



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CUENCA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE ECONOMÍA

**ANÁLISIS DE LA INNOVACIÓN DE LAS MIPYMES DE LA
CAPIA**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE ECONOMISTA**

AUTOR: ORELLANA ORELLANA EDISON XAVIER

DIRECTOR: ING. ORTIZ LAZO DIEGO FERNANDO, MGS

CUENCA - ECUADOR

2023

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE ECONOMÍA

**ANÁLISIS DE LA INNOVACIÓN DE LAS MIPYMES DE LA
CAPIA**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE ECONOMISTA**

AUTOR: ORELLANA ORELLANA EDISON XAVIER

DIRECTOR: ING. ORTIZ LAZO DIEGO FERNANDO, MGS

CUENCA - ECUADOR

2023

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO

Análisis de la innovación de las MIPYMES de la CAPIA

Edison Xavier Orellana Orellana

Universidad Católica de Cuenca

Unidad de titulación

Ing. Diego Fernando Ortiz Lazo, Mgs

16 de agosto de 2023

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Edison Xavier Orellana Orellana portador(a) de la cédula de ciudadanía N° **0106142839**.

Declaro ser el autor de la obra: “**Análisis de la Innovación de las Mipymes de la Capia**”, sobre la cual me hago responsable sobre las opiniones, versiones e ideas expresadas. Declaro que la misma ha sido elaborada respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximo a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaro finalmente que mi obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación, sobre la que también me responsabilizo y eximo a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

Cuenca, 16 de agosto de 2023



F:

Edison Xavier Orellana Orellana

C.I. 0106142839

CERTIFICACIÓN

Yo, **Diego Fernando Ortiz Lazo**, certifico que el artículo titulado “**Análisis de la Innovación de las Mipymes de la Capia**” fue desarrollado por **Orellana Orellana Edison Xavier**, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad Católica de Cuenca.

Debido que es una investigación particular con el propósito de cumplir un requisito previo a la obtención del **TÍTULO DE ECONOMISTA**

Cuenca, 16 de agosto de 2023



DIEGO FERNANDO
ORTIZ LAZO
Documento firmado
digitalmente
Matriz - Cuenca
2023-06-26 11:21:05:00

Ing. Diego Fernando Ortiz Lazo

Tutor(a)

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

RESUMEN

El presente artículo científico tiene por objetivo analizar el desarrollo de la innovación en las MIPYMES de la Cámara de Comercio de la Pequeña Industria de Azuay (CAPIA). Para éstos fines, se presentaron teorías y conceptos de la innovación en las Mipymes, con ello se establecieron los indicadores para medir la innovación: económicos, eficacia, cultura e intensidad. Esto da lugar a una metodología descriptiva, documental y de campo con enfoque cuantitativo que por medio del empleo de una encuesta a 94 MIPYMES del Azuay se pudo establecer en qué nivel se encuentra la innovación en dichas entidades. De hecho, como resultado se constató que el 44,7% de las entidades son innovadoras y el 37,1% muy innovadoras, de las cuales sobresalen las empresas del sector alimenticio, industrias gráficas, entre otras. Respecto a las pocas innovadoras, se refleja que el 25% son las que se dedican a sustancias químicas, 17,65% a TIC y servicios, 9,09% a prendas de vestir y 40% a madera y corcho. Por tanto, se concluye que estas entidades necesitan de acompañamiento y asesoramiento técnico para que puedan afianzar sus conocimientos en las metodologías innovadoras para que, a nivel organizacional, económico y comercial, mejoren en un corto plazo.

Palabras claves: MiPymes, CAPIA, metodología innovadora, estrategias innovadoras, indicadores de innovación

ABSTRACT

This scientific article aims to analyze innovation development in the MSMEs of the Chamber of Commerce of the Small Industry of Azuay (CAPIA by its Spanish acronym). For these purposes, theories and concepts of innovation in MSMEs were presented, and indicators were established to measure innovation: economic, effectiveness, culture, and intensity. This research used a descriptive, documentary, and field methodology with a quantitative approach that established these entities' innovation levels through a survey applied to 94 MSMEs in Azuay. In fact, as a result, it was found that 44.7% of the entities are innovative and 37.1% are highly innovative, of which food companies, and graphic industries, among others, are more remarkable. Concerning the few innovators, 25% refers to the chemical industry, 17.65% to ICTs and services, 9.09% to clothing, and 40% to wood and cork. Therefore, it is concluded that these entities need accompaniment and technical advice to strengthen their knowledge of innovative methodologies to improve at the short-term organizational, economic, and commercial levels.

Keywords: MSMEs, CAPIA, innovative methodology, innovative strategies, innovation indicators

Introducción

Una ventaja de las MIPYMES frente a las grandes empresas es su capacidad de adaptación más rápida, ya que existen menos procesos y jerarquías fuertemente establecidas, éstas aún enfrentan diferentes dificultades entre las que pueden destacarse en la literatura; la falta de recursos como financiamiento, profesionales calificados, conocimientos y tecnologías. Estos factores son relevantes ya que pueden potenciar las capacidades de gestión e innovación de las MIPYMES y, a su vez, su competitividad (Carvalho et al., 2018; Inoue y Yamaguchi, 2017; Radicic et al., 2016).

En base a ello se puede sostener que la innovación en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) conforma uno de los puntos centrales para desarrollar estrategias de crecimiento inclusivo. La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico – OECD (2018) respalda lo mencionado al indicar que las Pymes más innovadoras son las más productivas que pueden pagar mejores salarios y ofrecer mejores condiciones laborales a sus trabajadores, ayudando así a reducir las desigualdades.

Por su parte, Haro et al. (2017) mencionan que la innovación se refiere a la introducción de novedades en un producto, servicio, estrategia o modelo de negocio. Además, la innovación también aumenta la usabilidad y la durabilidad de la entidad anterior. A veces, es una idea y, a veces, es un concepto que ayuda a mantenerse por delante de la competencia e induce la creatividad y la eficiencia en las empresas.

Dicha innovación para las MIPYMES según Sordo (2022) representa que los líderes modernos hayan entendido las ventajas de la innovación en los negocios para incrementar y crecer en el entorno empresarial actual. Como resultado se cree que existe una gran demanda de emprendedores y trabajadores con inclinación por la innovación empresarial. En este sentido, la innovación juega un papel clave en la introducción de novedades en las líneas de productos o

procesos existentes, lo que lleva a una mayor participación de mercado, ingresos y satisfacción del cliente.

De acuerdo con la OECD (2018) la innovación es un motor clave de la productividad, el crecimiento a largo plazo y puede ayudar a resolver problemas sociales como desafíos al menor costo posible. Así mismo, la innovación en las pequeñas y medianas empresas (PYME) está en el centro de las estrategias de crecimiento inclusivo ya que:

Las pymes innovadoras al ser más productivas pueden pagar mejores salarios y ofrecer mejores condiciones de trabajo a sus trabajadores, contribuyendo así a reducir las desigualdades. Además, recientemente la evolución de los mercados y las tecnologías ofrecen nuevas oportunidades para que las PYME innoven y crezcan. La digitalización acelera la difusión del conocimiento y está permitiendo la aparición de nuevos modelos de negocio, que pueden permitir a las empresas escalar muy rápidamente, a menudo con pocos empleados, activos tangibles o una huella geográfica (p. 1).

A veces, la innovación se utiliza para actualizar los sistemas operativos de la empresa o para introducir tecnologías modernas para la automatización. Se cree que la fusión de la innovación y la automatización puede ayudar a las empresas a presenciar un crecimiento múltiple.

En el caso del Ecuador las MIPYMES poseen un potencial para constituirse como el motor de desarrollo, pese a que aún deben superar y fortalecer en su interior problemas relacionados con atraso tecnológico, falta de personal debidamente capacitado, inadecuadas formas de producción y administración, el pequeño y mediano empresario actualmente es más consciente que debe mejorar sus procesos y ofrecer al cliente calidad en el producto y en el servicio (Tobar, 2015).

Esta investigación tiene como objetivo general de analizar el desarrollo de la innovación en las MIPYMES de la Cámara de Comercio de la Pequeña Industria de Azuay (CAPIA). Como objetivos específicos se determina el analizar las principales teorías y conceptos de la innovación en las MIPYMES, determinar los principales factores de la innovación en las micro, pequeñas y medianas empresas de la CAPIA; e identificar el estado actual de la innovación y el apoyo que brinda al crecimiento de las MIPYMES de la CAPIA.

Estado del arte

La innovación y su importancia

La innovación refiere a la creación, mejora o aplicación de nuevos procesos, productos, servicios o modelos de negocio que proporcionan valor adicional a una empresa y a sus clientes, esta puede involucrar la aplicación de tecnología, la identificación de nuevas oportunidades de mercado, el desarrollo de nuevas formas de trabajo y la mejora de procesos y productos existentes para aumentar la eficiencia y la eficacia (Rojo et al., 2019).

La innovación es muy importante para el dinamismo económico, y autores como Morales et al. (2012) y Pérez y Ramírez (2021) consideran que esta es fundamental también a nivel social, siendo un factor clave no sólo en las empresas en lo referente a la competitividad con que operan, sino extendiéndose a nivel del territorio nacional influyendo en el crecimiento económico a largo plazo, mostrando una relación estrecha con el desarrollo económico y con el bienestar de la población.

Mejía et al. (2021) mencionan que las empresas que han entendido de forma amplia el concepto de innovación, incluyendo nuevas tecnologías, métodos y estrategias, son más dominantes en el mercado y más competitivas, por lo que la innovación busca identificar en

primera instancia el marco conceptual de la temática debido a que el concepto innovación, ha evolucionado de acuerdo con las tendencias de la sociedad y la economía.

Según Vernaza y Medina (2021) la innovación es importante para las empresas al relacionarse con el aspecto económico ya que puede aumentar la productividad y el crecimiento de una empresa, por ello las empresas deben elegir su estrategia de innovación según su rentabilidad, su tamaño, la estructura del mercado donde se encuentra, y según el crecimiento y desarrollo de la economía; pudiendo involucrar también cambios tecnológicos a nivel de sector y cómo estos cambiarían la operación de la organización.

Estrategias de innovación

Sánchez y Rodríguez (2021) mencionan que las formas para medir la innovación dentro de las empresas varían según el contexto y los objetivos específicos de la innovación e indican que se deben ejecutar estrategias innovadoras para medir los esfuerzos realizados de la empresa en la adquisición o descubrimiento de nuevos medios que le garanticen una posición en el mercado, ya sea a través de la investigación científica o a través de la adquisición de recursos tecnológicos y maquinarias.

La Queensland Government (2019) destaca que:

Una estrategia innovadora guía las decisiones sobre cómo se utilizarán los recursos para cumplir los objetivos de innovación de una empresa, generar valor y generar una ventaja competitiva. Las estrategias deben incluir: un análisis del entorno competitivo y tecnológico de una empresa, sus desafíos y oportunidades, sus ventajas distintivas (p. 2).

Dentro de este contexto, Elkin (2021) indica que las estrategias innovativas pueden ser eficaces puesto que pueden:

- Aclarar prioridades y objetivos. Una estrategia de innovación describe los objetivos de las actividades de innovación de la organización y ayuda a centrar los esfuerzos para alcanzar esos objetivos.
- Fomentar la alineación. Con un plan establecido, los diversos grupos dentro de una organización trabajarán todos hacia objetivos comunes en lugar de perseguir sus propias prioridades individuales.
- Evita que un negocio se duerma en los laureles. Incluso las empresas que comienzan como innovadoras deben continuar innovando de manera estratégica, ya que es probable que los imitadores y los competidores innovadores se hagan con una cuota de mercado con el tiempo.
- Ayudar a una empresa a lograr el éxito a largo plazo. Sin una innovación continua, es poco probable que una empresa obtenga (o mantenga) una ventaja competitiva o mantenga a los clientes comprometidos a largo plazo.

Criterios que miden la innovación

La innovación se concibe como la etapa final de un proceso lineal que comienza con la investigación básica y le sigue la investigación aplicada y el desarrollo experimental. Según Viotti (2022) si este fuera el caso, los indicadores, así como la política de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI) en general, deberían centrarse esencialmente en Investigación y Desarrollo (I+D).

Fischer (2022) por su parte expone que la innovación es con frecuencia un proceso efímero que elude la cuantificación. Pero esa es una razón más para medirlo. Al monitorear el proceso de innovación de manera efectiva, permite ver claramente quién o qué influye en la innovación y

actuar para aumentarla. Para Polo (2021) los indicadores para medir la innovación se basan en diversos criterios. Estos pueden ser:

Indicadores económicos

- Costes: En esta etapa temprana del proceso de innovación, los costos de innovación generalmente solo pueden determinarse de manera aproximada.
- Beneficios (lanzamiento de un nuevo producto): Es una de las habilidades críticas y un criterio relevante para medir el éxito del lanzamiento de un nuevo producto en cualquier negocio.
- Incremento en ventas (por la innovación en un producto/servicio): Desde reducir la rotación de empleados y reducir los costos hasta diferenciar el producto y mantener viva a la empresa.
- Retorno/beneficios económicos (ROI por la inversión en innovación): El retorno de la inversión en innovación mide la eficacia con la que una organización convierte los gastos de I+D en beneficios cuando se invierte en un nuevo producto/servicio.
- Presupuesto designado: Proporciona los recursos mínimos que necesita para trabajar en nuevas ideas.

Indicadores de eficacia

- Metodología innovadora: Ayuda a crear una caja de herramientas para escalar y sistematizar la innovación aumentando la posibilidad de emplear estrategias valiosas.
- Plazo de lanzamiento (tiempo requerido para comercializar el producto innovador): Es el período desde la concepción de una nueva idea de producto hasta el lanzamiento al mercado.

- Ratio de éxito (por producto/servicio nuevo): Incluye evaluar las métricas de gestión de clientes potenciales, las de rendimiento técnico del producto, las de rendimiento comercial del producto, determinar el uso del producto y las métricas de participación.
- Inversión (por proyecto de innovación): Es un número que las entidades comerciales calculan poniendo las ganancias y los gastos uno al lado del otro para determinar qué tan bien han convertido estas inversiones en ganancias.
- Gasto promedio (proyectos e ideas rechazadas): Se emplea para extraer lecciones aprendidas y consejos para el equipo para una próxima oportunidad con este producto innovador u otro.

Indicadores de cultura

- Tasa de ideas (evaluadas por trabajador): La cantidad de ideas ganadoras (ideas que la gerencia selecciona) dividida por la cantidad de participantes activos (por ejemplo, empleados) en un desafío de ideación determinado.
- Tiempo de trabajo (contribución del equipo de trabajo): Trabajar en equipo fomenta el crecimiento personal, aumenta la satisfacción laboral y reduce el estrés.
- Total de áreas (integran ideas innovadoras al negocio): la innovación presenta nuevas ideas a los líderes empresariales para aumentar la eficiencia con recursos mínimos.
- Instrumentos de medición de impacto: Las ideas deben revisarse periódicamente y los estados deben actualizarse con precisión.

Indicadores de intensidad

- Número de innovaciones (producto/servicio): Surge de las interacciones entre una empresa y su cliente, tal como se percibe a través de la mente consciente y subconsciente del cliente; no se trata sólo del 'qué' sino también del 'cómo'.

- Total de ideas (factibles al momento de evaluarse): Debe permitirse que un gerente medio defienda la idea ante la alta gerencia, las partes interesadas y los funcionarios financieros que pueden necesitar otorgar la aprobación presupuestaria de la idea.
- Cartera de proyectos innovadores: La gestión de cartera es una actividad de análisis y búsqueda de sentido que conecta la práctica de innovación con la intención y el propósito detrás de esas actividades, así como con el objetivo estratégico de la organización
- Proyectos innovadores ejecutándose: Analiza qué elementos del sistema y las estructuras organizativas permiten que la organización tenga éxito a largo plazo.

La innovación en el sector empresarial

La innovación no refiere solamente a la creación de algo completamente nuevo, sino que también puede involucrar mejoras significativas en procesos, productos o servicios existentes, entender esto es fundamental para toda empresa, ya que así pueden planificar procesos continuos de innovación y buscar varias alternativas que le faciliten alcanzar sus metas (Cordoba et al., 2019).

Para que las empresas puedan innovar de manera efectiva, Mejía et al. (2021) consideran que deben fomentar una cultura de innovación, lo cual implica fomentar la creatividad, la experimentación y la toma de riesgos ya que las empresas deben estar dispuestas a aceptar los riesgos inherentes al proceso de innovación y a alentar a los empleados a “pensar fuera de la caja” ya que los avances innovativos suponen un reto para las empresas y a largo plazo, para el sistema productivo de los países.

Otra herramienta que brinda la innovación a las empresas consiste en la adaptación al cambio, ya que el mundo empresarial está en constante evolución, si las empresas no pueden adaptarse y explorar nuevas formas de hacer negocios corren el riesgo de quedarse atrás, pero

aplicando estrategias adecuadas de innovación, las empresas pueden adaptarse a los cambios en el mercado a través del empleo de tecnología que permita observar las tendencias del consumidor (Rojo et al., 2019).

Según Vernaza y Medina (2021) otro aspecto que brinda la innovación es el de mantener un nivel de competitividad, especialmente considerando que en la actualidad el mercado es mucho más competitivo al encontrarse globalizado, las empresas deben diferenciarse de la competencia y mejorar su eficiencia para mantener y aumentar su rentabilidad y éxito, y las empresas que no pueden innovar corren el riesgo de perder cuota de mercado ante la competencia.

Este aspecto competitivo se observa en el panorama actual nacional, donde la pandemia del COVID-19 ha alterado profundamente la manera en que consumimos, dando lugar a una explosión de nuevas tecnologías e innovación, obligando a las empresas a adaptarse rápidamente o desaparecer, Según Forsyth (2022) el COVID-19 se aceleró drásticamente la adopción de nuevas tecnologías, por lo que las organizaciones se vieron obligadas a adoptar nuevas tecnologías de la noche a la mañana para sobrevivir o correr el riesgo de volverse irrelevantes.

Como resultado, casi todos los sectores han alterado la forma en que interactúan y hacen negocios con sus clientes en los últimos dos años, acelerando tendencias fundamentales que ya estaban en marcha en América Latina y el Caribe, como la automatización de los puestos de trabajo (OECD, 2020).

Últimamente y a causa de la reciente pandemia, Enríquez y Sáenz (2021) mencionan que una innovación que se aplica en mayor medida consiste en ofrecer a los clientes un medio para comprar sus productos en línea, lo que se ha vuelto esencial para la supervivencia de las empresas, especialmente las MIPYMES ya que operar en línea se ha vuelto necesario para continuar con el funcionamiento de su negocio.

Como se repasó anteriormente, el tamaño de la empresa y su contexto son de los factores principales para aplicar estrategias de innovación, por ello las MIPYMES pueden experimentar ciertas desventajas, particularmente en el sentido económico y en su enfoque, ya que una empresa grande posee mayores recursos e influencia, por ello las empresas de menor tamaño buscan el apoyo de asociaciones, tales como las Cámaras de Comercio a nivel local (Cordoba et al., 2019).

Históricamente, las Cámaras de Comercio han jugado este papel de apoyar a las empresas locales y hacer crecer un negocio en un clima de apoyo, la Organización Mundial de Comercio - OMC (2020) destaca que actualmente hay 4000 cámaras que brindan recursos adicionales a los empresarios, centrándose en el desarrollo económico, la prosperidad y la comunidad de empleadores.

De acuerdo con Macke (2019) las cámaras de comercio de hoy pueden convertirse en el centro de apoyo a negocios centrados en el crecimiento y construcción del ecosistema económico del emprendedor, ofreciendo programas de capacitación, asesoramiento y networking para ayudar a las MIPYMES a desarrollar habilidades y conocimientos en innovación y emprendimiento.

También pueden ofrecer información sobre financiamiento y subvenciones para proyectos de innovación y conectar a las MIPYMES con socios y proveedores que puedan ayudarlas a desarrollar y comercializar nuevos productos y servicios, además de ofrecer plataformas para que las MIPYMES puedan compartir experiencias y conocimientos con otros empresarios, como consiste en el caso de la CAPIA, que brinda estos servicios valiosos para el aprendizaje y el crecimiento de emprendimientos y MIPYMES (Cámara de la Pequeña Industria del Azuay, 2018).

Estudios Empíricos

De acuerdo con un artículo realizado por Mendoza et al. (2020), detallan que el mercado global considera a las MIPYMES como uno de los sectores más productivo en la economía de un

país, en un entorno dinámico esto implicaría plantear estrategias para alcanzar el desarrollo empresarial, por ello los autores buscaron detallar la evolución de las MIPYMES ecuatorianas en el período 2015-2020.

Para esta caracterización, los autores consideraron las estadísticas del Directorio de Empresas del Ecuador, los hallazgos mostraron que las MIPYMES han tenido un progreso relativo en los años de estudio, pero muchas fracasan y otras sólo llega a formar parte del sector microempresarial, concluyendo que no puede considerarse a las MIPYMES ecuatorianas como referentes en el desarrollo empresarial, el sector evidenció muchas limitantes como la falta de planificación estratégica, innovación, débil gestión del conocimiento y poco apoyo Estatal, lo que no permite que se aprovechen las oportunidades que se presentan en el mercado para lograr una mayor productividad y posicionamiento de marca.

Por su parte, Mejía et al. (2021) mencionó que las innovaciones empresariales se transforma en capacidades tecnológicas y organizacionales a través de sistemas, rutinas, manuales, liderazgo y gestión, lo cual es útil para aprovechar en la mejora de los procesos de producción y distribución, lo que evidencia la gran importancia de las actividades de innovación para la economía nacional.

Los autores buscaron conocer las principales estrategias de innovación de procesos y las actividades de innovación que aplican las empresas manufactureras de Cuenca aplicando un cuestionario, hallando que las empresas grandes desarrollan tanto actividades como procesos de innovación sólidos a diferencia de las MIPYMES, las que cuentan con mayores dificultades para desarrollar capacidades de innovación, además los cambios tecnológicos influyen trascendentalmente en el crecimiento económico y en el desarrollo tanto de capital físico como capital humano, por lo que las MIPYMES para mantenerse en el mercado deben alcanzar un

mínimo requerido de avances innovativos para ser más competitivas, por lo que deben hacer una inversión significativa que muchas veces sobrepasa sus ganancias.

En cuanto a la investigación de Blanco y Salazar (2021) analizaron la competitividad e innovación de las PYMES en el Ecuador, consideradas como un factor importante del desarrollo y la productividad en el país a través de la contextualización de la competitividad de este sector a través de los datos del reporte del Foro Económico Mundial y la aplicación de entrevistas para evidenciar el estado de indicadores tales como: propiedad intelectual, marco institucional, infraestructura, educación, productividad, regulación laboral, nuevas tecnologías.

Los hallazgos de este trabajo evidenciaron que en lo que atañe a la competitividad de las PYMES, es observable que a pesar de que el Estado buscó avanzar en un proceso de construcción de un sistema de indicadores de competitividad, los resultados no han sido los esperados, también se observa una falta de consenso entre el Estado y la Academia al no considerar que la innovación tecnológica es un elemento no solo para el desarrollo de la economía ecuatoriana sino también para la mejora de la competitividad del Ecuador y del sector productivo ecuatoriano.

Una vez abarcado los estudios recientes por diversos autores en base a las MIPYMES, se genera una descripción teórica sobre la innovación, su importancia, los criterios bajo los que puede evaluarse, la innovación dentro del contexto empresarial, y el papel de las cámaras de comercio locales en el fomento de la innovación para las MIPYMES.

Metodología

Con la finalidad de conocer el estado de cada una de las actividades innovadoras y el apoyo brindado por la CAPIA a las entidades que se encuentran dentro de su red empresarial, se emplea un estudio cuantitativo por medio de encuestas aplicadas a los representantes legales y propietarios

de las MIPYMES afiliadas. Con ello se espera determinar y conocer la manera en que está desarrollándose e incursionando la innovación dentro de los emprendimientos del Azuay.

El artículo científico destaca su abordaje tras un tipo de investigación descriptiva, documental y de campo, la parte descriptiva contrasta los resultados de la encuesta y la forma en que los indicadores en conjunto a los criterios de medición de la innovación están siendo aplicados en las MIPYMES. Con ello se busca tener una visión sobre la situación respecto a la innovación.

Por otra parte, el estudio descriptivo busca contextualizar la manera en que la innovación está siendo aplicada y abordada en relación a los criterios de evaluación dentro de las MIPYMES afiliadas. Con los resultados y las directrices identificadas como necesaria, se describe la perspectiva de emplear nuevas ideas en los emprendimientos del Azuay brindando un adecuado direccionamiento de las ideas innovadoras, así como la prioridad que se le brinda a las empresas frente a su necesidad.

El método descriptivo da paso al desarrollo de estrategias con metodologías innovadoras dentro de las MIPYMES del Azuay y es allí donde el estudio de campo comprueba las acciones de invocación aplicadas.

El estudio documental da lugar a la revisión teórica de fuentes secundarias como: revistas, tesis, análisis e informes referentes a las estrategias de innovación, los criterios para medirla su participación en el bienestar de una empresa y las ventajas prácticas que basados en estudios empíricos para crear vías de desarrollo económico a nivel local.

Muestreo

En la Cámara de la Pequeña Industria del Azuay – CAPIA según un registro corroborado de manera personal, existen 94 MIPYMES afiliadas. En este sentido, para efectos investigativos

se emplea un censo. Desde el punto de vista censal, se aborda toda la población al ser perfectamente cuantificable.

Técnicas e instrumentos

La técnica aplicada es el análisis estadístico de los resultados obtenidos de la encuesta (Ver Anexo 1) por parte de la CAPIA para innovar e incrementar el margen de comercialización de los sectores productivos del Azuay.

El instrumento (encuesta) es evaluada por medio de una escala valorativa con preguntas de opción múltiple, para fines prácticos Polo (2021) menciona que se abordan cuatro criterios para medir la innovación y monitorear el proceso innovadores de manera efectiva.

Según el autor los indicadores para medir la innovación basada en criterios son: económicos (ítem 4 – 8) para determinar si existe un presupuesto designado y los efectos de la innovación están dejando un margen de beneficio significativo a nivel financiero; eficacia (ítem 9-12) de la metodología innovadora empleada actualmente y los nuevos canales necesario para desarrollar ideas innovadoras viables, cultura (ítem 14-17) para constatar la naturaleza de los resultados obtenidos e integrar a los trabajadores para una mayor eficacia de la innovación; intensidad (ítem 18-20) para determinar la contribución de la innovación en las Pymes registradas en la CAPIA.

Con los resultados de cada criterio se establece el nivel de innovación que presenta cada empresa, para su métrica se utilizan puntajes base 100, y la clasificación es como se describe en la siguiente tabla:

Tabla 1.*Clasificación del puntaje por nivel de innovación*

Clasificación	Puntaje	Descripción
Poco innovadora	[0-50]	Esta categoría se aplica a empresas que muestran un bajo grado de innovación. Estas empresas tienden a seguir métodos y prácticas convencionales sin buscar activamente nuevas ideas o enfoques. Es posible que su nivel de innovación sea limitado o que no hayan implementado cambios significativos en sus productos, servicios o procesos.
Innovadora	[51-75]	Este nivel se asigna a empresas que demuestran un grado moderado de innovación. Estas empresas han implementado algunas ideas o prácticas innovadoras, lo que les permite destacar en cierta medida en su sector. Aunque no son líderes indiscutibles en innovación, han logrado avances notables y están abiertas a la exploración de nuevas oportunidades.
Muy Innovadora	[76-100]	Estas empresas están constantemente buscando nuevas ideas, tecnologías y enfoques para mejorar sus productos, servicios o procesos. Son conocidas por su enfoque creativo y por ser pioneras en su industria. Su capacidad de innovación les brinda una ventaja competitiva significativa.

Nota. Niveles de innovación y la puntuación a la que se ajustan según los factores identificados.

Resultados

En relación a lo expresado anteriormente, se procede a generar una contextualización de los resultados de la encuesta ejecutada a las MIPYMEs afiliadas a la CAPIA:

Datos de la MIPYME afiliada a la CAPIA

De manera general, la Cámara de Comercio de la Pequeña Industria de Azuay – CAPIA (2018), fue fundada en 1914, por los emprendedores cuencanos, para velar por intereses locales y generales del comercio, siendo al mismo tiempo una de las influencias que faciliten las relaciones entre los grupos industriales para ser más fuertes dentro del mercado al frente de las grandes empresas, en donde también obtendrían beneficios como presionar y proponer leyes al Estado que ayude al sector.

En la actualidad agrupa a 9 sectores productivos del Azuay, en los que están Alimentos, Industrias Gráficas, Madera - Corcho, Metalmecánica, Minerales no Metálicos, Prendas de vestir, Cuero y Calzado, Sustancias Químicas y TIC-Servicios.

Para la CAPIA, éstas entidades constituyen una importante actividad económica para acelerar el desarrollo y crecimiento económico del país, por su adaptación a las condiciones de infraestructura prevalecientes en las zonas de menor desarrollo interno, y aprovechan en mayor grado los recursos humanos y naturales de cada región, siempre con responsabilidad ambiental. En virtud de ello, la CAPIA genera empleo, dan fortalecimiento y diversifican las exportaciones promoviendo una mejor distribución del ingreso, por lo que el Estado tiene el deber de estimular y proteger a los sectores productivos del país en concordancia con la situación económica actual (Quituisaca et al., 2021).

Tras el levantamiento de la encuesta dirigida a éstas entidades, se pudo conocer que en la actualidad existen diversas actividades económicas a las cuales se dedican las MIPYMES afiliadas a la CAPIA. Dichas actividades son:

Tabla 2.

Actividad económica en las MIPYMES

Ítem	Respuesta	Participación Promedio
Alimenticio	22	23%
Cuero y calzado	5	5%
Industrias gráficas	5	5%
Madera y corcho	5	5%
Metalmecánico	9	10%
Minerales no metálicos	8	9%
Prendas de vestir	11	12%
Sustancias químicas	12	13%
TIC y servicios	17	18%
Total	94	100%

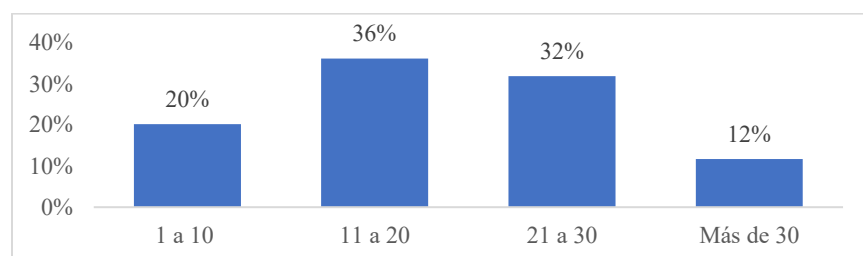
Fuente: Trabajo de campo

De acuerdo a la tabla 2, entre las actividades productivas y comerciales vigentes se pueden destacar al 23% que se dedica a la actividad alimenticia y un 18% son TIC y servicios. En una

menor proporción se encuentran los negocios de sustancias químicas con 13%, prendas de vestir en un 12%, metalmecánico en un 10% y un 9% en minerales no metálicos. De hecho, existen 3 actividades económicas que comparte un 5% respectivamente estos son: cuero y calzado, industrias gráficas, madera y corcho.

Figura 1.

Cantidad de colaboradores en las MIPYMES

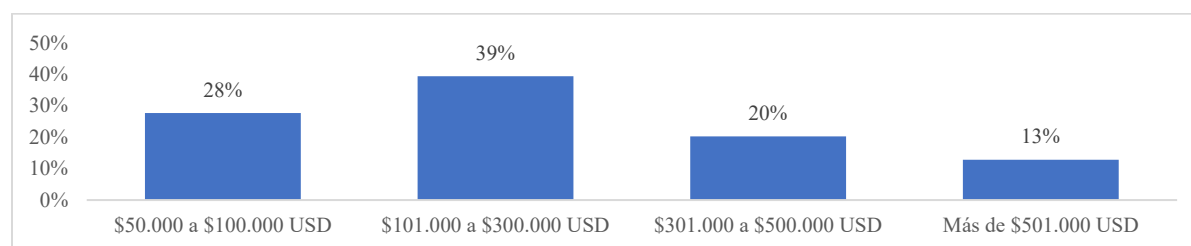


Fuente: Trabajo de campo

Dentro de la figura 1 se detalla que las MIPYMES poseen una estructura organizacional diversa. En este sentido, un 36% de las entidades tienen entre 11 a 20 trabajadores y el 32% de los negocios poseen entre 21 a 30 colaboradores. En una menor proporción se encuentra el 20% de las empresas con una cantidad de trabajadores de 1 a 10 individuos y el 12% menciona tener más de 30 colaboradores.

Figura 2.

Margen de ventas anual en las MIPYMES



Fuente. Trabajo de campo

De acuerdo con la figura 2 los márgenes de ventas anual en las MIPYMES van desde \$101.000 a \$300.000 USD según el 39% de opiniones vertidas en la encuesta y un 28% indica que

sus ganancias están comprendidas en un valor de \$50.000 a \$100.000 USD anual. Por otra parte, el 20% indica ganancias entre \$301.000 a \$500.000 USD y el 13% menciona que su margen de ventas está por arriba de los \$501.000 USD.

Generalidades

Tabla 3.

Conceptualización de la innovación desde los encuestados

Ítem	Respuesta	Participación Promedio
Renovar un dominio, servicio o producto	25	27%
Aplicar nuevos procesos	23	24%
Introducir nuevas técnicas	28	30%
Establecer ideas de éxito	18	19%
Total	94	100%

Fuente. Trabajo de campo

Según los resultados de la tabla 3, los representantes de las MIPYMES conceptualizan a la innovación de formas distintas y las respuestas estuvieron divididas. Así se destaca la participación de un 30% que indica que consiste en introducir nuevas tecnologías, el 27% sostiene que la innovación es renovar un domicilio, servicio o producto. Por otra parte, el 24% indica que es un término que hace referencia a aplicar nuevos procesos y el 19% sostiene que es la manera de establecer ideas de éxito.

Tabla 4.

Consideración de la necesidad de innovar

Ítem	Respuesta	Participación Promedio
Renovar un dominio, servicio o producto	23	24%
Aplicar nuevos procesos	35	37%
Introducir nuevas técnicas	23	24%
Establecer ideas de éxito	13	14%
Total	94	100%

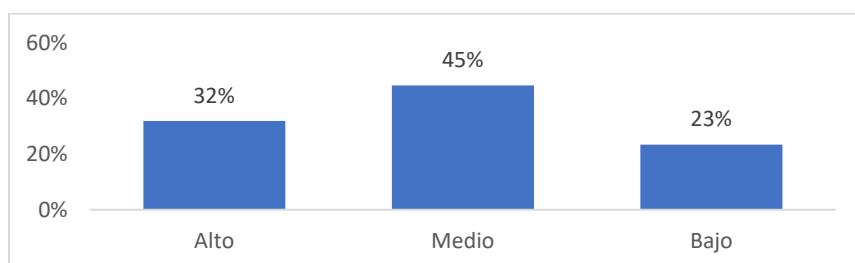
Fuente. Trabajo de campo

La tabla 4 constata en cuanto a la referencia que tienen los encuestados sobre la necesidad de innovar y el por qué debe de generarse, el 37% indica que es necesario para aplicar de manera

adecuada nuevos procesos. Así mismo un 24% respectivamente coinciden en dos aspectos que son claves para innovar, el primero en lo concerniente a introducir nuevas técnicas y la segunda postura se inclina hacia el factor de renovar un dominio, servicio o producto. Por otro lado, un 14% menciona que es indispensable para establecer ideas de éxito.

Figura 3.

Prioridad otorgada a la innovación en la MIPYME



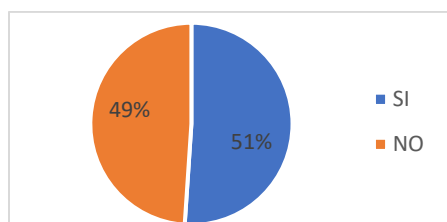
Fuente. Trabajo de campo

De acuerdo a la figura 3 se consultó sobre el grado de prioridad que se le da a la innovación dentro de las MIPYMEs afiliadas a la CAPIA del Azuay, un 45% lo consideran con un medio puesto que depende de muchos factores el convertirlo en una prioridad sin tomar en cuenta otros factores externos. De hecho, el 32% sí lo valora como una prioridad alta y el 23% menciona ser un aspecto de grado bajo ante la falta de inducción sobre sus ventajas organizacionales.

Indicador económico

Figura 4.

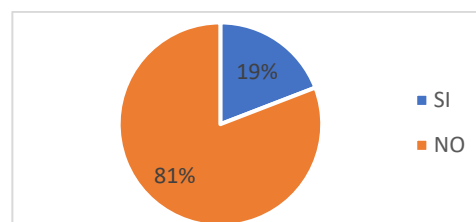
MIPYMEs que consideran la innovación como una estrategia de negocio



Fuente. Trabajo de campo

Figura 5.

MIPYMEs que tienen un presupuesto designado para la innovación



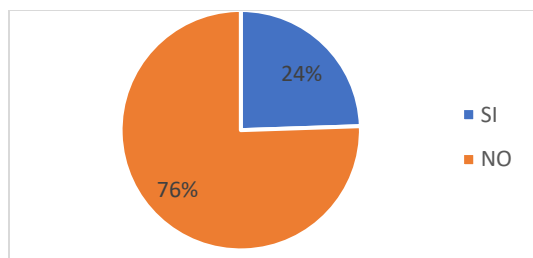
Fuente. Trabajo de campo

Se pudo comprobar en la figura 4 que la innovación para un 51% de MIPYMES es una estrategia principal que emplean en sus negocios. No obstante, un 49% menciona que no es una prioridad y que emplean otro tipo de mecanismos.

En la figura 5 se refleja la consideración de relevancia sobre el presupuesto asignado para innovar los negocios y el 81% indica que no designa algún monto para afianzar sus estrategias comerciales. Por otra parte, el 19% indica que sí cuentan con un presupuesto que es aplicado para mantener el negocio bajo las tendencias y exigencias actuales.

Figura 6.

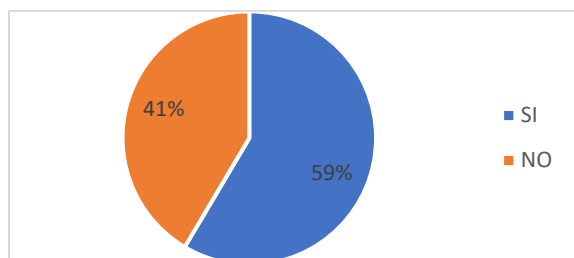
MIPYMES que consideran los costes por lanzar un nuevo producto



Fuente. Trabajo de campo

Figura 7.

MIPYMES que evalúan los beneficios económicos de innovar



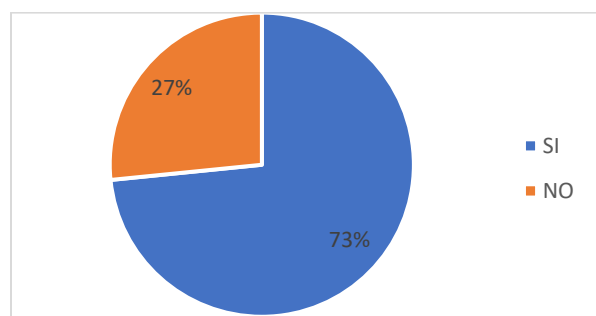
Fuente. Trabajo de campo

De acuerdo con la figura 6 para lanzar un nuevo producto, el 76% de encuestados indican que no toman en cuenta los costes sino más bien que van viendo el comportamiento del mercado sobre la marcha. Sin embargo, un 24% menciona que sí lo consideran para poder innovar sus productos.

A pesar de no tomar en cuenta los costes ni el presupuesto, en la figura 7 se identifica que lo que sí hace el 59% de encuestados es evaluar los beneficios económicos que se obtendrán del producto que lanzan como innovador dando a denotar su postura de resultados sobre la marcha y un 41% menciona que no lo evalúan puesto que asumen un beneficio directo al lanzar un nuevo producto.

Figura 8.

MIPYMES que consideran los efectos económicos de innovar



Fuente. Trabajo de campo

Según la figura 8, el 73% de encuestados indican que sí toman en cuenta los efectos de la innovación sobre el margen de ventas y el retorno de la inversión por lo que el tener un proceso de comercio viable es súper importante para ellos. El 27% por otro lado menciona que no lo valoran de manera directa sino más bien sobre la liquidez que le deja la inversión.

Indicador de eficacia**Tabla 5.***Metodología innovadora empleada por las MIPYMES afiliadas a la CAPIA*

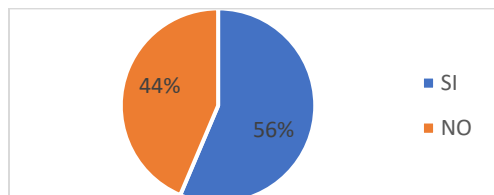
Ítem	Respuesta	Participación Promedio
Entregas rápidas y continuas	6	6%
Acercamiento y apertura de dialogo	7	7%
Creación de ideas	22	23%
Implementar soluciones a los usuarios	16	17%
Búsqueda de valor	22	23%
Combinación de conocimientos	21	22%
Total	94	100%

Fuente. Trabajo de campo

De acuerdo con la tabla 5, respecto a la metodología innovadora que es empleada dentro de las MIPYMES afiliadas a la CAPIA del Azuay se tiene que un 23% crear nuevas ideas y buscan valor respectivamente. Por otro lado, un 22% menciona que hacen una combinación de conocimientos y el 17% implementan soluciones a los usuarios. Por lo tanto, las entidades varían su metodología al abordar no solo el factor administrativo sino también operativo, esto se sustenta por un 7% que busca acercamiento y apertura de diálogo, así mismo un 6% indica que se centran en generar entregas rápidas y continuas.

Figura 9.

MIPYMES que emplean nuevos canales de distribución y tecnología para medir el éxito del producto

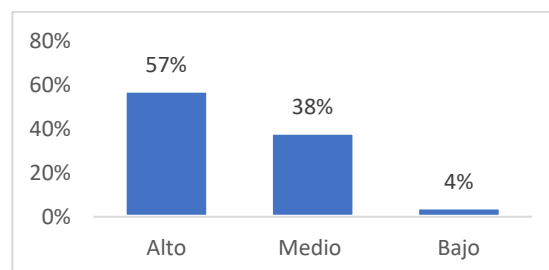


Fuente. Trabajo de campo

Al consultar en la figura 9 si dentro de la MIPYME emplean nuevos canales de distribución e implementa tecnología adecuada en el proceso de innovación para medir el éxito del producto, el 56% indica que sí y que es algo que están constantemente abordando para salir adelante comercialmente. No obstante, un 44% indica que no lo hacen por el momento. Según datos de la figura 10, desde la perspectiva del 57% de empresas encuestadas tienen en consideración que los clientes tienen un alto margen de incidencia sobre la inversión proyecta y la idea que se lanza como innovador. Por otro lado, un 38% indica que su nivel de incidencia es medio y el 4% lo califica como bajo.

Figura 10.

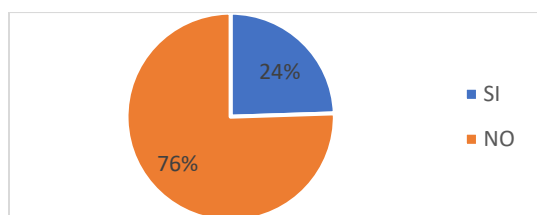
Nivel en que los clientes inciden en desarrollar una idea innovadora



Fuente. Trabajo de campo

Figura 11.

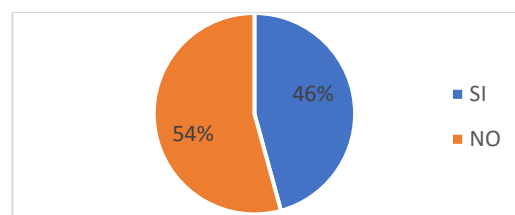
MIPYMES que consideran los gastos por proyectos e ideas rechazadas



Fuente: Trabajo de campo

Figura 12.

MIPYMES que tienen incentivos para los colaboradores en el proceso innovador



Fuente: Trabajo de campo

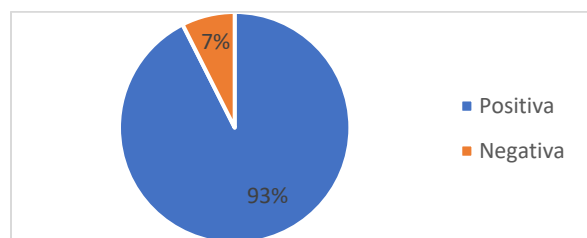
Así como el presupuesto y otros factores no son bien evaluados por gran parte de las empresas encuestadas, se denota en la figura 11 que en cuanto a los gastos por proyectos e ideas rechazadas no son bien contemplados por el área de inversión así lo indica el 76% de resultados y el 24% menciona que sí lo ejecutan.

En la figura 12 se puede constatar que un 54% indica que no hay incentivos para que los trabajadores le pongan mayor énfasis a su participación en el proceso innovador. Sin embargo, según el 46% de resultados sí existen incentivos para que en el plazo de lanzamiento los colaboradores participen del proceso de innovación y esto provoca que se tenga una perspectiva más positiva de la colaboración de los trabajadores.

Indicador de cultura

Figura 13.

Tipo de resultado de los trabajadores ante la idea innovadora



Fuente: Trabajo de campo.

Ante el surgimiento de una idea de innovación dentro de las MIPYMES el 93% de los trabajadores muestra resultados positivos puesto que se encuentran motivados y comprometidos con hacer funcionar la idea en desarrollo. Sin embargo, un 7% genera resultados negativos ante el bajo dominio del poder de convencimiento y acercamiento a los clientes potenciales.

Tabla 6.

Instrumento que las MIPYMES usan para medir el impacto de la participación de los colaboradores en la actividad innovadora

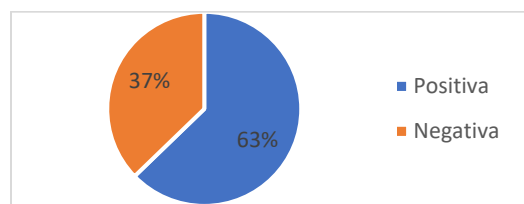
Ítem	Respuesta	Participación promedio
Encuestas	14	15%
Entrevistas	7	7%
Estudios de mercado	22	23%
Evaluación financiera	16	17%
Todas las anteriores	35	37%
Total	94	100%

Fuente: Trabajo de campo

De acuerdo a la tabla 6, existen diversos instrumentos que se emplean para medir el impacto que tiene el generar una mayor participación de los trabajadores en la innovación de la empresa, es así que en un 23% el estudio de mercado es el de mayor preferencia, el 17% prefiere medirlo por medio de una evaluación financiera, el 15% por encuestas al equipo de trabajo y 7% a profesionales del área contable. Esta situación se engloba en una opinión compartida por el 37% que indican que cada instrumento mencionado es ejecutado dentro de la empresa.

Figura 14.

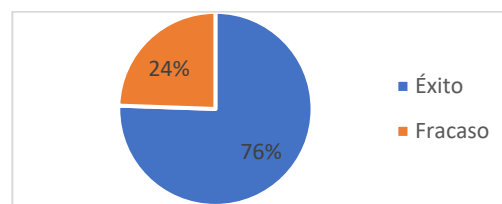
Tipo de participación del área en los resultados económicos de la innovación



Fuente: Trabajo de campo

Figura 15.

Valoración de las MIPYMES sobre la integración de las ideas innovadoras.



Fuente: Trabajo de campo

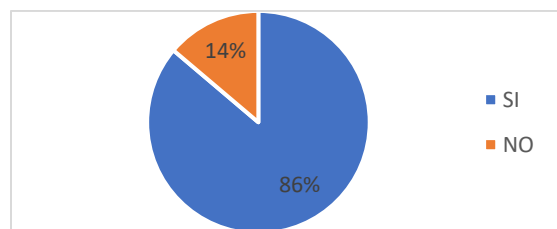
Según la figura 14, la participación de cada una de las áreas es importante para obtener buenos resultados económicos en el proceso de innovación y esto lo confirma el 63% que indica ser un aspecto positivo por mantener un trabajo en equipo. Sin embargo, el 37% menciona que los resultados son negativos puesto que ven poca incentivación del personal.

Por otra parte, la figura 15 detalla la valoración sobre la integración de las ideas innovadoras por un 76% fue visto como un proyecto de éxito en la creación de valor de los nuevos productos y servicios. Por otra parte, el 24% menciona que es un fracaso puesto que algunos proyectos han sido rechazados después de ver los pocos resultados.

Indicador intensidad

Figura 16.

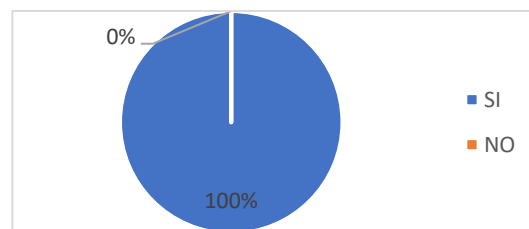
Contribución de la CAPIA sobre la innovación de las MIPYMES



Fuente: Trabajo de campo

Figura 17.

Evaluación sobre la factibilidad de las ideas innovadoras



Fuente: Trabajo de campo

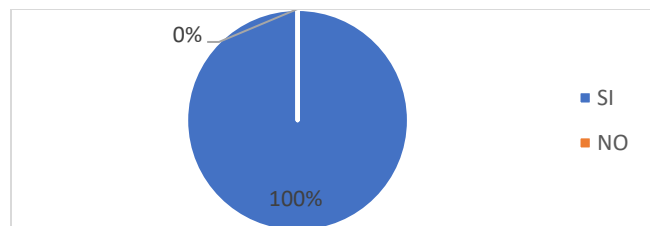
De acuerdo con la figura 16 desde una perspectiva del indicador intensidad, el 86% de encuestados considera que la CAPIA sí contribuye de forma activa a la innovación de las MIPYMES de Azuay tanto en producto y experiencia al cliente y el 14% menciona que no puesto que existe poco dinamismo a nivel operativo y administrativo.

Dentro de la figura 17 se denota que positivamente un 100% de los encuestados indican que cada una de las ideas que ellos han desarrollado son considerados como proyectos factibles y

que es necesario someterlos a evaluación para constatar el efecto que tendrá sacar adelante una nueva idea de producto/servicio.

Figura 18.

Encuestados que consideran necesario la ayuda financiera de la CAPIA para innovar e integrar nuevas tecnologías



Fuente: Trabajo de campo

En la figura 18 se pudo constatar que un 100% de los encuestados mencionan que en un corto plazo es necesario que la CAPIA permita a las empresas que se encuentran bajo su afiliación, permita ampliar de mejor manera su cartera de proyectos innovadores y también le dé lugar a la integración de nuevas tecnologías.

A continuación, se muestra la clasificación de las empresas de la CAPIA de acuerdo con el grado de innovación que presentaron. Para esto se utilizó la siguiente metodología:

Paso 1: a cada pregunta con respuesta afirmativa se le asignó el puntaje uno (1) y un valor cero (0) a las respuestas negativas.

Paso 2: se realizó la sumatoria de los puntajes obtenidos por cada empresa

Paso 3: se realizó una transformación de puntajes base 100, mediante el siguiente cálculo

$$\text{Innovación: } \frac{\sum \text{respuestas afirmativas}}{\text{ítems total}} * 100$$

Paso 4: las empresas con puntajes entre [0-50] fueron clasificadas como “Poco innovadoras”; empresas con puntajes entre [51-75] fueron clasificadas como “Innovadoras” y empresas con puntajes entre [75-100] fueron clasificadas como “Muy innovadoras”.

Tabla 7.

Clasificación MIPYMES según el nivel de innovación

Clasificación	Respuesta	Participación promedio
Poco innovadora	19	20,2%
Innovadora	42	44,7%
Muy innovadora	33	35,1%
Total	94	100,0

Nota. En la tabla 7 se muestra el nivel de innovación promedio de las entidades que se encuentran categorizadas y clasificadas en un rubro específico de innovación.

Según los resultados de la tabla 7, se observa que en general el 79,8% de las empresas de la CAPIA muestran una clasificación como innovadoras-muy innovadoras. Donde el 44,7% son clasificadas como innovadoras, así lo indica Mosher (2020) quien tras emplear procesos similares de clasificación por escala de indicadores bajo encuesta determinó que las entidades con un rango de puntuación ente 40-60 puntos son innovadoras. Por tanto, en el actual proyecto al mantener puntuaciones de 51-75 en la escala valorativa propuesta, se pudo constatar que estas empresas han implementado algunas ideas o prácticas innovadoras, lo que les permite destacarse en cierta medida en su sector económico.

Por otro lado, un 35,1% de las empresas fueron clasificadas como "Muy innovadoras". Ésta clasificación se contrasta con el estudio de Daniel (2018) quien al aplicar un test de innovación empresarial determinó que las empresas con un rango de +75 puntos se convierten en una referencia importante con ideas disruptivas y que saben aprovechar sus oportunidades para hacer frente a sus competencias. Bajo esta premisa y la valoración obtenida en la escala valorativa, se puede constatar que las MIPYMES afiliadas a la CAPIA, se caracterizan por su constante búsqueda

de nuevas ideas, tecnologías y enfoques para mejorar sus productos, servicios o procesos. Son reconocidas por su enfoque creativo y por ser pioneras en su industria. Su capacidad de innovación les brinda una ventaja competitiva significativa.

Por último, un 20,2% de las empresas tras el cálculo de innovación fueron clasificadas como "Poco innovadoras". Donde según Rodríguez et al. (2018) dichas entidades con una calificación de 0-30 toman la gestión innovadora como algo ocasional y las que llegan hasta 50 puntos son aquellas entidades que reconocen que existen cosas que deben mejorarse en la empresa. En este sentido, las MIPYMES de la CAPIA al clasificarse en un rango de 0-50 puntos se determina que son empresas que muestran una falta de iniciativa o capacidad para desarrollar y aplicar ideas nuevas, creativas o revolucionarias en su industria. Además, tienden a mantenerse en prácticas comerciales tradicionales y rutinarias, sin buscar activamente formas de mejorar o adaptarse a los cambios en el mercado. Presentan algunas características como resistencia al cambio, falta de investigación y desarrollo, una estructura organizativa rígida y carecen de incentivos para la innovación.

Tabla 8.

Clasificación de innovación de las MIPYMES según el sector

Sector	Clasificación		
	Innovadora	Muy Innovadora	Poco innovadora
Alimenticio	45,45%	40,91%	13,64%
Cuero y Calzado	80,00%	20,00%	0,00%
Industrias Gráficas	40,00%	20,00%	40,00%
Madera y corcho	40,00%	20,00%	40,00%
Metalmecánico	44,44%	33,33%	22,22%
Minerales no metálicos	25,00%	37,50%	37,50%
Prendas de Vestir	45,45%	45,45%	9,09%
Sustancias Químicas	41,67%	33,33%	25,00%
TIC y Servicios	47,06%	35,29%	17,65%
Total	44,68%	35,11%	20,21%

Nota. En la tabla 8 presenta cada uno de los sectores que participan dentro de la CAPIA y su clasificación según el margen de innovación.

De la tabla 8 se observa que del 23,40% de las empresas que representan el sector alimenticio el 45,45% son innovadoras, el 40,91% muy innovadoras y el 13,64% poco innovadoras, de las empresas del sector calzado que representan el 5,32% el 80% son innovadoras y el 20% muy innovadoras, en este sector no existen empresas en la clasificación de poco innovadoras. Para los sectores industrias gráficas y madera y corcho cada una con representación del 5,32%, se clasificaron el 40% como innovadoras, 40% como poco innovadoras y 20% muy innovadoras en cada sector respectivamente.

Para el sector metalmeccánico que representan el 9,57%, la clasificación fue 44,4% innovadoras, 33,3% muy innovadoras y 22,22% poco innovadoras. Las empresas del sector minerales no metálicos que representan el 8,51%, se encontraron un 37,5% en las categorías muy innovadoras y poco innovadoras respectivamente, y el 25% innovadoras. Las empresas del sector prendas de vestir con una representación de 11,70% la mayoría fueron clasificadas como innovadoras y muy innovadoras cada una con el 45,45% y solo el 9,09% fueron poco innovadoras.

Finalmente, las empresas del sector sustancias químicas que representan el 12,77% también reporta mayoría en innovadora y muy innovadoras con el 41,67% y 33,33% respectivamente y solo el 25% son poco innovadoras, y para las empresas de TIC y servicios que tienen la segunda mayor participación con el 18,09%, también reporta mayoría en innovadora y muy innovadoras con el 47,06% y 35,29% respectivamente y solo el 17,65% son poco innovadoras. En resumen, se observa una tendencia constante de innovación de las MYPIMES de la CAPIA, sin embargo, algunas empresas de los sectores industrias gráficas, madera y corcho, minerales no metálicos, sustancias químicas y metalmeccánico exhiben un alto porcentaje en las categorías poco innovadoras, por lo que deben considerar seguir métodos y prácticas convencionales para buscar

activamente nuevas ideas o enfoques. Así como implementar cambios significativos en sus productos, servicios o procesos. El listado por empresas se presenta en el Anexo 2.

Conclusiones, recomendaciones, trabajos futuros

Conclusiones.

En esta investigación se analizó el desarrollo de la innovación en las MIPYMES afiliadas a la Cámara de Comercio de la Pequeña Industria de Azuay (CAPIA). El análisis se lo hizo mediante una medición con la utilización de indicadores bajo los siguientes criterios: económicos, eficacia, cultura e intensidad.

En relación al indicador económico se pudo constatar que el 51% de MIPYMES encuestadas consideran la innovación como una estrategia de negocio, pero solo un 19% de ellas mantiene un presupuesto designado para éste propósito y lo que conlleva a que un 76% no considere los costes para lanzar un producto nuevo y peor evaluar los beneficios que obtendrán. De hecho, el indicador de eficacia se destaca por la metodología innovadora empleada donde un 23% hace una búsqueda de valor y crea ideas, el 22% hace una combinación de conocimientos y el 17% implementa soluciones al usuario. Lo mencionado ocasiona que un 57% de entidades valoren al cliente como un factor de alto impacto sobre el desarrollo de una idea innovadora y por lo que un 56% busca constantemente emplear nuevos canales de distribución.

Respecto al indicador de cultura se pudo conocer que los resultados ante la innovación por parte de los trabajadores según el 93% es positiva y para determinarlo, un 23% de las MIPYMES hacen estudio de mercado, un 15% hace encuestas y las demás emplean entrevistas o evaluación financiera. Por lo tanto, la colaboración y participación de los empleados es positiva sobre los resultados económicos de acuerdo al 63% de opiniones y permite que el éxito de las ideas innovadoras sea posible según el 76% de encuestados. Así mismo, el indicador de intensidad pudo

destacar que el 86% de entidades manifiesta que la CAPIA si tiene una contribución positiva en la innovación de sus empresas afiliadas pero que es necesario evaluar su situación y el 100% menciona que deben estar prestos a generarle una ayuda financiera, técnica y profesional.

Los resultados mostraron el estado actual de la innovación y el apoyo que brinda al crecimiento de las MIPYMES de la CAPIA. Se concluyó que el 44,7% de las entidades son innovadoras y el 37,1% son muy innovadora. No obstante, se deben doblar esfuerzos para que todos los sectores se mantengan en un nivel alto de innovación, puesto que una proporción de empresas del sector alimenticio, industrias gráficas, metalmecánico y demás, aún tienen poca innovación frente a otras entidades bajo la misma línea económica. Los sectores que se incluyeron en el porcentaje de empresas poco innovadoras son: 25% de las empresas de sustancias químicas, el 17,65% de las TIC y servicios, 9,09% las entidades de prendas de vestir y el 40% de entidades de madera y corcho.

Algunas MIPYMES afiliadas a la CAPIA por sectores mantienen un porcentaje que la categorizan como innovadoras y muy innovadoras siendo: 45,45% de las entidades del sector alimenticio, 80% del sector calzado, 40% de las industrias gráficas. Entre los resultados brindados por la encuesta está que existe una prioridad media de la innovación según el 45% de encuestados, el 32% la determinan como alta y el 23% como bajo. En concordancia a éste nivel se constató que el 81% de encuestados menciona que para alcanzar ésta innovación es necesario asignar un presupuesto, el 76% indica que es indispensable abordar los costos de lanzamiento de un nuevo producto, el 59% menciona que se debe evaluar los beneficios económicos de innovar y el 100% afirma que se debe generar un constante estudio sobre la factibilidad de las ideas innovadoras para mejorar la situación de dichas MIPYMES.

En conclusión, al establecer el estado actual de la innovación se constata que es necesario el apoyo de la CAPIA para el crecimiento de las MIPYMES afiliadas, así lo constata el 100% de encuestados mencionando que se debe considerar la ayuda financiera, así como el acompañamiento y asesoramiento técnico para adoptar e integrar metodologías innovadoras dentro de las entidades como un medio viable para que la innovación organizacional en el corto plazo. De esta manera, las entidades puedan ser no solo una referencia de innovación sino también un modelo de crecimiento socioeconómico y esfuerzo comercial.

Recomendaciones

En relación a los factores identificados y la situación de las MIPYMES afiliadas a la CAPIA se extienden las siguientes recomendaciones:

Se recomienda al gobierno local y a la directiva de la CAPIA que lleven a cabo programas, capacitaciones, apoyos financieros y asesoramiento técnicas en relación a las ideas innovadoras que pueden desarrollar las MIPYMES afiliadas para un mejor posicionamiento dentro de mercado local.

Es necesario que las MIPYMES afiliadas a la CAPIA sostengan conversaciones con las autoridades competentes para que exista un mejor apoyo respecto a sus ideas innovadoras, que les ayuden a planificar y a designar sus presupuestos de acuerdo a la naturaleza de su idea, que les brinden la asesoría necesaria para aplicar la metodología innovadora adecuada para la creación y evaluación a corto plazo del lanzamiento de su nuevo producto con un valor agregado.

Por último, es necesario que las MIPYMES afiliadas a la CAPIA desarrollen una planificación continua y evalúen la situación comercial de sus productos para que puedan presentar las estrategias de comercialización que sean viables frente a las demás competencias dentro del territorio local, de esta manera puedan mantenerse operativas en el mercado, puedan diferenciarse

de otras entidades por el valor agregado de sus productos y por la palpable innovación en su sistema empresarial.

Trabajos futuros

Se estima que la innovación es un factor que está en constante cambio dentro de las empresas locales e internacionales. Por lo tanto, con el desarrollo y actualización del presente tema de investigación, se espera dar lugar al desarrollo de futuras líneas de investigación donde más MIPYMES afiliadas de la CAPIA y de otros sectores, puedan considerar un análisis más profundo sobre sus posibilidades de mejorar su nivel de innovación en el corto plazo, tomando como base los indicadores de estudio y mejorar su situación vigente.

Referencias

- Aguilera, A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Cofin Habana*, 11(2), 1-13. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612017000200022
- Bakker, S. (2020). *What to do when your proposal is rejected*. Obtenido de <https://www.changingtides.eu/what-to-do-when-your-proposal-is-rejected/>
- Blanco, L., y Salazar, C. (2021). Competitividad e innovación en las Pymes, una visión desde el estado y la academia. *Revista Andina*, 1-14. Obtenido de <https://www.uasb.edu.ec/revista-andina/wp-content/uploads/sites/20/2021/04/Competitividad-e-innovacion-en-las-pymes-una-vision-desde-el-estado-y-la-academia.pdf>
- Cámara de Comercio de Cuenca. (Viernes de Octubre de 2021). HISTORIA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE CUENCA. *Las Cámaras de Comercio tienen su origen el 18 de abril de 1.886 cuando el gobierno firma el decreto fundacional de las Cámaras de Comercio,*

- Industria y Navegación.*, pág. 12. Obtenido de <http://www.camaracuena.org/paginas/historia.php>
- Cámara de la Pequeña Industria del Azuay. (2018). *Capia - Generando desarrollo desde 1969*. Cuenca: Cámara de la Pequeña Industria del Azuay. Obtenido de <https://www.capia.com.ec/>
- Carvalho, G., Carvalho, H., Cardoso, H., y Gonçalves, A. (2018). Assessing a micro and small businesses innovation support programme in Brazil: The local innovation agents programme. *Journal of International Development*, 30(6), 1064–1068. doi:<https://doi.org/10.1002/jid.3387>
- Chwastyk, P. (2015). *Cost of innovation as a factor in the choice of innovative solutions*. Obtenido de University of Applied Science in Nysa: https://www.researchgate.net/publication/265672086_COSTS_OF_INNOVATION_AS_A_FACTOR_IN_THE_CHOICE_OF_INNOVATIVE_SOLUTIONS
- Cordoba, E., Castillo, J., y Castillo, N. (2019). Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial. *Lámpakos*, 1(19), 55–65. doi:<https://doi.org/10.21501/21454086.2663>
- Daniel, M. (2018). *TEST: ¿Tu empresa es innovadora?* Obtenido de Noticias NEO: <https://www.revistaneo.com/articles/2018/06/26/test-tu-empresa-es-innovadora>
- Day, J. (2020). *4 Ways innovation can increase business revenue*. Obtenido de <https://ideascale.com/blog/4-ways-innovation-can-increase-business-revenue/#:~:text=Innovation%20can%20increase%20a%20company's,that%20wants%20to%20be%20great.>

- Dini, M., y Stumpo, G. (2020). *Mipymes en América Latina. Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Santiago: División de Desarrollo Productivo y Empresarial de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) .
- Duarte, J. (2019). *Factores determinantes y críticos en empresas de servicios, para la obtención de ventajas competitivas sostenibles y transferibles a estrategias de globalización: Un análisis de la industria el software*. Obtenido de Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/3957/jldc1de1.pdf>
- Elkins, A. (2021). *What is innovation strategy?* Obtenido de Planview Blog: <https://blog.planview.com/what-is-innovation-strategy/>
- Enríquez, A., y Sáenz, C. (2021). *Primeras lecciones y desafíos de la pandemia de COVID-19 para los países del SICA*. México: Estudios y Perspectivas-Sede Subregional de la CEPAL en México.
- Fischer, B. (2022). *How to measure innovation*. Obtenido de Elmhurst University: <https://www.elmhurst.edu/blog/how-to-measure-innovation/>
- Forsyth, J. (2022). *8 technology trends for innovative leaders in a post-pandemic world*. Obtenido de World Economic Forum: <https://www.weforum.org/agenda/2022/03/8-technology-trends-innovative-leaders-post-pandemic/>
- Fuchs, L. (2021). *Innovation Portfolios: Examples from Practitioners*. Obtenido de <https://oecd-opsi.org/blog/innovation-portfolios-examples/>

Haro, F., Córdova, N., y Alvarado, M. (2017). Importancia de la innovación y su ejecución en la estrategia empresarial. *INNOVA Research Journal*, 2(5), 88-105. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5994740.pdf>

Indeed Editorial Team. (2022). *Measuring product success: 7 key steps, metrics and tips*. Obtenido de Indeed: <https://nulab.com/learn/project-management/95-new-products-fail-heres-succeed/#:~:text=Apparently%20quite%20a%20lot%3A%20According,year%2C%20and%2095%25%20fail.>

Inoue, H., y Yamaguchi, E. (2017). Evaluation of the small business innovation research program in Japan. *Sage Open*, 7(1), 1-9. doi:<https://doi.org/10.1177/2158244017690791>

Ledesema, D., y Vanegas, M. (2022). *La gestión de talento humano en las empresas medianas y grandes dentro del sector manufacturero en la ciudad de Cuenca*. Obtenido de Tesis de grado. Universidad Politécnica Salesiana: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/22478/1/UPS-CT009733.pdf>

Londoño, P. (2023). *Las 12 métricas de marketing para medir tus resultados*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/metricas-para-medir-resultados-de-marketing>

Macke, D. (2019). *Chambers of commerce and entrepreneurship*. Obtenido de Entrepreneurial Ecosystems: https://www.energizingentrepreneurs.org/file_download/845b2237-18ef-4f96-9d91-dba87cfd869

Mafra, É. (2019). *Ciclo de vida de un producto: ¿qué es y cómo gestionarlo?* Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/ciclo-de-vida-de-un-producto/>

- Martins, J. (2022). *Cómo crear un workflow en 7 sencillos pasos y con ejemplos*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/workflow-examples>
- Mejía, S., García, E., Pinos, L., Tonon, L., y Proaño, W. (2021). Innovación en las empresas manufactureras de Cuenca. *Killkana Social*, 5(1), 9-16. doi:<https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v5i1.674>
- Mejía, S., García, E., Pinos, L., Tonon, L., y Proaño, W. (s.f.). Innovación en las empresas manufactureras de Cuenca. *Killkana Social*,.
- Mendoza, J., Macías, G., y Parrales, M. (2020). Desarrollo empresarial de las MIPYMES ecuatorianas: su evolución 2015-2020. *Revista Publicando*, 8(31), 320-337. doi:<https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2253>
- Middleton, T. (2023). *The importance of teamwork (as proven by science)*. Obtenido de <https://www.atlassian.com/blog/teamwork/the-importance-of-teamwork>
- Morales, M., Ortiz, C., y Arias, M. (2012). Factores determinantes de los procesos de innovación: una mirada a la situación en Latino. *Revista Escuela De Administración De Negocios*(72), 148–163. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n72.2012.573>
- Mosher, M. (2020). *Metodología y criterios. Puntuación y evaluación de la innovación*. doi:https://www.ambest.com/latinamerica/pdfs/puntuacion_y_evaluacion_dela_innovacion.pdf
- OECD. (2018). *Promoting innovation in established SMEs Parallel session 4*. Obtenido de SME Ministerial Conference: <https://www.oecd.org/cfe/smes/ministerial/documents/2018-SME-Ministerial-Conference-Parallel-Session-4.pdf>

- OECD. (2020). *Medidas políticas clave de la OCDE ante el coronavirus (COVID-19). Covid-19 en América Latina y el Caribe: Panorama de las respuestas de los gobiernos a la crisis*. Obtenido de Organisation for Economic Co-operation and Development: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/covid-19-en-america-latina-y-el-caribe-panorama-de-las-respuestas-de-los-gobiernos-a-la-crisis-7d9f7a2b/>
- OMC. (2020). *Visión general*. Obtenido de Organización Mundial del Comercio: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/wto_dg_stat_s.htm
- Pérez, R., y Ramírez, M. d. (2021). *GUIA PARA EL MANEJO DEL MODELO DE INNOVACION Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL*. Bogotá. doi:10.13140/RG.2.2.13026.45762
- Polo, D. (2021). *Indicadores de innovación básicos para pymes*. Obtenido de Gestionar fácil: <https://www.gestionar-facil.com/indicadores-de-gestion-todo-lo-que-debes-saber/indicadores-de-innovacion-para-pymes/>
- Porumboiu, D. (2021). *Innovation Methods: the What, Why and How*. Obtenido de <https://www.viima.com/blog/innovation-methods>
- Queensland Government. (2019). *Innovation strategy*. Obtenido de Business Queensland: <https://www.business.qld.gov.au/running-business/growing-business/becoming-innovative/strategy#:~:text=An%20innovative%20strategy%20guides%20decisions,business's%20competitive%20and%20technological%20environment>
- Quituisaca, A., Ruilova, R., y Araujo, G. (2021). Continuidad de las MiPymes bajo la norma ISO 22301. Caso Cuenca – Azuay. *Dialnet*, 172. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7897398>

- Radacic, D., Pugh, G., Hollanders, H., Wintjes, R., y Fairburn, J. (2016). The impact of innovation support programs on small and medium enterprises innovation in traditional manufacturing industries: An evaluation for seven European Union regions. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 34(8), 1425–1452. doi:<https://doi.org/10.1177/0263774x15621759>
- Robayo, P. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), 125-140. doi:<http://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>
- Rodríguez, F., Álvarez, M., Díaz, J., Muñiz, J., y Rubiera, C. (2018). *Innovación y transversalidad: hacia una Historia diacrónica (PINN-18-A-047)*. Obtenido de Universidad de Oviedo.
- Rojo, M., Padilla, A., y Riojas, R. (2019). La innovación y su importancia. *Revista Científica UISRAEL*, 6(1), 9–22. doi:<https://doi.org/10.35290/rcui.v6n1.2019.67>
- Sánchez, M., y Rodríguez, V. (2021). *La innovación y las principales variables que influyen en el desarrollo de Pymes en el estado de Hidalgo*. Hidalgo: Uni Editores UAEH. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/356617004_La_innovacion_y_las_principales_variables
- Seppänen, M., y Laukkanen, I. (2015). *Business model innovation: Focus on customer experience*. Obtenido de IEEE International Conference on Engineering, Technology and Innovation/ International Technology Management Conference (ICE/ITMC): <https://ieeexplore.ieee.org/document/7438657>

Sordo, A. (2022). *¿Qué es la innovación empresarial? Tipos, técnicas y ejemplos*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/innovacion-empresarial>

Tobar, L. (2015). ANALISIS COMPETITIVO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN CUENCA ECUADOR. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 192. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/333678248_ANALISIS_COMPETITIVO_DE_LAS_PEQUENAS_Y_MEDIANAS_EMPRESAS_EN_CUENCA_ECUADOR_COMPETITIVE_ANALYSIS_OF_SMALL_AND_MEDIUM_ENTERPRISES_IN_CUENCA_ECUADOR

Vernaza, G., y Medina, P. (2021). *La innovación como base del emprendimiento*. Universidad Técnica Luis Vargas Torres. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/350089820_Art_1-_Innovacion_y_emprendimiento-conclusiones

Viotti, E. (2022). *Measuring innovation requires more than R&D indicators*. Obtenido de SciDev.Net: https://www.scidev.net/global/opinions/measuring-innovation-requires-more-than-r-d-indicators/?gclid=CjwKCAjwvJyjBhApEiwAWz2nLT7FgxmTHtfnTj9i8tshDoafwyrS6Y52n95sF7oaICu3a1G4_g21bRoCIgkQAvD_BwE

Anexos

Anexo 1. Preguntas de encuestas

Perfil de la MIPYME

Nombre de la entidad: _____ Actividad principal: _____
 Cargo: _____ Número de colaboradores: _____
 Margen de ventas anual: _____

Generalidades

1. Desde su punto de vista ¿La innovación es?

- a) Renovar un dominio, servicio o producto _____
- b) Aplicar nuevos procesos _____
- c) Introducir nuevas técnicas _____
- d) Establecer ideas de éxito _____

2. ¿Por qué considera necesario innovar?

- a) Renovar un dominio, servicio o producto _____
- b) Aplicar nuevos procesos _____
- c) Introducir nuevas técnicas _____
- d) Establecer ideas de éxito _____

3. ¿Qué grado de prioridad le otorga a la innovación en la empresa?

- a) Alto _____
- b) Medio _____
- c) Bajo _____

Indicador económico

4. ¿Dentro de la empresa, la innovación es una de las estrategias de negocio?

- a) SI _____
- b) NO _____

5. ¿Dentro de la empresa, existe un presupuesto designado para la innovación?

- a) SI _____
- b) NO _____

6. ¿Dentro de la empresa, se toma en consideración los costes por lanzar un nuevo producto?

- a) SI _____
- b) NO _____

7. ¿Dentro de la empresa, se evalúan los beneficios económicos que se obtendrían al innovar sus productos?

- c) SI _____
- d) NO _____

8. ¿Dentro de la empresa, se toma en cuenta los efectos de la innovación sobre el margen de ventas y el retorno de la inversión?

- e) SI _____
- f) NO _____

Indicador de eficacia

9. ¿Qué metodología innovadora usan en la empresa?

- a) Entregas rápidas y continuas _____
- b) Acercamiento y apertura de dialogo _____
- c) Creación de ideas _____
- d) Implementar soluciones a los usuarios _____
- e) Búsqueda de valor _____

f) Combinación de conocimientos ____

10. ¿Emplea nuevos canales de distribución e implementa tecnología adecuada en el proceso de innovación para medir el éxito del producto?

a) SI ____

b) NO ____

11. Desde su perspectiva ¿En qué nivel los clientes inciden en la inversión proyectada para desarrollar la idea de innovación?

a) Alto ____

b) Medio ____

c) Bajo ____

12. ¿Dentro de la empresa se consideran los gastos por proyectos e ideas rechazadas?

a) SI ____

b) NO ____

13. ¿Existe algún incentivo para que en el plazo de lanzamiento los colaboradores participen del proceso de innovación?

a) SI ____

b) NO ____

Indicador de cultura

14. ¿Qué tipo de resultado recibe la entidad por parte de los trabajadores ante la idea de innovación?

a) Positiva ____

b) Negativa ____

15. ¿Por medio de qué instrumento miden el impacto que ha tenido la participación de los colaboradores en la innovación de la empresa?

a) Encuestas ____

b) Entrevistas ____

c) Estudios de mercado ____

d) Evaluación financiera ____

e) Todas las anteriores ____

16. ¿De qué tipo es la participación por área de la entidad en los resultados económicos de la innovación en marcha?

a) Positiva ____

b) Negativa ____

17. En relación a la pregunta anterior ¿Cómo considera que fue la integración de las ideas innovadoras por áreas de la empresa?

a) Éxitosa ____

b) Fracaso ____

Indicador intensidad

18. ¿Considera que la CAPIA contribuye de forma activa a la innovación de las MIPYMES de Azuay tanto en producto y experiencia al cliente?

a) SI ____

b) NO ____

19. ¿Considera que las ideas que usted desarrolla son factibles al momento de evaluarlas?

a) SI ____

b) NO ____

20. A un corto plazo ¿Considera que la ayuda financiera de la CAPIA le permitirá ampliar su cartera de proyectos innovadores e integrar nuevas tecnologías?

a) SI ____

b) NO ____

Anexo 2. Listado de empresas según el nivel de innovación

Empresa/nombre comercial	Sector	Clasificación
Dulce Compañía Cia.Ltda	Alimenticio	Innovadora
El Horno Panadería Y Pastelería Cia. Ltda.	Alimenticio	Muy Innovadora
Embotelladora Sustag Cia. Ltda.	Alimenticio	Muy Innovadora
Embutidos La Cuencana	Alimenticio	Innovadora
Fideos Paraíso	Alimenticio	Innovadora
Fruveca-Frutas Vegetales Carnes Cia. Ltda.	Alimenticio	Muy Innovadora
Granort	Alimenticio	Muy Innovadora
Helatienda Cia.Ltda	Alimenticio	Muy Innovadora
Industrial Fatima	Alimenticio	Poco innovadora
Industrias Edmundo Romulo Bonilla Erboindustrias Cia. Ltda.	Alimenticio	Innovadora
Italimentos Cia. Ltda.	Alimenticio	Muy Innovadora
Jacome Y Ortiz De Comercio Cia. Ltda.	Alimenticio	Muy Innovadora
Maria Jose Jacome De Importaciones Cia. Ltda.	Alimenticio	Poco innovadora
Molihers	Alimenticio	Poco innovadora
Panaderia Y Pasteleria El Royal	Alimenticio	Innovadora
Panaderia Y Pasteleria La Colmena	Alimenticio	Muy Innovadora
Pastificio Nilo Cia. Ltda.	Alimenticio	Innovadora
Productos Tialucca Cia. Ltda.	Alimenticio	Innovadora
Projasa	Alimenticio	Innovadora
Quesos Nandito	Alimenticio	Muy Innovadora
Qullkana Café & Cacao	Alimenticio	Innovadora
Taproom S.A	Alimenticio	Innovadora
Calzado El Pantanero	Cuero y Calzado	Innovadora
Interpesa Pimenta Shoes	Cuero y Calzado	Innovadora
Litargmode Cia Ltda.	Cuero y Calzado	Innovadora
Producción Y Comercialización Cueros Y Mida Qiwa S. A	Cuero y Calzado	Muy Innovadora
Sol Cuero	Cuero y Calzado	Innovadora
Graficas Gpk Cia. Ltda./Gráficas Hernández	Industrias Gráficas	Poco innovadora
Grafisum Cia. Ltda	Industrias Gráficas	Innovadora
Imprenta Publix	Industrias Gráficas	Innovadora
Larotprint Cia. Ltda.	Industrias Gráficas	Muy Innovadora
Monsalve Moreno Cia. Ltda.	Industrias Gráficas	Poco innovadora
Burgués Cia. Ltda.	Madera y corcho	Muy Innovadora
Industria Maderera Del Austro Ima	Madera y corcho	Innovadora
Maderas Plásticos Disecoarvol Cia.Ltda	Madera y corcho	Poco innovadora
Muebles Vitefama Cia. Ltda	Madera y corcho	Poco innovadora
Tocte Taller Creativo	Madera y corcho	Innovadora
Clorid S.A.	Metalmecánico	Innovadora
Ecuatrofesa Cia. Ltda.	Metalmecánico	Poco innovadora
Galvanica Cia. Ltda.	Metalmecánico	Muy Innovadora
Galvanizadora Del Austro "Galvaustro" Cia. Ltda.	Metalmecánico	Innovadora
Industria De Aluminio Indalum S.A.	Metalmecánico	Muy Innovadora
Industrias Tecnologicas Alvarez Intal Cia. Ltda.	Metalmecánico	Innovadora
Ingmatricom Cia. Ltda	Metalmecánico	Poco innovadora

Empresa/nombre comercial	Sector	Clasificación
Metroin Metrología Integral S.A.S	Metalmecánico	Muy Innovadora
Siderurgica Fundiciones Aceros Industriales Mejia Villavicencio Fiam Cia. Ltda.	Metalmecánico	Innovadora
Austrohormigon Cia.Ltda	Minerales no Metálicos	Poco innovadora
Caucho Industrias Asociados Cia.Ltda	Minerales no Metálicos	Innovadora
Duramas Cia. Ltda.	Minerales no Metálicos	Muy Innovadora
Fábrica De Bloques Orellana	Minerales no Metálicos	Poco innovadora
Fábrica De Velas Herminio Delgado Cia. Ltda.	Minerales no Metálicos	Poco innovadora
Industrias De Minerales La Colina Inducolina Cia. Ltda.	Minerales no Metálicos	Muy Innovadora
La Huella J.R	Minerales no Metálicos	Muy Innovadora
Plastipack Ec	Minerales no Metálicos	Innovadora
Areldi Jeans	Prendas de Vestir	Innovadora
Carleo	prendas de Vestir	Innovadora
Dagaro Nights	Prendas de Vestir	Muy Innovadora
El Conde	Prendas de Vestir	Muy Innovadora
Exportadora K. Dorfzaun S. A.	Prendas de Vestir	Innovadora
Industria De La Moda Inmoda Cia. Ltda.	Prendas de Vestir	Innovadora
Konforthogar Cia. Ltda.	Prendas de Vestir	Muy Innovadora
Pasamaneria S.A.	Prendas de Vestir	Poco innovadora
Produccion Y Comercializacion Cueros Y Moda	Prendas de Vestir	Muy Innovadora
Qiwa S.A.	Prendas de Vestir	Innovadora
Rocka Jeans	Prendas de Vestir	Innovadora
Serrano Hat Export Cia. Ltda.	Prendas de Vestir	Muy Innovadora
Cartolab Cia.Ltda	Sustancias Químicas	Innovadora
Comercial E Industrial Del Austro Incodisa Cia. Ltda.	Sustancias Químicas	Muy Innovadora
Cosméticos Beleva	Sustancias Químicas	Innovadora
Genplastec	Sustancias Químicas	Muy Innovadora
Importaciones Y Distribuciones Balloon (Mundiplast)	Sustancias Químicas	Poco innovadora
Innovaquim Cia. Ltda.	Sustancias Químicas	Muy Innovadora
Isollanta Cia. Ltda.	Sustancias Químicas	Innovadora
Laboratorios Gil	Sustancias Químicas	Poco innovadora
Laboratorios Paracelso Cia. Ltda.	Sustancias Químicas	Innovadora
Plásticos Rival Cia. Ltda.	Sustancias Químicas	Poco innovadora
Proalicarnic Cia. Ltda.	Sustancias Químicas	Muy Innovadora
Valdisplast Cia.Ltda	Sustancias Químicas	Innovadora
Asesora Y Consultora Quibur Representaciones Farmacéuticas	TIC y Servicios	Innovadora
Asesoría Efiemprec S.A.	TIC y Servicios	Innovadora
Frigoria Industrial	TIC y Servicios	Muy Innovadora
Gaman Group	TIC y Servicios	Muy Innovadora
Hipertronics	TIC y Servicios	Innovadora
Icreativa	TIC y Servicios	Muy Innovadora
Ingenieria Del Color	TIC y Servicios	Muy Innovadora
Instituto Tecnológico Tecniempresarial Wissen	TIC y Servicios	Poco innovadora
Ip Drawings S.A. S	TIC y Servicios	Poco innovadora
Karsan Digital	TIC y Servicios	Innovadora

Empresa/nombre comercial	Sector	Clasificación
Laboratorio Msv Análisis De Alimentos, Aguas Y Suelo Msvlab Cia. Ltda.	TIC y Servicios	Innovadora
Marvicnet Cia. Ltda. (Go Net)	TIC y Servicios	Muy Innovadora
Palacios Software Cia.Ltda	TIC y Servicios	Innovadora
Pesantez Caguana Belen Tatiana	TIC y Servicios	Muy Innovadora
Punto De Partida	TIC y Servicios	Innovadora
Saloneros Ecuador	TIC y Servicios	Poco innovadora
Servi S.I.S. O	TIC y Servicios	Innovadora