

**Artículo Científico**

**Estrategias aplicadas por las MYPIMES para implementar procesos de innovación. Un análisis del sector empresarial de la provincia de Imbabura-Ecuador.**

**Strategies applied by MYPIMES to implement innovation processes. An analysis of the business sector of the province of Imbabura-Ecuador**

Wilmer Medardo Arias Collaguazo <sup>a</sup>

<sup>a</sup>Master de Gestión Empresarial, Docente en la Universidad Regional Autónoma de Los Andes (UNIANDES), Extensión Ibarra. Ecuador. Email: [ui.wilmerarias@uniandes.edu.ec](mailto:ui.wilmerarias@uniandes.edu.ec).

Entregado: 30 de Septiembre de 2019

Aprobado: 01 de Diciembre de 2019

**RESUMEN**

El gran dilema de que la innovación la realizan las grandes empresas y que es difícil para las micro, pequeñas y medianas empresas ha generado un gran debate entre los académicos quienes se fundamentan que existen otras características además de la investigación y gestión del conocimiento para innovar; y que las estrategias no son las mismas para adquirirlo y para retenerlo en una organización. El objetivo del presente trabajo fue el de determinar la relación entre el tamaño de una empresa y las estrategias que incentivan la innovación que se desarrolla en un sector empresarial de Imbabura. Los métodos que se utilizaron se basan en una investigación de corte cualitativa y cuantitativa, aplicando la encuesta como principal técnica de investigación para recoger la información sobre el sector empresarial de la provincia de Imbabura, como resultados se obtuvo que existen estrategias como la adquisición y la colaboración como aspectos fuertes en las empresas MYPIMES donde se identificó que existe innovación.

**Palabras Claves:** Política derechos y economía, Finanzas y Comercio, Contabilidad de Costos, Innovación, Emprendimiento, empresario.

## ABSTRACT

The great dilemma that innovation is carried out by large companies and that it is difficult for micro, small and medium enterprises has generated a great debate among academics who are based on the fact that there are other characteristics besides research and knowledge management to innovate; and that the strategies are not the same to acquire it and to retain it in an organization. The objective of this work was to determine the relationship between the size of a company and the strategies that encourage innovation that is developed in a business sector in Imbabura. The methods that were used are based on qualitative and quantitative research, applying the survey as the main research technique to collect information on the business sector of the province of Imbabura, as results it was obtained that there are characteristics such as acquisition and collaboration as strong aspects in companies where it was identified that there is innovation.

**Keywords:** Politics, law and economics, Finance and trade, Cost accounting, innovation, Entrepreneurship, entrepreneur.

## INTRODUCCIÓN

La teoría innovacional, inicia su discusión en los años de 1930 analizando el mercado y la competencia como los impulsores para generar cambios significativos, llegando incluso a proponer como mecanismos de supervivencia en ambientes altamente competitivos, autores de la escuela neoclásica como Marshall, Walras, Pareto y Jevon plantearon algunos conceptos que marcaban el camino hacia entender la innovación.

Sin embargo son con autores como Srffa 1926, y “Joseph Alois Schumpeter, 1939 quién estableció la diferencia entre invención, innovación y difusión” (Murcia, 2011, p. 110) ya para 1960 Chamberlin y Robinson en 1973 inician sus críticas formulando la existencia de los mercados imperfectos y la dificultad que existe para equilibrarlos debido a la teoría del intercambio de Bowles y Gintis propuesta en 1990.

Pero el autor más relevante es Schumpeter quien estableció que la evolución del sistema capitalista es explicado por el proceso de “destrucción creativa” (Bianchi, 2006, p. 35), es decir que el desarrollo de los mercados se debe a la imperfección de los mismos, por el factor de incertidumbre de la constante transformación de los bienes y servicios, que es el resultado de intentar obtener una ventaja competitiva por parte de los empresarios.

A partir de la concepción de la innovación y de la aceptación de procesos disruptivos de la economía se propone determinar los factores, las características, que los provocan, lo que ha llevado a los académicos a estudiar uno de estos procesos como es la innovación, en un esfuerzo de establecer principios o teoremas que expliquen a cabalidad como se origina, que es lo que lo estimula, como mantenerlo, quienes son capaces de llevarlo a cabo, si las empresas o los empresarios, las grandes empresas o las pequeñas empresas, y el tipo de innovaciones que son producto de las mismas.

González, Jiménez y Sáenz (1997) están entre los primeros en Iberoamérica en estudiar la relación entre tamaño e innovación explica desde su punto de vista que existen discrepancias sobre la innovación entre las pequeñas y grandes empresas debido a la falta de homogeneidad en el concepto y que el tamaño no es un factor determinante del comportamiento innovador en las PYME.

En cambio, Esteban, Coll y Blasco (2005) de la Universidad de Valencia, inician planteando como problema la competitividad de los países Iberoamericanos y que esta será factible siempre que se desarrolle la capacidad de sus empresas de innovar, y como objeto de estudio se enfocan en las MIPYME, para lo cual plantean las siguientes preguntas ¿Qué factores son los que llevan a caracterizar a una empresa como una empresa innovadora?, así como ¿Cuáles son las principales dificultades que surgen para innovar?, todo enmarcado en las MIPYME, llegando a concluir que el concepto de innovación se debe explicar para estos sectores de la economía desde las dimensiones organizativas, comerciales, adaptativas e incrementales.

Otros autores que han aportado al estudio de la innovación en MIPYMES son González, Hernández y Van Oostrom (2012) de la Universidad de la Laguna España quienes analizan en sus investigaciones las actitudes, creencias y comportamientos de las MiPyMES, entre las preguntas que más llama la atención está si las ¿microempresas son innovadoras o el empresariado es el innovador?, como respuesta exponen que la microempresas no tienen la capacidad de absorción de conocimientos, capacidad de relaciones con entornos y sectores innovadores, es decir las microempresas como tal no son innovadoras, por otra parte, el empresariado tampoco se caracteriza a este nivel de empresa como innovador, aseguran que seis de cada diez microempresarios/as no están de acuerdo con la importancia de relacionarse con investigadores para hacer innovación construyendo barreras mentales para innovar.

Mejía, Mendieta y Bravo (2015) de la Universidad de San Buenaventura de Colombia, también aportan con conclusiones de que sus investigaciones están en relación con los procesos de innovación, las Pymes, en su gran mayoría en los países latinoamericanos,

no se encuentran incluidas y/o comprometidas en proyectos con instituciones de educación superior, o institutos de ciencia y tecnología, por lo que también tienen dificultades para considerarse innovadores.

Otro aporte importante son los de López, Maldonado, Pinzón y García (2016) de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, México quienes sostienen que la innovación en las Pymes es mucho más efectiva y eficiente cuando se trabaja de manera colaborativa con otras Pymes y con organizaciones sociales, se llegó a concluir que a mayor nivel de colaboración mayor nivel de innovación, y que los empresarios tienen la percepción de que la colaboración puede ser el camino hacia la innovación.

Por otra parte, un aporte interesante es la de Tarapuez, Guzmán y Parra (2016) de la Universidad de Quindío, al analizar el tamaño de las empresas, llegando a concluir que las medianas están asociadas con prácticas integrales de estrategia e innovación, mientras que las de menor tamaño como las microempresas y las pequeñas empresas no presentan los niveles de asociatividad de las grandes pero mantienen un nivel de relación un nivel de relación mínimo entre prácticas integrales y estrategias.

Al analizar los aportes de los académicos que han investigado acerca de las Mipymes se establece que la innovación y las estrategias desarrolladas no son las mismas para las microempresas y las pequeñas empresas, que para las medianas y grandes empresas, es necesario establecer que el tamaño si es un determinante a la hora de innovar y que no se debería establecer los mismos parámetros de medición para estos dos grupos.

Se asume que las microempresas en realidad por su tamaño tienen otro tipo de innovación más relacionados con la colaboración y la adaptación que las grandes empresas que en cambio están relacionadas con la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías sustentadas en su financiamiento. Con este antecedente se ha planteado las siguientes preguntas científicas: ¿Qué estrategias se aplican para generar cambios significativos en una Mipymes?, y ¿Existe una relación entre el tamaño y el tipo de innovación que se está desarrollando en el Ecuador?, y para contestar esta interrogante se planteó las siguientes hipótesis:

**H0.** El tamaño de las empresas no influye en el desarrollo según el tipo de innovación.

**H2.** El tamaño de las empresas influye en el desarrollo según el tipo de innovación.

Como objetivo general que a través del proyecto de investigación de intentó alcanzar fue el siguiente: Determinar la relación entre el tamaño de una empresa y las estrategias que incentivan la innovación que se desarrolla en un sector empresarial de Imbabura., para lo cual se ha desarrollado dentro del marco teórico la posibilidad de comprobar, las

hipótesis formuladas ( $H_0$ ;  $H_1$ ), son las que se aplican a los empresarios Imbabureños, para fomentar la innovación en sus empresas.

## MÉTODO

El trabajo se sustenta en el paradigma de corte cualitativo y cuantitativo, cuantitativa ya que requiere realizar un diagnóstico en términos porcentuales de la situación empresarial de la provincia de Imbabura, y de corte cualitativo gracias a que predomina la participación subjetiva de los participantes que forman parte del objeto de investigación.

Los métodos, que se utilizaron fueron el histórico lógico para fundamentar la trayectoria del antecedente de la innovación y la teoría de innovación, también el analítico sintético para resumir la bibliografía; así como el método inductivo deductivo para el analizar los resultados obtenidos a través de técnicas investigativas enfocándose este trabajo sobre los resultados de la encuesta dirigida a los empresarios de la provincia de Imbabura.

### Población

Para determinar la población empresarial de la provincia de Imbabura-Ecuador, fue necesario tomar como referencia el directorio de empresas, publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC, 2017) en la página web del INEC, el mismo que está vinculado a la base de datos REDATAM, para lo cual, se revisó los años 2014, 2015, 2016 y 2017, con las cuales se elaboró la tabla 1, que sirve como insumo para la proyección del año 2018 utilizando para ello, el método de regresión lineal para el pronóstico del crecimiento de las empresas.

Tabla 1

Proyección de las empresas

Año	período	Número de Empresas	Variables	
	x	Y	X <sup>2</sup>	XY
2014	1	39.867	1	39867
2015	2	44.887	4	89774
2016	3	49.985	9	149955
2017	4	54.856	16	219424
$\Sigma$	<b>10</b>	<b>189.595</b>	<b>30</b>	<b>499020</b>
2018				59915

Fuente. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017)

$$y = a + bx$$

$$\bar{x} = \frac{x}{N} = 2,5; \bar{y} = \frac{y}{N} = 47398,5$$

$$b = \frac{\Sigma xy - N\bar{x}\bar{y}}{\Sigma x^2 - N\bar{x}^2} = 5006,50$$

$$a = y - bx = 34882,5$$

$$y = 59915$$

Una vez determinado el universo de 59915 empresas para el año 2018, se procedió a establecer la muestra con las cuales se procedió aplicar encuestas de forma aleatoria establecida por cantones, ver tabla 2.

### **Muestra.**

El tamaño de la muestra que se ha aplicado para el presente estudio está basado en la fórmula de la población infinita.

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la Población (59915 empresas)

P= probabilidad de que el evento ocurra (0,5) o 50%

Q= probabilidad de que el evento no ocurra (0,5) o 50%

E= 0,05 o 5%

K= 1,96

$$n = \frac{P.Q.N}{(N-1)\left[\frac{E^2}{K^2}\right] + P.Q}, n = \frac{59915 \times 0,5 \times 0,5}{[(59915 - 1)\left(\frac{0,05^2}{1,96^2}\right)] + (0,5 \times 0,5)}, n = 381,92 \cong 382$$

La distribución de la muestra fue estratificada por actividades económicas utilizando el clasificador industrial internacional uniforme sobre la base de empresas proyectadas para el año 2018.

Tabla 2

Distribución de la muestra por la actividad económica CIIU 4.0

<b>CÓDIGO</b>	<b>ACTIVIDAD ECONÓMICA</b>	<b>2018</b>	<b>MUESTR A</b>
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	5678	36
B	Explotación minas y canteras	53	0
C	Industrias manufactureras	6514	42
D	Suministro electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	16	0
E	Distribución agua; alcantarillado, desechos y saneamiento	51	0
F	Construcción	2482	16
G	Comercio, reparación automotores y motocicletas	20990	134
H	Transporte y almacenamiento	6481	41
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	5036	32
J	Información y comunicación	372	2
K	Actividades financieras y de seguros	73	0
L	Actividades inmobiliarias	1001	6
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	2477	16
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1066	7
O	Administración pública y defensa, seguridad social	155	1
P	Enseñanza	974	6
Q	Actividades de atención a la salud humana y asistencia social	835	5
R	Artes, entretenimiento y recreación	647	4
S	Otras actividades de servicios	5013	32
<b>Total</b>		<b>59915</b>	<b>382</b>

### **Procedimientos de muestreo**

El muestreo que se optó por utilizar fue el probabilístico polietápico, para lo cual se procedió la selección al azar de las unidades primarias (cantones), y de las unidades secundarias (actividad económica CIU 4.0). Las unidades finales (empresas) se encuestaron según procedimiento (ver detalles de selección etapas de muestreo).

Como parte de la primera etapa se procedió a selección de la muestra correspondiente a la provincia de Imbabura dividido por cantones, en forma proporcional al catastro de cada cantón, para la segunda etapa en cambio se seleccionó una muestra simple de los negocios identificados en las parroquias de cada uno de los cantones, y en la tercera etapa se seleccionó el número de negocios conforme a lo establecido en la tabla de distribución de la muestra a través un procedimiento aleatorio contabilizando cada enésima vez, si el sector lo ameritaba.

En caso de rechazo, inexistencia o inexactitud de las direcciones de los locales, u otros impedimentos para realizar la encuesta, el negocio seleccionado fue remplazado, siguiendo el procedimiento aleatorio de cada enésima vez.

Por último, durante la cuarta etapa se procedió a recoger la información a través de la encuesta aplicándose a los empresarios de los negocios o locales seleccionados. Los negocios al ser encuestados fueron seleccionados por cuotas de actividad económica aplicando el Clasificación Industrial Internacional Uniforme 4.0, a través de una tabla de asignación adecuada para cada parroquia. Al local elegido se aplicó un filtro para conocer si existe innovación, de no ser así se finalizaba la encuesta.

La tabulación se la realizó en una hoja electrónica de cálculo, para lo cual se diseñó una matriz de forma horizontal; utilizando en vez de las preguntas caracteres alfanuméricos, compuestos de la letra (Y) afiliado a un número para las variables dependientes y la letra (X) afiliado a un número para las variables independientes. También se procedió a la verificación del correcto llenado antes de su tabulación, anulando las encuestas que no cumplían con los requisitos mínimos.

## **RESULTADOS**

El presente estudio se enfocó en el supuesto planteado de la relación entre las variables el tamaño de las empresas y el desarrollo de innovaciones.

Esta información obtenida a través de la encuesta se la agrupó por rangos que van desde cero innovaciones hasta once innovaciones que es el número establecido como máximo en el cuestionario.



### Análisis de las hipótesis.

Para contestar la siguiente pregunta. ¿Existe una relación entre el tamaño y el tipo de innovación que se está desarrollando en el Ecuador?, se planteó las siguientes hipótesis que se ha planteado como parte del presente estudio tienen su sustento entre la relación del tamaño y los tipos de innovación que se reconocen en el Manual de Oslo.

**H1.** El tamaño de las empresas no influye en el desarrollo según el tipo de innovación.

**H2.** El tamaño de las empresas influye en el desarrollo según el tipo de innovación.

A continuación, se determinó la frecuencia de los datos observados y los datos esperados, con los cuales se procedió aplicar la prueba del chi-cuadrado, obteniendo los siguientes resultados, descritos a continuación:

### Bienes y Servicios

Tabla 3

**Tabla cruzada Innovaciones de Bienes o Servicios nuevos\*Número de empleados de las empresas encuestadas (agrupado)**

			Número de empleados de las empresas encuestadas (agrupado)				Total
			Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Gran Empresa	
Innovaciones de Bienes o Servicios nuevos	NO	Recuento	209	21	9	4	243
		Recuento esperado	209,3	17,8	12,7	3,2	243,0
	SI	Recuento	120	7	11*	1	139
		Recuento esperado	119,7	10,2	7,3	1,8	139,0
Total		Recuento	329	28	20	5	382
		Recuento esperado	329,0	28,0	20,0	5,0	382,0

Tabla 4

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,143 <sup>a</sup>	3	,162
Razón de verosimilitud	5,157	3	,161
Asociación lineal por lineal	,103	1	,748
N de casos válidos	382		

a. 2 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,82.

Se obtuvo como resultado una significación asintótica o p-valor del 0,162, la misma que es mayor al margen de error del 0,05 que se utilizó para el presente estudio, se acepta la hipótesis nula. Por lo tanto, se deduce que no influye el tamaño de las empresas para desarrollar innovaciones en bienes y/o servicios. Y como caso representativo de ello es la situación de las medianas empresas en Imbabura, que siendo empresas medianas y con recursos limitados siempre están a la vanguardia de la innovación. Pero hay que entender que la innovación en bienes debe ir más allá de ser disruptivo, muchas veces se concentra en la innovación incremental, provocada por la calidad y la mejora continua que los empresarios que se plantean como meta.

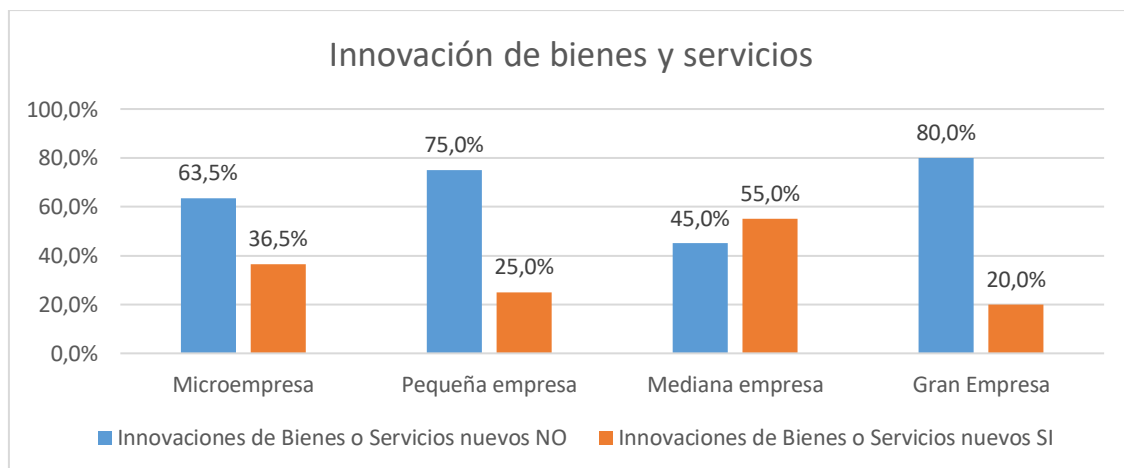


Figura 1. Innovaciones de bienes y servicios por el tamaño de las empresas

Al analizar los datos de las empresas medianas se observa que presentan un resultado positivo, en relación con los otros tipos de empresas, en la que mayoritariamente se han manifestado por no realizar ningún tipo de innovación. Sin embargo es necesario establecer ¿porque las empresas medianas están siendo más innovadoras?

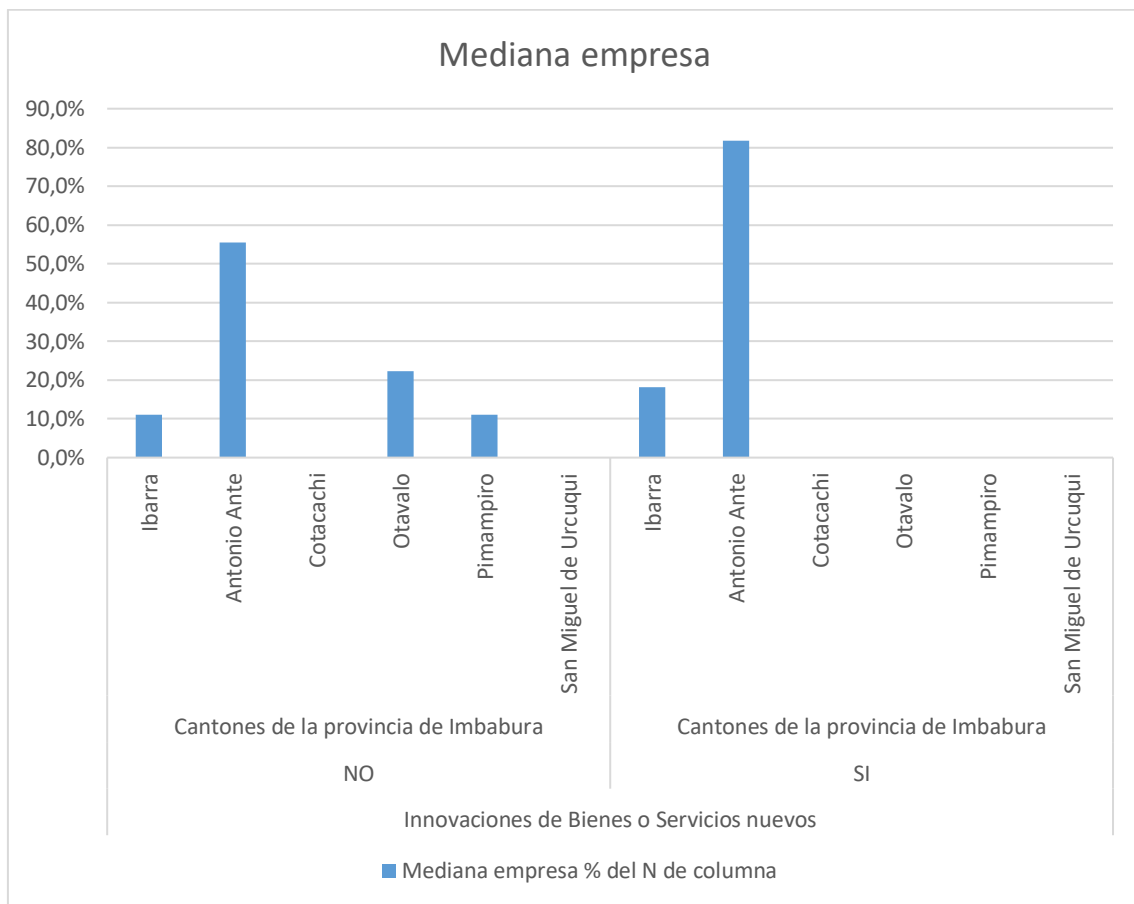


Figura 2. Innovación de bienes y servicios por cantones

Para ello, se realizó un nuevo análisis localizando a las empresas medianas por cantones y estableciendo en cuál de ellos respondieron positivamente y si están realizando algún tipo de innovación, según los resultados que se obtuvo de los empresarios, son en los cantones de Antonio Ante e Ibarra donde se realizan actividades de innovaciones. Centrando la atención en el cantón Antonio Ante debido a que es un cantón que aproximadamente tiene 45184 habitantes y fue donde más respondieron sus actividades relacionadas con la innovación y es pequeño en comparación con el cantón Ibarra que tiene una población de 168009 habitantes, ahora bien surgió una nueva inquietud ¿cuál era el sector económico donde generaba este evento?

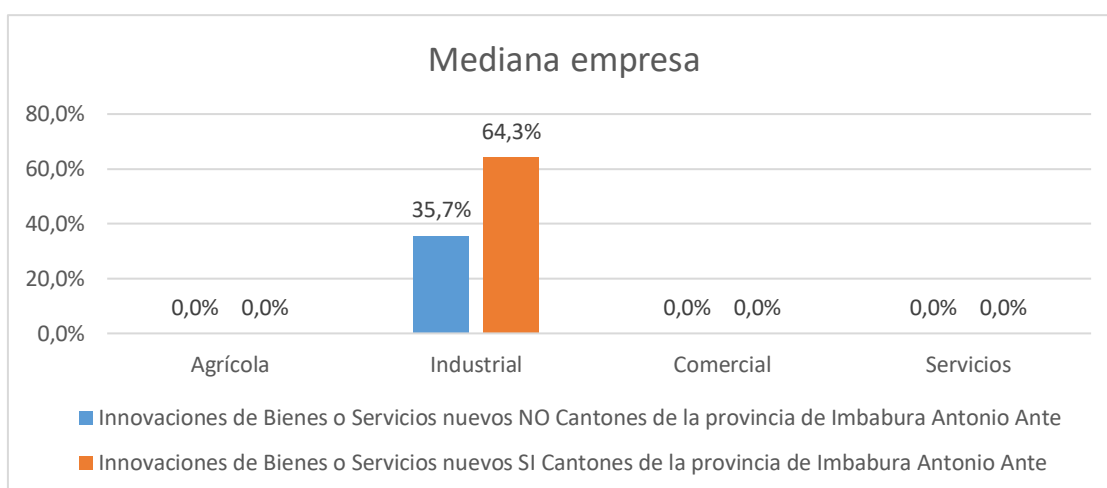


Figura 3. Innovación de bienes y servicios por sectores económicos

El resultado como se observa fue el industrial, esto tiene relación debido a que el cantón Antonio Ante, es un sector donde se concentra la mayor parte de la Industria textil de la Provincia de Imbabura y de la Zona Norte del Ecuador. Su industria se caracteriza por ser muy competitiva sus productos hechos para el consumo nacional y para la exportación y la innovación se centra según los analizado en la moda.

Sin embargo otro aspecto que se ha analizado es ¿Qué estrategias se aplican para generar cambios significativos en una empresa?, pregunta que está relacionada al identificar el fenómeno de las empresas medianas del cantón Antonio Ante, al preguntar ¿cuáles fueron las estrategias que están llevando a cabo la empresa mediana para considerar que están innovando? Entre lo que se ha identificado al preguntar a los empresarios de Antonio Ante a ser más llega determinar que adquirir maquinaria, hardware o software así como capacitar son una de las opciones más recurrentes para promover cambios en las empresas. Sin embargo desarrollar maquinaria o hardware o software tienen muy buena respuesta sobre todo por la industria textilera que coopera bastante con la academia.

Tabla 5

**Estrategias aplicadas para innovar**

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
\$Si_aplica <sup>a</sup>	Adquiere maquinaria y/o equipos nuevos	129	18,9%	69,7%
	Desarrollar maquinaria y/o equipos nuevos	45	6,6%	24,3%

Adquirir Hardware y/o software	71	10,4%	38,4%
Desarrollar un software adaptado a la empresa	68	10,0%	36,8%
Adquisición de derechos, patentes, marcas. Know-how	55	8,1%	29,7%
Contratación de consultores para introducir innovaciones	75	11,0%	40,5%
Capacitación del personal para introducir innovaciones	124	18,2%	67,0%
Adaptación o modificación de bienes y/o servicios originalmente desarrollados por otra empresa	53	7,8%	28,6%
Cooperando con otras empresas o instituciones	63	9,2%	34,1%
Total	683	100,0%	369,2%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

## DISCUSIÓN

**H0.** El tamaño de las empresas no influye en el tipo de innovación desarrollado.

En este caso los resultados muestran que para un empresario de las Mipymes tiene la percepción de que no hay relación entre el tamaño y las innovaciones en el desarrollo de Bienes y Servicios, se puede explicar que desde el punto de vista del empresario micro y pequeño para desarrollar innovaciones de ese tipo se necesita de un gran capital y un talento humano altamente preparado en procesos investigativos y de desarrollo.

Esto concuerda con Estrada, Cano y Aguirre (2019) quienes sostienen que los factores que inducen estas diferencias entre innovadoras y no innovadoras, son los que están relacionados con la capacidad y el acceso a los recursos, por lo tanto una micro y pequeña empresa al tener dificultades para acceder a recursos sobre todo económicos es evidente que se dificulta la tarea de gestión innovadora.

Sin embargo para los empresarios de las Mipymes el tamaño de las empresas no les impide ser competitivos, de hecho muchos sostienen que la innovación es el único camino para sobrevivir en un mercado globalizado, claro que existe una percepción de que innovar es costoso, y que se necesita de procesos investigativos de largos años y con ello mantener un talento humano que se dedique especialmente a investigar y

desarrollar. Pero el empresario de lo que se ha podido analizar con los datos, busca relacionarse con la academia, adapta y desarrolla bienes y servicios que son muy innovadores y que tienen éxito en el mercado.

Para las Mipymes la innovación está en la adaptabilidad en la generación de cambios significativos que menciona Esteban, Coll y Blasco (2005) de la Universidad de Valencia, cuyas dimensiones tienen más peso que las de investigación y desarrollo que son más apropiadas para medir a una gran empresa por capacidad económica y organizativa, por otra parte se propone que el desarrollo de la innovación está vinculada a la colaboración que es otro factor que López, Maldonado, Pinzón y García (2016) de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, México mencionan en sus investigaciones y que son factores que también son determinantes para el desarrollo de cambios significativos en las empresas, es decir que la colaboración de las Mipymes con las instituciones de educación superior son las que mejoran sus procesos e incluso llegan a desarrollar procesos innovadores.

Como explicación adicional está que las empresas imbabureñas prefieren externalizar sus actividades, se la puede tratar también desde el punto de vista de la Teoría de los Recursos y Capacidades, según Fong et. al. (2017) esta teoría afirma que los recursos son medios aislados, necesarios, pero no suficientes para alcanzar los fines de la empresa, mientras que las capacidades integran recursos de diferente naturaleza para llevar a cabo actividades productivas, por lo tanto, se puede concluir que las empresas imbabureñas al tener dificultades con el desarrollo de capacidades para innovar lo más fácil estratégicamente es adquirir tecnología y/o conocimiento de otras empresas, que es lo que sucede en el Cantón Antonio Ante.

## **CONCLUSIONES**

De acuerdo con la evidencia empírica, en las empresas de la provincia de Imbabura la mediana empresa es la que más está innovando, sus resultados son positivos en relación con las grandes empresas, las pequeñas y las microempresas que se revelan problemas en todos los tipos de innovación consultados. Lo que se evidencia es que su relación con la academia como estrategia, la adaptabilidad, y obviamente el desarrollo de productos nuevos, hace que si se desarrolle innovación.

Por otra parte, el tamaño no influye en el desarrollo de innovación de bienes o servicios, considerando que deberían ser las grandes empresas de la provincia quienes deberían encabezar estos cambios, más sin embargo son las medianas y las pequeñas empresas

las que están constantemente buscando irrumpir en el mercado, como dijo Shumpeter es la “destrucción creativa del empresario”, la que hace dinamizar a la economía.

Ahora bien, no se puede negar que conforme a los resultados existe un alto número de empresarios que prefieren aprovechar el conocimiento que se encuentra en el mercado que desarrollarlo, debido a la incertidumbre por la asimetría al momento de invertir en estos proyectos es riesgosa, por lo tanto se demuestra que toda estrategia está dirigida a la adquisición. Y que los empresarios prefieren responder a factores contingentes, para innovar, que pueden ser por un mercado altamente competitivo o de alta regulación.

## REFERENCIAS

- Bianchi, C. (2006). LA INNOVACIÓN COMO OBJETO DE ESTUDIO DE LA HISTORIA ECONÓMICA. *Boletín de Historia Económica*, 4(5), 32-44.
- Brunet, I. (2011). *Creación de Empresas: emprendimiento e innovación*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Cruz, C. (2007). *Los determinantes y las consecuencias de las estrategias de innovación; un análisis del sector manufacturero y de servicios de España (Tesis doctoral)*. Universidad Autónoma de Barcelona. Ballaterra.
- De la Vega, M., Santoyo, V., Muñoz, M., & Altamirano, J. (2017). Reducción de costos de transacción e información asimétrica: experiencias de financiamiento rural en México. *Estudios Sociales*, 27(49), 181-209.
- Díaz, G. (2013). *Investigación, Desarrollo e Innovación Empresarial* (3era ed.). Loja: EDILOJA Cía. Ltda.
- Esteban, J., Coll, V., & Blasco, O. (2005). ¿Competitividad e innovación en la micro y pequeña empresa? retos previos a superar. *Estudios de economía aplicada*, 23(3), 559-581.
- Estrada, S., Cano, K., & Aguirre, J. (2019). ¿Cómo se gestiona la tecnología en las pymes? Diferencias y similitudes entre micro, pequeñas y medianas empresas. *Contaduría y Administración*, 64(1), 1-21.
- Fong, C., Flores, K., & Cardoza, L. (2017). La teoría de recursos y capacidades: un análisis bibliométrico. *Nova Scientia*, 9(19), 411-440.
- González, A., Jiménez, J., & Sáenz, F. (1997). Comportamiento innovador de las pequeñas y medianas empresas. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 3(1), 93-112.

- González, T., Hernández, N., & Van Oostrom, M. (2012). Innovación, cultura y tamaño: La microempresa en una región ultraperiférica. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 188(753), 113-134.
- INEC. (2017). *Directorio Empresarial 2012*. Quito: INEC. Obtenido de Directorio de Empresas: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>
- López, G., Maldonado, G., Pinzón, S., & García, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en Pymes. *Contaduría y Administración*(61), 568-581.
- Mejía, A., Mendieta, C., & Bravo, M. (2015). Estrategias de innovación y capital social en la pequeña y mediana empresa. *Ingeniería Industrial*, 36(3), 286-296.
- Murcia, H. (2011). *Creatividad e innovación para el desarrollo empresarial*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Peña, M. (2010). Economía de los costos de transacción: Modelos de Williamson y Nooteboom. *Oikonomos*, 1(1), 89-100.
- Ramirez, L., & Palacín, M. (2018). EL ESTADO DEL ARTE SOBRE LA TEORÍA DE LA ESTRUCTURA DE CAPITAL DE LA EMPRESA. *Cuadernos de Economía*, 37(73), 143-165.
- Salgado, E. (2003). Teoría de costos de transacción. *Cuadernos de Administración*, 16(26), 61-78.
- Shumpeter. (1944). *La teoría del desenvolvimiento económico: una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Solís, M., Hernández, M., & Rodríguez, A. (2017). Impacto del SENA en la innovación de las empresas manufactureras en Colombia: Una mirada desde la ambidestreza organizacional. *Informador Técnico*, 81(1), 9-23.
- Taboada, E., & Sámano, M. (2015). El contrato como instrumento de control en la relaciones interempresariales: Análisis desde la teoría económica de la empresa. *Entreciencias*, 3(8), 279-313.
- Tarapuez, E., Guzmán, B., & Parra, R. (2016). Estrategia e innovación en las Mipymes colombianas ganadoras del premio Innova 2010-2013. *Estudios Gerenciales*(32), 170-180.
- Tello, J., Hernani, M., & Límaco, B. (2017). Capacidad Transaccional: Evidencias del sistema financiero Peruano. *RAE - Revista de Administración de Empresas*, 57(1), 37-50.



- Uribe, E. (2000). La teoría de los costes de transacción y la fijación de los límites organizacionales al otro lado las fronteras nacionales. *INNOVAR*, 105-118.
- Veiga, L. (2014). Innovación y competitividad. *IEEM Revista de Negocios*, 17(2), 72-87.  
Obtenido de [dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2145450](http://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2145450)
- Velásquez, Á. (2015). Dinámica de la negociación y los costos de transacción como aporte del desempeño de la cadena de abastecimiento. *Revista Clepsidra*, 10(19), 171-189.