

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** ESTADO DE LA INNOVACION PYMES CANTON MILAGRO TESINA  
FORMATO URKUND.docx (D42629256)  
**Submitted:** 10/16/2018 3:55:00 PM  
**Submitted By:** katiarcos94@gmail.com  
**Significance:** 1 %

### Sources included in the report:

<http://udi.edu.co/revistainvestigaciones/index.php/ID/article/view/171/171>  
<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/808/908>

### Instances where selected sources appear:

2

## INTRODUCCIÓN

Luego de la gran depresión iniciada en 1929 que ocasionó una crisis económica en los Estados Unidos y que afectaba a la producción de cada País, se iniciaron estudios en los que se proponían vincular al estado con las empresas para que se regule la demanda y se logre estabilizar la economía, es así como la globalización y nuevas políticas establecidas permitieron que se creen y desarrollen nuevas ideas de negocio establecidas como empresas familiares, creadas en su mayoría por personas de clase media, iniciando consigo las pequeñas y medianas empresas CITATION Rey15 \l 12298 (Reyes, 2015). Las Pymes, son las que dinamizan y ayudan al desarrollo económico de los países, siendo una de las principales causas de que los países logren un impacto positivo en su economía, brindando además fuentes de empleo que permiten integrar a la sociedad, por lo que es necesario que constantemente se estén innovando en todos sus procesos CITATION Car06 \l 12298 (Carter & Jones-Evans, 2006). En el Ecuador las Pymes iniciaron como negocios familiares en la época de los 50 para cubrir las necesidades que demandaban las personas que pertenecían al círculo familiar del dueño de la Pyme, es decir se aplicaba una economía cerrada, debido a que las grandes empresas industriales atravesaban por una reestructuración como fue la conocida "revolución industrial", que en el Ecuador era difícil para las industrias traer maquinarias debido a que se fabricaban en países desarrollados, es por ello que las primeras pymes se dedicaban a actividades manufactureras, en el año 2017 las Pymes lograron aportar al PIB 45,72% de la producción no petrolera CITATION Rey15 \l 12298 (Reyes, 2015). Las Pymes para mantenerse en el mercado actual es necesario que establezcan estrategias para ser considerados competitivos, para ello se debe de conocer cuáles serían los diferentes factores que tienen incidencia en la competitividad, el cual Porter mencionado por CITATION Zah96 \l 12298 (Zahera, 1996) establece dos factores que permiten obtener ventajas como es el coste y diferenciación. Otro factor que incide en la competitividad es la Innovación, que actualmente es tomado como una estrategia por las empresas, que permite brindar mejores productos y servicios a una sociedad cada vez más exigente, la importancia de la Innovación es fundamental para que las empresas gocen de bienestar, es por ello que deben de iniciar proyectos para el desempeño eficaz y eficiente de sus actividades CITATION Pér18 \l 12298 (Pérez Padrón & Moreno Méndez, 2018). A este tipo de empresas (Pymes), al querer implementar estrategias como es el caso de la Innovación, se encuentran con situaciones que son un obstáculo para ellas, el cual no permiten que la apliquen e implementen libremente, esto dentro de los países que se encuentran desarrollándose CITATION Vrg12 \l 12298 (Vrgovic, , Vidicki, Glassman, & Walton, 2012). En las Pymes la innovación ha tenido escasa transcendencia en estudios, por lo que es necesario obtener información de cómo se está implementando y en qué estado se encuentra la aplicación de la innovación en las Pymes. Motivo por el cual este trabajo está enfocado en estudiar el estado de la Innovación en las Pymes del Cantón Milagro, además bajo que leyes o normas se rigen para aplicar una estrategia que los ayude a mejorar en sus procesos y actividades. Para llevar a cabo este trabajo se procedió a realizar un estudio empírico a las Pymes del Cantón Milagro mediante la aplicación de una encuesta dirigida a los gerentes o responsables de las pequeñas o medianas empresas elegidas como muestra, cuyo propósito es conocer sobre un factor muy importante como es la Innovación.

## CAPÍTULO 1

### PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del Problema Las pequeñas y medianas empresas, son creadas como empresas familiares y de acuerdo a estudios muchas de ellas duran máximo 5 años en sus actividades y por lo tanto son pocas las que sobreviven a través del tiempo.

Esto ciertas veces es por falta de estrategias, innovación e incorrecta administración, es por esto que es necesario que los creadores de las Pymes deben de conocer no solo su estructura y actividades que realiza, sino además investigar como estar mejorando continuamente, aunque al ser pequeñas y medianas no tienen la suficiente capacidad para realizar estudios científicos sobre desarrollo. Al no gestionar innovaciones las Pymes corren el riesgo de desaparecer y con ello traen varias consecuencias como es la falta de empleo, debido a su baja competitividad, que no le permitirá obtener suficiente ganancia para generar fuentes de trabajo a las personas que se encuentran en su entorno, generando la pobreza. Las ventas irían disminuyendo al pasar el tiempo por no conocer las nuevas tendencias, de las cuales la competencia atraería a los clientes de las Pymes que no muestren nuevos productos o servicios. Las familias que son dueños de las Pymes no tendrían otro sustento para mejorar su economía ya que muchas dependen de los ingresos que obtienen por medio de ellas. La falta de las Pymes afectaría a la economía en general debido a que de ellas muchas veces dependen otros negocios, por ejemplo empresas que le brindan servicios de transportes se verían también afectadas. Otro problema que podría presentarse es que los proveedores no le brinden sus productos, al no estar acorde a la línea que ofrecen, y como consecuencia las Pymes no tendrían qué ofrecer a sus clientes. Además las empresas consideradas grandes mantienen alianzas o colaboran con las Pymes viéndose afectadas si estas desaparecen al no tener quienes ofrezcan a los clientes los productos ya fabricados por ellas. Al darse esa tendencia de que las Pymes no logran un crecimiento, los llamados emprendedores tendrían miedo a invertir sus ahorros en crear una empresa la cual no duraría muchos años a consecuencia de que no se arriesgan a innovar o por falta de recursos económicos o por desconocimiento del tema. Así mismo al ser numerosas las Pymes no generarían impuestos necesarios al no haber ventas afectando obras que se podrían realizar con ese rubro que aportan dichas empresas.

Objetivo General Conocer el estado de aplicación en que se encuentran las Pymes del Cantón Milagro en relación a la Innovación.

Objetivos Específicos • Conocer las diferentes formas y procesos de la innovación.

• Describir como ayuda la implementación de la innovación a las Pymes. • Explicar en qué áreas se requieren innovar continuamente.

Justificación Debido a que actualmente se han realizado muchos avances tecnológicos es esencial que las empresas en especial las Pymes, realicen innovaciones para hacerle frente a la competencia que busca estrategias para ganar mercado ante las demás.

En muchas de las Pymes se desconoce, qué hacer para que se desarrollen estructural y financieramente, y no se aplica correctamente las técnicas y estrategias que se utilizan en busca de mejoras en todos sus procesos. Los últimos años la innovación se considera como esencial para que las empresas crezcan en países en desarrollo, no solo tecnológicamente sino también a satisfacer a sus clientes de acuerdo a cada necesidad que se presente CITATION Mon16 \l 12298 (Montañez et al., 2016). Las Pymes que desean internacionalizarse no podrían ofrecer sus productos a otros países sino es innovador, y no aplica las nuevas tendencias que marca mucha diferencia a la hora de competir con empresas similares. Las empresas establecidas en países con recursos naturales tienden a crecer en menor proporción sino no son ayudadas por un recurso actualmente necesario como es la tecnología CITATION Tok04 \l 12298 (Tokman & Zahler, 2004). Al hablar sobre innovación incluye .también a las personas que laboran en las Pymes las cuales deben de ser capacitados para que mejoren su productividad y aporten con nuevas ideas y cambios que se consideren necesarios CITATION Mor18 \l 12298 (Mora & Elizeth, 2018).

## CAPÍTULO 2

### MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Definiciones de innovación en las empresas Una de las definiciones más completas y que es de interés de diversos autores, es la propuesta por la OCDE, 2005 y citado por CITATION Rob16 \l 12298 (Robayo, 2016) refiriéndose que la

innovación es;

“la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método organizativo o de comercialización, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar del trabajo o las relaciones exteriores.” (

p.127). De acuerdo a (Riascos, Aguilera y Solano, 2015) citados por CITATION Leó18 \l 12298 (León & Palma, 2018), consideran a la Innovación de la siguiente forma: “Proceso de integración de la tecnología existente para crear o mejorar un producto, un proceso o un sistema” (p.158). Además la innovación es el resultado de explorar, de acuerdo a cada una de las experiencias de las empresas para buscar avances que las diferencien de sus competencia logrando el desarrollo CITATION Cam16 \l 12298 (Campos Espinosa, Ledezma Reyes, López Aponte, Mejía Piña, & Rodríguez Hernández, 2016). Los autores CITATION Can13 \l 12298 (Cano & Baenas, 2013), ven a la innovación como ingresar al mercado un producto o servicio ya sea nuevo o mejorado en la cual se aplicó estrategias o técnicas en sus procesos. Cabe mencionar el comentario de CITATION Leó18 \l 12298 (León & Palma, 2018), respecto de las diferentes definiciones de innovación y reflexiona de la siguiente manera: “Estas definiciones en común concuerdan con que la innovación transforma desde diferentes puntos de vista una organización, considerándose como un factor inicial para la construcción del éxito empresarial”. (p.160).

Antecedentes de la Innovación Lo que menos se ha estudiado, es cuál es el proceso de la innovación que se utilizó históricamente en la antigüedad, debido a que se dice que la

llamada Revolución Industrial no se utilizó la I+D sino el conocimiento de los individuos en sus actividades tradicionales, aunque con la ayuda de la Innovación actual es más rápido el crecimiento en cuanto hablamos de rentabilidad pero la forma tradicional es importante al momento de desarrollo de empresa CITATION Fun13 \l 12298 (Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica, 2013).

Para CITATION Hei18 \l 12298 (Heijs, 2018) se debe de diferenciar la innovación con la competitividad, pero que si bien son muy amplias están relacionadas de una u otra forma, poniendo como ejemplo de que entre el 70% y 80% de las empresas en el mundo no innovan como Alemania 37% siendo un país considerado desarrollado, lo cual afirma que se podría competir sin innovación, enfocándose en precios, salario etc. (p.9).

Políticas de Innovación en las empresas De manera universal se consideran que la innovación se dirige a dos propósitos que son: 1.- Que las empresas busquen innovar por temor a los riesgos que es no hacerlo y quedarse limitados del desarrollo y éxito de la misma empresa.

2.- buscar nuevos sectores adecuados tecnológicamente que son percibidos de manera natural y que se convierten en prioridad ante el mundo tan cambiante que exige nuevos objetivos hacia la economía del conocimiento CITATION Ung18 \l 12298 (Unger, 2018).

Características de las Pymes A menudo las Pequeñas y medianas empresas suelen estar desarrollándose y muestran las siguientes características.

#### Ilustración 11 Características de las Pymes

Características de las Pymes Cuenta con poca infraestructura Mantiene una baja capacidad en términos de negociación Poca cantidad productiva para la exportación Falta de adecuación en la implementación de maquinaria y procedimientos normativos internos a diferencia de empresas grandes. Suelen tener costos elevados por el excedente y desperdicio de materias primas.

Las encontramos en diferentes lugares establecidas, tanto en zonas rurales como urbanas a nivel nacional. Debido a sus características le permite ser flexible a cambios que se pretendan adecuar en sus actividades e infraestructura Por su ubicación y alcance pueden conocer cuales son las necesidades del cliente al estar en constante contacto. Atraen a la población Económicamente activa y brindan fuentes de empleo. Requieren bajo capital de inversión.

Fuente: CITATION Ara12 \l 12298 (Araque, 2012) Ventajas de las Pymes Ilustración 22 Ventajas que ofrecen las Pymes

Características de las Pymes Cuenta con poca infraestructura Mantiene una baja capacidad en términos de negociación Poca cantidad productiva para la exportación Falta de adecuación en la implementación de maquinaria y procedimientos normativos internos a diferencia de empresas grandes. Suelen tener costos elevados por el excedente y desperdicio de materias primas.

Las encontramos en diferentes lugares establecidas, tanto en zonas rurales como urbanas a nivel nacional. Debido a sus características le permite ser flexible a cambios que se pretendan adecuar en sus actividades e infraestructura. Por su ubicación y alcance pueden conocer cuales son las necesidades del cliente al estar en constante contacto. Atraen a la población Económicamente activa y brindan fuentes de empleo. Requieren bajo capital de inversión.

Fuente: CITATION Mor18 \l 12298 (Mora & Elizeth, 2018) Elaboración Propia

La Innovación en las Pymes No podemos comparar la capacidad de las empresas grandes con la de las Pymes que por sus características suelen incorporar la Innovación en ciertos enfoques como: Mejoras tecnológicas, mejoras en lo financiero y como medio para ser más eficientes y eficaces en sus actividades en su capital intelectual CITATION Che06 \l 12298 (Chesbrough & Crowther, 2006).

La colaboración como estrategia de innovación tiene como objetivo la contribución de las empresas entre sí a un largo Plazo, esto ayudará al crecimiento empresarial y más aun a las Pymes por el coste que tienen la Investigación y Desarrollo (I+D) CITATION Oze13 \l 12298 (Ozer, Demirkan, & Gokalp, 2013). De acuerdo a las conclusiones de CITATION López16 \l 12298 (López-Torres, Maldonado Guzmán, Pinzón Castro, & García Ramirez, 2016), en las que afirman que las Pymes que desean no solo crecer sino innovar deben los gerentes, buscar asociaciones con empresas no solo privadas sino también Públicas esto en la búsqueda de aplicar nuevas ideas y formas de innovar esto como estrategia que se debe de plantear como actividad del día a día.

La Innovación en las Pymes del Ecuador Las Pymes brindan el 60% de empleo en el País, brindando gran aporte a la economía y se adaptan de manera fácil los cambios ocasionados por la globalización ayudando a redistribuir la riqueza CITATION Enrnd \l 12298 (Enroke, n.d)

La figura 3 muestra la cantidad del 90,64% que son microempresas las Pymes un 8,88% y de acuerdo con datos del INEC casi el 80% del total de las empresas en el Ecuador se dedican a la comercialización y a brindar servicios, lo que sustenta que las Pymes al no tener una suficiente capacidad para implementar la I+D+I esos productos y los servicios que brindan a los clientes no cuentan con el suficiente valor agregado. Ilustración 33 Estructura de las empresas de acuerdo a su tamaño

Por tamaño

Grandes Medianas Pequeñas Micro 4.7999999999999996E-3 1.5299999999999999E-2  
7.3499999999999996E-2 0.9063999999999998

Características de las Pymes Cuenta con poca infraestructura Mantiene una baja capacidad en términos de negociación Poca cantidad productiva para la exportación Falta de adecuación en la implementación de maquinaria y procedimientos normativos internos a diferencia de empresas grandes. Suelen tener costos elevados por el excedente y desperdicio de materias primas.

Las encontramos en diferentes lugares establecidas, tanto en zonas rurales como urbanas a nivel nacional. Debido a sus características le permite ser flexible a cambios que se pretendan adecuar en sus actividades e infraestructura. Por su ubicación y alcance pueden conocer cuales son las necesidades del cliente al estar en constante contacto. Atraen a la población Económicamente activa y brindan fuentes de empleo. Requieren bajo capital de inversión.

Fuente: CITATION INE15 \I 12298 (INEC, 2015) Elaboración Propia

Marco Legal Ecuador El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones es un proyecto el cual tiene como objetivo mejorar las actividades productivas con la creación de un Marco que sirva como referencia en sectores considerados por el mismo código como estratégicos en el cual para las MiPymes atribuye al Consejo Sectorial de la Producción para que impulsen a este tipo de empresas dándole atribuciones de designar la mejor forma del desarrollo de las mismas CITATION COP10 \I 12298 (COPCI, 2010)

Así también el COPCI su finalidad es mejorar primordialmente el cambio de la matriz productiva y lograr potenciar el Ecuador realizando innovaciones y obtener conocimientos para agregar valor a los productos y servicios y para ellos dentro de este código se encuentran incentivos que motiven a fortalecer el cambio como fácil acceso a financiamiento. Como muestra la tabla 1 observamos los sectores catalogados como productivos del Ecuador los cuales se los considera que son estratégicos y capaces de dinamizar la economía en el Ecuador. Ilustración 44 Sectores Productivos del Ecuador Sectores Productivos

Tipo de Productos Sectores Bienes Alimentos Frescos y procesados

Biotecnología

Confecciones y calzado

Energías renovables

Industria farmacéutica

Metalmecánica

Petroquímica

Productos forestales de madera Servicios Servicios ambientales

Tecnología

Vehículos, automotores, carrocerías y partes

Construcción

Transporte y Logística

Turismo Fuente: SENPLADES



Las Pymes en el Cantón Milagro Las Pymes de Milagro al ser empresas establecidas dentro del territorio ecuatoriano ocupan gran plaza de mercado en donde con sus emprendimientos buscan crecer económicamente y estructuralmente logrando aumentar su rentabilidad con una planificación y organización basados en estudios de desarrollo. Dentro del Cantón son muchos de estos negocios que han logrado su crecimiento. A través de los años se evidencian el desarrollo de nuevos emprendimientos ayudando a la economía del cantón ofreciendo nuevas fuentes de empleo y aportando tributos en bien de todos lo que conviven allí CITATION Alm16 \l 12298 (Almaida & Carmen, 2016).

Causas que no permiten la innovación por parte de las empresas Existen factores que pueden inferir en las empresas al momento de querer innovar como son los siguientes como: el miedo a cambiar y no adaptarse a las nuevas tendencias, falta de preparación del talento humano es decir no es flexible a nuevos retos, el error es otro impedimento el miedo a equivocarse sin saber que muchas veces de esos errores se aprende más, escuchar al entorno como clientes, proveedores, etc. es muchas veces la causa esto por no prestarle la debida atención, y una de las causas que sin duda es muy importante es pensar que el dinero lo irán a recuperar de inmediato y lo correcto es que sea una inversión a futuro CITATION Mon16 \l 12298 (Montañez et al., 2016).

#### Técnica para aplicar la Innovación Radar de la Información

Esta técnica ha sido creada para buscar la integración de las diferentes dimensiones en las que se integra el proceso de innovación principalmente en cuatro etapas como son: En la oferta que crean las empresas, a los clientes quienes se les ofrece, los procesos que se emplean y los puntos que se realizan para tomar sus ofertas. En la figura siguiente vemos las 12 dimensiones que permiten la búsqueda de nuevas oportunidades de parte de las empresas. Ilustración 55 Dimensiones del Radar de la Innovación

Características de las Pymes Cuenta con poca infraestructura Mantiene una baja capacidad en términos de negociación Poca cantidad productiva para la exportación Falta de adecuación en la implementación de maquinaria y procedimientos normativos internos a diferencia de empresas grandes. Suelen tener costos elevados por el excedente y desperdicio de materias primas.

Las encontramos en diferentes lugares establecidas, tanto en zonas rurales como urbanas a nivel nacional. Debido a sus características le permite ser flexible a cambios que se pretendan adecuar en sus actividades e infraestructura Por su ubicación y alcance pueden conocer cuales son las necesidades del cliente al estar en constante contacto. Atraen a la población Económicamente activa y brindan fuentes de empleo. Requieren bajo capital de inversión.

#### Ilustración 66 Dimensiones del radar de la innovación Dimensión

Característica Oferta Se aplica en la creación de los nuevos productos y servicios enfocados a satisfacer las necesidades de los clientes. Plataforma Busca innovar en el uso de tecnologías para agilizar la producción a un costo más barato. Solución Resolver problemas a los clientes sobre sus necesidades, combinando productos e información. Clientes Aquí se puede buscar



nuevos clientes ofreciéndole productos necesarios para ellos. Experiencia con el cliente Se puede mejorar conociendo lo que percibe el cliente respecto a lo que recibe por parte de la empresa Captura de valor Descubrir flujos de ingresos sin explotar, desarrollar Sistemas de precios novedosos y de otro modo ampliar su capacidad de captura de Valor de las interacciones con clientes y socios. Procesos Rediseñar sus procesos para una mayor eficiencia. mayor calidad o tiempo de ciclo más rápido Organización Se debe de evaluar los posibles cambios en sus actividades y roles entre otros cambios. Cadena de suministros Se podría innovar en mejora de la cadena de valor agilitando los procesos que intervienen. Presencia Agilizar la presencia en el mercado acercándonos a los clientes con nuevos establecimientos y distribución. Redes Mejorar la conexión del cliente con la empresa aumentando la oferta. Marca Lograr aumentar el reconocimiento de la Marca que es la que identifica a la empresa otorgando fiabilidad y seguridad de lo que se ofrece. Elaboración Propia Si bien lo que ofrece esta técnica es buscar como un radar las ubicaciones o nuevas tendencias que ofrece el mercado logrando mejorar y desarrollar distintas áreas y en con ello a las empresas. CITATION Saw \l 12298 (Sawhney, Wolcott, & Arroniz, 2007)

## CAPÍTULO 3

### METODOLOGÍA

En este trabajo se realizó un estudio empírico, debido a la importancia que tiene la selección de una muestra, la cual se obtuvo luego de haber definido como población las Pymes del Cantón Milagro, cuya muestra permitió darle el realce al trabajo y sus variables. La finalidad fue de conocer como las Pymes de este Cantón afrontan y aplican un tema que está trascendiendo en los últimos años como es la Innovación. Así también se va a utilizar un tipo de investigación descriptiva, que se lo aplicó para describir los resultados obtenidos. Este trabajo consta en una primera etapa donde se recopiló conceptos teóricos para definir y dar a conocer sobre la Innovación, y las Pymes y sus características. Luego como segunda etapa se realizó una estratificación sectorial del Cantón Milagro y como tercera etapa se obtuvo la muestra al azar, que fue el resultado de una selección aleatoria de 10 empresas del total del número de Pymes a las cuales se decidió aplicar la encuesta como herramienta para recopilar información. Característica de la población De acuerdo a datos del Servicio de Rentas Internas, Sitio web de la Superintendencia de Compañías y la revista Ekos y con información del Gobierno Autónomo descentralizado del Cantón Milagro la cual brinda información del total de las Empresas de las cuales requeríamos el número de las Pymes en ese Cantón se tomó la información del artículo científico de CITATION Sup16 \l 12298 (Supliguicha, D'Armas, & Cobo, 2016) como referencia, en la cual afirman que son 81 Pymes establecidas en el Cantón Milagro. Las primeras 3 preguntas permiten conocer la denominación y estructura de la empresa y las 7 restantes el estado de la innovación en cada empresa tomada como muestra. Luego se procedió a tabular las preguntas con ayuda del programa SPSS, y sus correspondientes preguntas obtenidas y realizadas a las siguientes empresas:

Ilustración 77 Pymes del Cantón Milagro PYMES

1. HOTEL DON JUAN 2. CAFETERIA JUAN VARGAS 3. IMPRENTA DINAMICA 4. INPLANET 5. CAVNET 6. FARMACIA BOLIVAR 7. COOPEATIVA CONTINENTAL 8. SUPERMERCDO LOPEZ 9. AGENCIA DE VIAJE TOURING 10. HOTEL MILAGRO INN

Elaboración Propia

## CAPÍTULO 4

### DESARROLLO DEL TEMA

Con la finalidad de conocer acerca de la innovación a continuación mostramos las respuestas de 10 Pymes pertenecientes al Cantón Milagro. En la tabla 1 se muestra de cómo se identifican las Pymes, pregunta enfocada a evaluar su estructura y como se autodenominan, y como resultado tuvimos que hay un acercamiento porcentual de medianas empresas con el 50% mientras que las pequeñas un 40% y aunque se encuestó solo a Pymes una se identificó como micro empresa esto relacionado a sus ventas y trabajadores por lo que nos lleva a pensar que a consecuencias de sus ventas no contrata muchos trabajadores. Tabla 11 ¿De acuerdo a su volumen de ventas y números de trabajadores como identifica a su Empresa?

Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Válido
Microempresa	1	10,0	10,0	10,0

Pequeña empresa	4	40,0	40,0	50,0
-----------------	---	------	------	------

Mediana empresa	5	50,0	50,0	100,0
-----------------	---	------	------	-------

Total 10 100,0 100,0 Fuente: Empresarios de Pymes del Cantón Milagro Elaboración Propia En la tabla 2 mostramos la relación de la innovación con sus objetivos propuestos obteniendo como resultados dos respuestas, en mayor proporción con un 80%, que ocasionalmente lo tienen como objetivos y el 20% nunca implementa la innovación como objetivo, y de esta manera obtenemos de que no lo hacen de manera permanente. Tabla 22 ¿La innovación está integrada dentro de las Objetivos de mejora de la Empresa?

Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Válido
Ocasionalmente	8	80,0	80,0	80,0

Nunca	2	20,0	20,0	100,0
-------	---	------	------	-------

Total 10 100,0 100,0 Fuente: Empresarios de Pymes del Cantón Milagro Elaboración Propia En la tabla 3 se quiso conocer la consistencia de su preparación frente a los cambios, resultado que obtuvimos fue que en un 90% a veces se preparan y un 10% casi nunca, lo que refleja que no están preparándose en todo momento. Tabla 33 ¿Considera que la empresa está preparada a los constantes cambios en Innovación?

Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Válido
A veces	9	90,0	90,0	90,0

Casi nunca	1	10,0	10,0	100,0
------------	---	------	------	-------

Total 10 100,0 100,0 Fuente: Empresarios de Pymes del Cantón Milagro Elaboración Propia

En la tabla 4 quisimos indagar sobre su información en relación a desafíos al momento de querer implementar la innovación, y en un 60% nos dijeron que regularmente si conocen, el 30% que algunas veces y el 10% casi nunca, pregunta que nos lleva a concluir que no están aplicando a fondo los nuevos cambios y por ende no se enfrentan a los desafíos que esto conlleva. Tabla 44 ¿Ha escuchado sobre los principales desafíos que no permiten la innovación dentro de las empresas?

Frecuencia Porcentaje Porcentaje válido Porcentaje acumulado Válido Regularmente 6 60,0 60,0 60,0

Algunas veces 3 30,0 30,0 90,0

Casi nunca 1 10,0 10,0 100,0

Total 10 100,0 100,0 Fuente: Empresarios de Pymes del Cantón Milagro Elaboración Propia

En la tabla 5 hacemos referencia a en qué medida consideran que la innovación ayuda a mejorar a las Pymes pese a que se les mencionó a un rango había una respuesta más, considerada de mayor valor como fue "mucho" y optaron por elegir un 10% que notablemente ayuda la innovación a mejorar y el 90% eligieron que bastante, lo que hace notar que opinan que si bien ayuda pero que no es imprescindible para que logren mejorar. Tabla 55 ¿De acuerdo a su criterio considera que la innovación ayuda a la mejoras de las Pymes?

Frecuencia Porcentaje Porcentaje válido Porcentaje acumulado Válido Notable 1 10,0 10,0 10,0

Bastante 9 90,0 90,0 100,0

Total 10 100,0 100,0 Fuente: Empresarios de Pymes del Cantón Milagro Elaboración Propia La tabla 6 nos permitió conocer que tanta importancia le dan a las capacitaciones y la efectividad de la comunicación que existe entre las personas dentro de la empresa, resultados nos muestran un 50% que eligieron entre conocer y no conocer, y el otro 50 % la dividieron en que más bien no y no. Demostrando el poco conocimiento de las actividades del personal enfocado a las capacitaciones. Tabla 66 ¿Tiene conocimiento si las personas dentro de la empresa se capacitan para conocer nuevos cambios que ayude a mejorar?

Frecuencia Porcentaje Porcentaje válido Porcentaje acumulado Válido Entre si y no 5 50,0 50,0 50,0

Más bien no 3 30,0 30,0 80,0

No 2 20,0 20,0 100,0

Total 10 100,0 100,0 Fuente: Empresarios de Pymes del Cantón Milagro Elaboración Propia La tabla 7 nos muestra una respuesta que se viene evidenciando por parte de las Pymes respecto a que si han destinado un área o departamento dedicadas a investigar sobre la Innovación y sus cambios constantes obteniendo un resultado de un 100% de que nunca lo han hecho.

Tabla 77 ¿La empresa ha destinado un área o departamento especialmente dedicado a estudiar las últimas innovaciones que se presentan?

Frecuencia Porcentaje Porcentaje válido Porcentaje acumulado Válido Nunca 10 100,0 100,0 100,0 Fuente: Empresarios de Pymes del Cantón Milagro Elaboración Propia En la tabla 8 consideramos que representa la tecnología actualmente para innovar, y preguntamos qué tan necesaria era la tecnología para ser competitivos e innovar, obteniendo en un 40% que mucho y un 6% que bastante necesaria, y pese a eso no la incorporan permanentemente en sus procesos. Tabla 88 ¿Considera que la tecnología es necesaria para que la empresa pueda realizar innovaciones y les permita ser competitivos?

Frecuencia Porcentaje Porcentaje válido Porcentaje acumulado Válido Mucho 4 40,0 40,0 40,0 Bastante 6 60,0 60,0 100,0

Total 10 100,0 100,0 Fuente: Empresarios de Pymes del Cantón Milagro Elaboración Propia En la tabla 9 relacionamos los medios de comunicación actualmente utilizados con la información necesaria para las empresas por lo que planteamos esta pregunta y como resultado obtuvimos un 40% está de acuerdo de en qué mucho un 20% en que notable y un 40% coinciden en que están bastante de acuerdo. Reflexionando en las respuestas las Pymes no descartan la ayuda que puedan brindar agentes externos en su beneficio. Tabla 99 ¿Está de acuerdo que los medios de comunicación más frecuentes en la actualidad se utilicen para brindar información que ayude a las empresas a mejorar y brindar servicios y productos de calidad?

Frecuencia Porcentaje Porcentaje válido Porcentaje acumulado Válido Mucho 4 40,0 40,0 40,0 Notable 2 20,0 20,0 60,0 Bastante 4 40,0 40,0 100,0

Total 10 100,0 100,0

Fuente: Empresarios de Pymes del Cantón Milagro Elaboración Propia En la tabla 10 preguntamos la disposición en algún momento buscar asesoría externa en el tema de innovación para mejorar la empresa y en un 90% coincidieron en que siempre estarían dispuestos a acudir a asesoría externa y un 10% a que con frecuencia, asegurando con esto la necesidad que tienen las Pymes de buscar información que les permita su crecimiento. Tabla 1010 ¿Estaría dispuesto en buscar asesoría externa para innovar y mejorar a su empresa?

Frecuencia Porcentaje Porcentaje válido Porcentaje acumulado Válido Siempre 9 90,0 90,0 90,0

Con frecuencia 1 10,0 10,0 100,0

Total 10 100,0 100,0 Fuente: Empresarios de Pymes del Cantón Milagro Elaboración Propia

CAPÍTULO 5

## CONCLUSIONES

Las Pymes en conjunto con las microempresas son las que más aportan en la economía del cantón Milagro siendo necesario su crecimiento para seguir con uno de sus objetivos que es seguir manteniéndose activas en el mercado y para ello es necesario que se adapte a los diferentes cambios que se presentan permanentemente en la actualidad e innovar no solo en sus productos y servicios sino mejora en todos los procesos que conforman las Pymes. • Las Pymes del Cantón Milagro no terminan de incorporar la innovación, por lo que esta estrategia de crecimiento no las agregan dentro de sus objetivos sino empíricamente, lo que les dificulta estar direccionados hacia la mejora continua dentro de cada área o cada etapa de realización de sus actividades. • Pese que para las Pymes es más fácil adaptarse a los cambios que se presentan, no están totalmente preparadas esto en parte por su baja capacidad económica y financiera. • Al no estar completamente informados ni tener destinados áreas a la investigación en relación a las innovaciones ya sean tecnológicas, o las que presente la globalización no conocen las ventajas y más aun no experimentan los desafíos que se observan al momento de que las Pymes deseen implementar la innovación. • Muchos de los empresarios de Pymes en el Cantón coinciden que es necesario la innovación para su desarrollo y son conscientes que la tecnología va de la mano con ello para lograr eficiencia y eficacia en sus operaciones. Y están dispuestos a recibir ayuda tanto de canales de información y asesorías externas que puedan recibir las personas para agregar valor a la empresa. • Las Pymes para implementar mejoras deben de buscar asociar sus innovaciones en conjunto con su entorno como son los proveedores y mejor aún con empresas de mayor capacidad para que realicen investigaciones en beneficio de su desarrollo

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almaida, C., & Carmen, Z. (2016). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría empresarial y de formación de pequeñas y medianas empresas (pymes), que contribuya al desarrollo socioeconómico del cantón milagro. Universidad Estatal de Milagro. Obtenido de [http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/517/3/estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría empresarial y de formación de pequeñas y medianas empresas %28pymes%29%2c que contribuya al desarrollo socioeconómico del.pdf](http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/517/3/estudio%20de%20factibilidad%20para%20la%20creacion%20de%20una%20empresa%20de%20consultoria%20empresarial%20y%20de%20formacion%20de%20pequenas%20y%20medianas%20empresas%20que%20contribuya%20al%20desarrollo%20socioeconomico%20del%20canton%20milagro.pdf)
- Araque, W. (2012). Las PyME y su situación actual. Universidad Andina Simón Bolívar, 1-14. Campos Espinosa, M. A., Ledezma Reyes, S. K., López Aponte, M. G., Mejía Piña, K. E., & Rodríguez Hernández, E. (2016). Creación de una empresa que ofrezca servicios de orientación y capacitación académica. Instituto Politecnico Nacional. Cano, J., & Baenas, J. (2013). Retos en la implementación de las TIC para el proceso de negociación internacional. (Spanish). Cuadernos de Administración, 29(50), 153–163. Obtenido de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=94178283&lang=en&site=eds-live>
- Carter, S., & Jones-Evans, D. (2006). Enterprise and Small Business: Principles, Practice and Policy. FT Prentice Hall. Chesbrough, H. W., & Crowther, A. K. (2006). Beyond high-tech: early adopters of Open Innovation in other industries. R&D Management, 36(3), 229–236. Obtenido de <https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.2006.00428.x>
- COPCI. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Registro Oficial, 1-18. Obtenido de <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Enroke. (n.d). Pymes Ecuador. Obtenido de

Debilidades de las Pymes en el Ecuador. Obtenido de <http://www.grupoenroke.com/index.php/proyecto-pymes/46-que-son-las-pymes> Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica. (2013). La innovación en las Pymes Españolas.

Heijs, J. (2018). Competitividad nacional empresarial versus innovación. *Revista CEA*, 4(7), 9-11. Obtenido de <https://doi.org/10.22430/24223182.768>

INEC. (2015). Directorio de Empresas. Instituto Nacional de Estadística y Censos. León, O., & Palma, E. (2018).

0: <http://udi.edu.co/revistainvestigaciones/index.php/ID/article/view/171/171> 93%

Aplicación de las Tecnologías de Información y comunicación en los procesos de innovación empresarial. *Revisión de la literatura. I+D Revista De Investigaciones*, 11(1), 156-166.

Obtenido de <http://udi.edu.co/revistainvestigaciones/index.php/ID/article/view/171/171>  
 López-Torres, G. C., Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro, S. Y., & García Ramirez, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en Pymes. *Contaduría Y Administración*, 61(3), 568-581. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.05.016>  
 Montañez et al. (2016). Falta de Innovación en las Empresas Colombianas. *Revista Convicciones*, 3(6), 75-78. Obtenido de <http://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/155>  
 Mora, L., & Elizeth, D. (2018). La gestión del talento humano para la innovación empresarial de las PYMES en Ecuador y sus efectos en el cambio de la matriz productiva. *Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Económicas*(1), 93. Obtenido de [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28679/1/TRABAJO\\_FINAL\\_LANDIVAR\\_MORA.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28679/1/TRABAJO_FINAL_LANDIVAR_MORA.pdf)  
 OCDE. (2005). *The Measurement of Scientific and Technological Activities Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological innovación data*. OSLO Manual. European Commission. Eurostat.  
 Ozer, M., Demirkan, I., & Gokalp, O. N. (2013). Collaboration networks and innovation: does corporate lobbying matter? *Journal of Strategy and Management*, 6(3), 286-308. Obtenido de <https://doi.org/10.1108/JSMA-01-2013-0009>  
 Pérez Padrón, S., & Moreno Méndez, F. R. (2018).

0: <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/808/908> 100%

La Innovación Tecnológica y la Investigación de Mercado en el Sistema Empresarial Cubano.

*Universidad Y Sociedad*, 10(1), 367-373. Obtenido de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/808/908>  
 Reyes, F. (2015). Las pymes y su contribución en el producto interno bruto (PIB) no petrolero del ecuador. Período:: 2014- 2017. *Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Económicas*, 57. Robayo,

P. V. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: un aplicación para el sector gráfico Colombiano.

*Elsevier*, 7(16), 125-140. Sawhney, M., Wolcott, R., & Arroniz, I. (2007). The 12 different ways for companies to innovate. *IEEE Engineering Management*, 35(1), 45-45. Obtenido de <https://doi.org/10.1109/EMR.2007.329139>  
 Supliguicha, J. D., D'Armas, M., & Cobo, J. C. (2016).



Principales barreras que superaron las PYME del cantón Milagro , Ecuador , en su transición como microempresarios. Researchgate, Septiembre, 0-8. Tokman, M., & Zahler, A. (2004). Innovación para un crecimiento sostenido: Siete lecciones para Chile. En Foco, 17(1), 1-26. Unger,

K. (2018). Innovación, competitividad y rentabilidad en los sectores de la economía mexicana. Gestión Y Política

Pública, xxvii(1), 3-37. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/gpp/v27n1/1405-1079-gpp-27-01-00003.pdf> Vrgovic, , P., Vidicki, P., Glassman, B., & Walton, A. (2012). Open innovation for SMEs in developing countries – An intermediated communication network model for collaboration beyond obstacles. Innovation, 14(3), 290–302. Obtenido de <https://doi.org/10.5172/impp.2012.14.3.290> Zahera, M. (1996). Las pymes españolas y la innovación. Harvard Deusto Business Review,(74), 62-66.

Características de las Pymes Cuenta con poca infraestructura Mantiene una baja capacidad en términos de negociación Poca cantidad productiva para la exportación Falta de adecuación en la implementación de maquinaria y procedimientos normativos internos a diferencia de empresas grandes. Suelen tener costos elevados por el excedente y desperdicio de materias primas. Las encontramos en diferentes lugares establecidas, tanto en zonas rurales como urbanas a nivel nacional. Debido a sus características le permite ser flexible a cambios que se pretendan adecuar en sus actividades e infraestructura Por su ubicación y alcance pueden conocer cuales son las necesidades del cliente al estar en constante contacto. Atraen a la población Económicamente activa y brindan fuentes de empleo. Requieren bajo capital de inversión. Por tamaño

Grandes Medianas Pequeñas Micro 4.7999999999999996E-3 1.5299999999999999E-2  
7.3499999999999996E-2 0.9063999999999998

Hoja\_de\_c\_lculo\_de\_Microsoft\_Excel1.xlsx

Hoja1

Denominación Por tamaño Grandes 0.48% Medianas 1.53% Pequeñas 7.35% Micro 90.64%



Hit and source - focused comparison, Side by Side:

Left side: As student entered the text in the submitted document.

Right side: As the text appears in the source.

---

Instances from: <http://udi.edu.co/revistainvestigaciones/index.php/ID/article/view/171/171>

1 93%

Aplicación de las Tecnologías de Información y comunicación en los procesos de innovación empresarial. Revisión de la literatura. I+D Revista De Investigaciones, 11(1), 156-166.

1: <http://udi.edu.co/revistainvestigaciones/index.php/ID/article/view/171/171> 93%

Aplicación de las Tecnologías de Información y comunicación en los procesos de innovación empresarial. Revisión de la literatura | León García | I+D REVISTA DE INVESTIGACIONES

Instances from: <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/808/908>

2 100%

La Innovación Tecnológica y la Investigación de Mercado en el Sistema Empresarial Cubano.

2: <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/808/908>  
100%

La innovación tecnológica y la investigación de mercado en el sistema empresarial cubano