOR:

Econ. Panchana Panchana Margarita

Resumen

La innovación es fundamental para mejorar la productividad. El presente trabajo investigativo es realizado con el objetivo de conocer la influencia de la innovación en los locales del centro comercial Buenaventura Moreno en relación a las decisiones y aspectos que se consideran pertinentes para aumentar su productividad, por lo cual dentro del proceso de investigación se aplica la metodología de tipo cualitativa, debido a que se basa en encontrar características y particularidades con relación al objeto de estudio, por tal motivo se consideró de mucha importancia la aplicación de herramientas tales como entrevistas y encuestas dirigidas hacia las partes involucradas, para obtener información específica que permitió mostrar un análisis sistemático mediante los resultados obtenidos dentro de la investigación, que se centrarán en puntos específicos con la finalidad de comprender la realidad actual de los locales en torno a sus actividades comerciales rigiéndose a nuevas tendencias haciendo énfasis a lo que realmente el cliente necesita, en el que se determinó que la utilización eficiente de los recursos, la buena toma de decisiones y la innovación estratégica son indispensables para llevar a cabo un proceso innovador que sea realmente viable que mejore y desarrolle el desempeño de los locales del centro comercial.

Palabras claves: Innovación, productividad, análisis de datos, viabilidad.



**INNOVATION AND PRODUCTIVITY IN THE PREMISES OF THE
BUENAVENTURA MORENO SHOPPING CENTER IN LA LIBERTAD
CANTON**

AUTOR:

Reyes Suárez Elvis Joe

TUTOR:

Econ. Panchana Panchana Margarita

Abstract

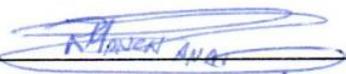
Innovation is essential to improve productivity. The present investigative work is carried out with the objective of knowing the influence of innovation in the premises of the Buenaventura Moreno shopping center in relation to the decisions and aspects that are considered pertinent to increase its productivity, for which within the investigation process it is applied the qualitative methodology, because it is based on finding characteristics and particularities in relation to the object of study, for this reason the application of tools such as interviews and surveys directed towards the parties involved was considered very important, to obtain specific information that allowed to show a systematic analysis through the results obtained within the investigation, which will focus on specific points in order to understand the current reality of the premises around their commercial activities, following new trends, emphasizing what the client really need, in which It was determined that the efficient use of resources, good decision-making and strategic innovation are essential to carry out an innovative process that is truly viable to improve and develop the performance of the shopping center premises.

Keywords: Innovation, productivity, data analysis, feasibility.

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesora Tutora del trabajo de titulación, **“LA INNOVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD EN LOS LOCALES DEL CENTRO COMERCIAL BUENAVENTURA MORENO DEL CANTÓN LA LIBERTAD”**, elaborado por el Sr. Elvis Joe Reyes Suárez egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Econ. Panchana Panchana Margarita.

DOCENTE TUTORA

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación con el Título de **“LA INNOVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD EN LOS LOCALES DEL CENTRO COMERCIAL BUENAVENTURA MORENO DEL CANTÓN LA LIBERTAD”**, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Yo, Elvis Joe Reyes Suárez con cédula de identidad número 240016793-4 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



Reyes Suárez Elvis Joe

C.C. No.: 240016793-4

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primordialmente a Dios por guiarme y brindarme salud para poder realizar mis actividades académicas, a mi familia por ser el pilar y parte fundamental en mi vida que gracias a su esfuerzo y sacrificio me han motivado en todo momento para poder cumplir con mis objetivos.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por impartir el conocimiento necesario en el transcurso del proceso académico dejando enseñanzas y aprendizaje que han facilitado la comprensión de aspectos muy importantes para llevar a cabo el cumplimiento del presente trabajo de investigación realizándose de manera responsable.

A las personas emprendedoras dentro del centro comercial Buenaventura Moreno y clientes, que corroboraron con información específica y pertinente el cual facilitó el proceso de investigación.

Elvis Reyes S.

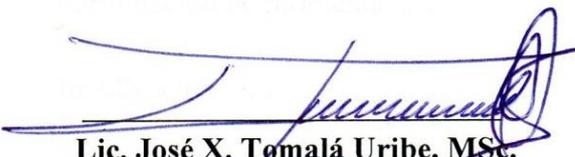
DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios por ser parte esencial en mi vida y la razón de mi existencia en este mundo, por brindarme salud y vitalidad para desempeñarme en diferentes actividades tanto académicas como personales que son necesarias para poder cumplir con mis expectativas de ser un gran profesional y un buen ser humano.

A mi padre Orlando Reyes y madre Miriam Suárez por su apoyo incondicional, por estar siempre pendientes de las actividades que realizo constantemente y estar presente en cada una de las decisiones que lleve a cabo, sobre todo por creer en mis capacidades y habilidades para cumplir todo lo que me proponga.

Elvis Reyes S.

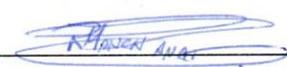
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



Lic. José X. Tomalá Uribe, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



Econ. David Batallas, MSc.
PROFESOR ESPECIALISTA



Econ. Margarita Panchana
Panchana, Msc
PROFESORA TUTORA



Ing. Sabina Villón Perero, Mgs.
PROFESORA GUÍA DE LA UIC

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	14
Planteamiento del problema.....	16
Formulación de problema	16
Justificación.....	17
Objetivos de la investigación.	18
Objetivo general	18
Objetivos específicos.....	18
CAPÍTULO I.....	19
MARCO TEÓRICO.....	19
1.1 Revisión de la literatura.....	19
1.2. Desarrollo de las teorías y conceptos.	21
1.2.1. Innovación	21
1.2.2. Productividad.....	29
1.3. Fundamentación legal.....	35
1.3.1. Constitución de la República del Ecuador.....	35
1.3.2. Código de Comercio.	36
CAPÍTULO II.....	37
METODOLOGÍA	37

2.1. Tipos de investigación.....	37
2.2. Métodos de la investigación.	37
2.3. Técnicas de la investigación.....	38
2.4. Diseño de muestreo.	38
2.4.1. Población y muestra para la entrevista a comerciantes.....	38
2.4.2. Población y muestra para la encuesta a clientes.	39
2.5. Diseño de recolección de datos.	40
CAPÍTULO III.....	41
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	41
3.1. Análisis e interpretación de entrevista.....	41
3.2. Análisis e interpretación de encuesta a clientes.	48
3.3. Limitaciones.	55
3.4. Resultados.	56
3.5. Discusión.	58
CONCLUSIONES	59
RECOMENDACIONES	60
REFERENCIAS.....	61

ÍNDICE DE TABLAS DE RESULTADOS

Tabla N° 1: Frecuencia de adquisición en los locales.....	48
Tabla N° 2: Expectativas del cliente en relación a productos o servicios.....	49
Tabla N° 3: Aspectos que se consideran al adquirir un producto o servicio.....	50
Tabla N° 4: Complicación de encontrar un producto o servicio.....	51
Tabla N° 5: Satisfacción de compra de bienes o servicios.....	52
Tabla N° 6: Innovación en los locales.	53
Tabla N° 7: Propuesta de innovación.....	54

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1: Frecuencia de adquisición en los locales.....	48
Ilustración N° 2: Expectativas del cliente en relación a productos o servicios.....	49
Ilustración N° 3: Aspectos de consideración al adquirir un producto o servicio. ...	50
Ilustración N° 4: Complicación de encontrar un producto o servicio.....	51
Ilustración N° 5: Satisfacción de compra de bienes o servicios.	52
Ilustración N° 6: Innovación en los locales.	53
Ilustración N° 7: Propuesta de innovación.....	54

ÍNDICE DE ANÁLISIS DE RESULTADOS

Análisis N° 1: Frecuencia de adquisición en los locales.....	48
Análisis N° 2: Expectativas del cliente en relación a productos o servicios.....	49
Análisis N° 3: Aspectos que se consideran al adquirir un producto o servicio.....	50
Análisis N° 4: Complicación de encontrar un producto o servicio.....	51
Análisis N° 5: Satisfacción de compra de bienes o servicios.	52
Análisis N° 6: Innovación en los locales.	53
Análisis N° 7: Propuesta de innovación.....	54

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos	66
Anexo 1: Ubicación satelital centro comercial Buenaventura Moreno.....	66
Anexo 2: Formato de la entrevista.....	67
Anexo 3: Nómina de los comerciantes entrevistados.....	69
Anexo 4: Formato de encuesta.	70
Anexo 5: Nómina de los comerciantes encuestados.	73
Anexo 6: Proceso de recolección de datos en los locales del centro comercial Buenaventura Moreno.	82

Anexo 7: Matriz de consistencia.	85
Anexo 8: Matriz FODA del centro comercial Buenaventura Moreno.	86
Anexo 9: Matriz FODA de implementación de innovación en los Locales del centro comercial Buenaventura Moreno.	87
Anexo 10: Matriz de involucrados.	88
Anexo 11: Cronograma de actividades.....	89

INTRODUCCIÓN

El cantón La Libertad es uno de los puntos geográficos que tiene una gran referencia turística, se caracteriza por ser uno de los sitios más representativos de la península de Santa Elena, debido a que cuenta con varios atractivos como balnearios y zonas específicas donde se pueden realizar actividades recreativas por este motivo se ha vuelto fundamental para que exista mayor actividad comercial en el cual el centro comercial Buenaventura Moreno se ha desempeñado por ser un punto estratégico donde mayoritariamente acuden los clientes a realizar compras en el que se pueden encontrar gran variedad de productos y servicios.

El presente trabajo investigativo está dirigido al análisis de diferentes decisiones y aspectos que han tomado en consideración los locales del centro comercial Buenaventura Moreno con focalización en la innovación, el cual comprende implementar nuevos procesos, ideas y estrategias en el que se debe tomar en cuenta la disponibilidad de recursos y que estos puedan ser utilizados eficientemente para así generar buenos resultados que mejoren la productividad.

Dentro de los locales del centro comercial Buenaventura Moreno las nuevas tendencias e innovaciones en la actualidad son de gran relevancia e importancia, en el cual debe disponerse a generar nuevos métodos e ideas para potenciar varios ámbitos en los negocios debido a que ayudan a la adaptación a cambios sociales, económicos o políticos que surgen dentro del mercado esto con la finalidad de que los negocios puedan mantenerse o mejor aún ayuden a obtener mayor rendimiento en sus actividades.

El proceso investigativo se encuentra estructurado de 3 capítulos en el cual encontramos información específica respecto al desarrollo del tema de estudio:

El primer capítulo abarca el desarrollo de fundamentación de teorías y conceptos mediante el contenido documental que fue recopilado mediante la búsqueda y consultas por medio de fuentes bibliográficas, el cual se considera información secundaria el mismo que fue realizado para fortalecer el conocimiento con relación a la innovación y productividad dispuesto por varios autores que dan sustento a la información recopilada que es de gran utilidad y de suma importancia para el desarrollo investigativo del tema de estudio.

Dentro del segundo capítulo encontramos contenido respecto al tipo de metodología a utilizar el cual dependerá del objeto de estudio, así mismo como las técnicas y herramientas de recopilación de datos, considerando las más factibles para el proceso investigativo, con el objetivo de obtener un mejor direccionamiento que ayude a obtener datos específicos y relevantes, la misma que a su vez será analizada detalladamente para su posterior discusión de los resultados.

Al respecto del capítulo tres, dentro de esta sección se encuentra información en relación a los resultados que fueron obtenidos mediante las herramientas de recolección de datos aplicadas a los involucrados como lo son comerciantes y clientes, en el cual se realiza la extracción de los datos más relevantes que se encuentran en este proceso para poder realizar un análisis y discusión general de la información en el cual se tratan puntos específicos con relación al objeto de estudio lo cual es lo más importante dentro de la investigación.

Planteamiento del problema

La escasez de innovación en los locales del centro comercial Buenaventura Moreno del cantón La Libertad es una de las principales problemáticas que se consideran de gran relevancia, esta se encuentra directamente relacionada a la poca creatividad por parte de los comerciantes, debido a que no se toma en cuenta la implementación de nuevas ideas y estrategias que generen ventajas competitivas que a la vez cumpla con las expectativas de los clientes los cuales contribuyan al desarrollo productivo mediante sus actividades comerciales rigiéndose a las exigencias de los clientes que realmente satisfaga las necesidades, razón por la cual los locales deben adaptarse a las tendencias y exigencias actuales del mercado en el que se debe tomar muy en cuenta la utilización eficiente de los recursos, cabe recalcar que el entorno comercial esta propenso a diferentes cambios tanto sociales, como económicos que hacen que exista desestabilización y a su vez poca productividad.

Las actividades comerciales se han visto afectadas de manera considerable en la actualidad debido a diferentes cambios que han surgido dentro del mercado que han influido negativamente a los locales, por lo tanto, estos necesitan optar por nuevos métodos que vayan en relación a las nuevas tendencias, el cual es un factor determinante para poder mantenerse en sus actividades comerciales.

Formulación de problema

¿De qué forma la innovación permite fortalecer la productividad de los locales del centro comercial Buenaventura Moreno?

Justificación

Es necesario fomentar la innovación empresarial dentro de los locales del centro comercial Buenaventura Moreno, debido a que este buscará dar mayor beneficio tanto a los comerciantes como a los clientes en el cual la satisfacción sea lo primordial y se puedan ofrecer productos y servicios de calidad que vayan acorde a las exigencias del cliente, esto con la finalidad de adaptarse al entorno de diferentes cambios que se originan dentro del mercado en el que se necesita prever la viabilidad de estas innovaciones con el fin de aumentar o desarrollar la productividad.

Es relevante generar conocimiento en torno a la innovación y productividad en vista de que actualmente estos están vinculados mayoritariamente con el entorno empresarial y comercial, dentro de esta investigación con enfoque descriptivo se tratará de conocer de manera detallada diferentes ámbitos relacionados con el objeto de estudio describiendo cada una de ella para mayor comprensión.

El centro comercial Buenaventura Moreno es referencia de la economía peninsular por el motivo de que al ser un sector estratégico donde se da mayormente actividad comercial, ayuda y repercute en la economía ecuatoriana por eso se considera importante adentrarse mediante este objeto de estudio para conocer diferentes aspectos y decisiones que se consideran fundamentales con la finalidad de analizar la influencia de las innovaciones que puede ayudar en la productividad de estos locales.

Objetivos de la investigación.

Objetivo general

- ❖ Identificar mediante medidas de recolección de datos los aspectos más relevantes de la innovación que influyen en la productividad de los locales del centro comercial Buenaventura Moreno del Cantón La Libertad.

Objetivos específicos

- ❖ Recopilar información pertinente que sirva para que los comerciantes tengan una visión amplia y determinante para la ejecución de nuevos procesos o metodologías al realizar sus actividades comerciales.
- ❖ Analizar los resultados para la obtención de conclusiones concretas que permitan la identificación de aspectos relevantes sobre la innovación y productividad dentro del centro comercial Buenaventura Moreno.
- ❖ Determinar qué decisiones y aspectos se consideran los más adecuados y pertinentes en los locales del centro comercial Buenaventura Moreno para la consecución de sus actividades comerciales y aumento de su productividad.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Revisión de la literatura.

En relación a la innovación y productividad, presenta relación y similitud al trabajo investigativo de Enrique Leonardo Kato Vidal denominado “Productividad e innovación en pequeñas y medianas empresas” en el que se refiere a la innovación como determinante para mejorar la productividad en los negocios o empresas mediante ventajas competitivas que ayudan en la rentabilidad de los negocios que se encuentran en proceso de crecimiento, además esta direccionada al impacto que esta puede llegar a tener dentro del mercado donde desarrollan sus actividades, cabe destacar que se utilizó la metodología explicativa dentro de esta investigación.

De acuerdo a Kato Vidal (2019), plantea que la inversión en innovación es fundamental, a pesar de esto las pequeñas y medianas empresas que invierten mayormente en sus negocios para generar una ventaja competitiva suelen ser las que cuentan con mayor recurso económico el cual influenciará potencialmente al desarrollo productivo en el que los recursos sean utilizados de tal manera que los resultados esperados se cumplan.

Posteriormente, se tomó como referencia el trabajo investigativo de Mora Villalobos Carlos Albeiro, titulado “La innovación tecnológica y social en la producción de café: estudio de caso en el municipio de Pitalito-Huila (Colombia)”, el cual hace referencia al tema de estudio en el que se analiza la producción con

relación a la innovación global en el que se realizan descripciones del sector y se pretende conocer diferentes aspectos y funciones con énfasis al estudio de la productividad con una visión tecnológica en el cual se utilizó como metodología la investigación mixta de tipo explicativo-secuencial.

Respecto a Mora Villalobos (2021), concluye que el fomentar las tendencias actuales como la tecnología, ayudarán a fortalecer y aumentar su productividad mediante la creación de ventajas competitivas en el que el recurso o capital humano es el encargado de establecer nuevas ideas y estrategias con la finalidad de lograr sus objetivos estableciendo estrategias en nuevos procesos que ayudan a obtener mayor productividad.

Por lo consiguiente se considera la investigación realizada por Eduardo Gaudencio De Benedetti Gómez el cual se denomina “Innovación Tecnológica y Productividad en la Empresa Farmagro Los Olivos-2017” debido a que se basa específicamente en la relación existente en torno a la innovación y productividad enfocándose en las tecnologías actuales y efectuando un control en base a los procesos productivos dentro de la empresa Farmagro, en el cual el tipo de investigación es descriptiva correlacional.

Con relación a De Benedetti Gómez (2018), demuestra que si existe relación y hace mención a que los recursos son los responsables en la mejoría de la productividad en el que se estipula que la capacitación, preparación y actualización de nuevas tecnologías es indispensable para lograr los objetivos.

1.2. Desarrollo de las teorías y conceptos.

1.2.1. Innovación

De acuerdo a Méndez Pardo (2017), menciona que la innovación es un proceso fundamental dentro de una empresa debido a que esta puede generar valor y crear ventajas competitivas que ayuden a tener mayor expansión dentro del mercado, rigiéndose muchas veces a tendencias que existen dentro de la sociedad, sobre todo lograr el objetivo por la cual fue ejecutado un proceso de innovación.

Innovar es una de las partes fundamentales que se deben tomar en cuenta dentro de los negocios o empresas, debido a que se basa en un proceso de cambio o transformación con la finalidad de dar valor agregado en productos o servicios que al mismo tiempo ayuden a obtener mayor ventaja competitiva adaptándose a nuevas tendencias del mercado priorizando la satisfacción del cliente, enfatizando que para innovar se debe analizar la viabilidad y planificar la utilización de los recursos que para muchos negocios implican riesgos significativos.

Al respecto Paz Peralta (2015), estipula que innovar puede generar alto crecimiento ya que es habitual que los emprendimientos innovadores sean más complejos, por tal motivo que tienden a generar propuestas complejas que van encaminada a obtener una ventaja competitiva como el introducir un nuevo producto o servicio al mercado que le diferencie y pueda causar un efecto positivo en torno a sus actividades de comercialización en el que se vuelvan mucho más eficientes en comparación a los emprendimientos que no consideran la innovación en sus actividades, estos deberán enfrentar diversos obstáculos.

Innovación en producto: Se refiere específicamente introducir al mercado algo nuevo que implique un ente diferenciador o se puede relacionar también con un producto ya existente que al modificarlo se le agregue valor y puede generar tendencias en el mercado.

Innovación en servicio: Consiste en mejorar y ofrecer nuevos servicios dentro del mercado ya que estas innovaciones ayudan a obtener mayor satisfacción en el cliente con el cual se pueden fidelizar y captar nuevos clientes.

Innovación de procesos: Es utilizar nuevos métodos o estrategias que generen mayor productividad en el que los recursos no se consideren un riesgo significativo y sean utilizados eficientemente.

Innovación en marketing: Es la mejora que se le da a los procesos de posicionamiento en el mercado como la implementación de nuevas estrategias en diseño, publicidad, comercialización y ventas.

Las innovaciones en la actualidad son de gran relevancia e importancia en el cual debe disponerse a generar nuevos métodos e ideas para potenciar varios ámbitos en los negocios, estas ayudan a la adaptación a cambios sociales, económicos o políticos que surgen dentro del mercado, esto con la finalidad de que las empresas puedan mantenerse o mejor aún ayuden a obtener mayor rendimiento en sus actividades productivas y comerciales, de esta manera se considera viable la implementación de nuevas técnicas y procedimientos que mejoren la gestión de los procesos innovativos.

1.2.1.1. Creatividad

De acuerdo a Morales Reyna, Terranova Borja, Pauta Ríos, & Onofre Zapata, (2020), mencionan que la creatividad es parte importante dentro de las empresas, por el motivo que se considera un factor primordial para mejorar la competitividad de las organizaciones mediante la implementación de nuevas estrategias e ideas empresariales que permitan a las empresas obtener ventajas competitivas para poder diferenciarse dentro del mercado, en el cual se deben conocer las preferencias y exigencias de los clientes.

Dentro del ámbito empresarial la relación entre creatividad e innovación es de gran consideración, debido a que este permite tener una visión amplia del entorno en el que se pueden presentar problemas o circunstancias que al mismo tiempo estas permitan generar nuevas ideas y estrategias donde se tomen decisiones para obtener una solución rápida y eficaz, así mismo este permita que las empresas utilicen sus recursos eficientemente, cabe destacar que la creatividad es necesaria para la toma de decisiones dentro de las empresas o negocios.

1.2.1.2. Estrategias

Al respecto Alaña Castillo, Crespo García, & Gonzaga Añazco (2018), sostienen que estrategia empresarial es el conjunto de operaciones o procesos que ayudan a obtener una ventaja competitiva dentro del mercado con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados previamente, en el cual puedan utilizar sus recursos eficientemente permitiendo así dar valor a sus productos o servicios, el cual sirve para fidelizar y captar nuevos clientes.

Las estrategias dentro del entorno empresarial son tan importantes en los diferentes procesos y actividades que se llevan a cabo dentro de las organizaciones, en el que cumple un rol fundamental dando las mejores premisas que ayuden a tomar las mejores decisiones con el objetivo de que obtenga rentabilidad y estabilidad.

Estrategia de reducción: Se refiere al tipo de estrategia que utilizan las empresas que están siendo deficientes en sus actividades dentro del mercado en el que se recortan presupuestos y costes con el objetivo de mejorar su productividad.

Estrategia de estabilidad: Este tipo de estrategia es mayormente utilizado en empresas que consideran más convenientes mantenerse dentro del mercado y seguir con sus actividades como lo han hecho normalmente, este tipo de estrategia no busca obtener mayor capacidad de crecimiento más bien tienen cierto confort de realizar sus actividades de la manera convencional.

Estrategia de crecimiento: De acuerdo a este tipo de estrategia es considerada una de las más importante para el desarrollo productivo, la aplicación de esta dentro de las empresas ayuda a obtener ventajas competitivas que contribuyen a obtener crecimiento exponencialmente dentro del mercado y a la vez estos logren alcanzar las metas y objetivos.

1.2.1.3. Competencia

Según Casanova López , Fernández Preciado, & Maldonado Carmona (2017), consideran que la amenaza constante de nuevos competidores que al ofrecer productos similares dentro del mercado implica obtener menor beneficio, la

competencia genera desestabilización en las actividades por lo tanto se deben aplicar ventajas competitivas con el fin de que los competidores no sean considerados una amenaza.

Con relación a la competencia se puede decir que son las empresas o negocios que ofrecen productos iguales o similares dentro de un mercado en específico, razón por la que es considerada una amenaza dentro de las empresas donde existe una disputa por la captación de clientes, instancias en las que se deben tomar las mejores decisiones de manera estratégica y así con esto ser más participativos dentro del mercado donde realizan las actividades comerciales.

1.2.1.3.1. Ventajas competitivas

Según Chuquimarca Peña (2019), considera que una ventaja competitiva se puede establecer, que es la implementación de estrategias que generan valor mediante el desarrollo de nuevas ideas y estrategias implantándolas dentro del mercado permitiendo así establecerse dentro de ella considerando la diferenciación de los productos o servicios que se ofertan con relación a los principales competidores.

Básicamente se refiere al valor agregado que brinda una empresa a ciertos productos o servicios, en el que se debe conocer muy bien el mercado para aplicar nuevas estrategias e innovaciones con relación a la competencia, el cual genera un impacto positivo para que las empresas o negocios obtengan ventajas competitivas o un ente diferenciador dentro del mercado donde se desempeña las actividades con

la finalidad de fidelizar o captar nuevos clientes en el que obtenga viabilidad y rentabilidad en sus negocios.

1.2.1.3.2 Diferenciación

Tomando en cuenta a Casanova López , Fernández Preciado, & Maldonado Carmona (2017), mencionan que diferenciación es crear algo que se percibe como único dentro del mercado, diferenciar la oferta de productos o servicios puestos en el mercado por una empresa es una estrategia viable para obtener mayor rendimiento respecto a la competencia, proceso en el que se toman medidas sustitutivas y necesarias al igual que decisiones que ayuden al alcance del éxito empresarial.

La diferenciación es un aspecto fundamental dentro del ámbito empresarial debido que esta ayuda a generar ventajas competitivas de manera que los productos o servicios que se ofertan sean diferentes a los que la competencia también ofrece, sobre todo ayudan a los negocios a obtener rentabilidad y estabilidad en sus actividades de comercio dentro del mercado.

1.2.1.3.2.1. Diferenciación en producto

Tomando en cuenta a Costa Rico (2018), se refiere a que anteriormente la diferenciación no era un proceso del cual las empresas consideraban un riesgo, pero en la actualidad por la gran competencia que existe en el entorno comercial, esta diferencia es bien aprovechada por varias empresas o negocios para obtener mayor participación dentro del mercado.

La diferenciación es indispensable porque de esta depende que un producto o servicio sea altamente comercializado dando un valor competitivo en torno a la calidad que es un factor relevante ya que de este dependerá alcanzar el objetivo planteado por el cual fue diferenciado.

1.2.1.3.3. Calidad

En mención de Díaz & Salazar (2021), estipulan que la calidad comprende un recurso estratégico sumamente valorado por la gerencia, dado que el mercado actual es muy competitivo y el entorno empresarial donde destacan sus actividades las organizaciones modernas, las obliga a asumir mayores retos y sobresalir ante la competencia mediante la creación de imagen institucional, marcas, patentes y políticas direccionadas a la producción cero defectos, desarrollando estrategias que persiguen la creación de ventajas competitivas e implementación de procesos.

La calidad es un factor considerado muy importante dentro de las empresas el cual comprende darle valor agregado a un producto o servicio para lograr mayor satisfacción en el cliente, además de este depende ser realmente competitivas dentro del mercado donde desempeña sus actividades, cabe destacar que para generar valor a un producto o servicio implica un gran riesgo.

1.2.1.3.4. Viabilidad

De acuerdo con Pérez (2021), considera que la viabilidad de un proyecto es su capacidad para finalizar un proceso satisfactoriamente, entregando los resultados esperados. Por lo tanto, dentro de las empresas o negocios se deben realizar previas

planificaciones con el objetivo de analizar la viabilidad de las innovaciones dentro del mercado en el que se busca diferenciarse para la obtención de ventajas competitivas los cuales ayudan a obtener estabilidad o crecimiento en los negocios, además de estas depende la consecución de los objetivos.

Para obtener viabilidad se deben conocer aspectos importantes con un previo análisis en el cual se podrá prever si los objetivos iniciales se puedan alcanzar sin mayores complicaciones, por lo tanto, el fin de fomentar estrategias dentro de los negocios para que los recursos disponibles sean utilizados potencialmente, por lo tanto, comprende la estabilidad o el crecimiento exponencial que estén encaminadas al objetivo que se desea alcanzar.

1.2.1.4. Comercialización

Respecto a Rivadeneira (2018), considera que la comercialización es la actividad de compra y venta que realizan las empresas dentro del mercado, acción realizada con el objetivo de generar utilidad tomando en consideración las exigencias del cliente, el cual es el eje primordial para realizar esta actividad de comercializar, este proceso ayudara a la organización a que sean potencialmente productivas y competitivas.

La comercialización se basa en la actividad de ofrecer un producto o servicio dentro del mercado donde exista una relación directa entre compradores y vendedores, acción en la que el principal objetivo es generar utilidad o beneficio, se puede considerar también como punto estratégico dentro de las actividades en

razón de que de este dependerá obtener estabilidad dentro del mercado y a su vez ayudará en la factibilidad y rentabilidad para las empresas o negocios.

1.2.2. Productividad

De acuerdo a Martínez (2020), manifiesta que productividad es el factor que toda empresa busca obtener dentro de su cultura organizacional, en el que la disposición de los recursos necesarios son los encargados de llevar a cabo los procesos de producción que ayudarán a obtener mayor desempeño lo que implica mayor productividad, por eso es determinante tener en cuenta la capacidad de las empresas para ser productivas.

Las empresas para llegar a ser productivas deben desarrollar estrategias y planificar la eficiente utilización de sus recursos, tanto humano, como económicos considerando que estas constituyen parte fundamental en el desarrollo productivo efectuándose de tal manera que cumplan con el objetivo planteado que van encaminado a la factibilidad y capacidad de generar rentabilidad para las empresas o negocios.

1.2.2.1. Desarrollo productivo

Según Sevilla Arias (2015), sostiene que el desarrollo de la productividad es muy importante porque ayuda a obtener mayor eficiencia y eficacia dentro de los procesos productivos permitiendo así mejorar e implementar nuevos procesos y procedimientos, los cuales serán determinantes para la estabilidad y crecimiento de los negocios, la utilización eficiente de los recursos es primordial en este proceso

debido a que este comprende un factor importante para desarrollar actividades productivas.

El crecimiento de las empresas o negocios se considera fundamental por el motivo que esta al generar mayor utilidad o beneficio ayuda al desarrollo productivo, es decir que al encontrarse bien direccionada genera viabilidad y estabilidad económica que al mismo tiempo se ve reflejado en la satisfacción de alcanzar las metas u objetivos organizacionales.

1.2.2.2. Mantenimiento del proceso productivo

Respecto a Requejo Becerra (2019), considera que el mantenimiento implica realizar inspecciones constantes para mantener las instalaciones en buen estado, tiene como finalidad obtener una visión amplia de las actividades en el cual se pueden tomar decisiones que permitan desarrollarse potencialmente.

El mantenimiento de prevención es muy importante ya que este ayuda a mantener los diferentes procesos y procedimientos que mejoran el desarrollo productivo, en los cuales el recurso humano es parte fundamental para llevar a cabo este mantenimiento, con el fin de que los procesos se manejen de tal manera que cumpla los objetivos previamente planteados.

1.2.2.3. Control interno

De acuerdo con Guazha Farez (2017), considera que un sistema de control interno es importante para una organización porque permite tener una previa planificación, en el cual se utilizan métodos para direccionar la empresa. Se puede

mencionar que el control interno es básicamente utilizado para obtener mayor efectividad en el que se pueda realizar con eficacia los procesos utilizando los recursos eficientemente, y a su vez realizar controles que ayuden a prever posibles consecuencias negativas.

Basándose en el entorno empresarial el control interno se utiliza para llevar un mejor manejo de las diferentes actividades que se efectúan dentro de las empresas o negocios, con la finalidad de lograr mantener cada uno de los procesos y así ser eficaces en el que se pueda obtener factibilidad y rentabilidad que puedan obtener los emprendimientos utilizando los recursos eficientemente, buscando también obtener un control viable.

1.2.2.4. Competitividad

Como bien afirma Monterroso (2016), que la competitividad dentro del entorno empresarial es un aspecto que incide en la sustentabilidad y éxito de los negocios por lo tanto se debe tomar en cuenta, ya que al generar valor a un producto o servicio este creará una ventaja competitiva dentro del mercado.

En torno a la competitividad se debe considerar dentro de los negocios o empresas, debido a que existe gran cantidad de competencia en el entorno comercial los cuales también generan ventajas competitivas con el objetivo de obtener factibilidad, lo que implica realizar un mayor esfuerzo con relación a la competencia por tal motivo que estas puedan efectuarse estratégicamente, sobre todo es un lineamiento o direccionamiento para que las empresas logren el éxito.

1.2.4.1. Recursos empresariales

De acuerdo a Huerta Alvarado & Maguiña Palma (2018), afirma que los recursos son los diferentes activos que utilizan las empresas para llevar a cabo sus actividades, en el cual estos deben ser utilizados eficientemente para crear ventajas competitivas, con la finalidad de lograr los objetivos que para muchos es lograr el éxito y ser realmente participativos dentro del mercado.

Recurso humano: Es cada una de las personas que se encuentran en la participación de diferentes actividades dentro de una empresa o negocio y que tienen la finalidad de alcanzar un objetivo en conjunto a otros recursos.

Recurso financiero: Se refiere al recurso monetario que se utiliza para capitalizar las empresas o negocios y que también es utilizado comúnmente para solventar gastos y costes en torno a las actividades productivas de un negocio.

Recurso material: Básicamente son los bienes físicos como los insumos y herramientas con los que cuenta una empresa o negocio, estos son utilizados mayoritariamente en el proceso de producción.

En el ámbito empresarial es indispensable tener en disposición los recursos mencionados anteriormente las cuales ayudan a generar ventajas competitivas dentro del mercado, además que estos están vinculados a alcanzar los objetivos y metas organizacionales de las empresas, cabe recalcar que la falta de recursos dificultaría la continuación para llevar a cabo varios procesos o procedimientos de las actividades lo mismo que implicaría el poco desarrollo productivo.

1.2.4.2. Eficacia

Según Martínez (2020), con relación a eficacia manifiesta que se refiere a conocer el componente determinante que debe ser utilizado para obtener un proceso satisfactorio, el cual sea manejado de manera rápida y ágil, las empresas deben considerar en su cultura organizacional el objetivo de realizar los procesos con mayor facilidad utilizando los recursos eficientemente, esto puede ser el camino a lograr los objetivos de manera estratégica.

Se entiende por eficacia al proceso de producir productos o servicios en relación a la efectividad, en el cual los recursos utilizados o empleados deben ser previamente analizados con el objetivo de realizar las actividades eficientemente, no todas las empresas cuentan con la misma capacidad y disponibilidad de recursos por lo tanto ser eficaz, se puede referir a una estrategia que ayude a ser competitivos dentro del mercado, lo que a la vez ayudará en el proceso del desarrollo productivo empresarial.

1.2.4.3. Eficiencia

Respecto a Milian (2017), con relación a la eficiencia, se refiere que es la capacidad de efectuar los diferentes procesos y actividades con el menor coste o esfuerzo posible realizando un previo análisis de la situación, utilizando estrategias viables que ayuden a las empresas o negocios a ser mucho más productivos dando un impacto positivo en la rentabilidad de sus negocios.

Las empresas o emprendimientos para obtener mayor eficiencia deben utilizar los recursos que dispongan de manera que este implique obtener rentabilidad y mejorar los resultados, realizando sus actividades con mucha planificación para maximizar el proceso productivo donde se puedan generar menos costos ayudando así al crecimiento de las empresas.

1.2.4.3.1. Eficiencia económica

De acuerdo con Mokate (2017), estipula que el criterio de eficiencia económica, se puede relacionar a los procesos que se llevan a cabo en las empresas pueden ser de manera interna y externa utilizando el recurso monetario o también llamado financiero con los que dispone una empresa, el cual permite obtener mayor efectividad en sus procesos, por lo tanto ser eficiente económicamente es utilizar este recurso de manera sostenible sobre todo que no se consideren riesgos significativos para la empresa.

Respecto a la eficiencia económica se caracteriza por priorizar o manejar el recurso económico con mayor capacidad, midiéndose al obtener un logro analizando los costos de producir y la cantidad de recursos empleados dentro de una situación, proceso que genera una mayor efectividad, ya que el buen uso de los recursos económicos ayuda a las empresas a obtener mayor competitividad, en razón de que este recurso permite a los negocios la generación de ventajas competitivas que ayudarán a obtener mayor participación dentro del mercado.

1.3. Fundamentación legal.

1.3.1. Constitución de la República del Ecuador.

Se consideran aspectos jurídicos y legales dentro de la investigación utilizando las normativas y reglamentos vigentes establecidos por el estado ecuatoriano que ayuden en la sustentación de la información:

Con relación a la Constitución de la República del Ecuador:

De acuerdo al art. 18 hace mención al derecho de obtención de información que pueda ser elegida libremente, tomando en consideración que sea de interés general con la finalidad de difundir e intercambiar información responsablemente, que sobre todo haya sido verificada.

Respecto al art. 26 destaca sobre el derecho a la educación, en el cual las personas cumplen un rol fundamental dentro del proceso educativo en el que el estado garantiza igualdad e inclusión con la finalidad de que todo el estado ecuatoriano obtenga mejores condiciones para el buen vivir.

En relación a estos artículos mencionados anteriormente se basan específicamente a fortalecer y fomentar aquellas actividades que generan un bien común dentro de la sociedad, además se refiere al libre derecho de obtener información siempre y cuando se tomen en cuenta las políticas y leyes vigentes dentro de la Constitución de la República del Ecuador.

1.3.2. Código de Comercio.

Al respecto del Código de Comercio en el segundo capítulo hace énfasis al concepto con relación a los comerciantes y empresas, en el cual menciona en el art. 2 dando a conocer quiénes son los comerciantes en el que se explica que son aquellos que han sido profesionalizados y que tienen capacidad de contratar personal ejecutivo en el que rigen obligaciones y leyes enmarcadas.

En mención al art. 14 se enfoca a la empresa en el que se estipula que es una unidad económica en el que se desarrollan y organizan actividades de acuerdo a los recursos que dispongan que van en conjunto con las metas y objetivos establecidos con la finalidad de obtener éxito.

Con relación al art. 19 se refiere a los bienes tangibles e intangibles de los que dispone la empresa en este caso productos o servicios que podrán ser enajenados por personas o clientes que lo requieran, cabe destacar que en este proceso de intercambio se da con el objetivo de generar un bien económico en el que la satisfacción del cliente debe ser priorizado.

En relación al Código de Comercio se mencionan estos artículos debido a que se encuentran referencias respecto al tema de estudio en el que atribuye al entendimiento de quienes pueden ser considerados comerciantes y se enmarcan disposiciones de acuerdo a las normas legales para que estos se manejen de manera formal dentro de sus actividades.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1. Tipos de investigación.

El trabajo investigativo es de tipo descriptivo, debido a que busca describir y caracterizar a la innovación como un factor muy importante para aumentar o mejorar la productividad, para tal efecto se recabó información específica y oportuna, mediante el método cualitativo se pudo concebir, particularidades y cualidades importantes de las actividades que realizan los comerciantes del centro comercial Buenaventura Moreno del cantón La Libertad en relación a las decisiones y aspectos que se consideran importantes en los locales para mantenerse o mejorar sus actividades comerciales, cabe destacar que se necesita conocer el punto de vista del cliente realizando análisis respectivos.

2.2. Métodos de la investigación.

Específicamente se realizó mediante el método inductivo-deductivo en el cual se utilizó el razonamiento lógico, realizando previo análisis mediante las premisas o información que fue recolectada para establecer conclusiones de acuerdo a las respuestas de las entrevistas realizadas a los comerciantes de los locales del centro comercial Buenaventura Moreno y la encuesta dirigida hacia los clientes realizada mediante la herramienta de medición escala de Likert, con la finalidad de conocer la prospectiva sobre el tema de estudio el cual requiere de un análisis amplio para comprender con mayor eficiencia y claridad sobre el objeto de estudio.

2.3. Técnicas de la investigación.

Es importante mencionar que se aplicó técnicas que permite conocer aspectos relevantes en el que se procedió a la realización de la entrevista cara a cara por la factibilidad dentro de la recopilación de datos, en el cual se creó preguntas que fueron dirigidas hacia los propietarios de los locales sobre las decisiones y aspectos que se consideran importante dentro de los locales del centro comercial Buenaventura Moreno del cantón La Libertad y una encuesta dirigida a los clientes por el motivo de recabar información primaria, que sea la más oportuna, permitiendo conocer y analizar de manera eficiente y eficaz la información, sobre todo porque son las que dan sustento a la información parcialmente recolectada.

2.4. Diseño de muestreo.

2.4.1. Población y muestra para la entrevista a comerciantes.

Población de los locales: De acuerdo a información brindada por parte de la administración del centro comercial Buenaventura Moreno se pudo obtener que la cifra de locales actuales que realizan sus actividades comerciales de manera formal es de 667 el cual ha aumentado en relación años anteriores.

Muestra de los locales: Para el levantamiento y recopilación de información mediante la entrevista se tomó en consideración el 3% de la población, es decir a una pequeña proporción que equivale a 20 comerciantes entrevistados, el cual tienen como objetivo especificar y caracterizar sobre las innovaciones considerando los aspectos más importantes para su previo análisis.

2.4.2. Población y muestra para la encuesta a clientes.

Población de los clientes: Al respecto se puede deducir que la población en general, son todos los clientes que han realizado la acción de compra dentro del centro comercial Buenaventura Moreno en el que mayoritariamente son personas que residen dentro de la península de Santa Elena, cabe recalcar que para realizar la encuesta se debe tomar muy en cuenta que la muestra es determinada en una baja proporción, debido a que se considera que es una población amplia el cual hace que se torne compleja y poco determinante.

2.4.2.1. Determinación del tamaño de la muestra (Población infinita).

n= Tamaño de muestra buscado

p= Probabilidad de ocurrencia o suceso

q= Probabilidad de no ocurrencia o suceso

Z= Nivel de confiabilidad parámetro estadístico (95%)

e= Error de estimación aceptado

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

$$n = 384$$

Muestra de los clientes: Se procedió a la determinación de la muestra de los clientes a encuestar en el que se consideró realizarla con un nivel de confiabilidad del 95% en el cual se determinó realizarla a 384 personas o clientes que concurren o hayan adquirido productos o servicios en los locales del centro comercial Buenaventura Moreno cabe destacar que esto permitirá conocer la perspectiva que tienen los clientes al igual que sus exigencias.

2.5. Diseño de recolección de datos.

De acuerdo al diseño para la recolección de datos se considera la aplicación herramientas para obtener información veraz y oportuna, en el cual se procedió al acercamiento mediante las entrevistas realizadas a los propietarios de los locales en el cual se interactuaba de manera que la información sea más específica y oportuna en relación a los locales del centro comercial Buenaventura Moreno, al igual que recabar información pertinente con la aplicación de las encuestas a los clientes tomando en consideración las preguntas estipuladas en el cual estos procedían a escoger un ítem por cada pregunta realizada dentro de la encuesta.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis e interpretación de entrevista.

1. ¿Por qué considera que es importante la innovación dentro de los locales del centro comercial Buenaventura Moreno?

Con relación a la información obtenida de los propietarios entrevistados se puede mencionar que, si es importante la innovación tanto para los comerciantes como para el cliente por diferentes motivos debido a que de este dependerá la evolución de los locales adecuándose a nuevas tendencias de mercado los cuales mencionaron también que el innovar planificadamente contribuye a lograr los objetivos mediante nuevas ideas con la finalidad de fidelizar y captar nuevos clientes que a su vez ayuden a obtener mayor rendimiento y mejores resultados.

Muchos comerciantes también comentaron que es importante ya que los clientes muchas veces se manejan por las tendencias actuales las cuales se enmarcan dentro de la sociedad repercutiendo en las personas, haciendo que estos busquen los productos más novedosos del momento, situación en la que los locales tienen que adaptarse a las necesidades de los clientes.

En su gran mayoría, los comerciantes explicaban que es muy importante la innovación para los locales, esto ayuda a obtener una ventaja competitiva con relación a los demás locales que ofrecen productos similares logrando así fidelizar o captar nuevos clientes dentro del mercado donde desempeñan sus actividades comerciales y a su vez estos generen rentabilidad y estabilidad.

2. ¿Qué decisiones ha considerado para mantenerse en sus actividades con relación a la innovación?

Las decisiones que han considerado dentro de los locales varían según el tipo de productos y servicios que estos ofrecen a sus clientes, conociendo que el entorno se encuentra expuesto a diferentes cambios, por lo tanto para realizar una correcta toma de decisión se debe conocer su viabilidad realizando un previo análisis que ayude a los comerciantes a tener una visión amplia de que es lo que realmente necesitan los clientes basándose en las tendencias del mercado para conocer los intereses que tienen los clientes con relación a productos y servicios, sobre todo distinguir cuales se adecúan más al presupuesto o recursos con los que dispongan los locales, no todos los locales comerciales tienen la capacidad de generar un cambio innovador por diferentes factores como el desconocimiento o por la falta de recursos.

De acuerdo a las respuestas obtenidas de los comerciantes de los locales del centro comercial Buenaventura Moreno consideran decisiones como:

- Ofertar nuevos productos
- Ofertar nuevos servicios
- El uso de redes sociales para la comercialización y marketing
- Ofrecer servicio de entrega a domicilio o delivery
- Automatización de procesos (Facturación)
- Venta por catálogos digitales
- Asistencia y servicio al cliente virtual

3. ¿Qué ventaja competitiva se ha desempeñado para fortalecer el crecimiento de su local comercial?

Gran parte de los propietarios de los locales comerciales hacían referencia a la diferenciación según el diseño y calidad de los productos y gran variedad en sus inventarios con los que cuentan dentro de sus negocios con relación a la competencia, esto con la finalidad de ofrecer al cliente productos que no podrán encontrar en otros establecimientos.

Hubo comerciantes que hacían alusión a la comodidad y variedad de precios, los cuales mencionaban que eran accesibles y económicos con relación a los demás locales, también especificaron que estos pueden variar según el tipo de producto o servicio que requieran.

Por otra parte, consideraban que la atención personalizada y el buen trato a los clientes es una ventaja competitiva muy importante dentro de los locales, debido a que los clientes siempre están pendientes si la atención es buena o deficiente, lo cual repercute en el desarrollo y crecimiento de los locales, cabe recalcar que muchos de estos negocios no lo toman muy en cuenta debido a que no fomentan el buen trato y no aplican el uso de valores éticos con los clientes.

Para otros comerciantes destacan que la imagen y presentación de su local es una ventaja competitiva que toman mucho en cuenta, pero la minoría piensa que no es importante y siguen realizando sus actividades comerciales de manera convencional los cuales no adecuan la infraestructura para que tenga mayor acogida lo cual influye en el poco desarrollo o el crecimiento de su local.

4. ¿Considera que la innovación se puede aplicar estratégicamente para aumentar su productividad?

Generalmente consideran que se puede aplicar estratégicamente la innovación debido a que realizando planificaciones previas se pueden analizar si estas puedan ser viables y rentables, sobre todo que vallan acorde al objetivo que las empresas requieran, cabe destacar que para realizar un proceso innovativo se debe tomar en cuenta la disponibilidad de recursos en el que los comerciantes manifestaron que ese es el gran obstáculo que tienen muchos de los locales del centro comercial Buenaventura Moreno, debido a que no cuentan con un capital estable o con recursos necesarios que pueda ser invertido en innovaciones a gran escala.

En sí para muchos de los propietarios de estos locales comerciales piensan que la innovación puede tener un punto a favor dentro del desarrollo de su productividad, en el que se puedan utilizar todos los recursos disponibles eficientemente para lograr tener una ventaja competitiva y ser más dinámico dentro del mercado donde desempeñan sus actividades comerciales, pero existe complejidad debido, a que todos los locales comerciales no tienen la misma disponibilidad de recursos, por lo tanto al innovar de manera que no exista un análisis comprendería un riesgo significativo en el que podría afectar la rentabilidad de los negocios es por este motivo que al momento de tomar una decisión con relación a la innovación debe conocerse la viabilidad para saber hacia dónde está encaminada y sobre todo que logre el objetivo por la cual fue ejecutada en este caso sería lograr ser mucho más productivo.

5. ¿Ante el entorno cambiante que aspectos ha tomado en cuenta para permanecer en sus actividades comerciales?

Los comerciantes debido a la pandemia han tenido que optar y fomentar las medidas de bioseguridad en el que el uso de mascarilla y el distanciamiento social son los aspectos más relevantes que mencionaron en varios de los locales comerciales, en el cual también aseguraban que si un cliente no hacía el respectivo uso de mascarilla, no podía ser atendido conociendo que el padecimiento de coronavirus es un tema complicado y complejo en el que la sociedad se encuentra en constante riesgo de contagio, el cual puede afectar la salud tanto de los comerciantes como para los clientes que concurren dentro del centro comercial Buenaventura Moreno.

Otros comerciantes mencionaron que el entorno cambiante por el surgimiento de la pandemia en sí, no le generó gran desestabilización al contrario estos encontraron la oportunidad de ser más productivos, tomando en cuenta que no todos los locales ofrecen los mismos productos o servicios, ciertos comerciantes señalaron que optaron por prestar sus servicios en el lugar más conveniente en este caso el hogar de la persona que requería de asistencia esto con la finalidad de darle la comodidad a los clientes para que no estén sujetos a contagiarse del virus adaptándose así a la situación que ha ocasionado la pandemia, por mencionar un caso específico de un local el cual ofrecía productos tecnológicos el que manifestó que por la cuestión de la virtualidad fue causa para que las personas recurran a comprar muchos más dispositivos móviles o prestar servicio de mantenimiento, por lo tanto este generó que este local obtenga estabilidad.

6. ¿Qué decisiones ha considerado actualmente que comprenda un riesgo en la productividad de su local comercial?

Gran cantidad de comerciantes supieron manifestar que al ofertar nuevos productos en sus locales significaba un riesgo por el motivo de que no sabía si estos productos serían muy bien aceptados por los clientes, en el que también varios comerciantes optaban por tener variedad en sus productos al igual que ofrecerlos a precios accesible dando así una ventaja competitiva con relación a otros locales que no tomaban en cuenta estos aspectos tan importantes.

Otros comerciantes se referían que durante la pandemia e incluso en la actualidad han tenido que recortar presupuestos en varios ámbitos, debido a que no cuentan con un capital estable para poder solventar gastos y costes para que estos locales se mantengan, es una decisión que puede traer consecuencias significativas para los locales las cuales pueden ser negativas.

Dentro de un establecimiento en concreto el propietario supo manifestar que había renovado e innovado de manera general en su local comercial debido a la gran competencia que existía dentro del centro comercial Buenaventura Moreno, por lo que consideraba que este negocio ya no estaba siendo muy rentable en la que se dedicaba anteriormente a la venta de todo tipo de vestimenta, pero este comerciante vio la oportunidad de comenzar a ofrecer otro tipo de productos dirigiéndose ahora a otro segmento de mercado en donde se dedica actualmente a ofrecer productos tecnológicos, cabe recalcar que lleva muy poco tiempo pero considera que está teniendo buena acogida por parte de los clientes.

7. ¿Qué recurso considera que es el más importante para obtener mayor productividad dentro del local comercial?

En su gran mayoría de los comerciantes hacían referencia al recurso monetario o financiero en el que mencionaban que sin este recurso los negocios no tuvieran la capacidad de adentrarse al mercado y ser competitivas debido a que no contarían con el suficiente recurso para competir potencialmente con otros locales comerciales, por ende no generaría un impacto significativo en sus utilidades haciendo que esta sea deficiente y que en el peor de los casos no lograrían rentabilidad lo que ocasionaría que los locales desistan y dejen sus actividades comerciales.

Otros comerciantes manifestaron que el recurso humano es el más fundamental y de mucha importancia dentro de los locales comerciales y que son los encargados de lograr ser más productivos debido a que el esfuerzo del capital humano es el responsable de que todos los procesos y procedimientos se lleven de manera eficiente y eficaz, que además de eso son los que llevan el control y manejo de los demás recursos como lo son el recurso financiero y el recurso material que al igual son de suma importancia para que los locales encuentren viabilidad dentro del mercado donde desempeñan sus actividades comerciales.

Pocos de los propietarios de los locales mencionaron que los recursos materiales son los más importantes para que estos puedan ser más productivos, cabe recalcar que debido a que estos al ser comerciantes de productos de artesanías consideran que la materia prima es la más importante.

3.2. Análisis e interpretación de encuesta a clientes.

1. ¿Con qué frecuencia realiza adquisiciones en los locales del centro comercial Buenaventura Moreno?

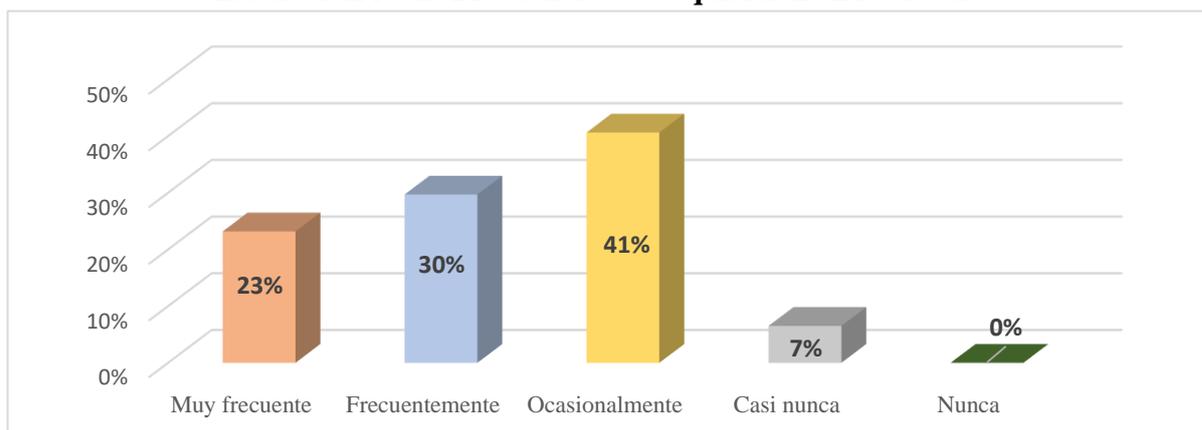
Tabla N° 1: Frecuencia de adquisición en los locales.

Ítems	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy frecuente	89	23%	23%
Frecuentemente	114	30%	53%
Ocasionalmente	156	41%	93%
Casi nunca	25	7%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	384	100%	-

Fuente: Encuesta a clientes recurrentes del Centro Comercial Buenaventura Moreno.

Elaborado por: Elvis Reyes Suárez

Ilustración N° 1: Frecuencia de adquisición en los locales.



Fuente: Encuesta a clientes recurrentes del Centro Comercial Buenaventura Moreno.

Elaborado por: Elvis Reyes Suárez

Análisis N° 1: Frecuencia de adquisición en los locales.

En relación a la frecuencia en la que normalmente los clientes concurren al centro comercial Buenaventura Moreno, en gran magnitud las personas asisten ocasionalmente, mientras que otros clientes recurren muy frecuente y frecuentemente en el que se deduce que solo cuando requieren de algún bien o servicio asisten a estos locales por otra parte, en una proporción poco significativa asisten casi nunca por diferentes motivos y preferencias.

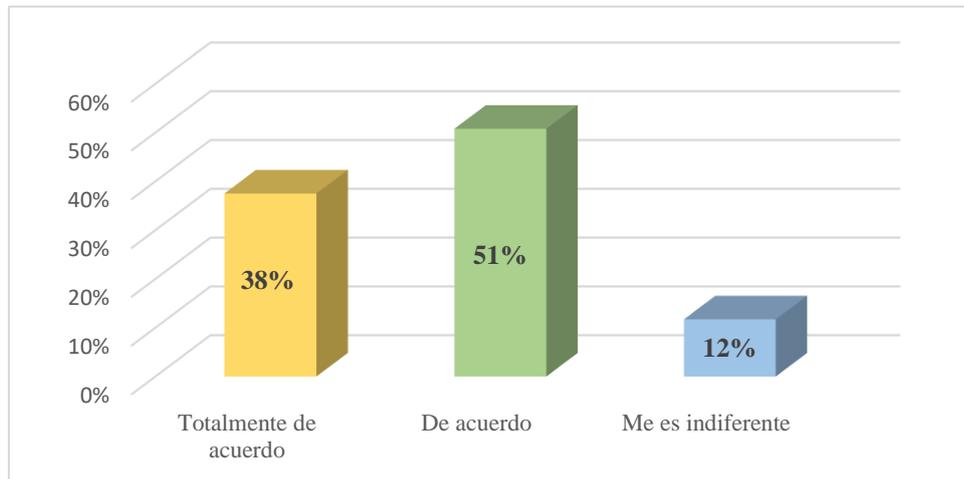
2. ¿Los productos o servicios que se ofrecen los locales cumplen con sus expectativas?

Tabla N° 2: Expectativas del cliente en relación a productos o servicios.

Ítems	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	144	38%	38%
De acuerdo	195	51%	88%
Me es indiferente	45	12%	100%
Total	384	100%	-

*Fuente: Encuesta a clientes recurrentes del Centro Comercial Buenaventura Moreno.
Elaborado por: Elvis Reyes Suárez*

Ilustración N° 2: Expectativas del cliente en relación a productos o servicios.



*Fuente: Encuesta a clientes recurrentes del Centro Comercial Buenaventura Moreno.
Elaborado por: Elvis Reyes Suárez*

Análisis N° 2: Expectativas del cliente en relación a productos o servicios.

Al respecto a las expectativas que tienen los clientes encuestados con relación a los productos o servicios que ofrecen los locales del centro comercial Buenaventura Moreno, dio un resultado favorable, en su gran mayoría si cumple con las expectativas del cliente, en el que se puede deducir que por la calidad, precios u otros factores influyen en las expectativas del cliente, mientras que una parte considera que le es indiferente.

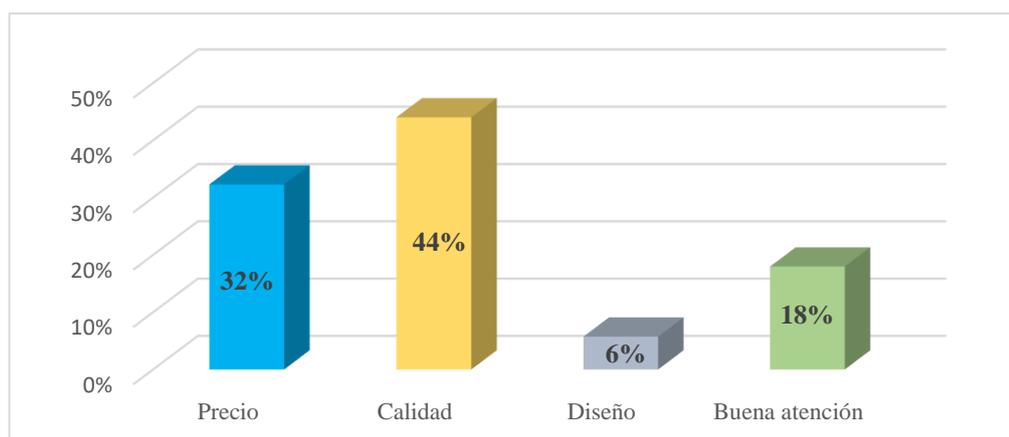
3. ¿Qué aspecto considera más importante al adquirir un producto o servicio?

Tabla N° 3: Aspectos que se consideran al adquirir un producto o servicio.

Ítems	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Precio	124	32%	32%
Calidad	169	44%	76%
Diseño	22	6%	82%
Buena atención	69	18%	100%
Total	384	100%	-

Fuente: Encuesta a clientes recurrentes del Centro Comercial Buenaventura Moreno.
Elaborado por: Elvis Reyes Suárez

Ilustración N° 3: Aspectos de consideración al adquirir un producto o servicio.



Fuente: Encuesta a clientes recurrentes del Centro Comercial Buenaventura Moreno.
Elaborado por: Elvis Reyes Suárez

Análisis N° 3: Aspectos que se consideran al adquirir un producto o servicio.

Los aspectos de mayor importancia al adquirir un bien o servicio se puede constatar que los clientes tienen mayor preferencia por la calidad y precio por otra parte, es importante mencionar que la buena atención se toma muy cuenta por varios clientes por el motivo de que es un aspecto determinante en el momento que se valla a realizar una acción de compra y que influye mayormente en la satisfacción de los clientes, mientras que en una baja proporción se refieren al diseño.

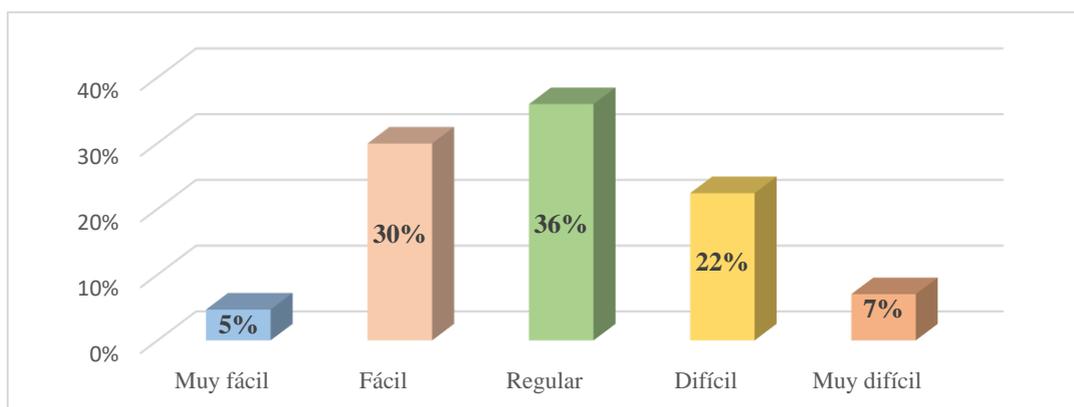
4. ¿Qué tan complicado es encontrar productos o servicios acorde a sus exigencias?

Tabla N° 4: Complicación de encontrar un producto o servicio.

Ítems	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy fácil	18	5%	5%
Fácil	115	30%	35%
Regular	138	36%	71%
Difícil	86	22%	93%
Muy difícil	27	7%	100%
Total	384	100%	-

*Fuente: Encuesta a clientes recurrentes del Centro Comercial Buenaventura Moreno.
Elaborado por: Elvis Reyes Suárez*

Ilustración N° 4: Complicación de encontrar un producto o servicio.



*Fuente: Encuesta a clientes recurrentes del Centro Comercial Buenaventura Moreno.
Elaborado por: Elvis Reyes Suárez*

Análisis N° 4: Complicación de encontrar un producto o servicio.

Mayoritariamente se refieren a que es regular debido a que en ocasiones se pueden encontrar los productos o servicios que se requieran y en otras no, por otro lado, se considera que es fácil deduciendo que existen gran cantidad de locales que ofrecen los mismos productos o servicios y a que a su vez cuentan con gran variedad en sus inventarios, así mismo para otros clientes les resulta difícil o muy difícil en el que se deduce que los productos o servicios no cumplen con sus expectativas.

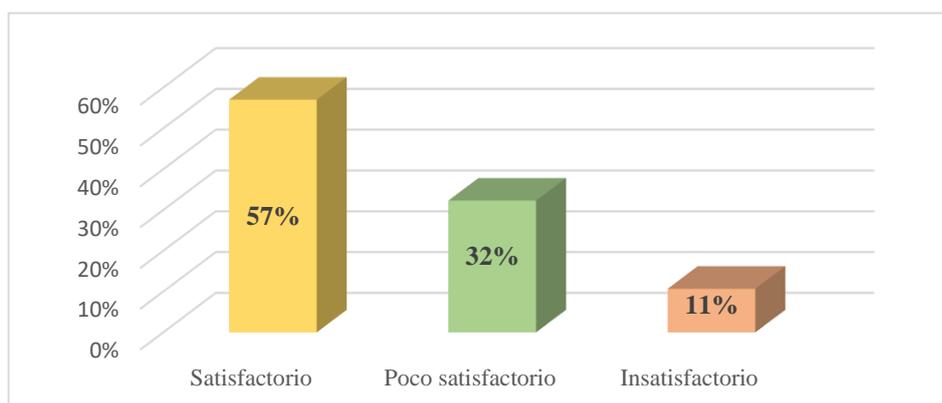
5. ¿Qué tan satisfactorio ha sido su experiencia de adquisición de bienes o servicios en los locales comerciales?

Tabla N° 5: Satisfacción de compra de bienes o servicios.

Ítems	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Satisfactorio	219	57%	57%
Poco satisfactorio	124	32%	89%
Insatisfactorio	41	11%	100%
Total	384	100%	-

*Fuente: Encuesta a clientes recurrentes del Centro Comercial Buenaventura Moreno.
Elaborado por: Elvis Reyes Suárez*

Ilustración N° 5: Satisfacción de compra de bienes o servicios.



*Fuente: Encuesta a clientes recurrentes del Centro Comercial Buenaventura Moreno.
Elaborado por: Elvis Reyes Suárez*

Análisis N° 5: Satisfacción de compra de bienes o servicios.

Muchos de los clientes encuestados consideran que es satisfactorio, deduciendo que los productos o servicios han cumplido con sus expectativas dando gran satisfacción y un resultado favorable para los locales del Centro Comercial Buenaventura Moreno, cabe recalcar que para otros en clientes es poco satisfactorio e insatisfactorio en el que se deduce que es por aspectos negativos que los clientes han encontrado en los locales al realizar la acción de compra el cual no ha satisfecho realmente sus necesidades.

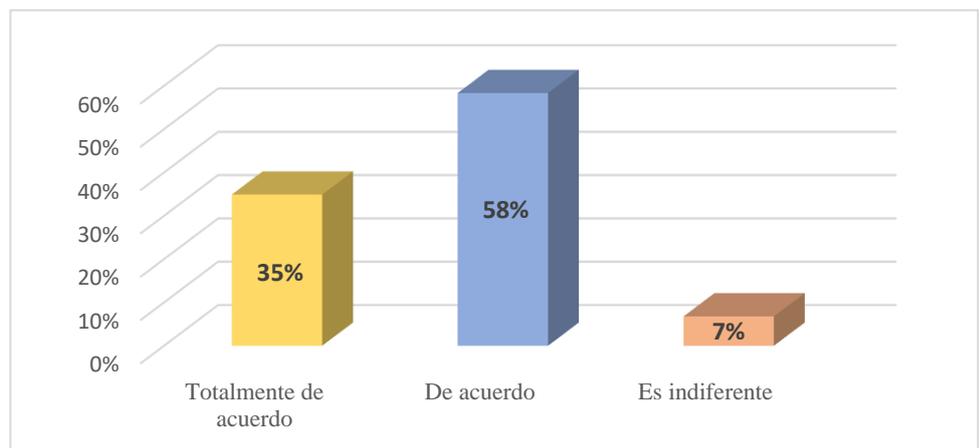
6. ¿Considera que los locales les hace falta implementar innovaciones para mejorar la experiencia del cliente?

Tabla N° 6: Innovación en los locales.

Ítems	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	134	35%	35%
De acuerdo	224	58%	93%
Es indiferente	26	7%	100%
En desacuerdo	0	0%	100%
Total	384	100%	-

*Fuente: Encuesta a clientes recurrentes del Centro Comercial Buenaventura Moreno.
Elaborado por: Elvis Reyes Suárez*

Ilustración N° 6: Innovación en los locales.



*Fuente: Encuesta a clientes recurrentes del Centro Comercial Buenaventura Moreno.
Elaborado por: Elvis Reyes Suárez*

Análisis N° 6: Innovación en los locales.

Mayoritariamente los encuestados se refieren que están de acuerdo y totalmente de acuerdo que se realicen innovaciones en el que se deduce que actualmente las tendencias hacen que los clientes tengan otras preferencias con relación a productos o servicios que generan mayor satisfacción en el cliente, mientras que otra parte poco significativa le es indiferente por simple causa que es decisión netamente de los comerciantes.

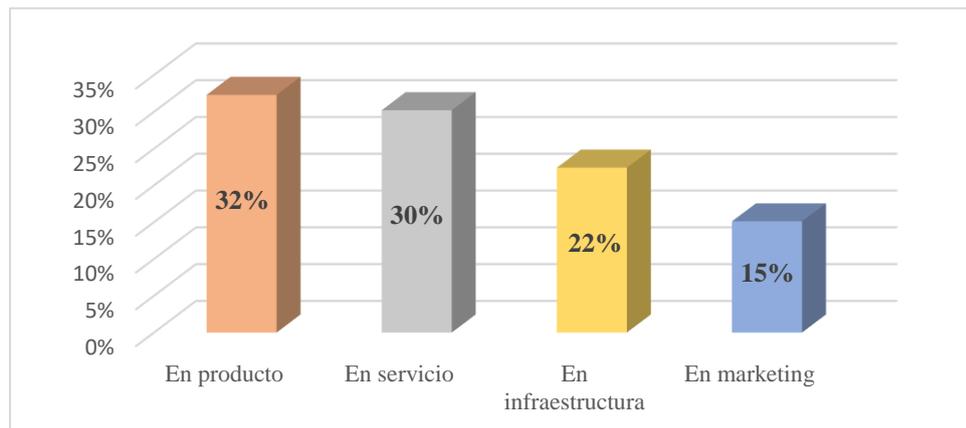
7. ¿Qué tipo de innovación cree que deban considerar los comerciantes de los locales?

Tabla N° 7: Propuesta de innovación.

Ítems	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
En producto	124	32%	32%
En servicio	116	30%	63%
En infraestructura	86	22%	85%
En marketing	58	15%	100%
Total	384	100%	-

*Fuente: Encuesta a clientes recurrentes del Centro Comercial Buenaventura Moreno.
Elaborado por: Elvis Reyes Suárez*

Ilustración N° 7: Propuesta de innovación.



*Fuente: Encuesta a clientes recurrentes del Centro Comercial Buenaventura Moreno.
Elaborado por: Elvis Reyes Suárez*

Análisis N° 7: Propuesta de innovación.

En mayor magnitud de los encuestados, se refieren a que se debe innovar tanto en productos y servicios, en el que se deduce que los clientes necesitan que los comerciantes ofrezcan algo nuevo o mejorado que le den mayor satisfacción al cliente, por otra parte, consideran muy importante innovar en la infraestructura debido a que esta muy poco adecuado y marketing dando a entender que estos son puntos claves para que los clientes tengan una mejor experiencia.

3.3. Limitaciones.

Cierta cantidad de propietarios de locales dentro del Centro Comercial Buenaventura Moreno no brindaron información, debido a que por estar realizando sus actividades de comercialización de sus productos u otras actividades evitaban la realización de esta entrevista el cual generó que este proceso tenga un lapso de tiempo muy prolongado.

Para poder adentrarse hacia la realidad mediante la entrevista a los propietarios de los locales y encuesta a clientes muchos de estos condicionaban su participación por el motivo del riesgo de contagio que existe en la actualidad en el cual las medidas de bioseguridad como el uso de mascarilla, el distanciamiento social y la aplicación de gel fueron aspectos que se tomaron muy en cuenta para poder llevar a cabo el proceso de recolección de datos.

Hubo casos en los que preguntaban por qué necesitaba conocer sus identidades tanto los nombres como la firma, este era el temor de varios propietarios de los locales respecto a la información que sería recabada fuese utilizada negativamente o para fines ilícitos, es por este motivo también existieron casos en que los propietarios limitaron a no brindar información debido a esto se le explicó a los propietarios de los locales que si brindaron información que se utilizaría para fines académicos y que era muy importante para esta investigación en el cual se tomaría como respaldo para que la información que iba a ser recabada tenga constancia y validez.

3.4. Resultados.

En torno a la innovación y productividad dentro de los locales del centro comercial Buenaventura Moreno, se pudo constatar mediante la información recopilada por medio de las entrevistas, que para muchos de los locales que se encuentran realizando sus actividades comerciales consideran que la aplicación de estrategias innovadoras es de mucha factibilidad, por el motivo de que este ayudaría a obtener viabilidad en sus negocios en el que las exigencias y aceptación por parte de los clientes es un factor fundamental para determinar en qué ámbito deberían realizar un proceso innovador, en este caso se realizó encuestas dirigidas a clientes para conocer aspectos relevantes, cabe recalcar que para muchos de los locales sería un gran esfuerzo, debido que el capital económico del que disponen las locales es deficiente por diferentes motivos, entonces esto sería tomar un riesgo significativo en el que no todos están dispuestos a tomar esta decisión de innovar.

Dentro de la entrevista se pudo conocer varios aspectos por el cual los propietarios de los locales han considerado de suma importancia la innovación, debido que estas cumplen un rol muy importante en torno a las actividades comerciales y productivas que sobre todo pueden lograr un cambio positivo en el que los recursos sean utilizados eficientemente optimizando así los procesos y obteniendo beneficios eficazmente, cabe destacar que se debe tomar muy en cuenta las exigencias del cliente priorizando su satisfacción, debido a que es una de las causas principales por la cual se debe innovar estratégicamente por lo tanto los comerciantes deben tomar decisiones y medidas sustitutivas para que puedan obtener estabilidad dentro del mercado con relación a sus actividades comerciales.

La innovación es considerada una de las mayores ventajas competitivas por parte de los propietarios, debido a que muchos de los que fueron entrevistados aseguraron que al implementar nuevas ideas y estrategias de manera creativa con un objetivo específico se podría lograr ser realmente competitivos, en el cual se puedan ofrecer nuevos productos y servicios que satisfagan verdaderamente las necesidades de los clientes.

Para generar una ventaja competitiva es indispensable la innovación, que ayude en la productividad de los locales comerciales en el que se mencionaron que uno de los factores con más relevancia es que necesita diferenciarse de los demás locales ofreciendo variedad de productos o servicios, para esto es indispensable conocer la disponibilidad de recursos con los que cuentan debido que para llevar a cabo un proceso de innovación es necesario por el motivo de que sin los recursos necesarios no se pudiera implementar ni ejecutar nuevas estrategias.

De acuerdo al desarrollo de la productividad de los locales del centro comercial Buenaventura Moreno es uno de los puntos más relevantes que se deben tomar en cuenta de manera considerable, en el que los comerciantes explican que para mejorar la productividad deben realizarse diferentes acciones que requieran de decisiones debido a que de esta depende el crecimiento de la organización la cual engloba la fijación de objetivos del análisis externo e interno tanto como sus herramientas estratégicas y el control que se debe de tener al momento de aplicar esto a nivel corporativo o gerencial.

3.5. Discusión.

De acuerdo a la investigación realizada en los locales del centro comercial Buenaventura Moreno se pudo constatar que para muchos de estos locales la innovación ha sido considerada de gran importancia, por el motivo que en varios locales en donde si han utilizado estrategias innovadoras ha ayudado a mejorar su productividad, cabe recalcar qué también existe un gran riesgo en torno a la innovación de los locales por el motivo de que los propietarios no cuentan con los recursos necesarios para realizar procesos de innovación y otros no se encuentran capacitados con relación a la innovación en el cual muchos se refirieron que para realizar una innovación estratégicamente se debe conocer el contexto por el cual se debe realizar una innovación tomando en cuenta las tendencias del mercado y exigencias de los clientes.

El entorno cambiante ha ocasionado un constante riesgo para los locales comerciales en el cual muchos de estos sugieren que el adaptarse a diferentes situaciones ayuda a contrarrestar diferentes complicaciones con relación a su productividad, cabe destacar también que no solamente el entorno ha traído consecuencias negativas, también existen casos en el cual los locales comerciales han encontrado la oportunidad para generar de obtener estabilidad dentro del mercado, considerando que todos los locales ofrecen distintos productos y servicios, es decir que los cambios para muchos de los locales han causado desestabilización en sus actividades en cambio para otros comerciantes les ha permitido captar nuevos cliente el cual influye en el desarrollo productivo.

CONCLUSIONES

Dentro del proceso investigativo se conoció de manera explícita y concreta sobre el tema de estudio, en el que las técnicas de recopilación de información facilitaron un mejor análisis, el cual permitió conocer como la innovación es el proceso fundamental para el desarrollo productivo, tomando en cuenta que los comerciantes deben disponerse a nuevas tendencias del mercado en el que se debe priorizar la satisfacción del cliente y ser eficientes en la utilización de sus recursos.

La disposición de realizar innovaciones dentro de los locales comerciales es fundamental para desarrollar procesos productivos, debido a que la eficiente utilización de sus recursos implica obtener un mayor desarrollo siempre y cuando se hayan realizado análisis para conocer la viabilidad en torno a los procesos que se lleven a cabo dentro de los negocios con la finalidad de obtener mayor utilidad.

La realización del análisis de los resultados se dio de manera discreta, el cual permitió conocer ampliamente sobre decisiones como el ofrecer al cliente comodidades que a su vez sean ventajas competitivas que estén encaminadas a obtener mayor participación dentro del mercado, el cual cumple un rol importante en la productividad causando un impacto significativo, puesto que dependiendo de los recursos disponibles se desempeñarán potencialmente las actividades.

Las decisiones y aspectos que se consideran de mayor importancia es la de ofrecer a los clientes productos o servicios que no puedan ser encontrados muy fácilmente dando así un mayor reconocimiento, esto con la finalidad de fidelizar y captar nuevos clientes cabe recalcar que las decisiones implican un gran riesgo.

RECOMENDACIONES

Es necesaria la utilización de técnicas y herramientas que ayuden en la obtención de información, con la finalidad de recopilar datos específicos tanto de los comerciantes, como clientes el cual se basa en conocer los procesos innovativos que se realizan dentro de los locales sea en el producto, servicio, infraestructura o tecnología destacando la satisfacción que pueda generar en el cliente.

Respecto a la innovación y productividad en varios locales dentro del centro comercial Buenaventura Moreno, el presente estudio se tome de manera que sea un lineamiento para que los comerciantes logren generar ventajas competitivas, en el cual se realicen procesos adecuados a nivel general en el que se refleje como resultado el aumento de la producción, al igual que desarrollan sus actividades comerciales comprendiendo la necesidad de analizar la viabilidad antes de tomar las mejores decisiones y resoluciones para que tengan apogeo.

Realizar el análisis correspondiente permitirá obtener una visión amplia sobre la innovación dentro de los locales del centro comercial Buenaventura Moreno lo cual es indispensable para comprender que tan importante la consideran para desarrollar sus actividades comerciales que mejoren su productividad empresarial.

Con relación a la toma de decisiones de los comerciantes se debe analizar la eficiente utilización de recursos debido a que desempeñan un rol muy importante, por el motivo que son las encargadas de generar ventajas competitivas para los locales, tomando en cuenta las necesidades y exigencias del cliente que actualmente se basan en tendencias dentro de la sociedad que repercuten en los negocios.

REFERENCIAS

Alaña Castillo, T., Crespo García, M., & Gonzaga Añazco, S. (2018). ¿CÓMO LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES PERMITEN UNA VENTAJA COMPETITIVA EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE LA PROVINCIA DE EL ORO? *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 253. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n2/2218-3620-rus-10-02-257.pdf>

Burk, E. (2017). *Los fundamentos de la economía*. Argentina: mh education.

Casanova López , D., Fernández Preciado, C., & Maldonado Carmona , A. (2017). *PLANEACIÓN Y GESTIÓN ESTRATÉGICA*. Jalisco: INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ACCIDENTE. Obtenido de <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/4513/TOG%20Andrews%20MBA%20Pimavera%202017%20LIBERADO.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Chuquimarca Peña, C. (2019). ESTUDIO DE LA IMPORTANCIA DE LA VENTAJA COMPETITIVA EN LAS ORGANIZACIONES. *Revista electrónica TAMBARA, ISSN 2588-0977, 722-723*.

Córdoba Zuñiga, E., Castillo Toro, J., & Castillo Quesada, N. (2018). Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial. *Lampsakos*, 56-57.

Costa Rico, J. (2018). ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA POR MEDIO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS PIUNTZA NANKAIS PARA EXPORTACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS. *repositorio.puce.edu.ec*, 30.

De Benedetti Gómez, E. (2018). *Innovación Tecnológica y Productividad en la Empresa Farmagro Los Olivos-2017*. Arequipa: Escuela de postgrado Universidad César Vallejo.

Díaz, G., & Salazar, D. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Rvistas.uees*, 21- 22.

Guazha Farez, V. (2017). *La competencia empresarial de las pequeñas y medianas empresas: un enfoque desde el control interno*. Machala: Unidad Académica de Ciencias Empresariales.

Huerta Alvarado, M., & Maguiña Palma, T. (2018). *“EL SISTEMA DE COSTEO ABC EN LA GESTIÓN DE LOS*. Perú.

Kato Vidal, E. (2019). Productividad e innovación en pequeñas y medianas empresas. *Queretaro*, 45. Obtenido de https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/2909/3621

Martínez, J. (2020). Impacto de factores del desarrollo cultural organizacional, en la rentabilidad empresarial. *Revista Científica Orbis Cognita*, 144.

Méndez Pardo, H. (2017). *Apoyo público a la innovación : innovación responsable y creación de valor*. Vigo, España: Universidad de vigo. Obtenido de http://www.investigacion.biblioteca.uvigo.es/xmlui/bitstream/handle/11093/885/apoyo_p%C3%bablico_innovaci%C3%b3n_responsable.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mendoza Zamora, W., Delgado Chávez, M., García Ponce, T., & Barreiro Cedeño, I. (2018). El control interno y su influencia en la gestión administrativa del sector público. *Dominio de las ciencias*, 211-212.

Milian, E. (2017). *EFICACIA Y EFICIENCIA*. Madrid: JM CONTENT.

Mokate , K. (2017). *Eficacia, eficiencia, equidad y sostenibilidad: ¿Qué queremos decir?* . New York: Banco Interamericano de Desarrollo .

Monterroso, E. (2016). *Competitividad y Estrategia: conceptos, fundamentos y relaciones*. Lujan: Revista del Departamento de Ciencias Sociales.

Mora Villalobos, C. A. (2021). *La innovación tecnológica y social en la producción de café: estudio de caso en el municipio de Pitalito-Huila (Colombia)*. Pitalito: Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/La%20innovaci%C3%B3n%20tecnol%C3%B3gica%20y%20social%20en%20la%20producci%C3%B3n%20de%20caf%C3%A9->

estudio%20de%20caso%20en%20el%20municipio%20de%20Pitalito-Huila-Colombia.%20Mora-Villalobos.C.A.20210804.pdf

Morales Reyna, F., Terranova Borja, G., Pauta Ríos, R., & Onofre Zapata, R. (2020). *CREATIVIDAD E INNOVACIÓN: FACTORES CLAVES DEL ÉXITO EMPRESARIAL*. Babahoyo: Universidad Técnica de Babahoyo. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.4593772>

Paz Peralta, María. (2015, Diciembre 11). *Crece mujer de banco del estado*. Obtenido de <https://www.crecemujer.cl>: <https://www.crecemujer.cl/capacitacion/ideas-de-negocio/que-le-llamamos-emprendimiento-con-innovacion>

Pérez, A. (2021, Abril 22). *OBS Business School*. Obtenido de www.obsbusiness.school: <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-de-viabilidad-de-un-proyecto-estructura-e-importancia>

Requejo Becerra , L. (2019). Mejora continua del proceso productivo, para incrementar la productividad en el área de pilado del Molino Chiclayo S.A.C.”. *repositorio.ucv.edu.pe*, 18-19.

Rivadeneira, E. (2018). *El mercado y la comercialización*. San Jose, Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

Riveros , P. (2018). Tendencias innovadoras. *bibliotecadigital.ccb.org.co*.

Sevilla Arias, A. (2015). *La Productividad el factor de éxito*. Madrid: Economipedia.

Villegas Vasquez, E. (2018). *LA MOROSIDAD Y SU IMPACTO EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS ESTRATEGICOS EN MIBANCO AGENCIA JAEN MATRIZ, 2017*. Pimentel: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5419/Villegas%20Vasquez%20Emer.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anexos

Anexo 1: Ubicación satelital centro comercial Buenaventura Moreno.

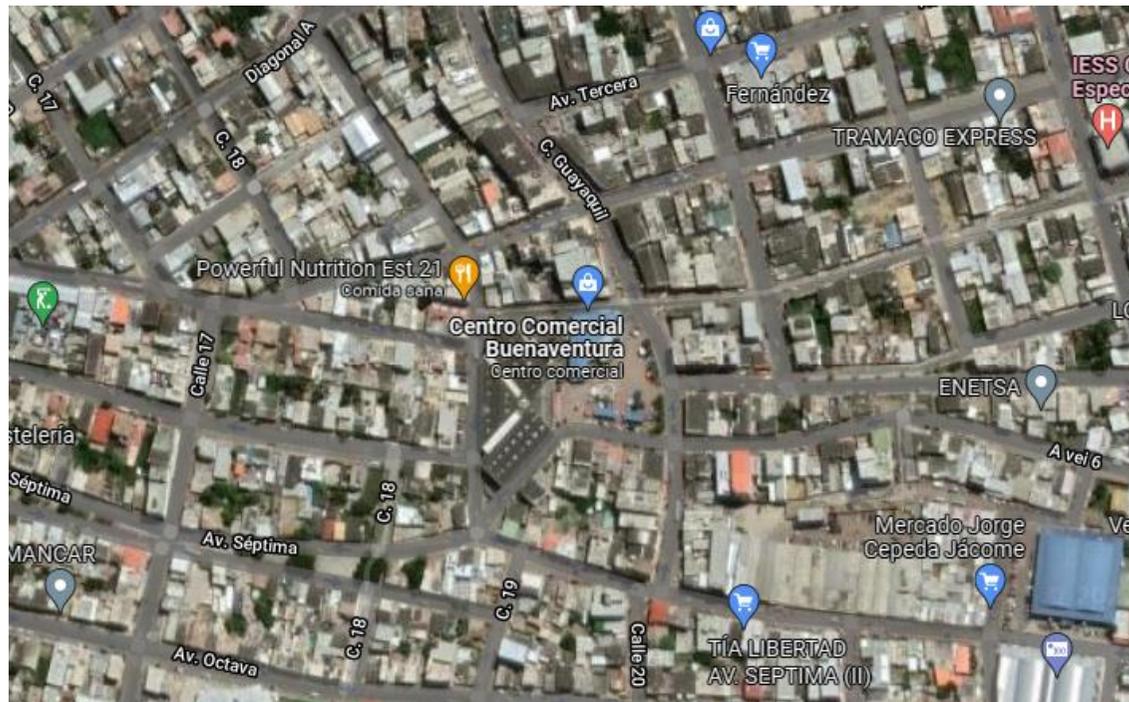


Ilustración 1: Ubicación Satelital del Centro Comercial Buenaventura Moreno

Proporcionada por: Google Maps

Anexo 2: Formato de la entrevista.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA
DE SANTA ELENA**



**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: La innovación y productividad en los locales del centro comercial buenaventura moreno del cantón La Libertad.

Objetivo de la entrevista: Este instrumento de investigación fue estructura por el motivo de recopilar datos relevantes y específicos sobre las decisiones y aspectos que se consideran importantes con relación a la innovación y productividad de los locales del centro comercial Buenaventura Moreno.

1. ¿Por qué considera que es importante la innovación dentro de los locales del centro Comercial Buenaventura Moreno?

2. ¿Qué decisiones ha considerado para mantenerse en sus actividades con relación a la innovación?

3. ¿Qué ventaja competitiva se ha desempeñado para fortalecer el crecimiento de su local comercial?

4. ¿Considera que la innovación se puede aplicar estratégicamente para aumentar su productividad?

5. ¿Ante el entorno cambiante que aspectos ha tomado en cuenta para permanecer en sus actividades comerciales?

6. ¿Qué decisiones ha considerado actualmente que comprenda un riesgo en la productividad de su local comercial?

7. ¿Qué recurso considera que es el más importante para obtener mayor productividad dentro del local comercial?

Gracias por ser partícipe en la recolección de datos

Anexo 3: N6mina de los comerciantes entrevistados.



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Datos de los participantes

Nº	Nombres y apellidos	Nombre del local	Nº de Cédula	Firma
1	Mabel Zamora Cuamán	Kuo Cell 2.	2450103573	[Firma]
2	Jessica Panchana	BN7	0918024374	Jessica Panchana
3	Isaac Kodaka	Kodaka Cell	0928017213	[Firma]
4	Hortencia Tiera	Novedades Torabata	061649920	[Firma]
5	Magdalena Conforms	Calzado Sport Etiona	0914181426	[Firma]
6	Kelly Plaza	Calzado Pavlett	0909816720	Kelly HP
7	Heidy Montoya	Lari cell	0956530921	Heidy Montoya
8	Paula Rosales	Calzado "Boris Seur"	2450433288	[Firma]
9	Segundo Camuendo	Young King	2400398067	Camuendo
10	Melanie Rodriguez	Novedades Martha	2450260324	Melanie Rodriguez
11	Andrea Mercedes U.	Motor Plan	0923319610	[Firma]
12	Katherine Cornejo Ponce	d'Kenneth Sport	2400187247	[Firma]
13	Roc Ponce	Kabk	0915285118	[Firma]
14	Diana Panimbozo	Novedades Camibol	0928119068	[Firma]
15	Mayro Ramirez	I-KER-CELL	2400000036	[Firma]
16	Adriana Figueroa	Calzado y Variedad	0927962472	[Firma]
17	Sandra Rivera	Firstclass	0977788910	[Firma]
18	Pablo Estenez	Libertshop	0927361337	[Firma]
19	Orlando Pillasagua	Cellular Carson	0913842795	[Firma]
20	Elena Rivera	ZONA	099476358	Elena Rivera



Anexo 4: Formato de encuesta.

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA
DE SANTA ELENA



FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: La innovación y productividad en los locales del centro comercial buenaventura moreno del cantón La Libertad.

Objetivo de la encuesta: Conocer aspectos considerados relevantes con relación a los clientes que concurren en los locales del centro comercial Buenaventura Moreno.

1. ¿Con que frecuencia realiza adquisiciones en los locales del centro comercial Buenaventura Moreno?

- | | |
|----------------|--------------------------|
| Muy frecuente | <input type="checkbox"/> |
| Frecuentemente | <input type="checkbox"/> |
| Ocasionalmente | <input type="checkbox"/> |
| Casi nunca | <input type="checkbox"/> |
| Nunca | <input type="checkbox"/> |

2. ¿Los productos o servicios que se ofrecen los locales cumplen con sus expectativas?

- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| Totalmente de acuerdo | <input type="checkbox"/> |
| De acuerdo | <input type="checkbox"/> |
| Es indiferente | <input type="checkbox"/> |

3. ¿Qué aspecto considera más importante al adquirir un producto o servicio?

Precio

Calidad

Diseño

Buena atención

4. ¿Qué tan complicado es encontrar productos o servicios acorde a sus exigencias?

Muy fácil

Fácil

Regular

Difícil

Muy difícil

5. ¿Qué tan satisfactorio ha sido su experiencia de adquisición de bienes o servicios en los locales comerciales?

Satisfactorio

Poco satisfactorio

Insatisfactorio

6. ¿Considera que los locales les hace falta implementar innovaciones para mejorar la experiencia del cliente?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Me es indiferente

En desacuerdo

7. ¿Qué tipo de innovación cree que deban considerar los comerciantes de los locales?

En producto

En servicio

En infraestructura

En marketing

Anexo 5: N6mina de los comerciantes encuestados.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACI3N DE EMPRESAS**



TEMA: La innovaci3n y productividad en los locales del centro comercial buenaventura moreno del cant3n La Libertad

NOMBRE	CEDULA	FIRMA
Juliydi Rivera Reyes	0928078450	Juliydi Rivera
Cinthia Suarez Lagual	0921644092	Cinthia Suarez y
Maria Suarez Suarez	0926914094	Maria Suarez S
JOHNNY SUAREZ REYES	0927292441	Johnny Javier Suarez Reyes
Kenneth barba suarez	24 5064 1234	Kenneth Barba
Jehinson Daniel Reyes S.	2400163479	Jehinson Daniel Reyes S.
Medardo Anderson Suarez.	2400106205	Medardo Anderson Suarez
Joe Abel Reyes Baquerio	0962584438	Joe
Fausto Suarez Vera	2400303869	Fausto Suarez Vera
Steward Suarez Suarez	0927443503	Steward Suarez S.
Abel Reyes Cochea	0910093745	Abel Reyes Cochea
Jordy Reyes Suarez	2400103461	Jordy Reyes Suarez
Pedro Apolinario Suarez	2400165847	Pedro Apolinario Suarez
Guilbert Rodriguez Malave	0963132202	Guilbert Rodriguez Malave
Adison Lainez Reyes	2400010605	Adison Lainez Reyes
Edgar Rodriguez Suarez	0960870270	Edgar Rodriguez Suarez
Byron Suarez Villon	2400412773	Byron Suarez Villon
Kenneth Reyes Suarez	2400166001	Kenneth Reyes S.
Ismael Rivera Reyes	0989431405	Ismael Rivera R.
James Reyes Borbor	2400322596	James Reyes B.
Jesus Cochea Suarez	2450652699	Jesus Cochea S
WILMER. SUAREZ	2400167835	Wilmer Suarez R.
Leandro Reyes Suarez	2400165995	Leandro Reyes.
Tonny Rivera	0991045274	Tonny Rivera Reyes
Albert Reyes	0997210579	Albert Reyes
HENRY REYES S	0916837545	HENRY REYES S
Christian Quimbay	0917404584	Christian Quimbay
Veronica G. Reyes Suarez	0917260390	Veronica G. Reyes S

Walter Adrian Reyes Rivera	2400166043	Walter A. Reyes Rivera
Tommy Reyes Suarez	2400164967	Tommy Reyes
Oliver Reyes Suarez	2400344723	Oliver Reyes Lisbeth R.
Vivians Reyes Obregon	0958600272	Vivians Reyes Lisbeth R.
Elena K. Reyes Suarez	092198841-6	Elena K. Reyes Suarez
Blanca Obregon Figueroa	091851665-9	Blanca Obregon
Jarmin Quiumbay Reyes	0978745186	Jarmin Quiumbay R.
Orlando Maximiliano Reyes	0915483143	Orlando Reyes
Miriam Suarez Reyes	0915656443	Miriam Suarez R.
Odalys Rodriguez Suarez	0925919045	Odalys Rodriguez S.
Ronny Suarez Rivera	2450581920	Ronny Suarez
Lizbeth Rodriguez Suarez	0928625011	Lizbeth Rodriguez
Susana Suarez Jagual	0910014448	Susana Suarez
Jair Reyes Borbor	0963746618	Jair Reyes B.
Maira Guanais V.	0911942704	Maira Guanais V.
Ximena Lainez G.	0927946095.	Ximena Lainez G.
HOLGER R. LAINEZ S.	091082125-5	Holger R. Lainez S.
Domini F. Suarez R.	0922826250	Domini F. Suarez R.
Jeffrey Lainez G.	2400168049	Jeffrey Lainez G.
JHenny L. Reyes Reyes	0929018554	JHenny Reyes Reyes
Gilmar Amig Reyes.	0918152331	Amig Reyes
Kevin Steven Reyes Suarez	2400344731	Kevin Reyes S.
Lorena Suarez Suarez	0926918335	Lorena Suarez S.
Elin Reyes Reyes.	0907786214	Elin Reyes
Edison Reyes Borbor	2400320921	Edison Reyes R.
Mirna Borbor Rodriguez	0911142370	Mirna Borbor Rodriguez
Elin F. Reyes Borbor	2400063067	Elin Reyes Borbor
Rosby Reyes Borbor	24003465-7	Reyes Borbor Rosby
Karina Rossana Suarez Suarez	0927515692	Karina R. Suarez Suarez
Paola Suarez Suarez	0928231094	Paola L. Suarez S.
Reinaldo Roberto Reyes R.	091856396-6	Reinaldo Roberto Reyes R.
Rosa Reyes Lainez	0915832412	Rosa Reyes
Damy Reyes Reyes	0922586888	Damy Reyes R.
Mabel Lainez Reyes.	0923314066	Mabel H. Lainez R.
Florentino Reyes A.	090126283-2	Florentino Reyes A.
Colombia Suarez Suarez	0914215850	Colombia Suarez S.
María Suarez Rodriguez	0928705987	María Suarez R.

Lenny Reyes R.	2450468232	Lenny Reyes
Daniel Méndez	099712401-7	
Sofía Leal	26.391.891	Sofía Leal
Nayeli Reyes Peredo	096212416	Nayeli Reyes P.
Karin Gonzalez Suarez		Karin
Luis Gonzalez Reyes	0962012780	Luis Gonzalez
Nixon Panchana	2400155640	-Nixon Panchana.
Benito Suarez	0912977497	Benito Suarez
Mercedes Pita	0911144472	Mercedes Pita
Allan Suarez	0928078203	Allan Suarez
Abel Abencio	0991227872	Abel Abencio
Jaime Cacao	091041152	Jaime Cacao
Florencio Suarez Muñoz	0999210	
Jean Carlos	0992102835	Jean Carlos
Jedraon Mendoza		Jedraon Mendoza
Luis Gomez	0988053451	Luis Gomez
Victor H. Salazar	0979580079	Victor H. Salazar
Jean Carlos Reyes	0979435592	Jean Carlos R.
Yully Quini	0959475163	Yully Quini
Erika Figueroa	0922449111	Erika Figueroa
Mabel Rojasboy	2450114788	Mabel Rojasboy.
Judy Bencio	2450114786	Judy Bencio
Maura Barbor	0913988127	Maura Barbor
Cristina Suarez	2400245367.	Cristina Suarez B.
Wilmer Orala	2450525171	Wilmer O.
Cristian Suarez	0967348623	Cristian Suarez
Cristina Orala	2450357963	Cristina Orala.
Heidy Orala	2450382094	
ARIANA Reyes	2400328791	
GINO Reyes	2450319310	
JOFFRE Reyes	2450916755	
Edinson Reyes	2450525092	Edinson Reyes.
César Panchana	2450182064	
Amiel Panchana	2450857111	
Diego Vera	099491142	
Gilson Medina	09245070085	
Jose Medina	2400154994	Jose Medina I.
Melina Pozo	2400235111	Melina Pozo.
Wilson Orala T.	0914873922	
Zamuel Orala	0915393126	
Katherin Daza	094232464	Katherin. Daza
Kimberly Macías Daza	0993161560	Kimberly
Becilia Orala	2400230937	Becilia O.
Jeimmi Lorena	2450895178	Jeimmi L.
Nathaly Barbor		
Muñoz Mercedes Keisi	0967796685	Keisi M.
Genesis Lainez Rodriguez	0939300663	Genesis Lainez.
Sonia Suarez Rodriguez	2450286998	Sonia Suarez B.
Elena Rodriguez	0978983776	Elena Rodriguez
Reyes Barbor Darwin	2450881079	Darwin. R. Reyes B.

Josmar Suarez H.	0919793059	
Omar Lainez Humán	0923696564	
Silvia Cochea Reyes	0928350128	Silvia Cochea Reyes
Lady Tomala	0925862788	Lady Tomala Suarez
Viviana Aljando cochea	0925917940	Viviana Aljando cochea
Angie Suárez Reyes	0928078740	Angeline Suarez
Gina R Reyes G.	0924480932	Gina R Reyes G.
Pedro Rivera yagual	0923824626	Pedro Rivera
Jenny Reyes Alejandro	2400309556	Jenny Reyes A
Gina Reyes Alejandro	2450342437	Gina Reyes A.
PAMELA REYES REYES	2400323230	PAMELA L. REYES R.
Vivianita Rodriguez Reyes	0920507035	Vivianita Rodriguez Reyes
Paula E. Yagual R	0945454591	Paula Yagual E.
Marcos Reyes - B	0915296016	Marcos Reyes B
Doris C yagual. R	2400351108	Doris C yagual. R
Ginger A Quimbay S	2400446233	Ginger Quimbay S
Henry Suarez Reyes	2400167410	Henry Suarez
Reyes Suarez Maria	0925084096	Reyes Suarez
Rosa yagual Suarez	0926916461	Rosa Yagual S
Luis Yagual Suarez	2450567652	Luis Yagual S.
Dora Suarez Tomala	0904005345	Dora Suarez tomala
Luis Reyes Suarez	0912869444	Luis Reyes Suarez
Hugo Suarez Tomala	0909485724	Hugo Suarez Tomala
Juan P. Cochea Vera	0922027111	Juan P. Cochea Vera
Pedro Suarez Reyes	2400301724	Pedro Suarez
Cecibel Suarez Suarez	0922151407	Cecibel Suarez Suarez
Elizabeth Reyes Suarez	0928230622	Elizabeth Reyes S.
Lady Reyes S	0926091344	Lady Reyes
Christian Cochea	0926253220	Christian Cochea
Barbar Suarez Jonathan	2450865763	Barbar Suarez
Oscar Reyes Rodriguez	0907841581	Oscar Reyes
Jeanela Suarez Barbar	2400168007	Jeanela Suarez Barbar
Yolanda Suarez	0906805304	Yolanda Suarez yagual
Ana Maria Tomala Suarez	0912359627	Ana Maria Tomala
Paula Suarez RLP	0905591566	Paula Suarez
Carolina Vera Suarez	0909098596	Carolina Vera Suarez
Alba Suarez Vera	0927367623	Alba Suarez Vera
Hugo Suarez Tomala	2400125452	Hugo Suarez Tomala
Gilda Suarez Tomala	2400125676	Gilda Suarez T
Jose Humán Suarez	0923696355	Jose Humán Suarez
Miriam Suarez Medina	0925455362	Miriam Suarez H
Maribel Reyes Suarez	0915915243	Maribel Reyes
Kristel Reyes Suarez	2400341092	Kristel Reyes
Consuelo Medina Reyes	0912864436	consuelo medina R
Lisbeth yagual Medina	2400258410	Lisbeth Yagual H.
Emme Patricia Genca	2450105180	Emme Patricia Genca
Ortiz Yagual Medina	2400258428	Ortiz Yagual M
Nayeli Suarez Reyes	0927946145	Nayeli Suarez Reyes
Dalilo Yagual Suarez	0916488489	Dalilo Yagual Suarez
Gecondita Medina Y	2400131781	Gecondita Medina Y

Nelly Apolinario A	0915460547	Nelly E Apolinario A
ROSA MEDINA SUAREZ	2450079443	ROSA MEDINA S
Joa Manuel Salinas Barbor	2450269499	Joa Salinas Barbor
Laudes Reyes Apolinario	2400288417	Laudes Reyes Apolinario
Lenny Reyes Reyes	0914008876	Lenny Reyes Reyes
Reyes Reyes Kenny	2450710823	Kenny Reyes Reyes
JANET REYES SUAREZ	0914849682	JANET REYES SUAREZ
Allan Joque Reyes Reyes	0928231125	Allan Joque Reyes Reyes
Rosa Suarez Yajual	0910826973	Rosa Suarez Yajual
Fidel Juan Suarez	0917255507	Fidel Juan Suarez
Carlos Rodriguez Reyes	0915675623	Carlos Rodriguez Reyes
Nathaly Mercedes Suarez S	240016590-4	Nathaly Mercedes Suarez S
Sheyla Suarez Suarez	0927944843	Sheyla Suarez Suarez
ANDES S RODRIGUEZ SUAREZ	0907633192	ANDES S RODRIGUEZ SUAREZ
Solange Barbor Suarez	2450411059	Solange Barbor Suarez
Ginger Reyes Suarez	0928231851	Ginger Reyes Suarez
Sheily Reyes Suarez	0928231869	Sheily Reyes Suarez
Martha Suarez Medina	0916582489	Martha Suarez Medina
Jorge Tomala Medina	0917001828	Jorge Tomala Medina
Juan Tomala	0912940335	Juan Tomala
Jean Tomala	2400306920	Jean Tomala
Anita Suarez	0914323688	Anita Suarez
José Tomala	2450503442	José Tomala
Obolito Suarez	0907749360	Obolito Suarez
Socilda Rodriguez	091202800 P	Socilda Rodriguez
Rosa Suarez	0909086993	Rosa Suarez
ARIEL SUAREZ	240006442-0	ARIEL SUAREZ
Estela Buzo B	0914065438	Estela Buzo B
Chick Jara Manzanera B	2400359440	Chick Jara Manzanera B
Aluis Luis Manzanera	1728864156	Aluis Luis Manzanera
Miguelada Suarez Suay	0907451975	Miguelada Suarez Suay
Elsa Natividad Rodriguez	091375498-2	Elsa Natividad Rodriguez
Maria E Suarez Rodriguez	240006456-0	Maria E Suarez Rodriguez
Tamara Reyes Suarez	0912644589	Tamara Reyes Suarez
Bryan Rojas Suarez	2400166092	Bryan Rojas Suarez
Rafael Suarez Wilson	240011277-3	Rafael Suarez Wilson
Daysi Suarez Rodriguez	092773133-9	Daysi Suarez Rodriguez
Marilinda E Rodriguez S	090913923-0	Marilinda E Rodriguez S
Rosa Suarez	0922826243	Rosa Suarez
Katusha Suarez Tomala	2400125643	Katusha Suarez Tomala
Freddy Suarez Suarez	2400309551	Freddy Suarez Suarez
Timmy Suarez Suarez	0925089237	Timmy Suarez Suarez
Kevin Suarez Suarez	2400258546	Kevin Suarez Suarez
Francoise M Suarez Suarez	2450611641	Francoise M Suarez Suarez
ROSA JOHANNA SUAREZ SUAREZ	092736826-6	ROSA JOHANNA SUAREZ SUAREZ
FREDDY SUAREZ	0907253553	FREDDY SUAREZ
Noralma Suarez Suarez	0906602867	Noralma Suarez Suarez
NEYELI SUAREZ	248012072-1	NEYELI SUAREZ

Reyes Suarez Ricardo	245008404-7	Ricardo R.
Damalis Scaletz Reyes	0927945808	Damalis Suarez
Joly Medina Yaqueal	0928556687	Joly Medina
Juan Suarez Pardo	0928625730	Juan Suarez
Johan Quirumbay Rodriguez	2400051153	Johan Quirumbay
Freddy Suarez S.	0921030490	Freddy Suarez
Erma Suarez Yaqueal	0921030136	Erma Suarez
Dora Yaqueal Suarez	0917799624	Dora Yaqueal
Evelyn Dominguez Reyes	2450374083	Evelyn Dominguez R.
Andrew Reyes Bayuelzo	2450541616	Andrew
Valeria Suarez Cochera	0927946202	Valeria Suarez C.
Rosie Reyes S.	240016795-9	Rosie
Yusna Cochera	0910327808	Yusna Cochera
Sandra Ruma	0911307080	Sandra Ruma
Erika Reyes Fivera	2400010555	Erika Reyes Fivera
Maria Pardo Suarez	091656112-9	Maria Pardo
Rozo Elvira Gamelas	0911889122	Rozo Elvira Gamelas
Rodriguez Rivera Luis	0928231133	Luis Rodriguez
Suzanne Medina Anacelly	0927944751	Anacelly Suarez M.
Nelly Rodriguez Medina	0912828720	Nelly Rodriguez
Gladyse Barber Rodriguez	0992434790	Gladyse Barber
Joike Sama Salinas	0992441787	Joike Sama
Josely Sumu	0823109780	Josely Sumu
Marika Holguin	0936738148	Marika Holguin C.
Jenny Niela	0927722608	Jenny Niela
Lady Manzi	2450918798	Lady Manzi
Maritza Suarez	092007018-2	Maritza Suarez
Maria Onda	0921375986	Maria Onda
Silvia Chavez	0926253246	Silvia Chavez (ame)
Johanna Piuas	2400121881	Johanna Piuas
Maripie Suarez Borbor	0928384817	Maripie Suarez
Maryna Salinas Suarez	0927084376	Maryna Salinas
Geran Soriano Yaqueal	2450747544	Geran Soriano
Yaqueal Suarez Valendo	0928620145	Yaqueal Suarez
Daniela Reyes Reyes	2450545609	Daniela Reyes
Antonina Suarez Suarez	0908117534	Antonina Suarez Suarez
SHIRLEY REYES R	0925455370	SHIRLEY REYES R
Shirley Suarez Reyes	2400057309	Shirley Suarez
Ashley Suarez Reyes	2400052327	Ashley Suarez R.
Roma Yaqueal Onda	091194294-7	Roma Yaqueal Onda
Jhoselyn Reyes Figueroa	092751521-3	Jhoselyn Reyes Figueroa
Jenny Manzi	0917255201	Jenny M Manzi S.
Yadira Reyes	092344042-1	Yadira Reyes S
Carlos Alfonso	0988798784	Carlos Borbor
Jean Reyes	0950651786	Jean Reyes
Joel Dominguez	0928230283	Joel Dominguez
Adrian Orzola	0962099912	Adrian Orzola
Pablo De La Cruz	2400184194	Pablo de la Cruz R

Maria Suarez Miraba	0926258948	Q. Kiana
Oscar Rodriguez	0920879765	Oscar p. Lainez R
Yolaine Jocanda	0927837476	Jocanda's Sister Jacal
Albo Dominguez	2400984952	Albo
Yullissa Reyes	2400362386	Yulisa Reyes
Beatriz Quimi D.	2400170680	Beatriz Quimi Dominguez
Nancy Quimi D.	2400300535	Nancy Quimi D.
Marco Avila	0922162590	Marco
Teofilo Tono Mesa Flores	1305852365	Antonio M. J. F.
Darwin Reyes	0922449277	Darwin Reyes.
Valeria Medina	0926466547	Valeria Medina.
María Reyes Yaqual	0916152549	María Reyes y.
Javier Quilumbay Tomalá	940028877-1	Javier Tomalá
Jivette Fouera Vera	2450543079	Jivette Fouera
Sandy Dominguez A	2400296347	Sandy Dominguez
Jose E. Guerrero M	2400123960	Jose Guerrero M
Kevin Muñoz De la Cruz	2400311623	Kevin
Eder Suarez Muñoz	2450741840	Eder Suarez
Diego Eusebio Ibarra	0987224138	Diego Eusebio Ibarra
Gerón (Giler) Dominguez	0968154106	Gerón (Giler) Dominguez
Jack Suarez Dominguez	0985838491	Jack Suarez Dominguez
Jared Suarez Roldano	0467150532	Jared Suarez Roldano
Naidier Dominguez Suarez	0997444754	Naidier Dominguez
HERNANDO BARRERA BACILIO	090764110-4	Hernando Barrera Bacilio
Aragón Reyes Barbera	090866115-0	Aragón Reyes Barbera
Sebastián Porcillo	0900294090	Sebastián Porcillo
Jhiner Amador Cruz	0989593946	Jhiner Amador Cruz
Dominguez Rodriguez Jordan	0926380735	Dominguez Rodriguez Jordan
Alexander Mendez	0968840529	Alexander Mendez
Roberto Reyes Suarez	0980005677	Roberto Reyes Suarez
Julio Ruelas	0920469178	Julio Ruelas
Santo Victor Reyes Reyes	0916317936	Santo Victor Reyes Reyes
Meber Suarez Diaz	240028060-9	Meber Suarez Diaz
Jose Millique Nera	0929012992	Jose Millique Nera
Proté Abencio	0994070790	Proté Abencio
Kevin Aranz Tomala	2450940479	Kevin Aranz Tomala
Andrés Gómez Bacilio	099345789	Andrés Gómez Bacilio
JANIERA BARRERA PEREZ	2450147349	JANIERA BARRERA PEREZ
Yamileth Zambrano	2350674439	Yamileth Zambrano
Pamela Zambrano	0953495058	Pamela Zambrano
Jhanny Dominguez	2450017179	Jhanny Dominguez
JORDAN RODRIGUEZ	0919715896	JORDAN RODRIGUEZ
Martha Reyes D	0982109496	Martha Reyes D
Wilmer Reyes	0928622588	Wilmer Reyes
Blanca Reyes Villos	0906551482	Blanca Reyes Villos
Amato Reyes	0919260658	Amato Reyes
Kevin Figueroa	2450798430	Kevin
Evelyn Rodriguez	2450682063	Evelyn R. Muñoz

Rivera Reyes CRISTOPHER ELUIS	2400164975	CRISTOPHER RIVERA
Jacinto Lucile Suarez Suarez	0915555866	Jacinto Suarez
Joselyn Tatiana Suarez Vera	240001475-5	Joselyn Suarez V
Carlos Alberto Suarez Yaguel	2450682402	Carlos Suarez
Suarez Rodriguez Emily H	0928230424	Emily Suarez
Suarez Rodriguez Selma B	0928230416	Selma Suarez
Criselda Suarez	0911310902	Criselda Suarez R
Dayron Suarez	0915917462	Dayron Suarez
Liggi Keya Tomala	2400050197	Liggi Tomala
José Lays Tomala	2400050189	José Lays Tomala
Morgan Suarez R	0920073194	Morgan Suarez R
Keyla Rodriguez S	2450346982	Keyla Rodriguez
Vincentina P. Bobin M	0910824571	Vincentina P. Bobin M
Dahnes Tomaló Reyes	240002261-8	Dahnes Tomaló Reyes
Dosys Dominguez Reyes	245058310-5	Dosys Dominguez R
Martha C. Suarez Suarez	091765626-6	Martha C. Suarez S.
Julio Reyes Rodriguez	0916928070	Julio Reyes R
Julio Reyes Suarez	0927945931	Julio Reyes S.
Anna Rodriguez Suarez	0927837104	Anna Rodriguez
Joselynn Reyes Salinas	245003157-6	Joselynn Reyes S
Gianna Reyes Suarez	092313603-0	Gianna Reyes
Melanie Suarez Reyes	092794579-0	Melanie Suarez R
Georgina Suñez Suñez	091014468-5	Georgina Suñez Suñez
Serenia Yaguel	0923138218	Serenia Yaguel
Darwin G. Gumbay	0926256629	Darwin G. Gumbay
Jessica Gando	09065759-2	Jessica Gando
Dayana Suarez Rodriguez	0927945238	Dayana Suarez R
Angie Rodriguez Alejandra	0927946160	Angie Rodriguez
Dayana Reyes Reyes	2450072901	Dayana Reyes R
Glenn Yaguel Soiano	0923405153	Glenn Yaguel Soiano
Lizbeth Reyes Suarez	2400084782	Lizbeth Reyes
Roy Reyes RAMIREZ	2450306366	Roy Reyes
William Suarez	0920886090	William Suarez
Betsy Suarez Medina	0914876149	Betsy Suarez
Joffre Reyes Jimenez	2450413964	Joffre Reyes
Joe Suarez Reyes	0919796896	Joe Suarez
Michael Quirumbay Medina	09106615871	Michael Quirumbay
Pennis Quirumbay	0914652458	Pennis Quirumbay
Daniela C. Suarez Suarez	2400155285	Daniela C. Suarez S
Edo APOINARDO ALVARO	0928273159	Edo APOINARDO
Mary Suarez Laguard	0923824908	Mary B. Suarez Laguard
Gladys Vera	0927263848	Gladys Vera
Juana Reyes	0910173590	Juana S. Reyes R
Penny Tomala Yaguel	2400167744	Penny Tomala
Lorenda Yaguel Yaguel	0917942567	Lorenda Yaguel Yaguel
Randy E. Tomala Suarez	0912441995	Randy E. Tomala Suarez
Clementina Suarez Reyes	0914925746	Clementina Suarez R
Victor Salinas Suarez	0928270436	Victor Salinas

Hilda ZH	0926056441	Hilda ZH
Tatiana Quiles Pina	092454513-0	Tatiana Quiles Pina
Jennifer Muñoz	2450418559	Jennifer
Alexandra Estro R.	0927367219	Alexandra Estro R.
JOSE E DOMINGO	0994790787	JOSE E DOMINGO
Mary Fredelina	0939694833	Dominique Rodolfo
NAVCHI Tamala Dominguez	0929018265	NAVCHI Tamala D
Lucia Muñoz Reyes	0926675372	Muñoz Reyes Lucia
Hector Víctor B.B	0985277647	Hector Víctor
Aurelia Muñoz	090572744	Aurelia
Alfonso Antolin	0918988627	Alfonso Antolin
Anthony Cordones	0939142813	Anthony Cordones
Edward T. Tujilawa	060351215.3	Edward T.
Samuel Mulla	060461500	Samuel
Cindy Balón	2450666041	Cindy L Balón S.
Roberto Reyes	0702113945	Roberto Reyes
Diana Pascual	0910811469	Diana Pascual
José Suárez	0909471809	José Suárez
Lisett Reyes Q.	240025511-9	Lisett Reyes Q.
Ana Quirumbay	091971305-7	Ana Quirumbay
Amor S. S. S. S.	0917654634	Amor S. S. S. S.
Jordan Hero	0960909077	Jordan Hero
Leyber Suárez	0950811722	Leyber Suárez
Felix Arroyo de la Cruz	0988373202	Felix
Vanessa Enzola Reyna	094044726-7	Elizabeth S. R.
Jandry Suárez	2450003722	Jandry
Jhalmaz Muñoz B	2400107591	Jhalmaz Muñoz B
Suarez Yordy Geanelu	245093674-1	Suarez Yordy
Marjorie Mayallan de la O	2400355109	Marjorie Mayallan
Manuel Domínguez R	0928555022	Manuel Domínguez R

Anexo 6: Proceso de recolección de datos en los locales del centro comercial Buenaventura Moreno.

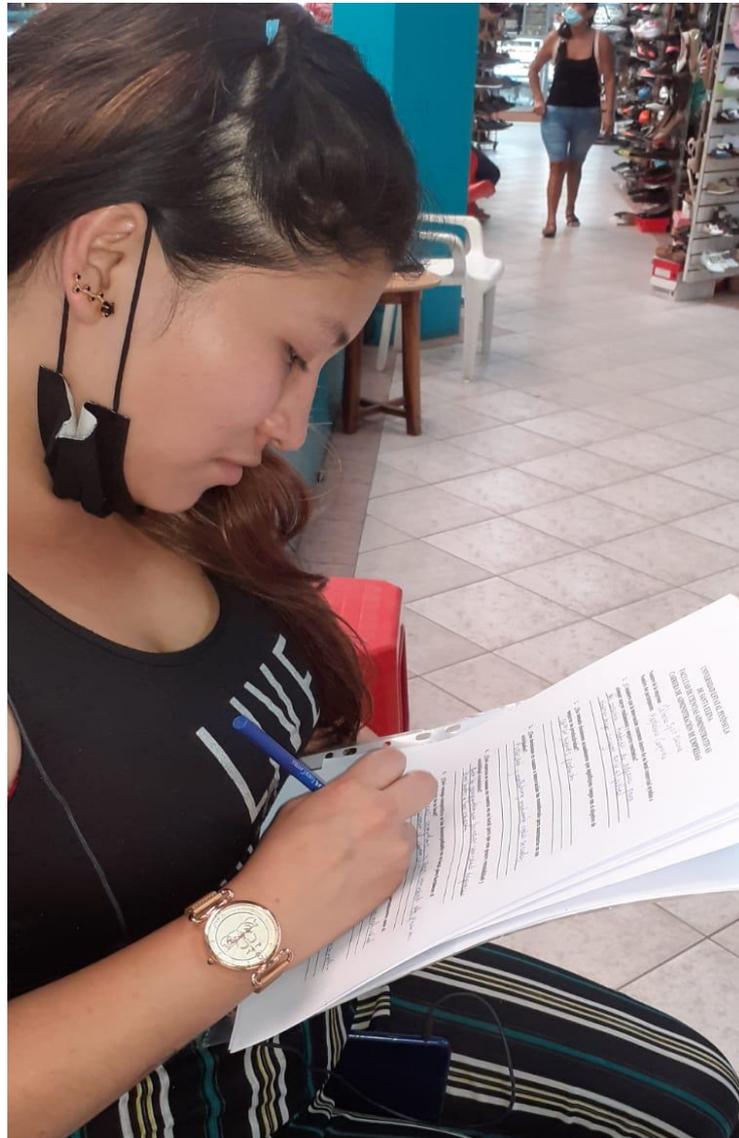


Ilustración 2: Recolección de datos

Elaborado por: Elvis Reyes Suárez

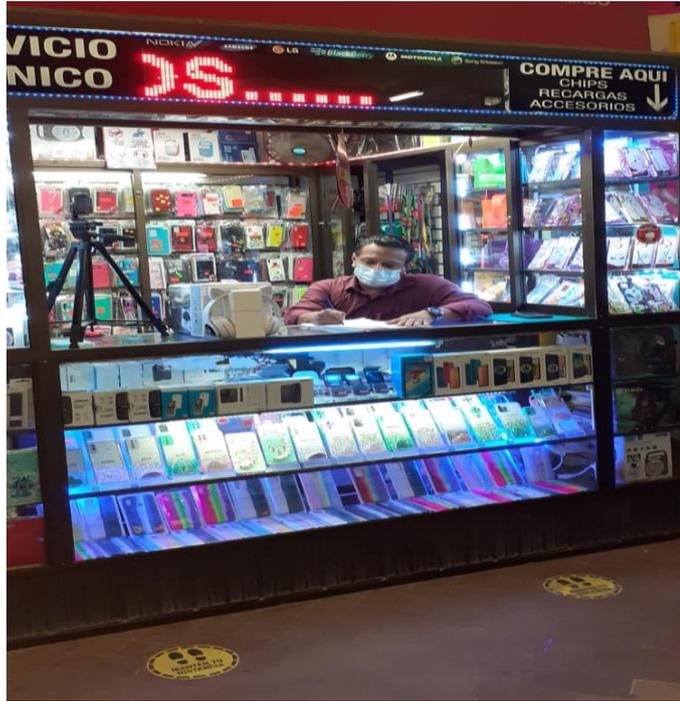


Ilustración 3:Recolección de datos

Elaborado por: Elvis Reyes Suárez

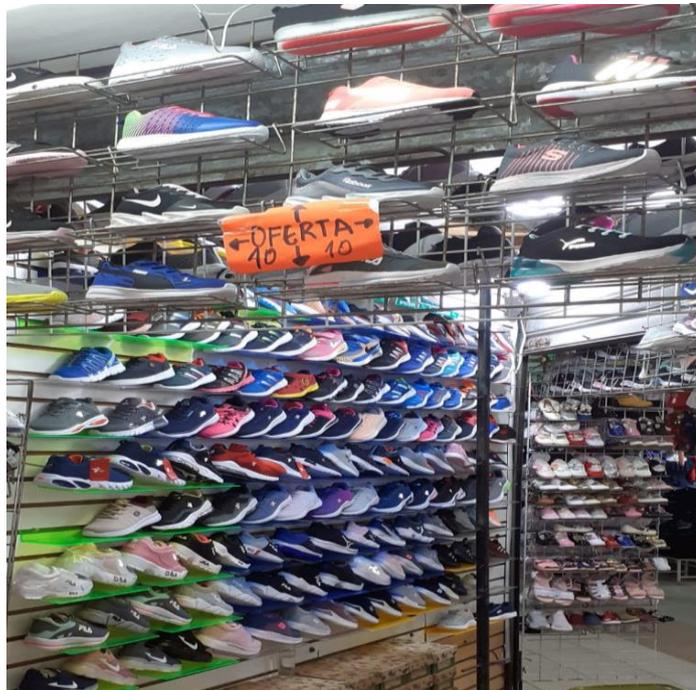


Ilustración 4: Recolección de datos

Elaborado por: Elvis Reyes Suárez



Ilustración 5:Recolección de datos

Elaborado por: Elvis Reyes Suárez



Ilustración 6:Recolección de datos

Elaborado por: Elvis Reyes Suárez

Anexo 7: Matriz de consistencia.

TÍTULO	PROBLEMA	PROPÓSITO	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
INNOVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD EN LOS LOCALES DEL CENTRO COMERCIAL BUENAVENTURA MORENO	¿De qué forma la innovación permite fortalecer la productividad de los locales del centro comercial Buenaventura Moreno?	Identificar mediante medidas de recolección de datos los aspectos más relevantes de la innovación que influyen en la productividad de los locales del centro comercial Buenaventura Moreno del cantón La Libertad.	<p>Independiente Innovación</p> <p>Dependiente Productividad</p>	<p>Creatividad Estrategias Ventajas competitivas Diferenciación Calidad Viabilidad</p> <p>Desarrollo productivo Control interno Competitividad Eficiencia Eficacia Recursos</p>	Es una investigación tipo descriptiva cualitativa documental. Inductivo y deductivo.

Tabla 1: Matriz de consistencia

Elaborado por: Elvis Reyes Suárez

Anexo 8: Matriz FODA del centro comercial Buenaventura Moreno.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Se encuentra posicionada en un lugar estratégico del cantón La Libertad.	Da un beneficio mutuo tanto para comerciantes como clientes.
Cuenta con una gran cantidad de locales que realizan sus actividades de manera formal.	Satisface las necesidades de los clientes.
Se ofrecen productos y servicios a precios muy cómodos y accesibles.	Dar la facilidad a comerciantes de realizar actividades comerciales.
Tiene personal para brindar seguridad tanto a comerciantes como clientes.	Genera empleo a personas de la localidad.
Es administrado con personal capacitado.	Mayor capacidad de comercialización
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de innovación dentro de los locales comerciales.	Mucha competitividad debido a la poca diferenciación.
No se toma en cuenta otras modalidades de comercialización.	El aumento o disminución de la demanda
La no distribución de los locales por secciones.	La desestabilización por cambios sociales o económicos.
Realizan sus actividades comerciales de manera ambigua.	No cumplir con las expectativas del mercado.

Tabla 2: Matriz FODA del Centro Comercial Buenaventura Moreno

Elaborado por: Elvis Reyes Suárez

Anexo 9: Matriz FODA de implementación de innovación en los Locales del centro comercial Buenaventura Moreno.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Liderazgo dentro del mercado.	Ofrecer productos o servicios diferenciados.
Obtener mayor estabilidad.	Generar ventajas competitivas.
Fidelizar y captar nuevos clientes.	Ayuda a obtener mayor participación dentro del mercado.
Mejorar la calidad en productos o servicios.	Implementar nuevos métodos y procesos para aumentar la productividad.
Obtener mayores beneficios y utilidad.	Mejorar las condiciones económicas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
Requiere de disponibilidad de recursos.	Poco reconocimiento y aceptación dentro del mercado.
Se debe conocer las necesidades y exigencias del mercado.	Se considera un gran riesgo en la utilización de los recursos disponibles.
El pesimismo y la actitud negativa de no generar un cambio.	No obtener un direccionamiento no adecuado.
El desconocimiento de cómo aplicar eficientemente innovaciones.	Inestabilidad comercial y poca productividad.
Desconocer la viabilidad de implementar innovaciones.	Aumento en los costes y precios.

*Tabla 3: Matriz FODA de implementación de innovación en los Locales del Centro Comercial Buenaventura Moreno
Elaborado por: Elvis Reyes Suárez*

Anexo 10: Matriz de involucrados.

Grupo de involucrados	Intereses	Problemas percibidos	Estrategias
Locales comerciales	<p>Obtener estabilidad Brindar comodidades Mejorar la productividad Obtener beneficios mediante la comercialización</p>	<p>Falta de innovación Alta competitividad</p>	<p>Mejorar los procesos productivos Innovar de manera estratégica Formar alianzas para obtener mayor comercialización</p>
Comerciantes	<p>Mayor comercialización Ofertar nuevos productos o servicios Mantener sus actividades Captación de clientes Fidelización de clientes</p>	<p>Poca creatividad innovadora Desconocimiento de tecnologías Falta de recursos No brindar promociones contantemente.</p>	<p>Implementar estrategias de marketing y ventas Realizar análisis para prever la viabilidad Utilizar eficientemente los recursos disponibles.</p>
Clientes	<p>Adquirir productos o servicios de calidad Comodidad de precios Satisfacción de necesidades</p>	<p>Aceptación de un producto o servicio Precios poco accesibles Información poco oportuna con relación a productos o servicios.</p>	<p>Encontrar un producto servicio que satisfaga las necesidades Buscar la comodidad de precios Verificar si lo adquirido cumple con las expectativas.</p>

Tabla 4: Matriz de involucrados

Elaborado por: Elvis Reyes Suárez

Anexo 11: Cronograma de actividades.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Actividades a realizar	Mayo 2021	Junio 2021	Julio 2021	Agosto 2021	Septiembre 2021	Octubre 2021	Noviembre 2021	Diciembre 2021	Enero 2021	Febrero 2021
Idea y tema										
Desarrollo del anteproyecto										
Presentación del anteproyecto										
Revisión y aprobación del anteproyecto										
Tutorías del proyecto										
Argumentos teóricos										
Argumentos metodológicos										
Resultados y discusión										
Conclusiones y recomendaciones										
Entrega del trabajo final (Archivo digital)										
Sustentación y defensa del trabajo de titulación										

Tabla 5: Cronograma de actividades.

Elaborado por: Elvis Reyes Suárez.