



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniero de Empresas**

**TEMA: “Gestión del conocimiento y la innovación
empresarial en las empresas de producción de jeans
de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua”**

AUTOR: Christian Fernando Núñez Moyolema

TUTOR: Ing. Oswaldo Santiago Verdesoto Velastegui, PhD.

AMBATO – ECUADOR

Febrero 2025



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Oswaldo Santiago Verdesoto Velasteguí, PhD.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Gestión del conocimiento y la innovación empresarial en las empresas de producción de jeans de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua**” presentado por el señor **Christian Fernando Núñez Moyolema** para optar por el título de Ingeniero de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 30 de enero del 2025

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Santiago Verdesoto Velastegui', is written over a horizontal line. The signature is stylized and includes a large, sweeping flourish at the end.

Ing. Santiago Oswaldo Verdesoto Velastegui, PhD.

C.I.1802890036

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Christian Fernando Núñez Moyolema**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

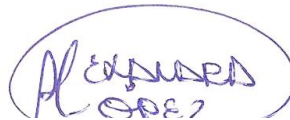


Christian Fernando Núñez Moyolema

C.I. 1804612438

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Dra. María Alexandra López Paredes, Mg.

C.I. 1802795714



Ing. Diana Cristina Morales Urrutia, PhD.

C.I. 1803547262

Ambato, 30 de enero del 2025

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Christian Fernando Núñez Moyolema

C.I. 1804612438

DEDICATORIA

En primer lugar, a mi Dios por su guía y fortalezas constantes para poder salir adelante con mis metas propuestas.

A mi querido hijo Julián, por ser mi mayor motivación y razón de ser cada día, ya que tú eres la luz que brilla en mi para poder salir adelante y nunca darme por vencido en todos los obstáculos que se cruzan en mi vida.

A mis padres por todo el apoyo que me han brindado durante toda mi vida, por su amor incondicional y por su apoyo incansable.

A mis hermanas que estuvieron en todo momento de mi vida, con sus consejos y palabras de aliento en las buenas y en las malas también por su compañía y aliento en momentos difíciles.

Y a Gaby por ser una gran persona conmigo, cuyas palabras de aliento y apoyo fueron fundamentales para superar los obstáculos y alcanzar este logro. Su presencia en mi vida ha sido el mejor regalo invaluable.

A toda mi familia doy gracias por cualquier apoyo que me brindaron, gracias a ustedes por creer en mí y por estar siempre a mi lado. Esta tesis es un tributo a su amor y apoyo.

Christian Fernando Núñez Moyolema.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y también especialmente a mis padres por su amor y sacrificio que me han brindado siempre, a mi hijo por su paciencia, cariño y comprensión. A toda mi familia que han sido mi roca y apoyo constante durante todo este proceso.

También quiero agradecer a mi Tutor, por su guía y orientación experta para el desarrollo de mi trabajo de investigación. Su conocimiento y experiencia han sido fundamentales para la realización de esta investigación.

Agradezco a la Universidad Técnica de Ambato y a la Facultad de Ciencias Administrativas que me han brindado la oportunidad de prepararme con sus conocimientos y enseñanzas para defenderme a un futuro competitivo.

Finalmente quiero agradecer a todas las personas que contribuyeron con su apoyo y aliento constante durante mi trabajo de investigación.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
ÍNDICE DE ANEXOS	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT	xiv
CAPÍTULO I	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1 Antecedentes Investigativos	1
1.2. Objetivos.....	2
1.2.1 Objetivo General	2
1.2.2 Objetivos Específicos	2
1.3 Problema de Investigación.....	2
1.4 Justificación	4
1.5 Marco Teórico	6
CAPÍTULO II.....	12
METODOLOGÍA.....	12
2.1 Métodos	12
2.1.1 Enfoque Cuantitativo	12
2.1.3 Paradigma del positivismo	12
2.1.4 Correlacional	13
2.2 Alcance o Tipo.....	13
2.2.1 Bibliográfica	13
2.2.3 De Campo	14
2.4 Modalidad.....	14

2.5 Población y muestra.....	15
2.5.1 Población	15
2.5.2 Muestra	15
2.6 Recopilación y procesamiento de información	16
2.6.1 Encuesta.....	16
2.7 Técnica	16
2.7.1 Prueba estadística (Spearman)	16
2.8 Instrumento (Validez y confiabilidad -recolección de información)	17
2.9 Planteamiento de la Hipótesis	18
CAPÍTULO III.....	19
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	19
3. Análisis y discusión de los resultados.	19
3.1 Genero	19
3.2 Valides y confiabilidad Alpha de Cronbach	20
3.3 Análisis de validez interna	20
3.4 Prueba de normalidad	21
3.5 Verificación de hipótesis	23
3.5.1 Prueba estadística Rho de Spearman	23
CAPÍTULO IV	26
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	26
4. Conclusiones	26
4.2 Recomendaciones.....	27
4.3 Futuras Investigaciones	28
ANEXO	29
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Instrumento	17
Tabla 2. Genero	19
Tabla 3. Alfa de Cronbach	20
Tabla 4. Prueba de KMO	21
Tabla 5. Prueba de Normalidad	21
Tabla 6. Prueba de Spearman	24

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Marco Teórico	10
Gráfico 2. Cuadro de interpretación datos de Genero	19

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Materiales de Referencia	29
---	----

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente estudio analiza la interrelación entre la gestión del conocimiento y la innovación empresarial, destacando su relevancia en la industria textil, específicamente en la producción de jeans en Ambato, provincia de Tungurahua.

La investigación confirma que existe una relación directa y positiva entre ambas variables, lo que resalta la importancia de una adecuada gestión del conocimiento como motor esencial para la innovación dentro de las empresas.

La gestión del conocimiento permite a las organizaciones almacenar, compartir y aplicar de manera eficiente la aplicación, lo que facilita toma de relaciones estratégicas y mejora de procesos internos.

Esta gestión eficiente actúa como catalizador para la innovación ya que propicia el desarrollo de nuevos productos, procesos y modelos de negocio.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN, PRODUCCIÓN, GESTIÓN, CONOCIMIENTO, COMERCIALIZACIÓN, RELACIÓN.

ABSTRACT

In the present study, the interrelation between knowledge management and business innovation is analyzed, highlighting its relevance in the textile industry, specifically in the production of jeans in Ambato, province of Tungurahua.

The research confirms that there is a direct and positive relationship between both variables, which highlights the importance of adequate knowledge management as an essential driver for innovation within companies.

Knowledge management allows organizations to efficiently store, share and apply application, facilitating strategic relationship making and internal process improvement.

This efficient management acts as a catalyst for innovation as it encourages the development of new products, processes and business models.

KEYWORDS: RESEARCH, INNOVATION, PRODUCTION, MANAGEMENT, KNOWLEDGE, MARKETING, RELATIONSHIP

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes Investigativos

En el cambiante mundo empresarial actual, la innovación se ha convertido en el pilar fundamental de toda empresa u organización (Trivedi & Srivastava, 2022). La naturaleza del crecimiento económico global a nivel mundial ha venido tomando constantes cambios en los últimos años generando una velocidad impresionante de innovación tecnológica (Liu et al., 2022); Esto ha sido posible gracias al desarrollo de la tecnología y los cambios de los ciclos de vida en los procesos de producción tanto de bienes tangibles como intangibles (Trivedi & Srivastava, 2022).

Debido a la rapidez con la que se generan nuevas necesidades en el entorno económico, las organizaciones deben asegurarse de manejar correctamente la gestión del conocimiento (Liu et al., 2022). Generando estrategias comerciales con innovación para construir y mantener una ventaja competitiva que pueda ser mejorada con el tiempo, pero sea una constatación (Baxtiyarjon Bulturbayevich & Maxbuba Abduvafoevna, 2022) con el fin de posesionarse en el entorno competitivo. La innovación, sin embargo, puede volverse cada vez más compleja debido a las cambiantes necesidades de los clientes, amplia presión competitiva (Voronina et al., 2022.).

La complejidad de la innovación también se ha visto incrementada porque años atrás se manejaba de distinta manera la gestión del conocimiento de una forma más empírica (Bayraktar et al., 2017); Es por ello que en la actualidad el conocimiento disponible dentro de las organizaciones se basa en la innovación tecnológica extremadamente dependiente de la disponibilidad del conocimiento (Sneddon, 2022). La complejidad creada por la exposición de riqueza y alcance del conocimiento tienen que ser identificadas y gestionadas para garantizar una innovación óptima.

1.2. Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Analizar la influencia de la gestión del conocimiento y la innovación empresarial en las empresas de producción de jeans de la ciudad de Ambato de la provincia de Tungurahua.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente las variables de gestión del conocimiento e innovación empresarial.
- Determinar la situación actual de la gestión del conocimiento y la innovación empresarial.
- Establecer la relación de la gestión del conocimiento y la innovación empresarial.

1.3 Problema de Investigación

En la actualidad vivimos en un entorno de cambio constante generando la necesidad de crear perspectivas basadas en estrategias de gestión del conocimiento, desarrollando una cultura corporativa con propósito integrado a los procesos de negocio. Las empresas a nivel mundial se han visto obligadas a buscar métodos que puedan adaptarse a un modelo de negocio cambiante, sostenible en el tiempo y que se pueda gestionar de forma eficaz y eficiente los recursos en la producción y que no se vea afectada la calidad del producto final que llegara al consumidor (Trivedi & Srivastava, 2022). Los radicales cambios en el entorno empresarial actual a nivel de Latinoamérica el mercado es cada vez más competitivo y la tasa de innovación está aumentando han hecho que las empresas se den cuenta de que el conocimiento es un activo clave (Baxtiyarjon Bulturbayevich & Maxbuba Abduvafojevna, 2022).

Los activos más valiosos de las empresas en el siglo XXI son sus conocimientos y sus trabajadores, dentro de este contexto la capacidad empresarial para explotar sus activos intangibles se ha vuelto mucho más decisiva que su capacidad de invertir y

gestionar sus activos fijos (Oluikpe, 2012). Para que las empresas tengan éxito en la explotación de los activos del conocimiento debe ir de la mano con la innovación empresarial, esto significa que los objetivos y estrategias del conocimiento se ve reflejado en la estrategia corporativa (Anantatmula, 2010). Sin embargo, los libros de texto que hablan de la gestión del conocimiento no abordan realmente la interdependencia entre la gestión del conocimiento y la innovación empresarial, solo proporcionan un esquema general (Snyman & Kruger, 2004).

A lo largo de los años los empresarios por la falta de información en la actualidad siguen considerando a la gestión del conocimiento como algo separado de la innovación empresarial, lo que conduce a una incapacidad para alinear los objetivos corporativos (Andreeva & Kianto, 2012). En los últimos años la convergencia de los avances tecnológicos y una serie de otros factores crearon un mundo cada vez más reducido, una economía global en expansión. Para gestionar con éxito un método competitivo se debe involucrar a la innovación con un ligero alejamiento de las prácticas comerciales estándar y tradicionales (Liu et al., 2022).

La innovación se ha convertido en el reto por excelencia para todo tipo de organizaciones, científicos concuerdan (Baxtiyarjon Bulturbayevich & Maxbuba Abduvafojevna, 2022; Liu et al., 2022; Rahim Sadigov, 2022; Voronina et al., 2023.)que la competencia basada en la innovación puede servir como base para un crecimiento sostenido desarrollado en y la economía del conocimiento en empresas de procesos, la innovación puede verse básicamente como un proceso de producir una nueva idea viable y luego implementarla de una manera que produzca valor. La literatura actual parece estar de acuerdo en que la gestión del conocimiento pueda mejorar notablemente la innovación en las organizaciones, no obstante, las implicancias de esta idea aún permanecen muy general (Bashir & Farooq, 2019).

La innovación puede describirse como la implementación tanto de descubrimientos como de invenciones y el proceso mediante el cual nuevos resultados, ya sean productos, sistemas o procesos, entran en juego (Jiang et al., 2022). Las capacidades de innovación son intangibles se encuentran de forma individual como en grupo de personas y hoy en día se les llama capital humano es ahí donde se unen el

conocimiento y la innovación a través de la capacidad de interactuar cooperar y tomar decisiones (Bayraktar et al., 2017). Por esta razón es necesario desarrollar mecanismos que permitan al talento humano de las empresas disponer de todo el potencial del conocimiento que se encuentra disperso en las organizaciones (Liu et al., 2022).

El objetivo de esta investigación es establecer la relación de la gestión del conocimiento y la innovación empresarial en las empresas de producción de jean de la ciudad de Ambato de la provincia de Tungurahua. Considerando que en la actualidad la tecnología en innovación son los pilares fundamentales para entrar en un mercado competitivo.

Este estudio llena el vacío de la investigación de estudios anteriores, examinando el proceso KM en la mejora de las estrategias de la gestión de conocimiento y su impacto en la innovación KISO. Aunque la innovación se considera el resultado más fundamental de este proceso varios investigadores (Bashir & Farooq, 2019a; Baxtiyarjon Bulturbayevich & Maxbuba Abduvafojevna, 2022; Rahim Sadigov, 2022) discuten sobre el impacto sinérgico en la gestión del conocimiento y la innovación empresarial con el logro de una ventaja competitiva. Se pretende desarrollar la capacidad empresarial para sistematizar los conocimientos disponibles y los nuevos conocimientos producidos generando innovación.

1.4 Justificación

Este estudio cobra significancia pues ayudara a operar dentro de una economía del conocimiento es decir se gestionará el conocimiento para lograr una innovación competitiva sostenible, resulta cada vez más vital poder gestionar eficazmente el conocimiento (Saqib et al., 2023.). El conocimiento ahora se considera un elemento valorado (explicito) para productos o servicios integrados que generen innovación con una exposición tacita debido a la alta movilidad de cambios y necesidades a nivel mundial (Sonmez Cakir et al., 2024).

Así mismo, mediante esta investigación se plantea generar conocimiento científico, que permita conocer estrategias competitivas basadas en la gestión del conocimiento y la innovación, considerando que el conocimiento es el poder

organizacional más fuerte dentro de las organizaciones. No obstante, como aporte adicional para esta investigación, se consideró otros estudios previos a nivel de Latinoamérica, que nos permita robustecer la existente relación entre la gestión del conocimiento y la innovación empresarial; entre estos autores encontramos a (Baxtiyarjon Bulturbayevich & Maxbuba Abduvafojevna, 2022; Bayraktar et al., 2017; Liu et al., 2022; Rahim Sadigov, 2022; Trivedi & Srivastava, 2022) quienes concuerdan que la gestión del conocimiento va de la mano de la innovación para obtener competitividad empresarial.

La gestión del conocimiento con un enfoque en la innovación sostenible genera una economía estable para hacer frente a los constantes cambio sociales y políticos (Baxtiyarjon Bulturbayevich & Maxbuba Abduvafojevna, 2022). La implementación de la gestión del conocimiento se está convirtiendo cada vez más en un poder principal para mejorar el desempeño organizacional a nivel mundial (Rahim Sadigov, 2022). Si bien es cierto que en Latinoamérica existe un vacío en esta parte de investigación.

En general, este estudio brinda un estilo diferente en el enfoque de estudio de la gestión del conocimiento y la innovación empresarial en una empresa de producción, gracias a este estudio los gerentes y administradores de diversas organizaciones o empresas de producción, tendrán una alternativa estratégica para obtener competitividad en el mercado actual. Adicionalmente se considera a este estudio viable por cuanto abre nuevas estrategias factibles para una innovación optima basada en la gestión del conocimiento y se mantengan en el tiempo.

1.5 Marco Teórico

El mundo enfrenta cambios constantes debido a un deterioro socio económico en el que ha aumentado la necesidad de innovación y actualización en las estrategias empresariales, es decir generando brechas de investigación totalmente nuevas en comparación a los procesos de las organizaciones (Baxtiyarjon Bulturbayevich & Maxbuba Abduvafojevna, 2022) con la finalidad de mejorar el desempeño y el crecimiento en el mercado actual orientado al conocimiento. En Latinoamérica existe un déficit en la gestión del conocimiento ya que aún se maneja mucho el conocimiento empírico (Voronina et al., 2023.). Mejorar el desempeño de la innovación es fundamental para las organizaciones de servicios intensivos en conocimiento con la finalidad de generar procesos estratégicos que se mantengan durante el tiempo (Bashir & Farooq, 2019a).

La gestión del conocimiento es un campo de estudio interdisciplinario que se enfoca en identificar, capturar, almacenar, compartir y utilizar el conocimiento dentro de una organización con el fin de mejorar su desempeño y su capacidad de innovar (Andreeva & Kianto, 2012). Dentro de Ecuador no se ejecuta la gestión del conocimiento de una forma consciente sino por el contrario, gran parte de los empresarios sean grandes, medianos o pequeños manejan de forma empírica la gestión del conocimiento no es al consciente en la actualidad para la persona (Andreeva & Kianto, 2011). El conocimiento tácito es personal y subjetivo, difícil de formalizar lo que hoy en día se utiliza en cualquier idea de emprendimiento o nacimiento de una nueva empresa (Anantatmula, 2010). Mientras que el subjetivo tiene un conocimiento y experiencia procesal de por medio, es decir el conocimiento explícito es formal (Snyman & Kruger, 2004).

Los académicos y las comunidades empresariales respaldan los procesos de gestión del conocimiento como una capacidad que facilita el uso de recursos del conocimiento para mejorar la innovación proporcionando así una ventaja competitiva en las organizaciones (Trivedi & Srivastava, 2022). Para ello es necesario establecer procesos y procedimientos claros para la gestión del conocimiento en una empresa es

esencial para garantizar que el conocimiento se comparta de manera efectiva y eficiente mediante canales formales e informales de comunicación y promover la colaboración y el intercambio de conocimiento entre los empleados (Baxtiyarjon Bulturbayevich & Maxbuba Abduvafojevna, 2022; Liu et al., 2022; Trivedi & Srivastava, 2022). La visión de contingencia de la gestión del conocimiento sugiere que al alinear los recursos se obtiene mejores resultados con una mayor innovación generando rentabilidad y posicionamiento en el mercado (Trivedi & Srivastava, 2022).

Aunque existe una interconexión en la literatura son escasos los estudios que proporcionan evidencia sobre la relación de la gestión empresarial y la innovación en las empresas en general latinoamericanas (Baxtiyarjon Bulturbayevich & Maxbuba Abduvafojevna, 2022). El sector productivo se está moviendo cada vez más intensivo en conocimiento y es el principal contribuyente a la economía ecuatoriana en términos de valor agregado bruto y empleo (Bayraktar et al., 2017). La gestión empresarial se refiere a las bases conceptuales y teóricas que sustentan la práctica de administrar y dirigir una empresa de manera efectiva (Bashir & Farooq, 2019) ; se enfoca en diversas corrientes y enfoques teóricos que se han generado desde la teoría clásica de la administración como la administración de Fayol, la teoría de contingencia de Fiedler, la teoría Z de Ouchi entre otros (Andreeva & Kianto, 2011).

Estas teorías proporcionan herramientas y principios para entender cómo funcionan las organizaciones, cómo se puede optimizar los procesos internos, cómo motivar a los empleados y cómo adaptarse a un entorno empresarial cambiante (Oluikpe, 2012). Sin embargo, no hay estudios que relacionen a todas estas teorías que perduran en el tiempo con una teoría de innovación que se apegue a la realidad actual empresarial por lo que, no están siendo viables las teorías antes mencionadas debido a que no se ajustan a la realidad tecnológica (Liu et al., 2022). Según (Trivedi & Srivastava, 2022) sugiere que los gerentes adopten procesos de gestión del conocimiento, como la creación, el intercambio, la adquisición y la base de conocimientos que permitan a las empresas ser diferentes y rentables que sus competidores.

Después de sobrellevar una pandemia, la gestión empresarial ha experimentado cambios significativos y se ha vuelto más compleja y desafiante (Malinao & Ebi, 2023). La adaptación al cambio ha generado incluso pérdidas empresariales ya que existió un gran porcentaje de quiebre organizacional debido a la dificultad de adaptarse rápidamente a las nuevas condiciones del mercado ya que, se reestructuro las operaciones optando medidas como el teletrabajo, la digitalización de procesos para garantizar la continuidad del negocio (Sneddon, 2022); Esto llevo a generar resiliencia empresarial ya que la capacidad de resistir y sobreponerse a la adversidad se ha vuelto fundamental, las empresas han tenido que adaptarse a la tecnología, gestionando mejor el riesgo y siendo ágiles en la toma de decisiones (Malinao & Ebi, 2023).

Con el pasar del tiempo las empresas se han visto obligadas a implementar una gestión empresarial que requiere de liderazgo visionario, flexibilidad, adaptabilidad y un enfoque centrado en la gestión del conocimiento tecnológico de las personas (Trivedi & Srivastava, 2022). Las empresas que logren ajustarse a estas nuevas realidades y adoptar un enfoque proactivo ante los desafíos que se presentan, estarán mejor preparadas para enfrentar el futuro con éxito (Liu et al., 2022). Por el contrario, las empresas que sigan utilizando las teorías pasadas sin tomar en cuenta los cambios drásticos de los últimos cuatro años no serán sostenibles en el tiempo y por ende no generan competitividad empresarial porque la tecnología se apodero del entorno organizacional después de la pandemia.

Una vez realizado un bosquejo literario sobre la gestión empresarial en procesos de producción varias investigaciones concuerdan (Bashir & Farooq, 2019; Liu et al., 2022; Malinao & Ebi, n.d.; Trivedi & Srivastava, 2022) que la gestión del conocimiento en una empresa de procesos es crucial maximizar la eficiencia operativa, fomentar la innovación y mejorar la calidad de los productos; basado en la utilización de herramientas digitales para almacenar y compartir información relevante sobre el proceso de producción, como especificaciones técnicas, patrones, planos y procedimientos, esto facilita la información y evita la pérdida de conocimientos clave.

La gestión del conocimiento en una empresa de producción de jeans conlleva la implementación de prácticas que promuevan el intercambio de información,

capacitación constante del personal, la colaboración y la mejora continua para crear una gestión empresarial que se sostenga en el tiempo con estrategias sólidas y sustentadas (Vigo Contreras, 2022.). Al integrar estas estrategias en la cultura empresarial, la empresa puede fortalecer su competitividad, aumentar la eficacia operativa y satisfacer las demandas del mercado de manera más efectiva y competitiva para ofrecer un valor superior con calidad optima de producción (Trivedi & Srivastava, 2022).

La innovación es la clave fundamental en una empresa de producción para mantenerse en constante evolución y adaptarse al cambio, anticiparse a la demanda del mercado y desarrollar productos innovadores que capten la atención de los clientes (Vigo Contreras, 2022.). En la industria de producción de jeans se debe invertir en investigación y desarrollo de patrones tecnológicos que creen nuevos diseños, sin dejar de lado la gestión del conocimiento del talento humano, es decir establecer alianzas con diseñadores de moda, influencers y demás herramientas de gestión empresarial que se alineen nuestra realidad actual (Baxtiyarjon Bulturbayevich & Maxbuba Abduvafojevna, 2022).

Investigadores afirman (Baxtiyarjon Bulturbayevich & Maxbuba Abduvafojevna, 2022; Liu et al., 2022; Rahim Sadigov, 2022; Trivedi & Srivastava, 2022; Voronina et al., 2023.) que fomentar una cultura organizacional donde la gestión de innovación se valore, la creatividad, la experimentación y el aprendizaje continuo, estimule a los colaboradores en la generación de ideas innovadoras, ofrecer incentivos para la innovación y celebrar los éxitos logrados a través de la gestión de su propio conocimiento.

En definitiva, la innovación empresarial en una empresa de producción de jeans requiere de un enfoque proactivo hacia la investigación, el desarrollo de productos, las alianzas estrategias y la sostenibilidad tecnológica genera un diferenciador competitivo, que satisface las necesidades cambiantes de los consumidores y alcanza el éxito a largo plazo (Vigo Contreras, 2022.). La gestión del conocimiento juega un papel fundamental en la promoción de la innovación empresarial; a través de la gestión eficaz del conocimiento, las organizaciones pueden identificar oportunidades de

mejora, detectar necesidades no satisfechas en el mercado basado en el conocimiento de sus mismos colaboradores (Rahim Sadigov, 2022).

La gestión del conocimiento facilita la transferencia de conocimiento, ideas y experiencias entre empleados, lo que puede inspirar nuevas soluciones innovadoras; al compartir y colaborar en la generación de ideas, se puede crear sinergias que potencien la creatividad y la innovación empresarial es lo que este estudio busca a futuro determinar si existe relación entre la variable de gestión del conocimiento y la innovación. Considerando que la gestión del conocimiento también fomenta el aprendizaje organizacional, es decir, la capacidad de la empresa para adaptarse, evolucionar y mejorar continuamente.

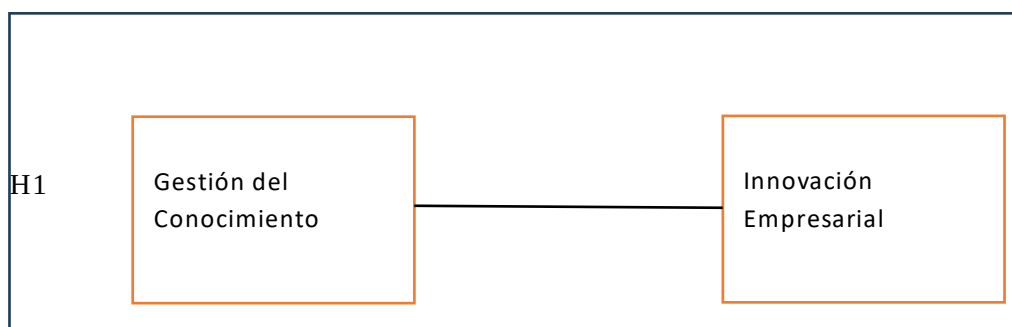


Gráfico 1. Marco Teórico

Tomado de: (Trivedi & Srivastava, 2022)

H1: La gestión del conocimiento tiene relación directa y positiva con la innovación empresarial.

En la actualidad la fusión de la gestión del conocimiento y la innovación empresarial es un factor esencial para aumentar la competitividad y lograr la ventaja competitiva a nivel mundial (Trivedi & Srivastava, 2022). Es por ello que genera la necesidad de analizar la influencia de la gestión del conocimiento sobre la innovación; Esta investigación se suma al conjunto de conocimientos al explicar los procesos internos de la innovación y su relación con la gestión empresarial, para resaltar los efectos dinámicos de la competitividad.

En el panorama dinámico de la era digital, el conocimiento efectivo empresarial es primordial para las organizaciones es decir no tiene mucho impacto la innovación sino por el contrario al comercializar cualquier servicio o producto por cualquier medio digital no es necesario la innovación según estudios de los últimos años (Baxtiyarjon Bulturbayevich & Maxbuba Abduvafojevna, 2022; Liu et al., 2022; Rahim Sadigov, 2022; Trivedi & Srivastava, 2022; Voronina et al., 2023.). El presente trabajo de investigación profunda interrelaciona entre la gestión del conocimiento y la innovación en un entorno actual en el que ya se fusiona la tecnología con el comercio tradicional.

Al analizar sistemáticamente la literatura académica esta investigación contribuye a una comprensión integral de la gestión del conocimiento en un entorno de evolución digital; arrojando luz sobre las implicaciones de la innovación en un entorno de constantes cambios tanto en la teoría como en la práctica. Considerando que en la era digital la información prevalece con una gestión del conocimiento eficaz la innovación debe significar una estrategia de competitividad.

Ahora referente a la investigación explorada se basa en los hallazgos explorados a través de un instrumento de 16 ítems validado por (Trivedi & Srivastava, 2022) generando un panorama donde el conocimiento de la gestión empresarial y la innovación será aplicada en Latinoamérica, Ecuador en Ambato generando información importante para las empresas, contribuyendo a la investigación ; ya que en la actualidad existe una brecha de investigación ya que no hay estudios realizados anteriormente en el entorno propuesto.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Métodos

2.1.1 Enfoque Cuantitativo

El enfoque que utiliza la investigación es cuantitativo es secuencial y probatorio, dado que se hará una recolección de datos para probar hipótesis y relacionar variables mediante el análisis estadístico basado en una medición numérica, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar una teoría (Sampieri et al., 2018.). Parte de una idea probatoria, que se delimita y se derivan preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o perspectiva teórica (Fundamentales & Científico, 2010.).

2.1.3 Paradigma del positivismo

El positivismo es una corriente filosófica que sostiene que el único conocimiento válido es el conocimiento científico, es decir, aquel que se basa en la observación empírica y en el análisis racional de los fenómenos. Este paradigma enfatiza la importancia de la experiencia y los hechos verificables como base para el conocimiento, rechazando cualquier tipo de especulación metafísica o suposiciones no demostrables(Luis Gerardo Meza Cascante, 2004.).

Según Kolakowski, L. (1966), el positivismo considera que la ciencia es el único método confiable para comprender el mundo y resolver problemas, y que la realidad puede ser comprendida a través del estudio objetivo y sistemático de los fenómenos naturales y sociales. Este enfoque fue promovido principalmente por el filósofo francés Auguste Comte en el siglo XIX y tuvo una gran influencia en el desarrollo de diversas disciplinas, como la sociología y la psicología.

2.1.4 Correlacional

La investigación correlacional es un tipo de estudio que se centra en examinar la relación entre dos o más variables, sin manipular ninguna de ellas. En lugar de establecer una relación causal entre las variables, como se hace en los experimentos, la investigación correlacional busca determinar si existe una relación estadística entre las variables y, en su caso, la fuerza y la dirección de esta relación (Sampieri et al., 2018.).

En una investigación correlacional, se recopilan datos sobre las variables de interés y luego se analiza si existe una asociación entre ellas. Esto se hace típicamente utilizando técnicas estadísticas como el coeficiente de correlación, que indica la fuerza y la dirección de la relación entre dos variables. Un coeficiente de correlación positivo indica que las variables están relacionadas en la misma dirección, mientras que un coeficiente negativo indica una relación en direcciones opuestas (Luis Gerardo Meza Cascante, 2004.).

Según Kolakowski, L. (1966), es importante destacar que la investigación correlacional no establece una relación causal entre las variables. Es decir, no podemos concluir que un cambio en una variable causa un cambio en la otra variable, solo podemos decir que están relacionadas de alguna manera. Sin embargo, la investigación correlacional puede ser útil para generar hipótesis y dirigir investigaciones posteriores para explorar relaciones causales más profundamente.

2.2 Alcance o Tipo

2.2.1 Bibliográfica

La investigación bibliográfica es un tipo de investigación que se centra en el análisis y estudio de la literatura existente sobre un tema específico. Consiste en recopilar, revisar, y analizar materiales escritos como libros, artículos académicos, informes, tesis, y cualquier otro tipo de documento que contenga información relevante para el área de estudio en cuestión (Gómez-Luna et al., 2014).

El objetivo principal de la investigación bibliográfica es obtener una comprensión completa y actualizada del estado del conocimiento sobre un tema determinado. Esto puede incluir la identificación de teorías, enfoques metodológicos, hallazgos previos, debates, y lagunas en la investigación existente (Sampieri et al., 2018.).

La investigación bibliográfica es uno de los primeros pasos en un proyecto de investigación más amplio, ya que proporciona una base sólida de conocimiento sobre la cual construir. Además, puede ayudar a los investigadores a contextualizar su propio trabajo dentro del campo de estudio, identificar áreas de interés para investigaciones futuras, y evitar la duplicación de esfuerzos investigativos ya realizados por otros (Gómez-Luna et al., 2014).

2.2.3 De Campo

La investigación de campo es un enfoque metodológico en el que los investigadores recopilan datos directamente del mundo real, en lugar de basarse únicamente en información ya existente en fuentes bibliográficas u otras fuentes secundarias. Este tipo de investigación implica la observación y la recopilación de datos de primera mano en el entorno natural o en situaciones específicas donde ocurren los fenómenos que se están estudiando (Gómez-Luna et al., 2014).

2.4 Modalidad

Para la recolección de datos se utilizó el Google drive con la finalidad de tener mayor aceptación de la muestra seleccionada para el estudio.

2.5 Población y muestra

2.5.1 Población

La presente investigación evalúa la relación de la gestión del conocimiento y la innovación empresarial en las empresas de producción de jean de la ciudad de Ambato de la provincia de Tungurahua. En tal virtud la población objetivo es todos los colaboradores de las 10 maquilas existentes A&M Denim con un total de trabajadores de 200 distribuidos en las distintas sucursales Ambateñas.

2.5.2 Muestra

Es el subconjunto representativo de la población total de empresas de producción de jeans en Ambato.

Fórmula:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza (1,96)

p = Probabilidad de éxito (0,5)

q = Probabilidad de fracaso (0,5)

N = Tamaño de la población (632.541)

e = Margen de error (0,05)

$$n = \frac{1,96^2 (0,5) (0,5) (200)}{1,96^2 (0,5) (0,5) + 200 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(184.42)}{0,9604 + 1.82}$$

$$n = \frac{184.42}{1.82}$$

$$n = 101$$

Después de realizar el cálculo correspondiente se concluye que la muestra de esta investigación es de 101 colaboradores de empresas maquiladoras de jeans de Ambato.

2.6 Recopilación y procesamiento de información

2.6.1 Encuesta

Es una herramienta de investigación que se utiliza para recopilar datos de una muestra de individuos con el fin de comprender sus opiniones, actitudes, comportamientos u otras características específicas (Gómez-Luna et al., 2014). En la presente investigación se utilizará un instrumento validado por (Trivedi & Srivastava, 2022).

2.7 Técnica

2.7.1 Prueba estadística (Spearman)

El estadístico de Spearman es una medida de correlación no paramétrica que evalúa la relación entre dos variables ordinales o de intervalo. Fue desarrollado por Charles Spearman, un psicólogo británico, y es especialmente útil cuando las variables no siguen una distribución normal o cuando los datos son de tipo ordinal (Gómez-Luna et al., 2014).

La correlación de Spearman se basa en la clasificación de los valores de cada variable en orden ascendente o descendente, y luego calcula la correlación entre los rangos de las dos variables en lugar de utilizar los valores brutos de los datos. Esto lo hace robusto frente a datos atípicos y más adecuado para datos que no cumplen con los supuestos de normalidad (Fundamentales & Científico, 2004.).

Es por ello que en la presente investigación se utilizara el estadígrafo estadístico RO Spearman.

2.8 Instrumento (Validez y confiabilidad -recolección de información)

Tabla 1. Instrumento

Procesos de gestión del conocimiento.	
1	KS1 En nuestra organización, la información y el conocimiento se comparten activamente dentro de las unidades
2	KS2 En nuestra organización, empleados y directivos intercambian mucha información y conocimientos.
3	KS3 Nuestra organización comparte mucho conocimiento e información con socios
4	KS4 Nuestros empleados son informados sistemáticamente de los cambios en procedimientos, instrucciones y regulaciones
5	KC1 Nuestra organización frecuentemente presenta nuevas ideas sobre nuestros productos y/o servicios
6	KC2 Nuestra organización frecuentemente presenta nuevas ideas sobre nuestros métodos y procesos de trabajo.
Innovación	
1	PS1 En comparación con nuestros competidores, nuestra empresa ha introducido productos más innovadores y servicios durante los últimos cinco años
2	PS2 Nuestros nuevos productos y servicios a menudo son percibidos por los clientes como muy novedosos
3	PS3 En comparación con nuestros competidores, nuestra empresa tiene una menor tasa de éxito de nuevos productos y servicios.
4	PS5 Nuestra empresa cambia las operaciones de productos y servicios a gran velocidad en comparación con nuestros competidores
5	PS6 En comparación con nuestros competidores, el programa de marketing más reciente de nuestros productos y servicios es
6	PS7 En la introducción de nuevos productos y servicios, nuestra empresa suele estar a la vanguardia de la tecnología.
7	PS8 Nuestros productos y servicios recientes son solo cambios menores con respecto a nuestros productos y servicios anteriores
8	PHV1 Recibimos mucho apoyo de los directivos si queremos probar nuevas formas de hacer las cosas.
9	BHV3 Animamos a las personas a pensar y comportarse de manera original y novedosa.

2.9 Planteamiento de la Hipótesis

H1: La gestión del conocimiento tiene relación directa y positiva con la innovación empresarial.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3. Análisis y discusión de los resultados.

3.1 Genero

Se muestra el género de los participantes donde el porcentaje de mujeres es mayor en un 37.70% y el porcentaje de hombres es mejor en un 62,30%.

Tabla 2. Genero

Género	Cantidad	Porcentaje
Mujer	33	37,70%
Hombre	68	62,30%
TOTAL	101	100 %

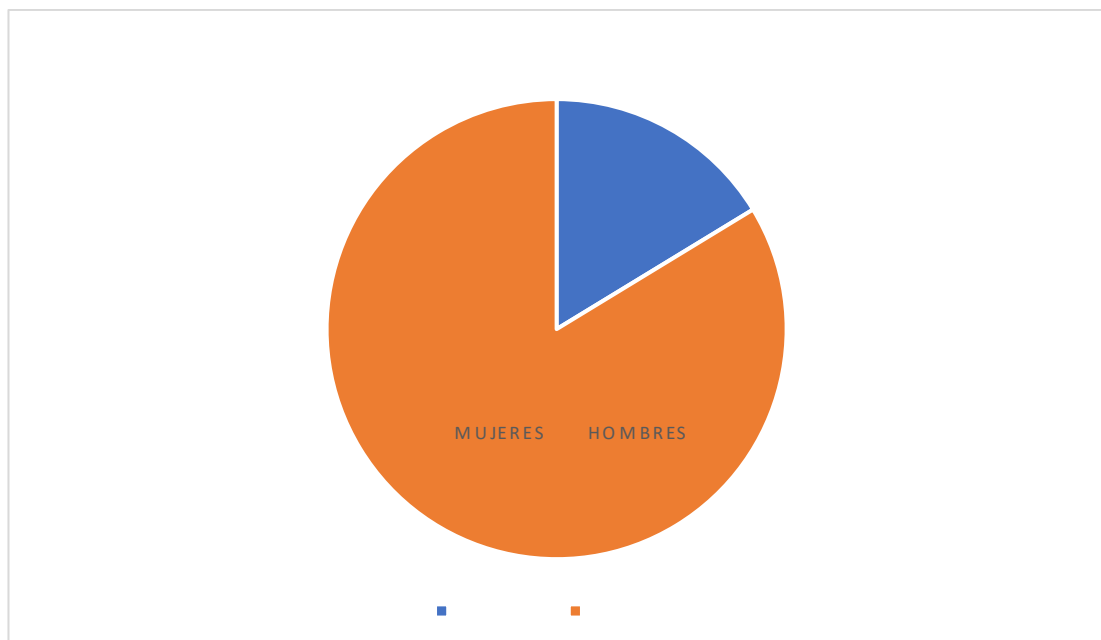


Gráfico 2. Cuadro de interpretación datos de Genero

En el contexto de mi tesis sobre la gestión del conocimiento y la innovación empresarial en el sector textil de Ambato, se ha observado una preponderancia de

mujeres sobre hombres en la muestra analizada. Este desequilibrio de género podría influir en los resultados estadísticos del estudio, ya que la composición demográfica de la muestra puede afectar la interpretación de los datos, especialmente en lo que respecta a la adopción y la percepción de las prácticas de gestión del conocimiento y la innovación. Es fundamental considerar este factor como una posible fuente de sesgo, que podría incidir en la generalización de los resultados y en la identificación de patrones específicos dentro de la población estudiada.

3.2 Valides y confiabilidad Alpha de Cronbach

El instrumento fue validado y adaptado previamente, en varios estudios dichas investigaciones arrojan altos índices de fiabilidad en cada constructo, superiores al 0,7 (Trivedi & Srivastava, 2022). Los cuales han sido evaluados a través de alfa de Cronbach, por test de consistencia interna ya que es una medida de confiabilidad que puede proporcionar indicios sobre la validez de una escala, sin embargo en el caso de este estudio llevado a cabo en Ecuador en la ciudad de Ambato, cumple la norma de fiabilidad y valides ya que el resultado es de 0,8 además de tener fundamento literario justificando así la validez y confiabilidad del contenido.

Tabla 3. Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,884	15

3.3 Análisis de validez interna

Para Sampieri et al., (2018.) el análisis de validez interna se refiere a la precisión y solidez de las variables obtenidas a través de la estadística y su nivel de significancia de las variables que deben cumplir los siguientes supuestos: comunalidad >0.4 ;

KMO >0.5; y Bartlett significancia (Sig.) <0.5. Por tanto, una vez realizado el procedimiento de validez interna se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 4. Prueba de KMO

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0,868
Prueba de esfericidad de Aprox. Chi-cuadrado		2069,441
Bartlett	Gl	105
	Sig.	0,000

Una vez aplicado se puede verificar que la gestión del conocimiento y la innovación empresarial cumplen con la validez interna ya que la significancia es 0.00 en el entorno aplicado Latinoamérica Ecuador, Ambato.

3.4 Prueba de normalidad

Previo al análisis de correlación de la prueba de hipótesis se debe evaluar la normalidad de los datos, es decir que todas las variables que estén incluidas en un análisis multivariante.

Tabla 5. Prueba de Normalidad

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
¿En nuestra organización, la información y el conocimiento se comparten activamente dentro de las unidades?	,205	217	,000	,892	217	,000
¿En nuestra organización, empleados y directivos intercambian mucha información y conocimientos?	,288	217	,000	,787	217	,000

¿Nuestra organización comparte mucho conocimiento e información con socios estratégicos?	,178	217	,000	,872	217	,000
¿ Nuestros empleados son informados sistemáticamente de los cambios en procedimientos, instrucciones y regulaciones?	,156	217	,000	,910	217	,000
¿Nuestra organización frecuentemente presenta nuevas ideas sobre nuestros productos y/o servicios?	,200	217	,000	,865	217	,000
¿ Nuestra organización frecuentemente presenta nuevas ideas sobre nuestros métodos y procesos de trabajo?	,244	217	,000	,793	217	,000
¿En comparación con nuestros competidores, nuestra empresa ha introducido productos más innovadores y servicios durante los últimos cinco años?	,211	217	,000	,824	217	,000
¿Nuestros nuevos productos y servicios a menudo son percibidos por los clientes como muy novedosos?	,204	217	,000	,871	217	,000
¿En comparación con nuestros competidores, nuestra empresa tiene una menor tasa de éxito de nuevos productos y servicios?	,212	217	,000	,864	217	,000
¿Nuestra empresa cambia las operaciones de productos y servicios a gran velocidad en comparación con nuestros competidores?	,203	217	,000	,877	217	,000
¿En comparación con nuestros competidores, el programa de marketing más reciente de nuestros productos y servicios es revolucionario en el mercado?	,221	217	,000	,846	217	,000

¿En la introducción de nuevos productos y servicios, nuestra empresa suele estar a la vanguardia de la tecnología?	,226	217	,000	,853	217	,000
¿Nuestros productos y servicios recientes son solo cambios menores con respecto a nuestros productos y servicios anteriores?	,231	217	,000	,845	217	,000
¿Recibimos mucho apoyo de los directivos si queremos probar nuevas formas de hacer las cosas?	,229	217	,000	,811	217	,000
¿Animamos a las personas a pensar y comportarse de manera original y novedosa?	,204	217	,000	,873	217	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

En el marco de mi tesis sobre la gestión del conocimiento y la innovación empresarial, he procedido a realizar una prueba de normalidad para evaluar la distribución de mis datos. El análisis ha indicado que los datos no siguen una distribución normal, lo que justifica la aplicación de métodos estadísticos no paramétricos. En este contexto, llevo a cabo la prueba de correlación para investigar la relación entre la gestión del conocimiento y la innovación empresarial. Este enfoque me permite obtener conclusiones más robustas, dadas las características particulares de los datos y el objetivo de comprender cómo estas dos variables se interrelacionan en el ámbito empresarial.

3.5 Verificación de hipótesis

3.5.1 Prueba estadística Rho de Spearman

En la presente investigación se aplicó la prueba de **Spearman** considerando que según Sampieri et al., (2018.) , es un método no paramétrico utilizado para evaluar la relación monotónica entre dos variables, es decir, para determinar si existe una asociación consistente en el sentido de que a medida que una variable aumenta o

disminuye, la otra también lo hace, aunque no necesariamente de manera lineal. A diferencia de otras pruebas estadísticas, que requiere que los datos sean intercalares y tengan una distribución normal, Spearman se basa en los rangos de los valores y es adecuado para datos ordinales o continuos que no siguen una distribución normal. Para Kolakowski, L. (1966) los supuestos principales de la prueba de Spearman incluyen: 1) que la relación entre las variables sea monotónica, 2) que las observaciones sean independientes, y 3) que las variables sean al menos de escala ordinal. La prueba se utiliza para determinar si existe una asociación significativa entre la gestión del conocimiento y la innovación empresarial sin asumir una relación lineal precisa.

Tabla 6. Prueba de Spearman

Correlaciones

				Gestion_Conocimiento	Innovacion_Empresarial
Rho de Spearman	Gestion_Conocimiento	Coeficiente de correlación	de	1,000	,492**
		Sig. (bilateral)		.	,000
		N		217	217
	Innovacion_Empresarial	Coeficiente de correlación	de	,492**	1,000
		Sig. (bilateral)		,000	.
		N		217	217

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En contexto de la investigación realizada, la prueba de Spearman arroja un valor de **0.01** en el nivel de significancia, lo que indica una correlación estadísticamente significativa entre la gestión del conocimiento y la innovación empresarial. Este valor sugiere que a medida que las organizaciones mejoran su gestión del conocimiento (a través de prácticas como la recopilación, distribución y utilización efectiva del conocimiento), se incrementa su capacidad para innovar. La implica que existe una asociación en la que ambas variables tienden a aumentar juntas.

La gestión del conocimiento es un factor clave en la capacidad de una empresa para generar innovación. Al organizar y optimizar el flujo de información, facilitar la colaboración entre empleados, y fomentar un entorno donde el conocimiento es

accesible y aprovechado, las organizaciones tienen más probabilidades de desarrollar nuevas ideas, productos y procesos que generen valor. Esto, a su vez, promueve el dinamismo empresarial y la competitividad en el mercado.

Por tanto, los resultados de tu análisis, que muestran una correlación significativa entre estas dos variables, respaldan la teoría de que una mejor gestión del conocimiento se traduce en mayores oportunidades de innovación dentro de las empresas.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4. Conclusiones

Los resultados encontrados ratifican que la gestión del conocimiento y la innovación empresarial se presentan como factores clave para el desarrollo y competitividad dentro de las organizaciones, basados en la fundamentación teórica que se encontró en la investigación y se comprobó con los resultados aplicados en las industrias de la producción de jeans en Ambato, provincia de Tungurahua. La adecuada gestión del conocimiento permite que las empresas no solo optimicen sus procesos internos, sino que también faciliten la transferencia de saberes y buenas prácticas entre los empleados, creando un entorno propicio para la innovación continua. A través de la implementación de sistemas que faciliten la captura, distribución y aplicación del conocimiento, las empresas pueden mejorar su capacidad para adaptarse a los cambios del mercado, responder a las demandas del consumidor y enfrentar los desafíos del entorno competitivo.

Por otro lado, la innovación empresarial, entendida como la capacidad empresarial de realizar nuevos productos, servicios y procesos que generan valor agregado en la actualidad se determina como un factor determinante para la sostenibilidad y crecimiento de las empresas de producción de jeans en la región. La interacción en la gestión del conocimiento y la innovación empresarial permiten que las organizaciones mantengan la vanguardia de las tendencias en el mercado según el cambio económico o social y adopten tecnologías que optimicen su producción, reduciendo costos y mejorando su calidad.

Los resultados obtenidos en la investigación muestran una relación directa y positiva entre la gestión del conocimiento y la innovación empresarial en las empresas de producción de jeans de la ciudad de Ambato, lo que respalda las hipótesis planteadas. La gestión empresarial se configura como un facilitador clave para el proceso de la innovación, ya que permite que la información y las experiencias acumuladas dentro

de la organización sean sistemáticamente aprovechadas para el desarrollo de productos y servicios. Las empresas que han implementado estrategias robustas de gestión del conocimiento, como el intercambio de ideas y la creación de plataformas digitales para el acceso de información, evidencian una mayor capacidad para generar innovaciones que mejoren tanto la calidad como la competitividad.

Además, los resultados subrayan que la innovación empresarial no se limita solo al aspecto tecnológico, sino que también abarca la mejora en la organización de los procesos productivos y la creación de nuevos modelos de negocios. La interacción entre ambas variables crea un vínculo virtuoso donde la generación de nuevos conocimientos es fundamental para generar innovación óptima. De esta manera, se confirma que las empresas textiles de Ambato invierten en gestionar adecuadamente el conocimiento para mejorar y ser una marca posesionada en competencia con el entorno textil, lo que a largo plazo nos conviene en una marca reconocidos en niños.

4.2 Recomendaciones

En base a los hallazgos de esta investigación, se propone unas recomendaciones a la industria textil de Ambato provincia de Tungurahua para optimizar la gestión del conocimiento y fomentar la innovación.

Fortalecer la infraestructura de gestión del conocimiento implementando plataformas digitales y sistemas integrados que faciliten la recopilación y almacenamiento de datos que faciliten la distribución de la información clave. Esto no solo permitirá la gestión eficiente del conocimiento, sino también proveerá la colaboración entre los equipos y la rápida adaptación a las demandas del mercado, lo que resulta crucial en un entorno competitivo.

Fomentar la capacitación y desarrollo continuo, es esencial invertir en programas de capacitación tanto para los colaboradores y los líderes de la empresa, con el fin de asegurar que el conocimiento técnico y las mejores prácticas en producción y diseño y

gestión estén actualizados. La educación continua no solo potencia la innovación, sino que también mejora la capacidad de la empresa.

4.3 Futuras Investigaciones

En el futuro, las investigaciones sobre la gestión del conocimiento y la innovación empresarial podrían abordar diversas áreas de interés. Una posible línea de investigación es explorar el impacto de las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial en la optimización de procesos de gestión del conocimiento dentro de las organizaciones; al igual que investigar estrategias para trabajos remotos y su viabilidad en el mercado actual.

ANEXO

Anexo 1. Materiales de Referencia

Ambato, 11 de septiembre, 2024

Psic.
Maribel Rodríguez
Gerente
A&M Denim "Factor"
Presente.

De mi consideración:

Yo, **Christian Fernando Núñez Moyolema**, con cédula identidad No: 1804612438, estudiante de la Universidad Técnica de Ambato de la Facultad de Ciencias Administrativas de la carrera de Organización de Empresas, me dirijo a usted de la manera más comedida solicitar la autorización respectiva para tomar información a través de una encuesta dirigida a los colaboradores de su distinguida empresa con el fin de elaborar el siguiente tema de tesis:

Tema: "Gestión del conocimiento y la innovación empresarial en las empresas de producción de jeans de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua."

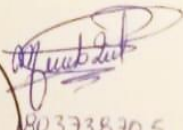
Esta investigación aportará de manera significativa a identificar qué aspectos de la gestión del conocimiento fusionada con innovación generan competitividad en el mercado Ecuatoriano.

Por la gentil atención que sirva dar a la presente, agradezco y suscribo.

Atentamente,

Yo, Maribel Rodríguez autorizo y apruebo la toma de información en nuestra empresa.

Christian Núñez
fercho4ok1991@gmail.com
0979259934

 
1803738705
maribelarodriguez2046813@hotmail.com

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anantatmula, V. S. (2010). Impact of cultural differences on knowledge management in global projects. *VINE*, 40(3), 239–253. <https://doi.org/10.1108/03055721011071377>
- Andreeva, T., & Kianto, A. (2011). Knowledge processes, knowledge-intensity and innovation: A moderated mediation analysis. *Journal of Knowledge Management*, 15(6), 1016–1034. <https://doi.org/10.1108/13673271111179343>
- Andreeva, T., & Kianto, A. (2012). Does knowledge management really matter? Linking knowledge management practices, competitiveness and economic performance. *Journal of Knowledge Management*, 16(4), 617–636. <https://doi.org/10.1108/13673271211246185>
- Bashir, M., & Farooq, R. (2019). The synergetic effect of knowledge management and business model innovation on firm competence: A systematic review. In *International Journal of Innovation Science* (Vol. 11, Issue 3, pp. 362–387). Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/IJIS-10-2018-0103>
- Baxtiyarjon Bulturbayevich, M., & Maxbuba Abduvafojevna, M. (2022). *Published by INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN COMMERCE, IT, ENGINEERING AND SOCIAL SCIENCES*. <https://www.gejournal.net/index.php/IJRCIESS>
- Bayraktar, C. A., Hancerliogullari, G., Cetinguc, B., & Calisir, F. (2017). Competitive strategies, innovation, and firm performance: an empirical study in a developing economy environment. *Technology Analysis and Strategic Management*, 29(1), 38–52. <https://doi.org/10.1080/09537325.2016.1194973>
- Fundamentales, C., & Científico, D. M. (n.d.). Metodología de la Investigación Conceptos Fundamentales del Método Científico. <https://explorable.com>
- Gómez-Luna, E., Fernando-Navas, D., Aponte-Mayor, G., Luis, & Betancourt-Buitrago, A. (2014). Literature review methodology for scientific and information management, through its structuring and systematization Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización. *DYNA*, 81(184), 158–163. <http://dyna.medellin.unal.edu.co/>

- Jiang, H., Yang, J., & Liu, W. (2022). Innovation ecosystem stability and enterprise innovation performance: the mediating effect of knowledge acquisition. *Journal of Knowledge Management*, 26(11), 378–400. <https://doi.org/10.1108/JKM-04-2022-0275>
- Liu, Y., Collinson, S., Cooper, S. C., & Baglieri, D. (2022). International business, innovation and ambidexterity: A micro-foundational perspective. *International Business Review*, 31(3). <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101852>
- Luis Gerardo Meza Cascante, M. (n.d.). El paradigma positivista y la concepción dialéctica del conocimiento.
- Malinao, W. M. ;, & Ebi, R. G. (n.d.). Business Management Competencies as the Driver of Small-Medium Enterprises' Survival during COVID-19 Pandemic. <https://puissant.stepacademic.net>
- Oluikpe, P. (2012). Developing a corporate knowledge management strategy. *Journal of Knowledge Management*, 16(6), 862–878. <https://doi.org/10.1108/13673271211276164>
- Rahim Sadigov, R. S. (2022). Impact of Digitalization on Entrepreneurship Development in the Context of Business Innovation Management. *Marketing and Management of Innovations*, 1(1), 167–175. <https://doi.org/10.21272/mmi.2022.1-12>
- Sampieri, H., Collado, F., Lucio Pilar, B., & María Forero Bulla, C. (n.d.). *Metodología de la investigación*.
- Sneddon, J. (2022). Pandemic risk management; protecting people while ensuring business continuity. *Process Safety Progress*, 41(1), 8–13. <https://doi.org/10.1002/prs.12302>
- Snyman, R., & Kruger, C. J. (2004). The interdependency between strategic management and strategic knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 8(1), 5–19. <https://doi.org/10.1108/13673270410523871>
- Trivedi, K., & Srivastava, K. B. L. (2022). The role of knowledge management processes in leveraging competitive strategies to achieve firm innovativeness. *Bottom Line*, 35(2–3), 53–72. <https://doi.org/10.1108/BL-06-2021-0071>
- Vigo Contreras, T. (n.d.). PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ FACULTAD DE GESTIÓN Y ALTA DIRECCIÓN“LA DIRECCIÓN“LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO OPERATIVO A TRAVÉS DE LA CODIFICACIÓN:

ESTUDIO DE CASO APLICADO A UNA MEDIANA EMPRESA DEL SECTOR
TEXTIL-CONFECCIONES.

Voronina, V., Voronko-Nevidnycha, T., Klymenchukova, N., Chynchyk, A., &
Shkoda, M. (n.d.). STRATEGIC MANAGEMENT OF ENTERPRISES
COMPETITIVE ADVANTAGES OF INNOVATION-ORIENTED ECONOMY
BRANCHES.