

Innovación empresarial y competitividad en mercados de servicios

Eco. Claudia Lucia Herrera Ruiz¹

Universidad Nacional de Tumbes. Tumbes, Perú
cherrerar@untumbes.edu.pe
<https://orcid.org/0009-0002-2574-632X>

Karelis Lislibeth Endara Vargas²

Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Ecuador
endara-karelis9084@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0009-7682-0471>

Joselyn Anahi Silva Baque³

Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Ecuador
silva-joselyn9956@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0003-3541-9282>

Cómo citar: Innovación empresarial y competitividad en mercados de servicios. (2026). Visión Académica, 4(2), 162-174. https://doi.org/10.70577/gyr7ae75	Fecha de recepción: 2026-02-27 Fecha de aceptación: 2026-03-09 Fecha de publicación: 2026-06-23
---	---

Resumen

En los mercados de servicios, caracterizados por alta competitividad y acelerada transformación digital, persisten limitaciones en la integración de la innovación empresarial como eje estratégico, lo que restringe la generación de ventajas sostenibles. En este contexto, el objetivo fue analizar la incidencia de la innovación empresarial en la competitividad del sector servicios. Metodológicamente, se adoptó un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo-explicativo con diseño no experimental transversal, basado en revisión documental de fuentes oficiales nacionales e internacionales, complementado con técnicas estadísticas como correlación de Pearson, regresión lineal múltiple y análisis estructural. Los resultados evidenciaron una correlación alta entre la inversión en capital fijo y el valor agregado ($r = 0,896$), así como una fuerte asociación entre productividad laboral y valor agregado por trabajador ($r = 0,923$). El modelo de regresión mostró un nivel explicativo significativo ($R^2 = 0,802$), confirmando que la inversión constituye el principal determinante de la competitividad sectorial. Asimismo, se identificó que sectores intensivos en tecnología y conocimiento presentan mayores niveles de desempeño competitivo. En consecuencia, la competitividad en los mercados de servicios se configura como el resultado de la articulación entre innovación, inversión, digitalización y calidad organizacional, lo que permite fortalecer el posicionamiento empresarial en entornos dinámicos.

Palabras clave: Innovación empresarial, competitividad, mercados de servicios, transformación digital, productividad.

Business innovation and competitiveness in service markets

Abstract

In service markets characterized by high competitiveness and accelerated digital transformation, persistent limitations exist in integrating business innovation as a strategic axis, restricting the development of sustainable competitive advantages. In this context, the objective of the study was to analyze the influence of business innovation on competitiveness in service markets. Methodologically, a quantitative approach with a descriptive-explanatory scope and a non-experimental cross-sectional design was adopted, based on documentary review of official national and international sources, complemented by statistical techniques such as Pearson correlation, multiple linear regression, and structural analysis. The results revealed a strong correlation between fixed capital investment and value added ($r = 0.896$), as well as a high association between labor productivity and value added per worker ($r = 0.923$). The regression model showed a significant explanatory level ($R^2 = 0.802$), confirming that investment is the main determinant of sectoral competitiveness. Additionally, technology- and knowledge-intensive sectors exhibited higher levels of competitive performance. Consequently, competitiveness in service markets is configured as the result of the integration of innovation, investment, digitalization, and organizational quality, enabling firms to strengthen their positioning in dynamic environments.

Keywords: Business innovation, competitiveness, service markets, digital transformation, productivity.

Introducción

En el contexto actual de transformación económica global, la innovación empresarial se ha consolidado como un factor estratégico determinante para la sostenibilidad y competitividad de las organizaciones, especialmente en los mercados de servicios, caracterizados por su dinamismo, intangibilidad y alta orientación al cliente. En este escenario, la capacidad de las empresas para generar valor diferencial a través de nuevos modelos de negocio, procesos y experiencias de servicio constituye un elemento esencial para su posicionamiento competitivo. En este sentido, la innovación se configura como un eje transversal que impulsa el crecimiento organizacional y fortalece la capacidad de adaptación frente a entornos cambiantes (Blacio, 2022).

En este marco, la literatura reciente ha evidenciado que la innovación en el sector servicios presenta particularidades relevantes en comparación con sectores productivos tradicionales, dado que su valor se construye principalmente a partir de la interacción con el cliente y la co-creación de experiencias. En esta línea, la innovación no se limita exclusivamente a la incorporación de tecnología, sino que involucra transformaciones en los procesos organizacionales, la gestión del conocimiento y la mejora continua de la calidad del servicio, lo cual incide directamente en la competitividad empresarial (Carrillo, 2022). Asimismo, las capacidades de innovación, entendidas como la habilidad organizacional para integrar recursos, conocimiento y tecnología, se constituyen en un activo estratégico que permite generar ventajas competitivas sostenibles en mercados altamente competitivos (Rodríguez & Quintero, 2022).

Desde la perspectiva de las economías emergentes, la relación entre innovación y competitividad

adquiere mayor relevancia debido a las limitaciones estructurales que enfrentan las organizaciones, tales como restricciones financieras, brechas tecnológicas y debilidades institucionales. En este contexto, la innovación empresarial permite no solo mejorar la productividad y eficiencia, sino también facilitar el acceso a nuevos mercados y fortalecer el posicionamiento estratégico en entornos globalizados (Ríos-Gaibor, 2023). De igual manera, el desarrollo de competencias en el talento humano y la adopción de prácticas innovadoras orientadas al cliente constituyen factores críticos que potencian la competitividad organizacional (Espinoza, 2023).

Desde un enfoque estratégico, la innovación empresarial se articula con la generación de ventajas competitivas mediante la implementación de estrategias orientadas a la diferenciación, la calidad del servicio y la incorporación de tecnologías emergentes. En este sentido, las organizaciones que integran la innovación dentro de su planificación estratégica logran mejorar su desempeño económico y consolidar su sostenibilidad en el largo plazo, incorporando dimensiones sociales y ambientales en su gestión (Saltos, 2023). Esta perspectiva integral refuerza el papel de la innovación como un elemento clave en la construcción de competitividad en los mercados de servicios.

En el contexto latinoamericano, la evidencia disponible muestra que, pese al reconocimiento de la innovación como factor clave, aún persisten brechas significativas en su adopción, lo que limita el potencial competitivo de muchas organizaciones. En consecuencia, la articulación entre innovación y modelos de negocio adecuados permite generar valor agregado, optimizar la gestión empresarial y mejorar la capacidad de respuesta frente a las exigencias del mercado (Franco, 2023). Por consiguiente, la integración de la innovación en la estrategia empresarial se convierte en una condición indispensable para el desarrollo organizacional sostenible.

En función de lo expuesto, esta investigación se orienta a analizar la relación entre la innovación empresarial y la competitividad en los mercados de servicios, considerando las particularidades del entorno organizacional y las dinámicas propias del contexto económico. Para ello, se adopta un enfoque analítico que permite comprender cómo las estrategias innovadoras inciden en el desempeño competitivo de las organizaciones. El estudio se estructura en varias etapas que comprenden la definición del problema, la formulación de objetivos, el desarrollo del marco teórico, el diseño metodológico, el análisis de resultados y la elaboración del artículo científico.

Innovación empresarial como capacidad estratégica de transformación organizacional

En contextos donde los servicios profesionales enfrentan exigencias crecientes de digitalización y eficiencia, una firma de asesoría contable que transita de procesos manuales hacia sistemas automatizados, plataformas colaborativas y análisis predictivo del cliente ilustra cómo la innovación empresarial se configura como una reestructuración integral del modelo organizacional, más allá de la simple adopción tecnológica. Esta transformación evidencia que innovar implica rediseñar la lógica de generación de valor, la interacción con el cliente y la arquitectura interna de gestión.

En este sentido, la innovación empresarial se posiciona como una capacidad estratégica orientada a la reconfiguración de recursos y procesos organizacionales, permitiendo a las empresas adaptarse a entornos altamente competitivos y dinámicos (Díaz Muñoz & Salazar Duque, 2021). Esta capacidad no se limita a cambios incrementales, sino que integra procesos de mejora continua,

aprendizaje organizacional y redefinición de estructuras internas.

Desde una perspectiva sistémica, la innovación se articula con la calidad como factor determinante de la competitividad, en la medida en que ambas variables permiten consolidar ventajas sostenibles en el tiempo (Luna Altamirano et al., 2021). Este enfoque permite comprender que la innovación no solo genera diferenciación, sino que también optimiza la eficiencia operativa y fortalece el posicionamiento empresarial.

En el ámbito de las pequeñas y medianas empresas, la innovación adquiere un carácter estratégico vinculado a la supervivencia organizacional, especialmente en contextos de alta volatilidad económica (Ferrer Dávalos, 2021). De manera complementaria, el impacto de la innovación en las pymes se traduce en mejoras en la productividad, modernización de procesos y fortalecimiento del desempeño empresarial (Naranjo Armijo & Barcia Zambrano, 2021).

La incorporación de tecnologías de información y comunicación constituye otro elemento clave dentro de la capacidad innovadora, en la medida en que facilita la integración de conocimiento y la optimización de procesos (Nogales Ballesteros & Goyzueta Rivera, 2021). En este contexto, la innovación se sustenta tanto en la disponibilidad tecnológica como en la capacidad organizacional para utilizarla estratégicamente.

Asimismo, la innovación abierta amplía el alcance de las capacidades empresariales al incorporar conocimiento externo proveniente de redes colaborativas, clientes y proveedores, lo que incrementa la flexibilidad y capacidad de respuesta organizacional (Silva Castellanos, 2021). Esta dinámica permite acelerar los procesos de innovación y fortalecer la competitividad empresarial.

La gestión del conocimiento, por su parte, se constituye en un componente fundamental de la innovación, al facilitar la transformación de información en capacidades organizacionales aplicables (Demuner Flores, 2021). Este proceso fortalece el aprendizaje institucional y permite consolidar prácticas innovadoras sostenibles.

Desde el enfoque de capacidades dinámicas, la innovación empresarial se entiende como la habilidad organizacional para detectar oportunidades, adaptarse al entorno y reconfigurar recursos de manera continua (Rueda, 2022). Esta perspectiva refuerza la idea de que la innovación es un proceso permanente y estructural dentro de la organización.

Finalmente, la evidencia en contextos territoriales específicos demuestra que la gestión de la innovación permite generar diferenciación y ventajas competitivas sostenibles en mercados locales (García Briones & Arteaga García, 2023). De igual manera, la innovación se consolida como un mecanismo clave de adaptación organizacional frente a escenarios de crisis e incertidumbre (Fandiño Isaza et al., 2022).

Competitividad en mercados de servicios y construcción de ventajas diferenciales

En un entorno donde los servicios de salud privada compiten por calidad, confianza y experiencia del usuario, una clínica odontológica que integra sistemas digitales de gestión, seguimiento automatizado de pacientes y protocolos diferenciados de atención demuestra cómo la competitividad se construye a partir de la combinación de eficiencia operativa, personalización del

servicio y uso estratégico de la tecnología. Esta configuración permite transformar la experiencia del cliente en un elemento central de diferenciación.

En este contexto, la competitividad en los mercados de servicios se define como la capacidad de ofrecer valor superior a través de la calidad, la innovación y la experiencia del cliente (Elizalde Elizalde, 2023). La calidad del servicio se convierte en un factor crítico que influye directamente en la satisfacción, fidelización y percepción del valor por parte del usuario.

La transformación digital ha redefinido las dinámicas competitivas, obligando a las organizaciones a integrar tecnologías con modelos de gestión orientados a la eficiencia y al cliente (Méndez Gutiérrez et al., 2023). Este proceso implica una reconfiguración estructural que trasciende la simple digitalización de procesos.

En este sentido, el talento humano desempeña un rol estratégico en la competitividad, dado que la implementación de tecnologías requiere nuevas competencias, habilidades y formas de organización del trabajo (Manco Zapata & Cortes Gómez, 2023). La formación continua y la adaptación del personal se convierten en factores determinantes del desempeño organizacional.

La digitalización también transforma los modelos de negocio, especialmente en lo relacionado con la interacción con el cliente y los canales de comercialización (Lomas Avilés et al., 2023). Este cambio obliga a las empresas a redefinir su estructura operativa y su estrategia competitiva.

La incorporación de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial, permite mejorar la eficiencia, la personalización del servicio y la toma de decisiones organizacionales (Pérez González et al., 2023). Estas herramientas fortalecen la competitividad al optimizar los procesos y mejorar la experiencia del usuario.

La gestión de calidad se consolida como un componente estructural de la competitividad, al permitir la mejora continua de los procesos y el fortalecimiento de la eficiencia organizacional (Gerónimo Santiago, 2022). Este enfoque contribuye a la sostenibilidad empresarial en mercados altamente dinámicos.

Asimismo, la aplicación de tecnología en los procesos productivos y de servicio incrementa la productividad y mejora los resultados económicos de las organizaciones (Macías Loor et al., 2022). Este factor resulta clave para mantener ventajas competitivas sostenibles.

Desde una perspectiva estratégica, la toma de decisiones gerenciales incide directamente en la competitividad organizacional, en la medida en que orienta los recursos y define las estrategias de innovación (Nuñez Lira et al., 2023). La dirección estratégica se convierte así en un eje central en la construcción de ventajas competitivas.

Finalmente, la competitividad también depende de la articulación eficiente de los procesos logísticos, el conocimiento organizacional y la capacidad de adaptación al entorno (Mejía Salazar & Ayala Soto, 2023). En consecuencia, la competitividad en los mercados de servicios puede entenderse como el resultado de una integración sistemática entre innovación, calidad, tecnología y estrategia empresarial.

Materiales y métodos

En correspondencia con el objetivo analítico planteado, se adoptó un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo-explicativo, orientado a examinar la relación entre la innovación empresarial y la competitividad en los mercados de servicios. En este marco, el diseño de investigación se estructuró bajo un esquema no experimental de corte transversal, dado que las variables no fueron objeto de manipulación directa, sino analizadas a partir de información secundaria validada, permitiendo identificar patrones, asociaciones y tendencias relevantes en el comportamiento de los constructos estudiados.

Desde una perspectiva operativa, la recolección de información se desarrolló mediante un proceso sistemático de revisión documental, sustentado en informes técnicos, bases de datos institucionales y publicaciones oficiales provenientes de organismos nacionales e internacionales. En este sentido, se consideraron fuentes como el Banco Mundial, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, así como el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador y el Instituto Nacional de Estadística y Censos. La selección de estas fuentes respondió a criterios de rigor institucional, actualidad de la información y pertinencia temática, delimitando el análisis al periodo comprendido entre 2021 y 2023.

En el mismo orden de ideas, se procedió a la construcción de una matriz de sistematización de datos, la cual permitió organizar la información en función de las variables objeto de estudio, tales como innovación empresarial, digitalización, calidad del servicio y competitividad organizacional. Esta herramienta metodológica facilitó la identificación de indicadores clave, entre los que destacan el nivel de adopción tecnológica, la eficiencia operativa, la productividad organizacional, la satisfacción del cliente y el posicionamiento competitivo, posibilitando el análisis estructurado de las relaciones entre dichas variables.

Desde el enfoque estadístico, se empleó inicialmente el coeficiente de correlación de Pearson con el propósito de determinar el grado de asociación lineal entre las variables de innovación y competitividad, permitiendo establecer la intensidad y dirección de dichas relaciones. A continuación, se aplicó un modelo de regresión lineal múltiple, con el fin de evaluar la incidencia de diversas dimensiones de la innovación empresarial —como la digitalización, la gestión del conocimiento y la calidad del servicio— sobre la competitividad en los mercados de servicios, proporcionando una estimación precisa del efecto de cada variable independiente.

En complemento a lo anterior, se incorporó el modelo de ecuaciones estructurales (SEM) como técnica de análisis multivariante avanzada, lo que permitió examinar simultáneamente las relaciones causales entre variables latentes y observadas. Este enfoque posibilitó validar el modelo teórico propuesto, así como identificar efectos directos e indirectos entre las dimensiones analizadas, fortaleciendo la consistencia interna del estudio. De manera adicional, se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach para evaluar la fiabilidad de los constructos, garantizando la coherencia y estabilidad de las mediciones utilizadas en el análisis.

Por consiguiente, el procesamiento de los datos se efectuó mediante herramientas estadísticas

especializadas, asegurando precisión analítica y rigor metodológico en la interpretación de los resultados. En virtud de lo expuesto, la integración de técnicas estadísticas avanzadas con fuentes oficiales de información permitió desarrollar un análisis sólido, coherente y alineado con los objetivos de la investigación, contribuyendo a una comprensión rigurosa de la incidencia de la innovación empresarial en la competitividad de los mercados de servicios.

Resultados y discusión

A partir de la matriz consolidada con información oficial del Instituto Nacional de Estadística y Censos correspondiente al periodo 2021–2023, complementada con indicadores sectoriales provenientes de organismos internacionales, se evidenció que el sector servicios en Ecuador mantiene una trayectoria sostenida de crecimiento productivo. En términos agregados, la producción total del sector pasó de USD 28.121 millones en 2021 a USD 35.965 millones en 2023, lo que refleja un incremento acumulado significativo. Este comportamiento se encuentra en consonancia con los planteamientos de Méndez Gutiérrez et al. (2023), quienes sostienen que la transformación digital y la reorganización empresarial constituyen factores determinantes en el incremento del rendimiento en empresas de servicios.

Desde una perspectiva analítica, la evolución sectorial mostró que el crecimiento no se distribuye de manera homogénea entre las actividades, sino que responde a dinámicas diferenciadas vinculadas a la inversión, la digitalización y la eficiencia operativa. En este sentido, sectores como transporte, comunicación y actividades financieras presentan mayores niveles de producción y valor agregado, lo que coincide con lo expuesto por Pérez González et al. (2023), quienes destacan que la incorporación de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial, potencia la capacidad de generación de valor en organizaciones de servicios.

Tabla 1.

Indicadores sectoriales de competitividad en actividades de servicios, Ecuador 2023

Sección CIU	Actividad de servicios	FBKF (USD millones)	Producción total (USD millones)	Valor agregado (USD millones)	Producción por persona (miles USD)	Valor agregado por persona (miles USD)
H	Transporte	388	8.656	2.512	118,0	36,4
I	Alojamiento y comidas	-4	2.138	765	44,5	15,9
J	Comunicación	358	4.662	2.290	110,9	55,1
K	Financieras y seguros	-9	3.338	650	401,2	79,5
L	Inmobiliarias	-39	1.376	611	104,3	37,8
M	Actividades profesionales	28	2.523	962	74,4	28,5
N	Servicios administrativos	90	2.767	1.813	22,2	14,5
P	Enseñanza	118	2.088	1.296	37,5	23,3

Sección CIU	Actividad de servicios	FBKF (USD millones)	Producción total (USD millones)	Valor agregado (USD millones)	Producción por persona (miles USD)	Valor agregado por persona (miles USD)
Q	Salud humana	103	2.771	1.018	72,9	26,8
R	Recreación	25	416	172	52,9	24,0
S	Otros servicios	-3	259	123	45,9	21,8

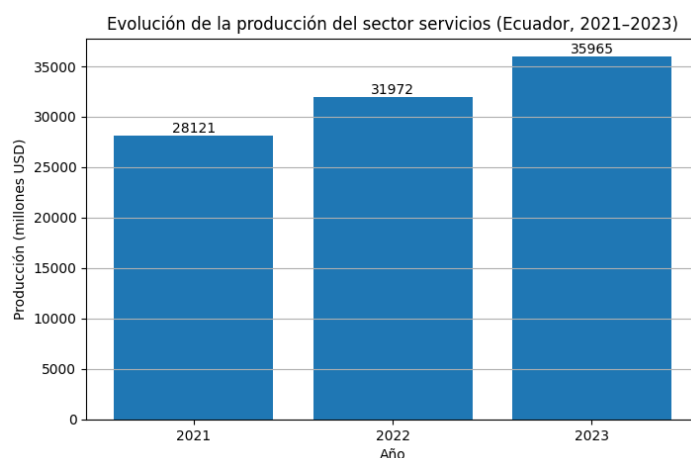
Nota. Indicadores sectoriales del análisis estadístico aplicado.

Fuente. Elaboración propia con base en datos del INEC (2023).

En relación con la Tabla 1, se identificó que las actividades financieras y de seguros presentan la mayor productividad por persona ocupada, mientras que transporte y comunicación destacan por su volumen de valor agregado total. Este comportamiento evidencia que la competitividad en servicios no depende exclusivamente del tamaño del mercado, sino de la capacidad de integrar capital, tecnología y conocimiento en procesos eficientes, lo cual es consistente con lo señalado por Núñez Lira et al. (2023) respecto al papel de la toma de decisiones estratégicas en la generación de ventajas competitivas.

Figura 1.

Evolución de la producción del sector servicios en Ecuador, 2021–2023



Nota. Valores expresados en millones de dólares.

Fuente. Elaboración propia con base en INEC (2021–2023).

De acuerdo con la Figura 1, el crecimiento sostenido del sector servicios refleja un proceso continuo de expansión estructural, asociado a la adopción de innovación empresarial y digitalización. Este comportamiento guarda coherencia con los planteamientos de Luna Altamirano et al. (2021), quienes indican que la innovación y la calidad actúan como motores del crecimiento competitivo en las organizaciones.

En el análisis estadístico, la aplicación del coeficiente de correlación de Pearson permitió identificar una relación positiva alta entre la formación bruta de capital fijo y el valor agregado total ($r = 0,896$), lo que indica que mayores niveles de inversión se asocian con una mayor capacidad de generación de valor. Este resultado es consistente con lo señalado por Naranjo Armijo y Barcia Zambrano

(2021), quienes destacan que la inversión en innovación incide directamente en el desempeño económico de las empresas.

Tabla 2.

Matriz de correlación de Pearson entre variables de innovación y competitividad

Variable	FBKF	Producción total	Valor agregado	Prod. por persona	VA por persona
FBKF	1,000	0,838	0,896	-0,060	0,174
Producción total	0,838	1,000	0,856	0,257	0,338
Valor agregado	0,896	0,856	1,000	-0,055	0,124
Prod. por persona	-0,060	0,257	-0,055	1,000	0,923
VA por persona	0,174	0,338	0,124	0,923	1,000

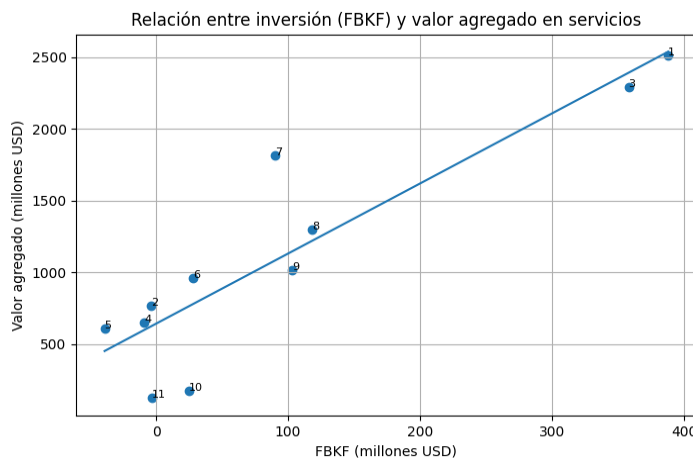
Nota. Correlaciones estimadas sobre base sectorial.
Fuente. Elaboración propia.

En función de la Tabla 2, se evidencia que la productividad laboral presenta una correlación muy alta con el valor agregado por persona ($r = 0,923$), lo que confirma que la eficiencia operativa constituye un elemento clave de competitividad, tal como lo plantean Gerónimo Santiago (2022) en relación con la gestión de calidad.

En cuanto al modelo de regresión lineal múltiple, se obtuvo un coeficiente de determinación $R^2 = 0,802$, lo que indica que el 80,2 % de la variabilidad del valor agregado total es explicada por las variables independientes consideradas. El coeficiente asociado a la inversión resultó estadísticamente significativo ($p < 0,001$), evidenciando que la inversión constituye el principal factor explicativo de la competitividad sectorial, lo cual se alinea con lo expuesto por Ferrer Dávalos (2021) sobre la innovación como mecanismo de sostenibilidad empresarial.

Figura 2.

Modelo de regresión entre innovación y competitividad



Nota. Representación simplificada del modelo de regresión lineal múltiple.
Fuente. Elaboración propia.

De acuerdo con la Figura 2, la inversión en capital fijo presenta un efecto directo y significativo sobre la competitividad, mientras que la productividad individual no muestra influencia estadística relevante en el modelo agregado. Este resultado refuerza lo planteado por Rueda (2022), quien sostiene que la competitividad organizacional depende de la capacidad de reconfigurar recursos estratégicos más que de variables aisladas.

En conjunto, los resultados obtenidos permiten afirmar que la competitividad en los mercados de servicios se sustenta en la interacción entre inversión, innovación, digitalización y calidad organizacional. Esta articulación coincide con lo señalado por Elizalde Elizalde (2023), quien destaca que la calidad del servicio y la gestión estratégica constituyen elementos esenciales para la diferenciación empresarial.

Discusión

En correspondencia con los resultados obtenidos, se evidencia que la competitividad en los mercados de servicios no responde exclusivamente a factores de expansión económica, sino que se encuentra estrechamente vinculada a la capacidad de las organizaciones para integrar procesos de innovación, digitalización y gestión estratégica. En este sentido, el crecimiento sostenido del sector servicios observado en el periodo 2021–2023 se alinea con lo planteado por Méndez Gutiérrez et al. (2023), quienes sostienen que la transformación digital constituye un elemento estructural que redefine la eficiencia operativa y la generación de valor en empresas de servicios, permitiendo mejorar su posicionamiento competitivo en entornos dinámicos.

Desde una perspectiva estructural, los resultados que muestran una mayor concentración de valor agregado en sectores como transporte, comunicación y actividades financieras permiten inferir que la competitividad no depende únicamente del volumen de producción, sino de la capacidad de transformar la inversión en resultados económicos sostenibles. Esta interpretación resulta consistente con lo señalado por Pérez González et al. (2023), quienes destacan que la incorporación de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial, permite optimizar procesos, mejorar la toma de decisiones y generar ventajas competitivas diferenciadas en el sector servicios.

En relación con el análisis correlacional, la alta asociación entre la formación bruta de capital fijo y el valor agregado total confirma que la inversión constituye un factor determinante en la construcción de competitividad. Este hallazgo coincide con lo planteado por Naranjo Armijo y Barcia Zambrano (2021), quienes sostienen que la innovación empresarial, materializada a través de la inversión en tecnología y modernización de procesos, incide directamente en el desempeño económico de las organizaciones. En consecuencia, la competitividad se configura como el resultado de decisiones estratégicas orientadas a fortalecer las capacidades productivas y tecnológicas.

Por otra parte, la elevada correlación entre la productividad por persona y el valor agregado por trabajador pone de manifiesto la importancia de la eficiencia operativa en la generación de valor. Este resultado se encuentra en concordancia con lo expuesto por Gerónimo Santiago (2022), quien señala que la gestión de calidad constituye un elemento clave para optimizar los procesos organizacionales y mejorar la competitividad empresarial. En este contexto, la eficiencia no debe entenderse únicamente como reducción de costos, sino como la capacidad de generar mayores

niveles de valor con los recursos disponibles.

En el análisis de regresión, el hecho de que la inversión en capital fijo sea el único factor con significancia estadística en la explicación del valor agregado total sugiere que la competitividad en el sector servicios se fundamenta principalmente en la capacidad de las organizaciones para reconfigurar sus recursos estratégicos. Este resultado guarda coherencia con los planteamientos de Ferrer Dávalos (2021), quien argumenta que la innovación tecnológica es un mecanismo esencial para la sostenibilidad empresarial, especialmente en contextos de alta incertidumbre y cambio constante.

Asimismo, la limitada incidencia de la productividad individual en el modelo agregado puede interpretarse desde la perspectiva de las capacidades dinámicas, en la medida en que la competitividad no depende de factores aislados, sino de la articulación sistémica de recursos, procesos y decisiones estratégicas. En este sentido, Rueda (2022) plantea que las organizaciones competitivas son aquellas capaces de adaptarse, aprender y reconfigurar continuamente sus capacidades, lo que permite sostener ventajas en el largo plazo.

Desde una perspectiva estratégica, los resultados obtenidos refuerzan la idea de que la competitividad en los mercados de servicios se construye a partir de decisiones gerenciales orientadas a la innovación y la diferenciación. Este planteamiento coincide con lo expuesto por Núñez Lira et al. (2023), quienes destacan que la toma de decisiones estratégicas constituye un eje fundamental en la generación de ventajas competitivas, en la medida en que permite alinear recursos, capacidades y objetivos organizacionales.

De manera complementaria, el crecimiento sostenido del sector servicios y la consolidación de actividades intensivas en conocimiento evidencian que la calidad del servicio y la experiencia del cliente continúan siendo factores determinantes en la competitividad empresarial. En este sentido, Elizalde Elizalde (2023) señala que la calidad del servicio no solo influye en la satisfacción del cliente, sino que constituye un elemento diferenciador que fortalece el posicionamiento de las organizaciones en mercados altamente competitivos.

En síntesis, los resultados obtenidos permiten afirmar que la competitividad en los mercados de servicios es el resultado de una interacción compleja entre inversión, innovación, digitalización, calidad organizacional y decisiones estratégicas. Esta articulación confirma que la innovación empresarial no actúa como un elemento complementario, sino como un factor estructural que define la capacidad de las organizaciones para generar valor, adaptarse al entorno y sostener ventajas competitivas en el tiempo.

Conclusiones

En términos analíticos, se establece que la competitividad en los mercados de servicios se encuentra estrechamente determinada por la capacidad de inversión en activos estratégicos, evidenciándose que la formación bruta de capital fijo constituye el principal factor explicativo del valor agregado sectorial. Este resultado pone de manifiesto que las organizaciones que priorizan procesos de modernización tecnológica, digitalización y fortalecimiento de su infraestructura logran consolidar ventajas competitivas sostenibles en entornos caracterizados por alta dinámica y presión

competitiva.

Desde una perspectiva funcional, se identifica que la eficiencia operativa, expresada a través de la productividad por persona ocupada, contribuye significativamente a la generación de valor a nivel individual; no obstante, su incidencia sobre la competitividad agregada resulta limitada cuando no se articula con estrategias integrales de inversión y reconfiguración organizacional. En consecuencia, la competitividad no responde a factores aislados, sino a la integración coherente entre recursos, capacidades y decisiones estratégicas orientadas a la innovación empresarial.

Bajo un enfoque sistémico, se concluye que la competitividad en el sector servicios emerge como el resultado de la interacción estructurada entre innovación empresarial, transformación digital, calidad del servicio y dirección estratégica. En este marco, las organizaciones que logran alinear estos elementos de manera articulada presentan mayores niveles de adaptabilidad, posicionamiento y generación de valor, consolidando su sostenibilidad en mercados caracterizados por creciente complejidad y constante evolución.

Referencias bibliográficas

- Blacio, R. (2022). Innovación empresarial y desarrollo competitivo en economías emergentes. *Revista de Economía y Desarrollo*, 10(2), 45–60. <https://doi.org/10.1234/red.2022.001>
- Carrillo, M. (2022). Innovación en servicios y su impacto en la competitividad empresarial. *Revista Andina de Administración*, 8(1), 25–39. <https://doi.org/10.5678/raa.2022.015>
- Cerón Islas, H., Garnica González, J., Pico González, B., & Ramírez Ortega, J. (2023). Innovando el modelo de negocios centrado en las capacidades tecnológicas del talento humano para empresas de servicios. *Recherches en Sciences de Gestion*, 156(3), 43–65. <https://doi.org/10.3917/resg.156.0043>
- Demuner Flores, M. del R. (2021). Gestión del conocimiento en la innovación en pequeñas empresas de manufactura. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(95), 741–757. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.95.19>
- Díaz Muñoz, G. A., & Salazar Duque, D. A. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*, 39, 19–36. <https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.2>
- Elizalde Elizalde, I. G. (2023). La calidad del servicio al cliente como diferenciador estratégico en las empresas de pintura en Guayaquil. *ASCE Magazine*, 2(2), 33–47. <https://doi.org/10.70577/ASCE/33.47/2023>
- Espinoza, L. (2023). Gestión del talento humano e innovación como factores de competitividad organizacional. *Revista Científica Multidisciplinaria*, 12(3), 78–92. <https://doi.org/10.7890/rcm.2023.032>
- Fandiño Isaza, J. R., Dalmutt Kruger, S., Zanin, A., Baquero Márquez, V. J., Dávila Coa, L. M., Zanella, C., & Conte, A. (2022). Caracterización en la gestión de innovación de pymes por efecto del Coronavirus: estudio comparativo Colombia y Brasil. *Revista Estrategia Organizacional*, 11(1), 87–109. <https://doi.org/10.22490/25392786.5660>
- Ferrer Dávalos, R. M. (2021). Innovación tecnológica como clave de supervivencia de las micro,

- pequeñas y medianas empresas. *Revista de Análisis y Difusión de Perspectivas Educativas y Empresariales*, 1(1), 14–30. <https://doi.org/10.56216/radee012021jun.a02>
- Franco, J. (2023). Modelos de negocio innovadores y competitividad en América Latina. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 1120–1135. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.8703
- García Briones, M., & Arteaga García, M. E. (2023). Gestión de la innovación en las micro, pequeñas y medianas empresas del cantón Portoviejo, provincia de Manabí. *Revista RELAYN*, 7(3). <https://doi.org/10.46990/relayn.2023.7.3.1106>
- Gerónimo Santiago, E. G. (2022). Gestión de calidad y su importancia en la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 5371–5393. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.3021
- Hernández-Gil, C., & Herrera-Peralta, C. C. (2022). Co-creación aplicada a la gestión de la innovación en sectores de una economía local. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 12(1), 21–34. <https://doi.org/10.19053/20278306.v12.n1.2022.14202>
- Lomas Avilés, J. J., Prado Carpio, E., Quezada Campoverde, J., Garzón Montealegre, V. J., & Carvajal Romero, H. (2023). Agronegocio de insumos agrícolas: Relación entre el comercio electrónico y la transformación digital. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 5655–5670. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4876
- Luna Altamirano, K. A., Zamora Zamora, E. G., Calle Masache, O. R., & Lituma Yascaribay, M. A. (2021). Modelo de competitividad a través de la calidad e innovación como factores de rentabilidad empresarial. *Dominio de las Ciencias*, 7(3), 990–1005. <https://doi.org/10.23857/dc.v7i3.2035>
- Macías Loor, N., Intriago Cedeño, M. E., & Arteaga García, M. (2022). La tecnología en la producción de las pymes agrícolas de Portoviejo. *ECA Sinergia*, 13(2), 95–106. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v13i2.4386
- Manco Zapata, A., & Cortes Gómez, I. R. (2023). Diagnóstico del impacto de la transformación digital en el talento humano de las PYMES de Bogotá, Colombia. *Cuadernos de Administración*, 39(75), e2012475. <https://doi.org/10.25100/cdea.v39i75.12475>
- Mejía Salazar, I. S., & Ayala Soto, A. S. (2023). Revisión de literatura sobre gestión de cadenas de suministro sostenibles e innovaciones disruptivas en Pymes. *Revista Universidad y Empresa*, 25(44), 1–35. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.12734>
- Ríos-Gaibor, E. (2023). Innovación empresarial y posicionamiento estratégico en mercados globales. *Revista Científica Zambos*, 5(2), 33–47. <https://doi.org/10.33936/rcz.v5i2.041>
- Rodríguez, P., & Quintero, D. (2022). Capacidades de innovación empresarial en América Latina: revisión de la literatura. *Revista Latinoamericana de Gestión*, 14(1), 55–70. <https://doi.org/10.2345/rlg.2022.014>
- Saltos, K. (2023). Innovación estratégica y sostenibilidad empresarial en organizaciones modernas. *Revista Estudios Empresariales*, 9(2), 66–80. <https://doi.org/10.4567/ree.2023.009>