

Innovación como factor estratégico en la competitividad de las empresas turísticas del cantón Latacunga

Innovation as a strategic factor in the competitiveness of tourism companies in Latacunga canton

Oscar Andrés Vargas Riera, Alisva de los Angeles Cárdenas Pérez

RESUMEN

El sector turístico desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico de la región, por lo que es crucial que las empresas turísticas sean capaces de adaptarse y competir en un entorno cada vez más dinámico y exigente. El presente informe de investigación surge de la necesidad de determinar si la innovación que realizan este tipo de empresas constituye como factor estratégico en su competitividad, se identificó la necesidad de estudiar su realidad actual, pues el desconocimiento de este factor limita una posible intervención sobre las áreas clave que restringe un crecimiento en el mercado frente a otro tipo de empresas. La investigación tiene un enfoque no experimental, transversal y correlacional, es decir que se observa un fenómeno en su entorno natural sin interferir en las variables, se utiliza un enfoque descriptivo y correlacional, con un enfoque cuantitativo y una prueba de hipótesis para analizar la relación entre la innovación y la competitividad. Adicional se identificó que los tipos de innovación clave en las empresas turísticas son los que están relacionados con la tecnología por lo que se evidencia que se debe intervenir en estos aspectos para mejorar su competitividad.

Palabras clave: Competitividad; Innovación; Estratégico; Correlacional; Multivariante.

Oscar Andrés Vargas Riera 

Universidad Técnica de Cotopaxi | Ecuador | oscar.vargas4367@utc.edu.ec

Alisva de los Angeles Cárdenas Pérez 

Universidad Técnica de Cotopaxi | Universidad de las Fuerzas Armadas | Instituto Tecnológico Superior España | Ecuador | alisva.cardenas9410@utc.edu.ec

ABSTRACT

The tourism sector plays a fundamental role in the economic development of the region, making it crucial for tourism companies to be capable of adapting and competing in an increasingly dynamic and demanding environment. The present research report arises from the necessity to determine whether the innovation carried out by these types of companies constitutes a strategic factor in their competitiveness. The need to study their current reality was identified, as the lack of awareness regarding this factor limits potential interventions in key areas that restrict market growth compared to other types of companies. The research employs a non-experimental, cross-sectional, and correlational approach, meaning that a phenomenon is observed in its natural environment without interfering with variables. A descriptive and correlational approach is utilized, along with a quantitative approach and a hypothesis test to analyze the relationship between innovation and competitiveness. Additionally, it was identified that the key types of innovation in tourism companies are those related to technology, highlighting the necessity of intervening in these aspects to enhance their competitiveness.

Keywords: Competitiveness, Innovation, Strategic, Correlational, Multivariate.

1. Introducción

La innovación y la competitividad de las empresas son temas de mucha importancia para las entidades públicas o privadas actualmente debido a que a menudo pueden atravesar cambios, por lo que tomando en cuenta estos factores pueden mejorar sus procesos, productos, marca e ingresar a nuevos mercados, aumentar sus ventas, reducir costos y gastos para lograr un crecimiento económico (Bernal y Rodríguez, 2019).

La competitividad es un aspecto que está cobrando cada vez más importancia en el mundo empresarial dadas las exigencias actuales del entorno económico en pleno proceso de globalización. Así mismo, la competitividad no se puede medir solo por grandes unidades económicas, sino que se puede cuantificar de países a empresas, es decir. Se puede cuantificar a nivel macroeconómico o microeconómico, Wong (2017) menciona que Ecuador se ubica en el puesto 97 de entre 137 países con un Índice de Competitividad Global (ICG) de 3.91, según el Reporte de Competitividad Global 2017-2018, elaborado por el Foro Económico Mundial. En 2016, el país alcanzó el puesto 91 de entre 138 países.

El sector turístico desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico de muchas regiones alrededor del mundo. En este sentido, las empresas turísticas juegan un papel crucial al ofrecer productos y servicios que satisfacen las necesidades y deseos de los turistas, generando así empleo y contribuyendo al crecimiento económico local. Sin embargo, en un entorno cada vez más dinámico y competitivo, las empresas turísticas deben buscar constantemente formas de diferenciarse y mantenerse a la vanguardia. El Ministerio de Turismo (2019) publica en su página web que el sector turismo creció en un 11% en el último año, lo que evidencia un aumento de la actividad, así mismo esa institución señala que el turismo es la tercera actividad no petrolera que más aporta al PIB.

En este contexto, la innovación se ha convertido en un factor estratégico clave para la competitividad de las empresas turísticas. La capacidad de innovar en productos, servicios, procesos y modelos de negocio permite a estas empresas adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado, satisfacer las demandas de los turistas y generar ventajas competitivas sostenibles.

El cantón Latacunga, ubicado en la provincia de Cotopaxi en Ecuador, cuenta con un potencial turístico significativo debido a su riqueza cultural, natural y patrimonial. Sin embargo, para aprovechar al máximo este potencial, las empresas turísticas de la región deben ser capaces de innovar y adaptarse a las demandas cambiantes de los turistas y a las tendencias del mercado (Tobar y Moreno, 2020).

A pesar de la importancia de la innovación en el sector turístico, existen desafíos y obstáculos que dificultan su implementación en las empresas turísticas del cantón Latacunga. Estos pueden incluir la falta de recursos financieros, la falta de conocimientos y capacidades en materia de innovación, la resistencia al cambio y la falta de apoyo institucional (Gracia, 2019).

Es así como, la presente investigación tiene como objetivo principal Analizar la innovación como factor estratégico en la competitividad de las empresas turísticas del cantón Latacunga. A través de un enfoque cuantitativo, se busca identificar los factores de la innovación en el marco de la competitividad de las empresas turísticas del cantón Latacunga, para de esta manera realizar un diagnóstico de la innovación y su incidencia en la competitividad de las empresas, y así finalmente establecer las áreas claves de la innovación y su incidencia en la competitividad de estas. El estudio de esta investigación proporcionará a los actores del sector turístico, tanto a nivel empresarial como institucional, una visión más clara de la importancia de la innovación y las medidas que pueden adoptarse para promover un entorno propicio para la innovación en las empresas turísticas del cantón Latacunga. Asimismo, contribuirá al cuerpo de conocimiento existente sobre la relación entre la innovación y la competitividad en el sector turístico, brindando información valiosa para futuras investigaciones y prácticas en este ámbito.

Innovación: factor estratégico

La innovación se ha convertido en un factor estratégico clave para impulsar la competitividad en el mundo actual. En un entorno empresarial cada vez más dinámico y globalizado, las empresas que logran innovar de manera efectiva tienen una clara ventaja sobre sus competidores (Domareski y Chim, 2019).

La innovación implica el desarrollo y la implementación exitosa de nuevas ideas, productos, procesos o modelos de negocio que generan valor para la empresa y satisfacen las necesidades cambiantes de los clientes. A través de la innovación, las empresas pueden diferenciarse, mejorar la eficiencia y la calidad, reducir costos, aumentar la productividad y responder rápidamente a las demandas del mercado (Tapia, 2022).

En un mundo altamente competitivo, donde las barreras de entrada son cada vez más bajas y la tecnología avanza rápidamente, la capacidad de innovar se ha vuelto fundamental para mantenerse relevante y prosperar. Las empresas que no innovan corren el riesgo de quedarse rezagadas, perder cuota de mercado y enfrentar dificultades para sobrevivir en el largo plazo.

En el ámbito europeo, el estudio de García-Ochoa y Bajo Davó (2009), nos indica como según su investigación la innovación desempeña un papel fundamental al permitir que las empresas mejoren su productividad a través de la introducción de nuevos procesos, productos y servicios. Así podemos entender que enfrentar este desafío implica mejorar las políticas relacionadas con la sociedad de la información y la investigación y desarrollo, así como acelerar el proceso de reforma estructural en favor de la competitividad y la innovación. Estos esfuerzos son especialmente importantes en el contexto actual de una crisis económica global, ya que pueden actuar como impulsores para salir fortalecidos de la misma. La competitividad en los mercados internacionales y el dominio de la tecnología son los desafíos que los sistemas productivos deben enfrentar. La innovación y la flexibilidad en los procesos y costos de producción son las respuestas que las empresas deben ofrecer ante estos nuevos condicionantes. Los países que lideran en tecnología y eficiencia económica están estableciendo el rumbo a seguir. La mejora de la situación de un país y sus empresas dependerá de su capacidad para innovar y adoptar cambios técnicos (Duque y Rojas, 2018).

Así también desde el continente americano, específicamente en México, Sandoval & Zárraga Cano, (2014), tratan sobre como el turismo ha emergido como una poderosa fuerza económica y social a nivel global, convirtiéndose en una parte crucial para el crecimiento de las economías. En particular, el estado mexicano de Quintana Roo se ha destacado internacionalmente por su oferta turística de vanguardia. Sin embargo, hasta ahora ha habido una escasa comprensión de la importancia y las formas de innovación en la compleja industria turística. Es fundamental adquirir conocimientos sobre los aspectos que impulsan la innovación, ya que esta se convierte en un elemento clave para la competitividad de las empresas turísticas. Entonces se puede decir que, a través de la innovación, estas empresas pueden adaptarse a su entorno y mantenerse relevantes en un mercado turístico altamente competitivo

Acercándonos más al tema podemos ver que en Argentina; Puccio & Grana (2008), mencionan cómo la innovación es un requisito para la competitividad en las empresas turísticas de su país entregando como análisis que un destino turístico competitivo se define por su capacidad para atraer tanto a la demanda potencial como para motivar a la demanda actual a repetir la visita, lo que resulta en un aumento de la productividad y rentabilidad. En un mercado turístico cada vez más diversificado, con segmentos de consumidores cada vez más diferenciados, los destinos turísticos deben crear nuevas ventajas competitivas para competir con sus rivales. Para lograrlo, se requiere implementar estrategias de diferenciación, lo que implica un mayor enfoque en la innovación. En este sentido, la capacidad de innovación de un destino se convierte en un parámetro importante a considerar al evaluar y diagnosticar su competitividad. Cuanto mayor sea la diferenciación y la capacidad de innovación de un destino, mayor será su cuota de mercado y su capacidad para mantenerse competitivo (Garcés y Delgado, 2020).

Finalmente, en Ecuador, los autores Astudillo & Prada-Trigo (2018) mencionan que en su artículo se proporciona un análisis descriptivo de la implementación de innovaciones en las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas de la ciudad de Cuenca, Ecuador, durante los años 2011 y 2012. Además, podemos ver que se realizó una encuesta a 90 empresas del sector utilizando indicadores cualitativos. Los resultados del análisis revelaron que las innovaciones predominantes fueron incrementales en lugar de radicales, principalmente centradas en mejoras en el producto y la introducción de nuevos procesos, así como mejoras en las prácticas empresariales y la incorporación de mecanismos de promoción en las actividades de comercialización. Se encontró una asociación entre las innovaciones incrementales y radicales y el tamaño de la empresa, así como las ventas anuales.

2. Metodología

La investigación tiene un enfoque no experimental, transversal y correlacional, es decir que se observa un fenómeno en su entorno natural sin interferir en las variables, se utiliza un enfoque descriptivo y correlacional, con un enfoque cuantitativo y una prueba de hipótesis para analizar la relación entre la innovación y la competitividad mediante la aplicación de una encuesta con escala de Likert aplicada a los representantes de las diferentes empresas turísticas existente en el cantón Latacunga que engloba las 2 variables de estudio, con sus correspondientes dimensiones, en cuanto a relación existente entre estas al aplicar el coeficiente R de Pearson multivariante (Navarra, 2020).

En esta investigación, se llevó a cabo un análisis estadístico con el propósito de establecer tanto la hipótesis nula como la hipótesis alternativa. Mediante la realización de una prueba, se buscó determinar si se podía confirmar una suposición acerca de una característica específica de la población objeto de estudio, en este caso, la innovación. Los resultados de la prueba se respaldaron en los datos recolectados a través del instrumento utilizado para este propósito.

La hipótesis nula H_0 e hipótesis alternativa H_1 de esta investigación son respectivamente:

H_0 : La innovación no influye como factor estratégico en la competitividad de las empresas turísticas del cantón Latacunga

H_1 : La innovación influye como factor estratégico en la competitividad de las empresas turísticas del cantón Latacunga

La población dentro de esta investigación son las empresas turísticas del cantón Latacunga consideradas en el catastro nacional de empresas turísticas. Al ser una población finita de gran número se procede a establecer una muestra de estudio para trabajar con la población que nos indique la misma.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{187 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (187 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{179,5948}{1,4254}$$

$$n = 126$$

Instrumento:

Es necesario indicar que el instrumento utilizado en este estudio fue una encuesta, misma que corresponde a un instrumento previamente diseñado y validado en la investigación de Jiménez-Jácome (2023), dicho instrumento se aplicó a los representantes de las empresas turísticas del cantón Latacunga de manera virtual mediante un formulario de google en un período de dos meses, en mayo y junio del 2023.

3. Resultados

Para correr los modelos se inició por especificar los modelos que se necesitaban medir:

Tabla 1. Especificación de los modelos

Especificación matemática	Variables para considerar
Y1= a+bx1	X1= innovación vs procesos
Y2= a+bX2	X2 = innovación vs tecnología
Y3= a+bX3	x3= innovación vs finanzas

Nota. La tabla muestra los modelos especificados matemáticamente

Estos modelos se corrieron mediante la herramienta solver de Excel 16.66.1 en donde se encontraron los siguientes resultados:

Modelo 1: Y1= a+bx1+bx2+bx3+bx4+bx5

Donde:

Y1= I4

X1= I7; X2=I9; X3=C10; X4=C11; X5=I8

Tabla 2. Resumen modelo 1

Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	0,675048019
Coefficiente de determinación R ²	0,455689828
R ² ajustado	0,433197672
Error típico	0,556332844
Observaciones	127

Nota. La tabla muestra los resultados de la regresión en el modelo 1

En este modelo se encuentra que el coeficiente de correlación múltiple es de 0,67 lo que está cercano a 0,70; por tanto, se acepta este modelo en primera instancia. Se debe considerar que el coeficiente de determinación R² es de 0,46 es decir que existe una correlación del 46% entre la innovación y los procesos de producción ligados a la competitividad empresarial como, por ejemplo: la planificación de proyectos, mejora en los procesos de producción, operaciones que sean más eficientes que la competencia y flexibilidad en la adquisición de productos a los proveedores.

$$\text{Modelo 2: } Y_1 = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + bx_4 + bx_5$$

Donde:

$$Y_1 = I_5$$

$$X_1 = I_7; X_2 = I_9; X_3 = C_{10}; X_4 = C_{11}; X_5 = I_8$$

Tabla 3. Resumen modelo 2

Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	0,685319159
Coefficiente de determinación R ²	0,469662349
R ² ajustado	0,44774757
Error típico	0,521289995
Observaciones	127

Nota. La tabla muestra los resultados de la regresión en el modelo 2

En el modelo 2 se encontró que el coeficiente de correlación múltiple es de 0,69 lo que está cercano a 0,70; por tanto, se acepta este modelo en primera instancia. En este caso, el coeficiente de determinación R² es de 0,47 es decir que existe una correlación del 47% entre la innovación y los procesos referentes a la contratación de personal, evaluación de desempeño y el cumplimiento del personal con los objetivos empresariales.

Seguidamente, se realizó diferentes modelaciones donde se consideró a la variable innovación en función de otras categorías que posiblemente podría influir o estar correlacionadas con la misma en las 3 categorías como los procesos de gestión, las finanzas y la tecnología, en donde

se fue realizando las modelaciones con diferentes opciones, por ejemplo, eficiencia en los procesos, imitación de competidores, mejora en los servicios y producción, planificación de proyectos, habilidades para la mejora de procesos, desarrollo de productos, entre otros. La figura 1 resume los resultados de las modelaciones en donde se puede apreciar el coeficiente de determinación y de correlación múltiple.

Figura 1. Resultados modelos combinados para la innovación

Y1.3		Y1.4	
Y1= I4 ; X1= I10; X2=I11; X3=I12; X4=C13		Y1= I5 ; X1= I10; X2=I11; X3=I12; X4=C13	
<i>Estadísticas de la regresión</i>		<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coeficiente de correlación múltiple	0,530705137	Coeficiente de correlación múltiple	0,564458354
Coeficiente de determinación R ²	0,281647942	Coeficiente de determinación R ²	0,318613233
R ² ajustado	0,258095416	R ² ajustado	0,296272684
Error típico	0,636491949	Error típico	0,588454349
Observaciones	127	Observaciones	127
Y2.1		Y2.2	
Y1= I3 ; X1=I6; X2=C9; X3=C12		Y1= I4 ; X1=I6; X2=C9; X3=C12	
<i>Estadísticas de la regresión</i>		<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coeficiente de correlación múltiple	0,360797921	Coeficiente de correlación múltiple	0,591620907
Coeficiente de determinación R ²	0,13017514	Coeficiente de determinación R ²	0,350015298
R ² ajustado	0,108959899	R ² ajustado	0,334162013
Error típico	0,972825292	Error típico	0,616694747
Observaciones	127	Observaciones	127
Y3.1		Y3.2	
Y1= I1 ; X1=I2; X2=C1; X3=C2; X4=C3; X5=C4		Y1= I1 ; X1=C5; X2=C6; X3=C7; X4=C8	
<i>Estadísticas de la regresión</i>		<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coeficiente de correlación múltiple	0,551654298	Coeficiente de correlación múltiple	0,145470933
Coeficiente de determinación R ²	0,304322465	Coeficiente de determinación R ²	0,021161792
R ² ajustado	0,275575459	R ² ajustado	-0,010931264
Error típico	0,577307701	Error típico	0,68197992
Observaciones	127	Observaciones	127

Nota. La figura muestra el resultado de los modelos combinados para la variable innovación.

Como se puede apreciar en la figura 1, las 6 modelaciones siguientes, arrojan resultados bajos en el coeficiente de determinación R², siendo muy inferiores a 0,50; por tanto, no se puede aceptar estas modelaciones para proyecciones futuras.

A continuación, se realiza el análisis de los 2 modelos que se aceptaron luego de obtener los resultados:

Modelo 1:

$$Y1 = -0,28 + 0,20X1 + 0,35X2 - 0,01X3 + 0,26X4 + 0,27X5$$

Al considerar que esta modelación tiene un signo negativo en el intercepto, se puede decir que este no influye en el mismo, más en lo que respecta a la variable X2 que hace referencia a la mejora en el proceso de producción, tenemos que esto puede deberse a que cuando esta variable aumenta, es decir, se califica con la nota más alta, la innovación disminuye en 0,012 puntos.

Esto puede darse debido a que al mejorar los procesos de producción la motivación para realizar innovación dentro de las empresas turísticas disminuye, por comodidad de sus directivos, que genera una comodidad o “estatus quo” en la forma cómo se llevan los procesos de producción de servicios.

Modelo 2:

$$Y2 = -0,09 + 0,20X1 + 0,28X2 - 0,007X3 + 0,17X4 + 0,36X5$$

En este caso, se encuentra que la variable X3 correspondiente a la contratación de personal, indica un signo negativo, es decir que cuando el proceso de contratación de personal es eficaz y eficiente la innovación disminuye en 0,008 puntos.

Es preciso analizar los motivos por los que se podría dar como válido este signo, y se ha encontrado que esto puede deberse a un foco de estabilidad ya que al momento de que la empresa optimiza sus procesos de contratación puede sentir que ha encontrado un método eficaz y generar una sensación de estabilidad y éxito, reduciendo el sentido de urgencia para encontrar nuevas formas de hacer las cosas o de buscar perfiles profesionales con mayores competencias o habilidades.

Competitividad e innovación en las empresas turísticas del Cantón Latacunga

Una vez que se ha establecido las variables explicativas más adecuadas para la innovación, se procede a correr la correlación entre la innovación y la competitividad. Para esto, se ha establecido que las preguntas que corresponden a la competitividad son de la C1 a la C12. Se estableció un promedio por cada una de las categorías: Finanzas (C1 a C4), Procesos (C5 a C8) y Tecnología (C9 a C12) y se corrió las 3 modelaciones con las variables explicativas del modelo Y1 pues en este la variable X3 posee un coeficiente más alto que en el modelo Y2.

La tabla de datos con la que se corrió el modelo es la siguiente:

Tabla 4. Tabla de datos para la correlación entre Competitividad e Innovación

N.	FINANZAS	PROCESOS	TECNOLOGÍA	VARIABLES INDEPENDIENTES						
	Y1f	Y2p	Y3t	PROMEDIO Y1f	PROMEDIO Y2p	PROMEDIO Y3t	I-7 ¿Puede desarrollar operaciones o procesos más eficientes que la competencia?	I-9 ¿Los procesos de operación aplicados en la empresa despiertan imitación de los competidores?	C-10 ¿Ha mejorado el proceso de producción/servicios?	C-11 ¿Ha realizado planificación de proyectos?
1	2,25	4,25	2,25	2	3	3	2	5		
2	5	5	5	5	5	5	5	5		
3	1,75	1	1,75	5	5	4	1	5		
4	3,5	3	4	5	4	4	4	5		
5	2,25	3	4,25	4	4	5	5	4		
6	3,75	2,75	3,5	3	3	3	3	4		
7	3	2	3,5	4	5	4	4	4		
8	2	2	4	4	4	4	4	4		
9	4,25	3	4	4	4	4	4	4		
10	3,5	2,75	4	4	3	4	4	4		
...		
127	4	4	4	4	4	4	4	4		

Nota. La tabla muestra los datos para las correlaciones individuales de acuerdo con los 3 procesos de competitividad e innovación.

Figura 2. Resultados correlaciones entre competitividad e innovación

Modelo Y procesos*Estadísticas de la regresión*

Coefficiente de correlación múltiple	0,34129399
Coefficiente de determinación R ²	0,116481588
R ² ajustado	0,079972563
Error típico	0,933608179
Observaciones	127

Modelo Y finanzas*Estadísticas de la regresión*

Coefficiente de correlación múltiple	0,374210004
Coefficiente de determinación R ²	0,140033127
R ² ajustado	0,104497306
Error típico	0,854487684
Observaciones	127

Modelo Y tecnología*Estadísticas de la regresión*

Coefficiente de correlación múltiple	0,93909
Coefficiente de determinación R ²	0,88189
R ² ajustado	0,877
Error típico	0,220
Observaciones	127

Nota. La figura muestra el resumen de las regresiones lineales entre las variables competitividad e innovación.

De los resultados obtenidos se puede ver que al correr el modelo de competitividad como variable dependiente y las variables innovación financiera e innovación en procesos como independientes, no existe una correlación fuerte ni aceptable pues es menor a 0,50; sin embargo, en el modelo donde se consideran las variables de innovación en tecnología la correlación es alta y cercana a 1, el R^2 es superior a 0,70, por tanto únicamente para este caso se puede decir que la innovación tecnológica sí influye en la competitividad de las empresas turísticas del Cantón Latacunga.

4. Discusión

Con base en el estudio efectuado se puede decir que en el mismo se ha explorado el papel crítico de la innovación como factor estratégico para la competitividad de las empresas turísticas en el cantón Latacunga. La investigación ha arrojado resultados convincentes y diferentes al de Jiménez-Jácome (2023) al demostrar que un estudio por cada una de las variables demuestra que la innovación tecnológica efectivamente influye en la mejora de la competitividad de estas empresas en el contexto local. Este hallazgo resalta la importancia de la adaptación y adopción de tecnologías emergentes como un medio para diferenciarse en el mercado turístico y mejorar la experiencia del cliente. Uno de los aspectos más destacados de los resultados es conocer que la innovación tecnológica no solo impacta la eficiencia operativa sino al desarrollo de los servicios y productos.

Se puede decir que la integración de tecnologías como aplicaciones móviles, realidad virtual y sistemas de reserva en línea podrían permitir a las empresas turísticas mejorar la accesibilidad, la personalización y la interactividad en la oferta de servicios, atrayendo así viajeros modernos que buscan experiencias únicas y memorables, lo que aumenta la competitividad de las empresas locales en el panorama turístico más amplio. No obstante, es fundamental reconocer las limitaciones de este estudio, a pesar de haber encontrado una relación positiva entre la innovación tecnológica y la competitividad, existen factores contextuales específicos del cantón Latacunga que pueden no haber sido completamente considerados en este análisis. Las particularidades culturales, económicas y geográficas de la región pueden influir en cómo las empresas adoptan y se benefician de la innovación.

Además, la muestra utilizada en este estudio podría ser limitada y no necesariamente representativa de todas las empresas turísticas en el cantón. Un área que no se profundizó en el estudio es la dimensión de la resistencia al cambio y la adopción de la innovación tecnológica. Si bien los resultados sugieren una relación positiva, es relevante explorar en futuras investigaciones las posibles barreras que las empresas turísticas pueden enfrentar al introducir nuevas tecnologías como, por ejemplo, la falta de habilidades técnicas, preocupaciones de seguridad de datos y costos pueden afectar la adopción completa y efectiva de estas innovaciones.

Es necesario mencionar también que el alcance de este estudio se centró en la influencia de la innovación en la competitividad de las empresas turísticas del cantón Latacunga. Sin embargo, quedan aspectos más amplios por explorar en relación con la innovación, como las estrategias de marketing innovadoras, la innovación en la gestión de recursos humanos, el acceso a sistemas contables-financieros adecuados a los emprendedores como el diseñado por Cuadrado-Avilés et

al. (2019) y las formas en que la colaboración entre empresas locales puede promover la innovación en el conjunto de la industria turística del cantón.

En resumen, los resultados de este estudio apuntan a la significativa influencia de la innovación tecnológica en la competitividad de las empresas turísticas en el cantón Latacunga. A pesar de las limitaciones y las áreas no investigadas, este trabajo contribuye con sus resultados a una comprensión más profunda de cómo la adopción de tecnologías emergentes podría elevar la experiencia turística y mejorar la posición de las empresas en un mercado competitivo. La integración efectiva de la innovación tecnológica se convierte, por lo tanto, en un imperativo estratégico para las empresas turísticas que buscan prosperar en el panorama en constante cambio del turismo local y global.

5. Conclusión

La innovación tecnológica ejerce una influencia significativa en la competitividad de las empresas turísticas del cantón Latacunga. Si bien la tecnología se erige como la habilidad innovadora más prominente, se constata la presencia de otras capacidades, como los procesos y la estrategia, que se encuentran en niveles de percepción más bajos. Este contraste subraya que ciertas habilidades de innovación son más evidentes y destacadas que otras, por tanto, es prudente adentrarse y explorar de manera más exhaustiva aquellas destrezas menos evidentes, con el propósito de enriquecer la comprensión de las realidades que abarcan a las empresas turísticas. En consecuencia, una aportación sumamente valiosa de este estudio radica en generar conciencia entre los empresarios turísticos de Latacunga acerca de la imperante necesidad de innovar en el área tecnológica para mejorar.

Referencias

- Astudillo, S., & Prada-Trigo, J. (2018). Empresas turísticas y factores de innovación: Evidencias a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador). *Caderno Virtual de Turismo*, 17(3). <https://doi.org/10.18472/cvt.17n3.2017.1112>
- Bernal, M. & Rodríguez L. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia et Technica*, 24(1), 85-96.
- Cuadrado-Avilés, D., Masapanta-Alomoto, D., & Cárdenas-Pérez, A. (2022). Análisis de un sistema de Contabilidad de Costos y su incidencia en la rentabilidad de los negocios artesanales de la parroquia La Victoria, cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi durante el período 2019-2021. *Revista Publicando*, 9(35), 33-49
- Domareski, T. & Chim, F. (2019). Competitividad e innovación: Teoría versus Práctica en la medida de competitividad turística. *El periplo sustentable*, (36), 134-156.
- Duque, A. & Rojas, C. (2018). Las competencias digitales y el uso de las tecnologías sociales: el valor agregado en la comercialización en el sector calzado en Bucaramanga. *I+ D Revista de Investigaciones*, 11(1), 17-26.

- Garcés, J. & Delgado, L. (2020). Innovación organizacional y competitividad empresarial: Centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia. *Revista de Ciencias sociales*, 26(2), 120-132.
- García, C.E. (2019). *Patrimonio histórico y turismo cultural de la Ciudad de Latacunga*. [Tesis maestría, Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5864>
- Grandes Tapia, L. A. (2022). *El chocho (lupinus mutabilis), y mortiño (vaccinium meridionale), en la innovación gastronómica de Latacunga, provincia de Cotopaxi*. [Tesis pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo] <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/14615>
- Jiménez-Jácome, G. (2023). *La innovación como factor estratégico en la competitividad de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria. Provincia de Cotopaxi*. [Tesis maestría, Universidad Técnica de Cotopaxi]. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/9978>
- García-Ochoa Mayor, M. y Bajo Davó, N. (2009). *La innovación como instrumento clave para la competitividad empresarial. Estudio de los principales indicadores en Europa. En Administrando en entornos inciertos. XXIII Congreso Anual AEDEM (1-15), Sevilla, ESIC*.
- Ministerio de Turismo (2019). *El turismo ecuatoriano creció un 11% en 2018*. <https://acortar.link/4F8qax>
- Navarra, J. (2020). Aprendizaje transversal a partir del área de lengua y literatura. *Innovación educativa*, (30), 21-39.
- Puccio, H., & Grana, N. (2008). La innovación como requisito para la competitividad turística: Una metodología para su descripción y análisis. *Gestión Turística*, 10, 59-76.
- Sandoval, E. & Zárraga Cano, L. (2014). La innovación como factor de competitividad en las empresas turísticas en Cancún, Quintana Roo. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 7(6), 15-25.
- Tobar, J., & Moreno, K. (2020). Estrategia Marca Ciudad y su Importancia dentro del Turismo de la Ciudad de Latacunga. *RECITIUTM*, 6(2), 115-136.
- Wong, S. (2017, octubre 05). Ecuador cae seis puestos en ranking mundial de competitividad. *Revista Gestión Digital*. <https://acortar.link/vxe6YX>

AUTORES

Oscar Andrés Vargas Riera. Maestría en Administración de Empresas. Licenciado en turismo y hotelería, Universidad Técnica de Ambato.

Alisva de los Angeles Cárdenas Pérez. PhD., MBA in Accounting Sciences. Economista. Coordinadora de Investigación Ciencias Económicas y Administrativas ESPE. Coordinadora de la Maestría en Contabilidad y Finanzas mención Tributación. Universidad Técnica de Cotopaxi Sección Posgrados/ Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE / Instituto Superior Tecnológico España.

DECLARACION

Conflicto de interés

No tenemos ningún conflicto de interés que declarar.

Financiamiento

Sin ayuda financiera de partes ajenas a este artículo.

Notas

El artículo es original y no ha sido publicado previamente.