

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACIÓN Y ECONÓMICA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Tema: “La innovación que desarrollan las MIPYMES del sector lácteo en la provincia del Carchi y el desarrollo fronterizo, periodo 2015-2017”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Ingeniera en Administración de Empresas y Marketing

AUTORA: Joselyn Alejandra Acero Cortez

TUTOR: Fernando Ramiro Urresta Yépez

TULCÁN - ECUADOR

2019

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Joselyn Alejandra Acero Cortez con el número de cédula 040187499-5 ha elaborado el trabajo de titulación: “La innovación que desarrollan las MIPYMES del sector lácteo en la provincia del Carchi y el desarrollo fronterizo, periodo 2015-2017”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



MSc. Ramiro Urresta
Tutor



MSc. Marcelo Cahuasqui
Lector

Tulcán, 20 de marzo de 2019

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniera de Administración de Empresas y Marketing de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Joselyn Alejandra Acero Cortez con cédula de identidad número 040187499-5 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.


.....
Joselyn Alejandra Acero Cortez

C.I 040187499-5

Tulcán, 20 de marzo de 2019

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Joselyn Alejandra Acero Cortez declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “La innovación que desarrollan las MIPYMES del sector lácteo en la provincia del Carchi y el desarrollo fronterizo, periodo 2015-2017” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.


.....
Joselyn Alejandra Acero Cortez

Tulcán, 20 de marzo de 2019

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer infinitamente a Dios por darme lo que tengo, por permitirme sonreír en cada uno de mis logros, por brindarme perseverancia y constancia para cumplir mi sueño a pesar de obstáculos y contratiempos.

A mis padres Luis Alejandro y Laura Elisa por su infinito amor, por mostrarme el camino hacia la superación y por su sacrificio para darnos un mejor futuro a mis hermanos y a mí.

A mis hermanos Alba, Galo, Sofía, Yesenia y Andrés por su confianza y amistad en el transcurso de mi vida.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por abrirme sus puertas para que pueda continuar con mis estudios y ser una profesional más en la patria.

A mi tutor MSc. Ramiro Urresta y lector MSc. Marcelo Cahuasqui por su apoyo y dedicación en la finalización de mi trabajo de investigación.

Joselyn Alejandra Acero Cortez

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por la bendición que me brinda todos los días al tener las personas que más amo junto a mí y porque me permite continuar cumpliendo mis metas y objetivos bajo su protección y amor.

A mis padres y hermanos por sus consejos y regaños para seguir por el camino del bien, por su comprensión constante y apoyo incondicional con mi hijo, pues de no ser así no hubiese cumplido esta meta tan importante.

Con infinito amor dedico especialmente mi esfuerzo a mi único y gran amor verdadero mi hijo, Jael Matias quien ha sido mi más grande inspiración para ser mejor cada día, eres y serás el mejor regalo que Dios me pudo dar.

Joselyn Alejandra Acero Cortez

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR	2
AUTORÍA DE TRABAJO	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA	6
RESUMEN	10
ABSTRACT.....	11
INTRODUCCIÓN	12
I. PROBLEMA.....	14
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.3. JUSTIFICACIÓN	16
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	18
1.4.1. Objetivo General.....	18
1.4.2. Objetivos Específicos	18
1.4.3. Preguntas de Investigación	18
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	19
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	19
2.2. MARCO TEÓRICO	21
2.2.1 MIPYMES del Sector Lácteo	21
2.2.2. Innovación	23
2.2.3 Desarrollo Fronterizo.....	28
2.2.4 Teorías de Desarrollo Endógeno.....	32
III. METODOLOGÍA	34
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	34
3.1.1. Enfoque	34
3.1.1.1 Cualitativo.....	34
3.1.1.2 Cuantitativo.....	34

3.1.2. Tipo de Investigación.....	34
3.1.2.1 Investigación exploratoria.....	34
3.1.2.2 Investigación descriptiva.....	35
3.1.2.3 Investigación de campo.....	35
3.1.2.4 Investigación documental	36
3.2. IDEA A DEFENDER	36
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	37
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.....	38
3.4.1 Método deductivo	38
3.4.2 Método analítico-sintético.....	38
3.4.1. ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	38
3.4.1.2. Técnicas e instrumentos de investigación.....	40
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	42
4.1. RESULTADOS	42
4.2. DISCUSIÓN.....	59
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	67
5.1. CONCLUSIONES.....	67
5.2. RECOMENDACIONES	68
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	70
VII. ANEXOS	75
7.1 Anexo 1: Encuesta empresas industriales	75
7.2 Anexo 2: Encuesta empresas artesanales	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Existencia de vacas ordeñadas y producción de leche en la Zona 1.	23
Tabla 2. Operacionalización.....	37
Tabla 3. MIPYMES del sector lácteo de la provincia del Carchi.	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Términos básicos.....	21
Figura 2 Variables de clasificación: Tamaño de empresa	22
Figura 3 PIB del sector manufacturero	23
Figura 4 Zona de Integración Fronteriza Ecuador- Colombia.....	29
Figura 5 Área de frontera.....	29
Figura 6 Innovación por producto	42
Figura 7 Producto novedoso	43
Figura 8 Innovación por proceso	44
Figura 9 Proceso novedoso.....	45
Figura 10 Adquisición de maquinaria y equipo.....	46
Figura 11 Gasto anual en adquisición.....	46
Figura 12 Innovación en comercialización.....	48
Figura 13 Importancia del objetivo.....	49
Figura 14 Número de empleados MIPYMES industriales	50
Figura 15 Introducción de nuevos productos.....	51
Figura 16 Innovación en proceso de producción	52
Figura 17 Introducción de innovación organizativa	53
Figura 18 Canales de venta o distribución nuevos	54
Figura 19 Obstáculos de la innovación.....	55
Figura 20 Objetivos cuando se innova.....	56
Figura 21 Agentes para innovar.....	57
Figura 22 Número de empleados MIPYMES artesanales	58
Figura 23 Facturación	58
Figura 24 Tipos de innovación MIPYMES industriales.....	60
Figura 25 Tipos de innovación MIPYMES artesanales	61
Figura 26 Ingreso por venta promedio por establecimiento económico de las principales industrias de manufactura en el cantón Tulcán.....	64

RESUMEN

El propósito de esta investigación es analizar la innovación que desarrollan las micro, pequeñas y mediana empresas (MIPYMES) del sector lácteo en la provincia del Carchi y su contribución al desarrollo fronterizo, con la finalidad de determinar la importancia que tienen las industrias manufactureras en el desarrollo local, para que posteriormente sean tomadas en cuenta por organismos públicos y privados. Cabe mencionar, que la innovación en las empresas ha generado que se muestren menos competitivas y productivas frente al mercado. Para esta investigación se empleó el enfoque cuantitativo en donde se definió la población de estudio y se les aplicó un cuestionario estructurado que fue representado en datos numéricos y para su análisis estadístico el enfoque cualitativo; el método fue el deductivo que sirvió para extraer conclusiones particulares, obteniendo como resultados de la investigación que las 34 MIPYMES encuestadas realizan innovación por procesos, pero no por iniciativa propia sino por exigencias de Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), en donde se comprobó la poca cultura de innovación que estas poseen. Por otra parte, se llegó a la conclusión de que la innovación que realizan genera baja contribución en las empresas y en la provincia. Además, que formación de estas empresas si aportan al desarrollo de la provincia del Carchi de manera positiva en el aspecto social y económico, pues generan fuentes de empleo mejorando la calidad de vida de sus familias y de manera negativa en el aspecto ambiental, pues no hay un control completo de los desechos que estas producen.

Palabras claves: MIPYMES, sector lácteo, innovación, desarrollo fronterizo, provincia.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the innovation developed by micro, small and medium enterprises (MIPYMES) of the dairy sector in the province of Carchi and its contribution to border development, in order to determine the importance of manufacturing industries in local development, so that later they are taken into account by public and private organizations. It is worth mentioning, that the innovation in the companies has generated that they show less competitive and productive in front of the market. For this research, the quantitative approach was used where the study population was defined and a structured questionnaire was applied, which was used to enumerate numerical data and for its statistical analysis the qualitative approach; the method was the deductive that served to draw particular conclusions, obtaining as a result of the research to the 34 MIPYMES surveyed perform innovation by process, but not by their own initiative but by the requirements of the National Agency for Health Regulation, Control and Surveillance (ARCSA), where the little culture of innovation that they have was proven. On the other hand, it was concluded that the innovation that is made is a low contribution in companies and in the province. In addition, the formation of these companies if they contribute to the development of the province of Carchi in a positive way in the social and economic aspect, because they generate employment sources improving the quality of life of their families and in a negative way in the environmental aspect, because there isn't complete control of the waste that they produce.

Keywords: MIPYMES, dairy sector, innovation, border development, province.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación está enfocado al análisis de innovación que desarrollan las MIPYMES del sector lácteo y cómo contribuyen en el desarrollo de la provincia del Carchi ubicada en zona de frontera, esto se realizará a través de la interpretación de encuestas relacionándolos con conocimientos adquiridos en el transcurso de esta investigación.

La investigación consta de cinco capítulos conformados cada uno de la siguiente manera:

En el primer capítulo se encuentra el problema existente que tienen las empresas con la innovación que realizan, la cual les impide ser más productivas y competitivas en el mercado, afectándoles al desarrollo de la región, también se encuentra la justificación que detalla a beneficiarios y la importancia de tomar en cuenta el sector lácteo para mejorar la economía de una ciudad de frontera. Además, se agrega los objetivos que persigue esta investigación que en el transcurso de ella se cumplen a cabalidad.

En el segundo capítulo se toma encuentra los antecedentes que no son más que investigaciones importantes que se necesitan para fundamentar el desarrollo de la investigación para esto se toma en cuenta cuatro investigaciones realizadas. También se presenta el marco teórico en el que se menciona conceptos significativos tales como: innovación, sector lácteo, desarrollo fronterizo, entre otros.

En el tercer capítulo se encuentra el marco metodológico que es una parte fundamental de la investigación, ya que presenta técnicas para recolectar la información, es así que para definir la población de estudio y utilizar el cuestionario se tomó en cuenta el enfoque cuantitativo; para obtener una visión real del problema se utilizó la investigación exploratoria; para analizar los datos obtenidos estuvo la investigación descriptiva; para visitar las MIPYMES a encuestar la investigación de campo y para revisar documentos y fuentes bibliográficas la investigación documental. En los análisis estadísticos se encuentra la población a estudiar siendo las empresas del sector lácteo de la provincia de frontera, Carchi.

En el cuarto capítulo se analiza el resultado y la discusión del trabajo de investigación, los resultados que se obtuvieron de las encuestas fueron representados en gráficos con sus respectivos análisis para mejor conocimiento de la innovación que están realizando las MIPYMES. En la discusión se dan respuesta a las preguntas de investigación en donde se determina cual es la contribución de la innovación de las empresas en el desarrollo fronterizo.

El quinto y último capítulo menciona las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó después de haber realizado el trabajo de investigación. En las referencias bibliográficas se encuentran todas las fuentes confiables que han sido utilizadas en su desarrollo, también están los anexos de las MIPYMES a las que se les aplico el cuestionario.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

OCCD y Eurostat (2006) afirmaron que “el proceso de globalización es también un ponente motor de innovación. La competencia internacional ha obligado a las empresas a mostrarse más eficientes y a desarrollar nuevos productos” (p. 49).

La innovación está en cualquier parte del mundo, pues interviene en el proceso de globalización generando que exista mayor eficiencia y competitividad entre las grandes, mediana y pequeñas empresas, esto les obligo a desarrollar nuevos productos, procesos, estrategias e incluso formas de comercializar. Sin embargo, las grandes empresas tienen posibilidad de inversión debido a su capital, a diferencia de las medianas y pequeñas empresas que para poder sobrevivir en el mercado deben buscar financiamiento y apoyo que les permita ser competitivas con mejor participación en el mercado.

Se conocía que en las tendencias mundiales el campo empresarial reconocía en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) como segmentos fundamentales de la economía, que generaron un adecuado factor de ingresos para las regiones. Pero muchas veces estas tienen ciertas dificultades que les impide desarrollar innovación como la falta de personal calificado, que al no tener creatividad y conocimientos genera baja competitividad y productividad. Por otra parte, que exista mercados establecidos por empresas grandes que impiden que las demás empiecen a ser reconocidas en los mercados, generando bajas ventas, menores utilidades y con esto muchas veces el cierre de estos emprendimientos.

Además, otra de las dificultades que impiden el crecimiento de una empresa son los escasos recursos económicos que poseen para realizar proyectos de innovación, puesto que no se sienten en las capacidades de realizarla y además no hay auspicio de empresas externas e incluso por parte de los organismos públicos, generando que los propietarios no tomen la iniciativa de invertir, puesto que no cuentan con recursos suficientes para implementar cualquier tipo de innovación teniendo como consecuencias la disminución de sus ingresos y sobre todo la pérdida de competitividad y productividad.

El reto de las MIPYMES es reconocer el mercado actual para que sean competidoras, siendo necesario realizar cambios que deben ser permanentes. En este sentido, se requiere más innovación en el manejo de la empresa para sobrevivir y avanzar, las MIPYMES actualmente se encuentran obligadas a responder rápidamente a la innovación como una cultura de transformación.

Como se mencionó anteriormente a través de la innovación se incrementa la productividad y competitividad aportando de manera positiva a la economía de un país, es por esto de una u otra forma la innovación de las empresas aportaban al desarrollo fronterizo y especialmente a la economía local, puesto que al ser provincia de frontera tenía la particularidad de sentirse no identificados con los gobiernos centrales puesto que ellos manejan políticas fronterizas diferentes a las verdaderas necesidades locales y cada pequeña o mediana empresa miraba su oportunidad de crecer de acuerdo a sus capacidades.

La provincia del Carchi posee muchos obstáculos para desarrollarse, y por ende las empresas ubicadas allí también sufren las diferentes consecuencias de la difícil situación económica en varias temporadas ante la devaluación del peso colombiano, pues el nivel de ventas baja y con él la producción local disminuye considerablemente afectando directamente a la economía local en todos los aspectos sin importar la actividad económica que desempeñen o al trabajo que se dediquen. Por otra parte, la materia prima comenzaba a ser adquirida en el vecino país en precios más bajos pues su costo de producción del mismo era menor, en cambio en Ecuador era más costoso y la utilidad para los grandes y pequeños emprendimientos eran menores.

A pesar de ser una Provincia agrícola ganadera no cuentan con el suficiente apoyo por parte de organismos públicos y privados, que les incentiven a crecer y ampliarse a nuevos mercados nacionales e internacionales, pues las capacidades y creatividad del personal y la insuficiente disponibilidad económica son limitantes en varios emprendimientos.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿La innovación que desarrollan las MIPYMES del sector lácteo en la provincia del Carchi, contribuye al desarrollo fronterizo en el periodo de análisis 2015- 2017?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación propuso desarrollar un análisis de la innovación en el sector lácteo y cómo contribuyo en el desarrollo fronterizo de la provincia del Carchi, pues muchas veces las MIPYMES no poseían el conocimiento de los beneficios que podrían obtener a través de realizar una inversión tan importante como es la innovación.

Las MIPYMES en la actualidad deben adoptar innovación que soporten plenamente los objetivos de la empresa permitiéndoles reaccionar de forma rápida y flexible ante los acontecimientos externos e internos para la toma de decisiones. Por lo tanto, es necesario desarrollar nuevas competencias e invertir en innovación de cualquier tipo tales como: el producto, el proceso, la organización o en mercadotecnia la cual generara el aumento de utilidades y de participación en el mercado, contribuyendo de manera positiva a la sociedad en la cual se está desarrollando.

Por otra parte, esta investigación aporta información que permite conocer cómo contribuye el sector lácteo en el desarrollo fronterizo de la provincia del Carchi, pues constará de argumentos e información importantes respecto a principales requerimientos y carencias de las MIPYMES. Siendo esta una valiosa herramienta para la evaluación de la incidencia de innovación, tanto de las políticas públicas como de los programas de apoyo de los organismos provinciales para contribuir al desarrollo económico, social y ambiental que vaya en beneficio de las organizaciones y de la sociedad, ya que estas dos son parte fundamental de un país que se deben brindar respeto de la una a la otra, pues se suplen mutuamente de los recursos que cada una posee.

Se entiende, además que Carchi al ser una provincia agrícola ganadera de acuerdo a determinaciones realizadas se pudo considerar que esta investigación beneficiará a dos

actividades importantes de la población económicamente activa provincial como es la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; e industrias manufactureras pues según el Gobierno Provincial del Carchi contaban con un total de 24,811 personas y 3,593 personas respectivamente en las actividades antes mencionadas. Cabe relatar que si existe un bajo aporte de las industrias manufactureras es porque tiene debilidad en la economía provincial. (Prefectura del Gobierno Provincial del Carchi, 2014).

También aportará de manera considerable a la economía de varios sectores, pues podrán ser beneficiados con la realización de estrategias que aporten al desarrollo a la provincia del Carchi, siendo esta una manera de afrontar los problemas económicos que enfrenta en varias temporadas, y aprovechando estos recursos potenciales como son las investigaciones para contribuir con soluciones a los organismos públicos.

Se podrá generar propuestas de mejora para aumentar la competitividad y proponer inversiones en innovación, a través del análisis realizado que permitirá utilizar esta información para investigaciones futuras contribuyendo a la provincia, pues se encontró información del cantón Tulcán en el que determino que de todos los establecimientos de industrias manufactureras la producción de lácteos eran los que mayormente generaron ingreso por ventas promedio (ver figura 27).

Por otra parte, la producción de leche en la región sierra especialmente en la provincia del Carchi ha sido de 360.598 litros, siendo la provincia que mayor produce a nivel de la Zona 1 (ver tabla 1) aportando con empleo directo e indirecto. Para esto hay que entender que el empleo directo es todos los empleados administrativos y operarios que laboran en cada una de las MIPYMES del sector lácteo; y el empleo indirecto son todos los dedicados a la ganadería como son los propietarios de fincas y a la recolección de leche en cada una de los sectores dedicados a esta actividad, para su posterior venta generando ganancias para cada una de estas actividades económicas.

La investigación aporta a la estrategia nacional para el cambio de la Matriz Productiva ya que uno de sus objetivo y meta es el fortalecimiento del sistema productivo basado en eficiencia e

innovación, pues en uno de sus literales esta incrementar la producción intensiva en innovación, tecnología y conocimiento.

También, aporta al Plan de Desarrollo “Todo una Vida” 2017- 2021 en los objetivos Nacionales de Desarrollo en el eje número 2, objetivo número 5 que mencionaba de impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria, en el cual se proponen brindar incentivos como por ejemplo créditos para la producción y la generación de nuevos emprendimientos.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar la innovación que desarrollan las MIPYMES del sector lácteo en la provincia del Carchi y contribución al desarrollo fronterizo. Periodo 2015- 2017.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente la innovación en las MIPYMES del sector lácteo y el desarrollo fronterizo de la provincia Carchi.
- Diagnosticar la innovación en las MIPYMES del sector lácteo de la provincia del Carchi.
- Discutir la contribución de la innovación en las MIPYMES del sector lácteo en el desarrollo fronterizo de la provincia del Carchi.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cómo y en que están innovando las MIPYMES del sector lácteo de la provincia del Carchi?
- ¿Cuál es la contribución de las MIPYMES del sector lácteo en el desarrollo fronterizo de la provincia del Carchi?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para esta sección, se tomó en cuenta investigaciones que contribuyeron al desarrollo del trabajo de investigación en mención.

El primer antecedente investigativo está dado por Ruiz, Coral y Malquín (2014) cuyo artículo fue “La innovación empresarial en el Carchi” publicado en la revista *Visión Empresarial*, volumen 4.

En donde obtuvieron información para construir indicadores y definir una línea base de actividades de innovación, correspondientes a los años 2012 y 2013 con características de representatividad en la provincia del Carchi. Consideran que la innovación empresarial que se realice trae como efecto mayor rentabilidad e incremento de productividad, los temas investigados en este artículo se desarrollan en el marco de las innovaciones logradas en producto (bienes y servicios), e innovaciones en proceso entre otras, en esta investigación de campo se utilizó como bases las encuestas de Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (ACTI) y la encuesta de innovación elaborada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), las mismas que se orientan a identificar las innovaciones logradas por productos, procesos, mercadotecnia y organización. Posteriormente se realiza un análisis en donde se utiliza la investigación descriptiva.

La segunda contribución fue por Miranda y Chuquin (2017) con el artículo “Innovación y desarrollo Territorial: caso de estudio Cantón Huaca Provincia del Carchi” publicado en la revista *Visión Empresarial*, volumen 7.

En este artículo realizaron un análisis de la innovación y diferentes concepciones epistemológicas con el desarrollo territorial; se caracteriza a los territorios innovadores desde enfoques económico, social, cultural de acuerdo a un entorno que busca el buen vivir. Además, detalla la manera importante de ejecutar innovación y las oportunidades que se pueden generar realizándola, proponiendo como resultado generar valor agregado reduciendo

costos y aumentando la gama de productos o servicios. Por otra parte, la investigación es de campo a través de la aplicación de un instrumento que se basa en la encuesta de innovación elaborada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), además analiza los resultados obtenidos en el Cantón San Pedro de Huaca manifestando que los empresarios saben que para mejorar su competitividad deben de realizar innovación de cualquier tipo que permita el desarrollo local. La metodología utilizada fue cualitativa, se aplicó Focus Group; la investigación manejada fue de campo, descriptiva y documental; la técnica que se utilizó fue la encuesta; los instrumentos el cuestionario.

Se toma en cuenta la contribución de Briones y Del Cairo publicado en la en la revista scielo cuyo tema “Prácticas de fronterización, pluralización y diferencial” (2015).

En este artículo los investigadores proponer puntos esenciales que permitan comprender las prácticas de fronteras, entendidas entre las diferentes maneras, pues mencionan que les interesa demasiado explorar del como manejan estas prácticas y pensar aquellas fronteras como lugares cambiantes, revisan profundamente el diseño de políticas para el control social de las minorías culturales. Por otra parte, relatan la marginalidad de buena parte de estas poblaciones, aunque cuenten hoy con acontecimientos instrumentos jurídicos que exigen el derecho a su cultura, a sus territorios y a su autonomía, entre otros. Al mismo tiempo, la capacidad de movilización de numerosas organizaciones políticas, comunidades y sujetos, representan nuevos desafíos para el Estado y el mercado.

Por último, se consideró la contribución de Rodríguez y León (2007) con el artículo “Sistemas Regionales de Innovación y Desarrollo Local. El caso de Santiago de Cuba” publicado la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal.

En el artículo aborda la importancia de los Sistemas Regionales de Innovación en el desarrollo de los territorios a partir de las diferentes propuestas teóricas existentes y plantear además interrogantes sobre el estado de la provincia Santiago de Cuba que pueden resultar interesantes e imprescindibles líneas de trabajo e investigación para contribuir al desarrollo del país y la provincia.

2.2. MARCO TEÓRICO

Mapa mental de variables investigadas.



Figura 1 Términos básicos

Adaptado de: Universidad Politécnica Estatal del Carchi (2017); OCCD y Eurostat (2006)

El siguiente referente teórico recoge lo expuesto por diferentes autores en cuanto a innovación, y el desarrollo fronterizo.

2.2.1 MIPYMES del Sector Lácteo

Baque M., Baque E., Chiquito G., y Baque S. (2018) declaro que “Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas...” (p.12).

La definición de las MIPYMES son las micro, pequeñas y medianas empresas que realizan alguna actividad económica dando una transformación a un bien o un servicio que se caracterizó por pertenecer o ser administrada por una persona natural o jurídica. Estas MYPIMES generan un capital y fuentes de empleo y a través de estos datos se les da la clasificación correspondiente para determinar a qué grupo pertenecen.

Las MIPYMES según el artículo 3 de la decisión 702 tenían la siguiente clasificación de acuerdo con el volumen de ventas y el número de personas ocupadas.

Clasificación de las MIPYMES

Grande:	• V: \$5'000.001 en adelante. P: 200 en adelante.
Mediana "B":	• V: \$2'000.001 a \$5'000.000. P: 100 a 199.
Mediana "A"	• V: \$1'000.001 a \$2'000.000. P: 50 a 99.
Pequeña:	• V: \$ 100.001 a \$1'000.000. P: 10 a 49
Microempresa:	• V: < a \$100.000. P: 1 a 9.

Figura 2 Variables de clasificación: Tamaño de empresa
Fuente: CAN, Decisión 702, Artículo 3.

Las MIPYMES actualmente son de gran importancia para un país, pues son la mayor fuerza económica que genera empleo y aporta al producto nacional, aunque los excesivos cambios que se dan alrededor y en los pensamientos de los consumidores generan que haya retos que les impide crecer y afrontar desafíos de dejar el mercado. Por otra parte, las MIPYMES lo que aspiran es cumplir con sus metas planteadas buscando con esto ser fructíferas, efectivas, competitivas para sobrevivir en el futuro.

En la Figura 3 se puede observar cuanto aportaba el sector lácteo al Producto Interno Bruto (PIB), esto es a nivel nacional con un 8.1% siendo un porcentaje considerable con respecto al resto de porcentajes del sector.

Aportación del PIB del Sector Manufacturero

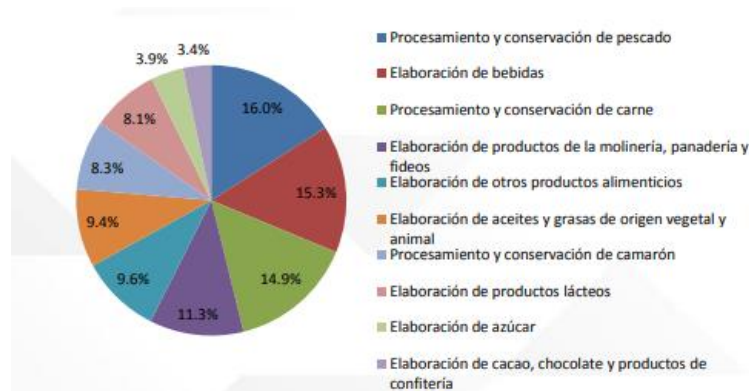


Figura 3 PIB del sector manufacturero

Fuente: Banco Central del Ecuador citado por Corporación Financiera Nacional

Además, no solo es la elaboración de productos lácteos la que brindaba ingresos, sino también la producción de leche en la provincia del Carchi siendo 360.598 litros obtenidos en el año 2017, como se muestra en la siguiente tabla, en la que se puede observar que en la Zona 1 es la provincia que más produce leche.

Tabla 1. Existencia de vacas ordeñadas y producción de leche en la Zona 1.

ZONA 1	Vacas ordeñadas			Producción de leche		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Carchi	34,596	32,835	34,801	322,282	311,68	360,598
Imbabura	15,96	24,808	19,261	152,561	246,454	160,473
Esmeraldas	30,794	28,504	33,077	122,047	100,556	128,874
Sucumbíos	8,634	6,744	8,918	31,998	24,671	33,446

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC), 2017

2.2.2. Innovación

La innovación ha sido un concepto muchas veces confundido con tecnologías, es mas muchos pensaban que son sinónimos, pues para la economía y el marketing ha sido muy difícil determinar una definición exacta de lo que es innovación en realidad. Sin embargo, se pone a consideración definiciones según algunos autores.

OCCD y Eurostat (2006) mencionaron que:

Una innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las practicas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. (p.56)

Hilerión (2013) declaro que la innovacion:

Es el proceso de imaginar ,crear y difundir en el mercado nuevos productos , servicios o modificaciones a los mismos.La innovacion puede ser en el rediseño de un productoo servicio ,mejorar la tecnologia de produccion ,mejora la tecnologia de producción ,el empaque, el uso eficiente de recursos. (pp.10-11)

La innovación en si viene hacer la introducción de ideas nuevas o mejoradas que nacen de un proceso de imaginación y creatividad en donde existe una interacción de diversos componentes como fuentes de ideas, siendo esta parte una estrategia empresarial que permite crecer en el mercado aumentando ventaja competitiva. Es importante que como innovadores se crea en las posibilidades y habilidades de ser creativos, pues para algunos autores se nace con esta habilidad y para otros no, basta con solo aprender a tener una mentalidad innovadora que no solo sea útil para la organización sino también para nuestra vida personal.

Por otra parte, la innovación es muy importante en estos años puesto que cada vez existe más competencia en el mundo globalizado y exige que se innove para ser competitivo en el mercado y mejorar la satisfacción en los consumidores. Es necesario que todas las empresas busquen herramientas que les permita estar a la vanguardia ofreciendo sus productos o servicios generándoles ventaja competitiva, incremento de recursos, posicionamiento en el mercado, obtener mejores recursos económicos, tecnológicos y lo que es mejor el prestigio de la empresa.

2.2.2.1 Clasificación de innovación

Para (SELA) Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (2014) la innovación se clasificaba de la siguiente manera:

TECNOLOGICAS (TPP)

- Innovación por producto
- Innovación por proceso

NO TECNOLOGICAS

- Innovación Organizacional
- Innovación en Comercialización

Por otra parte, una investigación de Doblin, el grupo especializado en Innovación de Monitor Deloitte. (2015) mencionaba que la innovación tiene 10 tipos siendo los siguientes:

- Modelos de Negocio
- Operación en redes
- Estructura
- Procesos
- Productos
- Sistema de productos
- Servicios
- Canales
- Marca
- Experiencia del cliente

Existen varias clasificaciones o tipos de innovación como se pudo observar, pero para el análisis de esta variable independiente, se ha tomado en cuenta los tipos de la innovación que menciona el Manual de Oslo los cuales están establecidos oficialmente, se utilizaran como las dimensiones para medir la innovación en las MIPYMES del sector lácteo de la provincia del Carchi.

Innovación por producto:

OCCD y Eurostat (2006) mencionaron que “Una innovación de un producto se corresponde con la introducción de un bien o un servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso que se destina...” (p. 58).

SELA (2014) considero que:

La innovación en producto es la introducción al mercado de un producto tecnológicamente nuevo (cuyas características tecnológicas o usos previstos difieren significativamente de los

correspondientes a productos anteriores) o significativamente mejorado (previamente existente cuyo desempeño ha sido perfeccionado o mejorado en gran medida). (p.5)

La innovación de un producto es el cambio total del mismo e incluso su mejoramiento significativo es decir introducirle cambios en características, componentes, materiales, u otras peculiaridades que hacen que ciertos productos presenten mejor rendimiento o mejor calidad.

Innovación por proceso:

Según OCCD y Eurostat (2006) “Una innovación de proceso es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, proceso de producción o de distribución. Ello implica cambios significativos en las técnicas, los materiales o los programas informáticos para llevar a cabo el proceso de fabricación” (p.59).

SELA (2014) menciona que: “La innovación en proceso es la adopción de métodos de producción nuevos o significativamente mejorados. Puede tener por objetivo producir o entregar productos tecnológicamente nuevos o mejorados, que no puedan producirse ni entregarse utilizando métodos de producción convencionales...” (p.5).

La innovación por proceso reduce costos de fabricación mejorando la calidad a través de técnicas, equipos, maquinaria pues el resultado de la innovación de proceso nuevo o significativamente mejorado debe ser significativo en términos del aumento de la calidad del producto (bien o servicio) o de la disminución del costo unitario de producción y entrega.

En muchas ocasiones se puede confundir la innovación en producto con la innovación en proceso. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la innovación en producto son cambios o mejoras en el producto o servicio y la innovación por procesos implica la utilización de métodos o maquinarias e incluso de conocimientos nuevos para ofrecer el producto.

Innovación de mercadotecnia:

OCCD y Eurostat (2006) mencionaron que “Una innovación de mercadotecnia consiste en la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación” (p. 60).

Para SELA (2014) “Innovación en comercialización es la introducción de métodos para la comercialización de productos nuevos, de nuevos métodos de entrega de productos preexistentes o de cambios en el empaque y/o embalaje” (p.5).

Una innovación de comercialización es la implementación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del producto en el diseño, envase, en su forma de distribución y colocación en el mercado, y en su promoción o establecimiento de precio.

Innovación organizacional:

Enrique (2017) menciona que:

La innovación organizacional es encontrar oportunidades internas en una empresa ...se basa totalmente en compartir el conocimiento y en lograr el aprendizaje de los individuos que componen la compañía, para crear así una cultura de cambio continuo y tomar el liderazgo productivo en la industria donde se encuentre la empresa.(párr. 2)

Según OCCD y Eurostat (2006) “Una innovación de organización es la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa” (p. 62).

Una innovación organizacional es un nuevo método organizacional en las prácticas de gestión de su empresa (incluyendo gestión del conocimiento), en la organización del lugar de trabajo o en las relaciones externas que no hayan sido previamente utilizadas por su empresa.

Esta innovación deben ser el resultado de las decisiones estratégicas tomadas por la administración, estas hacen referencias a cambios organizacionales o también a lo que se refiere rotación del personal para cambios de funciones, para contar nuevos métodos para administrar.

La innovación en cierto caso es fundamental que se practique, para que las organizaciones mantengan un nivel próspero y competitivo. Además, es necesaria para mejorar y crecer en el mercado ya que les permite entregar productos más eficientes y de mayor valor a los consumidores pretendiendo que cumplan con sus expectativas satisfaciendo sus necesidades.

Cualquier tipo de innovación que realicen las MIPYMES es importante porque de cierta manera, aunque sea mínimo el mejoramiento o cambio, puede traer consigo muchas sorpresas bajo el brazo puesto que al realizarse se obtendrán varios beneficios.

2.2.3 Desarrollo Fronterizo

Muchas veces el desarrollo fronterizo se lo suele asemejar con la Zona de Integración Fronteriza (ZIF), es así que a continuación se presentan definiciones de estos términos.

En la Zona de Integración Fronteriza la Decision 501, en su artículo 1 se establecio que:

...Zona de Integración Fronteriza (ZIF) los ámbitos territoriales fronterizos adyacentes de Países Miembros de la Comunidad Andina para los que se adoptarán políticas y ejecutarán planes, programas y proyectos para impulsar el desarrollo sostenible y la integración fronteriza de manera conjunta, compartida, coordinada y orientada a obtener beneficios mutuos, en correspondencia con las características de cada uno de ellos. (p.2)

Una vez entendido este término, se comprendió que el desarrollo fronterizo:

Para Hurtado (2010):

El desarrollo del territorio fronterizo promueve políticas diferenciadas regionalmente y focalizar recursos favoreciendo sectores estratégicos a través de la inclusión de los asuntos fronterizos en la estrategia de cooperación internacional del país. Promover el desarrollo empresarial mejorando el ambiente de negocios (p. 3).

En otras palabras, lo que quiere decir es que el desarrollo fronterizo mediante la utilización de estrategias, pretende velar por los recursos de las ZIF. Para comprender mejor la diferencia entre estos dos términos se entiende que la zona de integración fronteriza, comprende a los ámbitos territoriales en este caso a las provincias Carchi, Esmeraldas, Imbabura y Sucumbíos por parte de Ecuador, y departamentos de Nariño y Putumayo de Colombia; mientras que desarrollo fronterizo comprende estrategias, objetivos y procesos para accionar sobre estos territorios en mención, mostrados a continuación.

Barredo (2010) consideraba que el desarrollo territorial abarca un concepto más amplio que el desarrollo local pues, propone la importancia de factores territoriales tangibles e intangibles, y el desarrollo local se centra en procesos económicos que generan empleo y mejoran la calidad de vida. Mientras que el desarrollo fronterizo se especifica exactamente en proponer y promover estrategias y políticas internas para zonas de frontera en este caso la provincia del Carchi.

Para La Comisión Permanente del Congreso de la República (2011) el desarrollo fronterizo:

Es el proceso de satisfacción de necesidades básicas de la población en los espacios de frontera y su incorporación a la dinámica del desarrollo nacional, mediante el despliegue de iniciativas públicas y privadas orientadas hacia los campos económico, ambiental, social, cultural e institucional, así como el fortalecimiento de las capacidades de gestión local y regional, según criterios de sostenibilidad, desarrollo humano y seguridad nacional. (p.1)

Luego de haber comprendido los terminos anteriores se podra entender de mejor manera el termino desarrollo fronterizo, y es asi que para mi el desarrollo fronterizo es el proceso necesario para la satisfacion de necesidades de poblaciones fronterizas y su incorporacion al patrimonio activo del pais, atraves de iniciativas publicas o privadas que responden a objetivos y estrategias de campos economicos, ambientales, sociales y culturales.

Por otra parte, hay que considerar que el estado hace políticas para el país en general y no específicamente para las zonas de frontera. Sin embargo, el gobierno ecuatoriano implemento en mayo del 2018 la Ley Orgánica de Desarrollo Fronterizo, la cual pretende incrementar la inversión fronteriza pública y social incorporando tecnología de punta, desarrollo de la industria y valor agregado; y por otra parte, brindar atención a la promoción y realización de estudios e investigaciones en las zonas fronterizas, como también el acceso a líneas de crédito preferenciales en las instituciones financieras públicas para capital de trabajo y el desarrollo empresarial e industrial, promoviendo el desarrollo de la infraestructura destinada a la actividad comercial, artesanal e industrial fronteriza.

Cabe recalcar que aún no se ha visto reflejado esta Ley en la provincia del Carchi, pues muchos de los interesados no conocen a detalle sus artículos que pretenden mejorar la economía, facilitando créditos preferenciales al desarrollo industrial y empresarial. Las MIPYMES del sector lácteo mencionan en su mayoría que no han accedido a un crédito pues sus intereses son elevados y por esto no realizan cambios que puedan mejorar su productividad y competitividad.

Dimensión social:

Para investigadores de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi (2017) “Dimensión social este criterio permitirá determinar qué acciones han sido orientadas a la consecución de los objetivos del Buen Vivir (Ecuador) y la filosofía de la prosperidad (Colombia) en los pobladores de la zona fronteriza”.

Dimensión económica:

Para investigadores de la Universidad Politecnica Estatal del Carchi (2017):

Dimensión económica este criterio permitirá determinar qué acciones han sido desarrolladas con el fin de fomentar el crecimiento, modernización y diversificación de la base productiva de las zonas fronterizas, aprovechando las posibilidades que habilitan los mecanismos de la integración y las ventajas de la ubicación de dichas zonas respecto de los mercados subregional, regional e internacional.

La dimensión económica se conoce como la capacidad de generar valor de forma responsable para nuestros públicos de interés, asegurando la prestación del servicio de energía con rentabilidad, calidad y eficiencia.

Dimensión ambiental:

Para investigadores de la Universidad Nacional Autónoma de México (2009) “La dimensión ambiental consiste en el desarrollo armónico entre la diversidad de ecosistemas, el hombre y su ambiente en el mismo territorio, de modo tal que se puedan llevar a cabo los objetivos de orden social, económico y cultural, sin dañar la naturaleza”.

En otras palabras, la dimensión ambiental abarca el cuidado del entorno, eficiencia energética y lucha contra el cambio climático, generando amistad entre el entorno ambiental y el ser humano y por ende con las empresas.

Las tres dimensiones mencionadas anteriormente son las que fueron investigadas en el desarrollo de la investigación, las cuales nos permitirán realizar un análisis de la variable dependiente.

2.2.4 Teorías de Desarrollo Endógeno

Para comprender de mejor manera esta teoría se toma en cuenta términos importantes que aportan al desenvolvimiento de la investigación:

Según la Comisión económica para América Latina y el Caribe (2018):

El desarrollo territorial se entiende como un proceso de construcción social del entorno, impulsado por la interacción entre las características geofísicas, las iniciativas individuales y colectivas de distintos actores y la operación de las fuerzas económicas, tecnológicas, sociopolíticas, culturales y ambientales en el territorio. (párr.1)

El territorio es un constructo social con su propia identidad económica, social cultural que actúa como un recurso y actor principal del desarrollo. La presencia de innovación es importante en un territorio pues detecta oportunidades internas y externas de las empresas que se encuentran en esta división espacial.

El desarrollo local hace referencia al crecimiento y acumulación de capital mediante el aprovechamiento eficiente de recursos endógenos existentes en áreas determinadas, provocando crecimiento económico que mejoran la calidad de vida de la localidad.

Luego de haber comprendido los términos anteriores comencemos a detallar que es la teoría de desarrollo endógeno, pues se dice que esta pretende detallar la economía como actividad humana que construye una sociedad igualitaria, solidaria y cuidadosa con la naturaleza, a través del análisis e interpretación de los principios básicos de esta, para el comprenderse en el entorno natural y social.

Según Vázquez (2007) “El desarrollo endógeno es una interpretación para la acción, y la política de desarrollo local incide sobre estos procesos, lo que permite a las ciudades y regiones responder a los desafíos de la globalización” (p.4).

Según Perez, Bartolome y Carrillo, Emilio (2000) “El desarrollo edogeno es un proceso de crecimiento y cambio estructural, en el que la organización del sistema productivo, la red de relaciones entre actores y actividades, la dinamica de aprendizaje y el sistema de sociocultural determinan los procesos de cambio” (p.102).

El desarrollo endógeno es un modelo de analisis que representa el desarrollo interno que deben realizar las comunidades a través del impulso de propuestas, y con esto llevar adelante los cambios sociales ,culturales y economicos que permitan mantener relaciones equitativas entre el ser humano y el ambiente generando que los recursos naturales se conviertan en productos para consumir y distribuir.

Vazquez (2007) permite que a travez de la organización y participacion de las comunidades se erradique la pobreza, mejorando la calidad de vida y satisfaciendo las necesidades de un espacio determinado, sin dejar de repetar al medio ambiente.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

3.1.1.1 Cualitativo

Hernández, Fernández y Baptista (2010) mencionaron que “Enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p.7).

En la investigación, se utilizó el enfoque cuantitativo porque permitió realizar el análisis estadístico de la información recolectada del levantamiento de encuestas, sobre la innovación que se realiza en las MIPYMES del sector lácteo.

3.1.1.2 Cuantitativo

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) “Enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p. 4).

Este enfoque se utilizó para definir la población de estudio en la que se recolectó la información necesaria para determinar la relación que exista entre las variables de investigación. Además, para la variable independiente se utilizó cuestionarios y observación, los datos obtenidos se representaron en gráficos de formas numéricas que fueron analizados.

3.1.2. Tipo de Investigación

3.1.2.1 Investigación exploratoria

Según Merino, Pintado, Sánchez y Grande (2015) mencionaron que:

La investigación exploratoria es una investigación inicial para definir con más precisión el problema a analizar. Su objetivo es suministrar al decisor o al investigador una primera orientación sobre la totalidad o una parte del tema que se va a estudiar. Se caracteriza por su flexibilidad y versatilidad. (p.21)

Esta investigación permitió tener una visión real de la problemática existente y además obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo esta investigación, para que sea completa puesto que nuestro tema a investigar no es reconocido en la provincia.

3.1.2.2 Investigación descriptiva

Según Merino, Pintado, Sánchez y Grande (2015) “La investigación descriptiva permite analizar las características de una población o del tema a estudiar e intenta dar respuesta a interrogantes como quien, que, donde, cuando y como” (p.21).

Se la utilizó para analizar e interpretar los resultados brindados por la población de estudio a través de la aplicación de encuestas para estudiar la variable innovación y cómo esta aporta al desarrollo fronterizo.

3.1.2.3 Investigación de campo

Según Balcazar, Gonzales, Gurrola y Chumal (2013) la investigación de campo “Se recolecta la información fundamentándose en testificaciones basadas en la realidad, pero que no sirven para dar una validez científica, ya que dependen de interpretaciones subjetivas y carecen de la objetividad precisa...” (p. 15).

Se aplicó esta investigación al momento de visitar y realizar las encuestas a las MIPYMES lácteas de la provincia del Carchi, además se identificó la innovación que se han realizado en el periodo 2015 a 2017.

3.1.2.4 Investigación documental

Para Marín (2008) la investigación documental: “Es la que se realiza, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie tales como, las obtenidas a través de fuentes bibliográficas, hemerográficas o archivísticas...” (párr.3)

Se realizó la consulta de libros, de artículos de revistas y periódicos, entre otras, esta investigación permitió adquirir conocimientos para el tema en estudio, especialmente en la variable desarrollo fronterizo pues de cierta manera es necesario hacer este tipo de investigación para la variable en mención.

3.2. IDEA A DEFENDER

La innovación que desarrollan las MIPYMES del sector lácteo en la provincia del Carchi contribuye al desarrollo fronterizo.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 2. Operacionalización

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
Variable independiente: Innovación	Producto	Número de productos nuevos en el último año. Costo de inversión en la creación del producto.	Encuesta- Observación	Cuestionario
	Proceso	Número de rediseños de procesos en innovación.	Encuesta- Observación	Cuestionario
	Mercadotecnia	Número de nuevos canales de comercialización en el último año. Nuevas estrategias de comercialización.	Encuesta- Observación	Cuestionario
	Organización	Modelo de gestión organizacional. Número de cambios en la administración del proceso productivo. Cantidad de implementación de orientación estratégicas nuevas o modificadas.	Encuesta- Observación	Cuestionario
Variable dependiente: Desarrollo fronterizo	Dimensión social	Número de empleos generados por la MIPYMES del sector lácteo en la provincia del Carchi. Acciones de responsabilidad social emprendida por las MIPYMES del sector lácteo.	Encuesta- Observación	Cuestionario
	Dimensión económica	Impuestos pagados por las MIPYMES del sector lácteo. Total de ventas generadas Monto de inversión (infraestructura, equipamiento)	Encuesta- Observación	Cuestionario
	Dimensión ambiental	Medidas tomadas para reducir el impacto ambiental	Encuesta- Observación	Cuestionario

Fuente: Investigador

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

Para la realización de esta investigación se tomó en cuenta el método deductivo y analítico-sintético a continuación, se presenta la explicación del por qué se utilizó estos métodos.

3.4.1 Método deductivo

El método deductivo para Bernal (2006) “Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares” (p.72).

Se utilizó cuando se aplicó la encuesta a las MIPYMES del sector lateo para conocer la innovación que habían realizado para luego realizar un análisis de cómo había contribuido en el desarrollo fronterizo de la provincia del Carchi llegando a una conclusión luego de una serie de propuestas realizadas.

3.4.2 Método analítico-sintético

Bernal (2006) menciona que “El método analítico – sintético, estudia los hechos al descomponer el objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis). Luego se integran esas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis)” (p. 72).

Por ello fue importante la utilización de este método, ya que permitió analizar minuciosamente cada parte que compone la innovación al igual que el desarrollo fronterizo, para posteriormente estudiarlas de manera conjunto y llegar a una conclusión.

3.4.1. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

La información obtenida en las MIPYMES encuestadas fue ingresada en SPSS y posteriormente se tuvo que ingresar a Microsoft Excel para obtener otro tipo de gráficos de manera rápida y fácil y de esta manera se nos presente de manera ordenada para poder realizar su respectiva tabulación de la información, pues al ser un programa muy dinámico permite

obtener gráficos y tablas como se escoja, para posteriormente realizar los análisis e interpretaciones de manera más fácil.

3.4.1.1. Población y muestra

Para la realización de esta investigación no se calculó muestra pues se utilizó un censo al ser la población pequeña, y se conoce el número total de la población de estudio ya que, se tomó en cuenta una lista de 34 MIPYMES del sector lácteo de la provincia del Carchi, facilitado por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

En la siguiente matriz se encuentran las MIPYMES medianas A y microempresas que son una cantidad de 10 y 24 respectivamente, se las clasifíco bajo las características del total de ventas y número de personas que laboran en las empresas (ver figura 2).

Tabla 3. MIPYMES del sector lácteo de la provincia del Carchi.

Nº.	PROPIETARIOS	NOMBRE DE LA ESMPRESA
1	Albacura Guatemal Jorge Alberto	Lácteos San Jorge
2	Caicedo Narváez Peter Román	Quesería Caicedo Narváez
3	Canacuan Chalacan Miguel Eduardo	Quesera Canacuan
4	Canchala Meneses Rosa Alba	Quesería El Centenario
5	Carapaz Marcillo Sonia Elizabeth	El Gran Queso
6	Castro Reina Pablo Efrain	Agroincas
7	Cedeño Reyna María Cristina	Cedeño Reyna María Cristina
8	Cevallos Caguasango Christian Marcelo	Lácteos La Colina
9	Cuaspuđ Tarapues Vito Omar	Lácteos La Caserita
10	Eqf El Queso Frances S.A.	Eqf El Queso Frances S.A.
11	Erazo Bolaños Milena Del Carmen	Rincolacteos
12	Floralp Sa	Floralp Sa
13	Guerra Cuasapaz Marina Elizabeth	Lácteos Andrea
14	Guevara Osejos Wilmer Oswaldo	Guevara Osejos Wilmer Oswaldo
15	Industria Lechera Carchi S. A.	Industria Lechera Carchi S. A.
16	Isizan Tana José María	Refugio 2
17	Isizan Tana Milton Roberto	San Pedro
18	Lácteos Montúfar Pic Montusanlac S. A.	Lácteos Montúfar Pic Montusanlac S. A.
19	Loor Cornejo Katty Karina	Productos Lácteos Amanecer
20	Lugo Puentestar Alexandra Gabriela	Liderlac
21	Melo Bolaños Yadira Del Rosario	Lácteos Vitamilk
22	Mena Gaibor Fredy Marcel	Productos Lácteos Mena Prolacme

23	Meneses Villota Leidy Magdalena	Meneses Villota Leidy Magdalena
24	Milmalac S.A.	Milmalac S.A.
25	Paredes Dolores Narciza	Lácteos Jhonny
26	Pozo Quelal Tarquino Mauri	Lácteos Chabayan
27	Productos Lácteos Frontera Prolafron Cia. Ltda.	Productos Lácteos Frontera Prolafron Cia. Ltda.
28	Puentestar Rodríguez Marco Olivo	Quesería La Delicia
29	Revelo Arciniega Soraya Magali	Lácteos Paja blanca
30	Rodríguez Bolaños Blanca Esperanza	Lácteos Blanquita
31	Santafé Pozo Gloria Paulina	Industria Lechera Gloria
32	Tequiz Recalde Edwin Ernesto	El Labrador
33	Transportadora y Comercializadora De Lácteos Julio Andrade	Transportadora Y Comercializadora De Lácteos Julio Andrade
34	Tulcán Cuasapud William Efen	Bio Lácteos Santa Clara

Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad

3.4.1.2. Técnicas e instrumentos de investigación

Se utilizó la técnica de observación al momento de visitar las MIPYMES y ver los espacios físicos, lugares de ventas e infraestructura que estas poseen; y también la técnica de encuestas pues se aplicó a 24 artesanales y a 10 industriales utilizando diferentes instrumentos para cada grupo.

Los instrumentos utilizados fueron:

- ✓ Encuesta de innovación basada en la encuesta nacional de actividades de innovación (senescyt- INEC) basado en las Mypymes del sector lácteo de la provincia del Carchi (ver anexo 1).
- ✓ Encuesta de innovación que fue realizada en el cantón San Pedro de Huaca (ver anexo 2).

El primer cuestionario se le aplicó a las 10 MIPYMES industriales consideradas como medianas A, este cuestionario requería de información detallada para medir cada tipo de innovación. Sin embargo, hubo poca apertura por parte de los gerentes o propietarios siendo poco fructífero la información obtenida.

El otro cuestionario contenía características propias de las 24 artesanales consideradas como microempresas, cabe mencionar que siete de estas artesanales habían culminado sus funciones como empresas procesadoras. Es así que en total para este tipo de empresas se aplicó 17 cuestionarios en diferentes cantones de la provincia del Carchi.

El objetivo que estos dos cuestionarios perseguían fue, obtener datos confiables sobre características, innovaciones en productos, procesos, organización, marketing y financiamiento de actividades de innovación para su análisis y posterior propuesta de mecanismos de mejora para el desarrollo del sector.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Encuesta a MIPYMES industriales

Innovación por producto realizada en las MIPYMES industriales

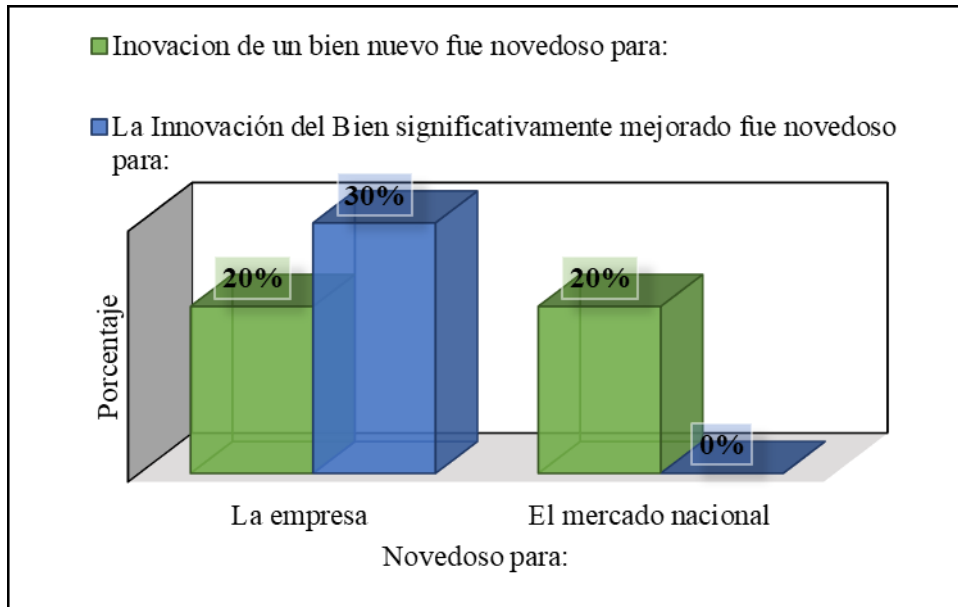


Figura 6 Innovación por producto

Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

OCCD y Eurostat (2006) definieron a esta innovación como la introducción o mejora significativa de un bien, en cuanto a sus características fundamentales como componentes y materiales.

Se puede observar que la mitad de las MIPYMES encuestadas manifestaron que se realizó innovación de un producto nuevo. Además, manifiestan que se realizó innovación de un producto significativamente mejorado, es decir perfeccionado en costos al tratar de utilizar materia prima de menor precio y mayor rendimiento, esta innovación fue desarrollada como iniciativa de la propia empresa.

Producto novedoso para las MIPYMES industriales o el mercado nacional

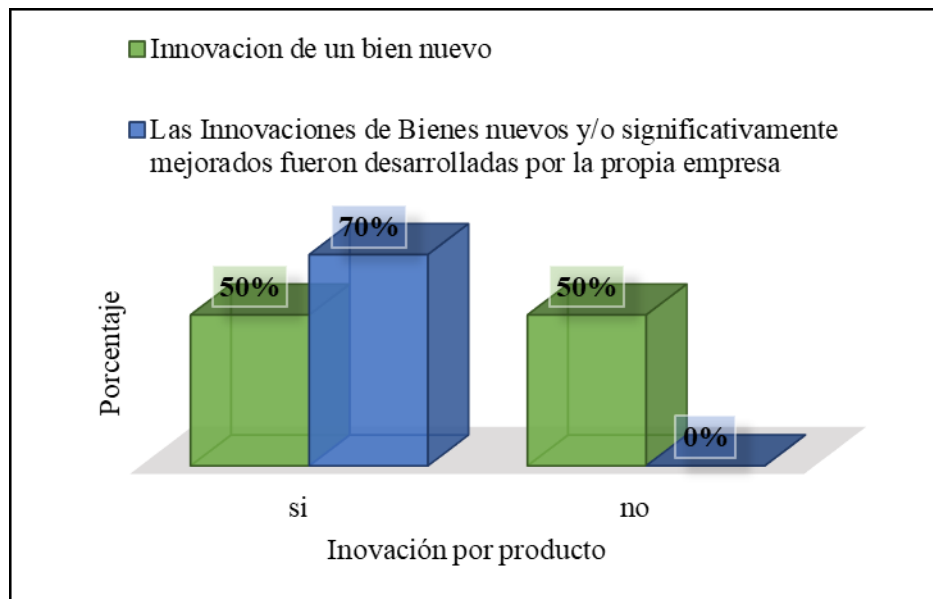


Figura 7 Producto novedoso

Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

OCCD y Eurostat (2006) considera que la innovación debe incluir novedad, este concepto configura bajo tres formas: la empresa, que es cuando se realiza innovación que ya han sido aplicada por otras empresas; el mercado nacional y el mundo entero, que es cuando la actividad de innovación es la primera lanzada al mercado.

Las MIPYMES encuestadas en su mayoría no respondieron esta pregunta pues mucho de ellos no sabían si su producto ya existía en el mercado. Sin embargo, las que respondieron manifestaron que la innovación de un producto nuevo fue novedosa para la empresa, pues ya había sido implementada en otras procesadoras de leche y ellos la mejoraron o simplemente la copiaron, por otra parte, la otra parte considero que su producto era nuevo para el mercado nacional pues a través de operadores y la navegación en internet habían conocido nuevos productos, incluso nuevas recetas.

Innovación por proceso realizada en las MIPYMES industriales

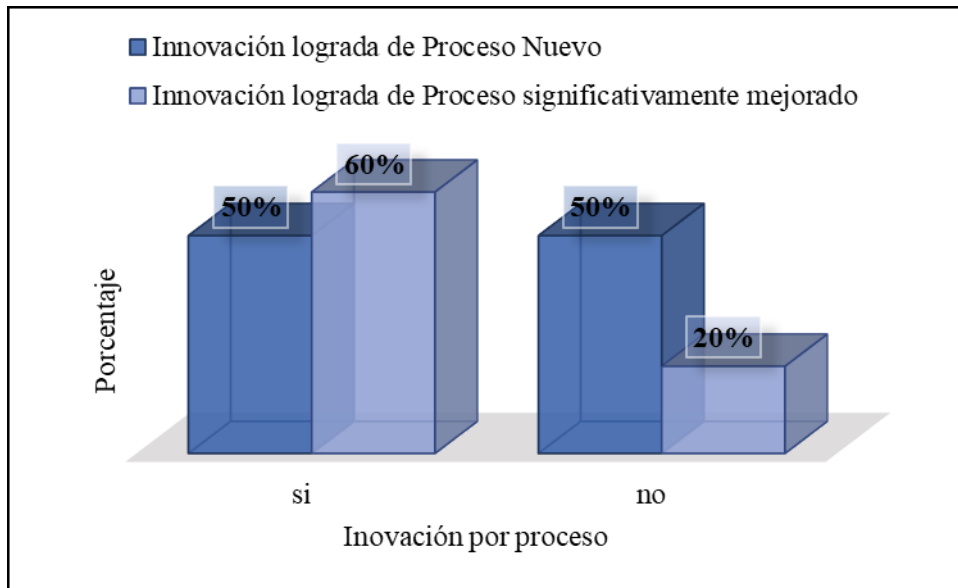


Figura 8 Innovación por proceso

Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017

OCCD y Eurostat (2006) menciona que la innovación por proceso es la introducción nueva o mejorada de un proceso de producción que incluye las técnicas y equipos, o distribución que incluye logística y abastecimiento de insumos, que permitirán el aumento de la calidad del producto o la disminución del costo unitario de producción o incluso de la entrega del producto final.

La mitad de las MIPYMES manifestaron que realizaron innovación de un proceso nuevo ya sea en la producción, en la distribución o en actividades de apoyo, mientras que la otra mitad no lo hicieron. También mencionaron que realizaron innovación de proceso significativamente mejorada, pues se hicieron cambios considerables en la producción para mejorar la productividad y ser más eficiente tanto en la producción como en la distribución ya que les permite ser más competitivos.

Proceso novedoso para las MIPYMES industriales o el mercado nacional

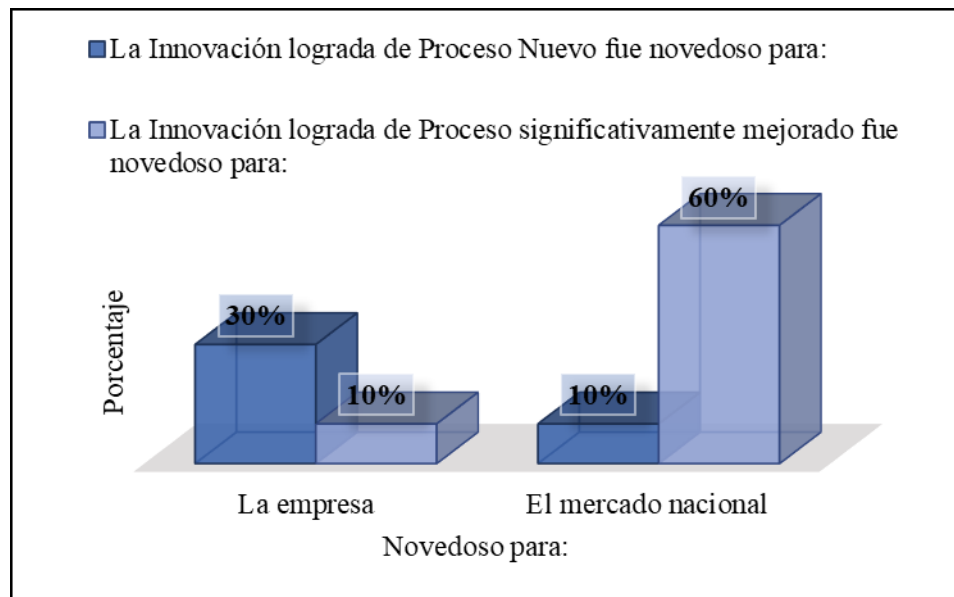


Figura 9 Proceso novedoso

Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

Las MIPYMES mencionan que la innovación lograda de proceso nuevo fue novedosa para la empresa lo hicieron al adquirir maquinaria o equipos ya existentes en otras empresas. Sin embargo, un mínimo porcentaje menciona que fue novedoso para el mercado nacional pues de acuerdo a sus capacidades económicas importaban maquinaria u otros recursos de otros países.

Además, mencionan en su mayoría que la innovación lograda de proceso significativamente mejorado fue novedosa para el mercado nacional, pues se mejoró procesos en la producción y distribución a través de investigaciones en internet. Por otra parte, un mínimo porcentaje manifiesta que ha sido nuevo para la empresa pues ya han sido implementadas por empresas productoras dedicadas a la misma actividad.

Adquisición de maquinaria y equipo en las MIPYMES industriales

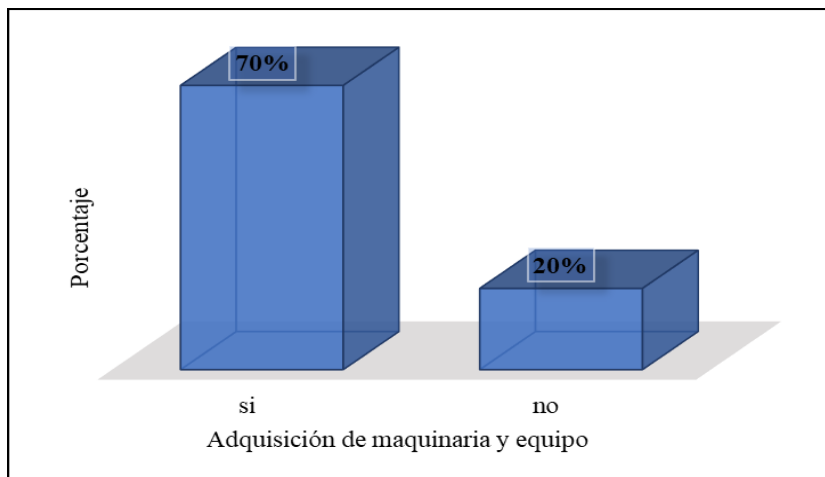


Figura 10 Adquisición de maquinaria y equipo
Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

OCCD y Eurostat (2006) considera que la adquisición de maquinaria y equipo que mejoren la producción y que tengan fines innovadores es una actividad de innovación. La mayoría de las MIPYMES encuestadas manifestaron que realizaron adquisición de maquinaria y equipo, porque fueron necesarias para mostrarse competitivas ante el mercado. Sin embargo, una mínima cantidad mencionan que no se ha realizado por que no poseen recursos económicos.

Gasto anual en adquisición de maquinaria y equipo

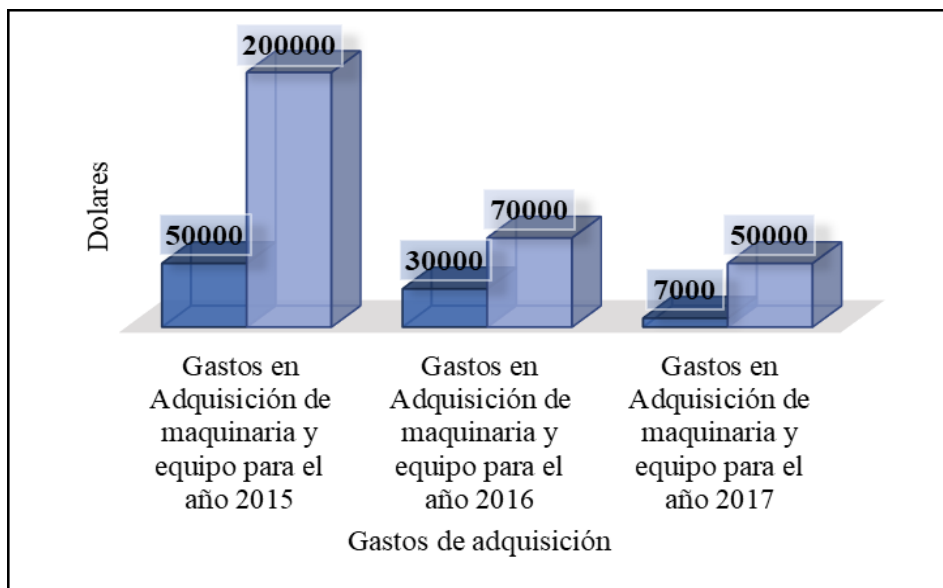


Figura 11 Gasto anual en adquisición
Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

La MIPYMES encuestadas mencionaron que el monto de inversión de la adquisición de maquinaria y equipos en el año 2015 fue desde los 50,000 mil dólares a 200,000 mil dólares, pues practicante las empresas encuestadas tuvieron la particularidad de haber importado maquinaria para la producción para esas épocas a pesar de la difícil situación económica.

En el año 2016 sus gastos fueron de 30,000 mil dólares a 70,000 mil dólares pues la maquinaria que adquirirían era para procesos mínimos siendo menores los costos. En el año 2017 el gasto de adquisición de maquinaria y equipo fue menor pues nada más fue de 7,000 mil dólares 50,000 mil dólares, siendo mínimo los precios o los recursos designados para esto.

Cabe mencionar que las maquinarias y equipos adquiridos tiene vida útil que bordea aproximadamente los 10 años, es decir que en el transcurso de esos tiempos lo que se realizara será mantenimientos que muchas veces son los propios operarios pues los proveedores han facilitado capacitaciones para su uso y mantenimiento aportando al desarrollo social de la provincia.

Innovación organizacional

OCCD y Eurostat (2006) considera esta innovación como la que introduce nuevos métodos de organización como, prácticas de la empresa, relaciones externas, estructura del lugar de trabajo. En este tipo de innovación no se pudo tener mucha información puesto que no habían realizado ningún cambio en este aspecto, ya que algunas de las empresas son solo sucursales y casi no poseen conocimiento de los cambios de estrategias o estructura organizacional que se haya realizado en las últimas fechas. Sin embargo, se realizó capacitaciones y se mejoró conocimientos en aspectos importantes del procesamiento de materia prima.

Innovación en comercialización realizada en las MIPYMES industriales

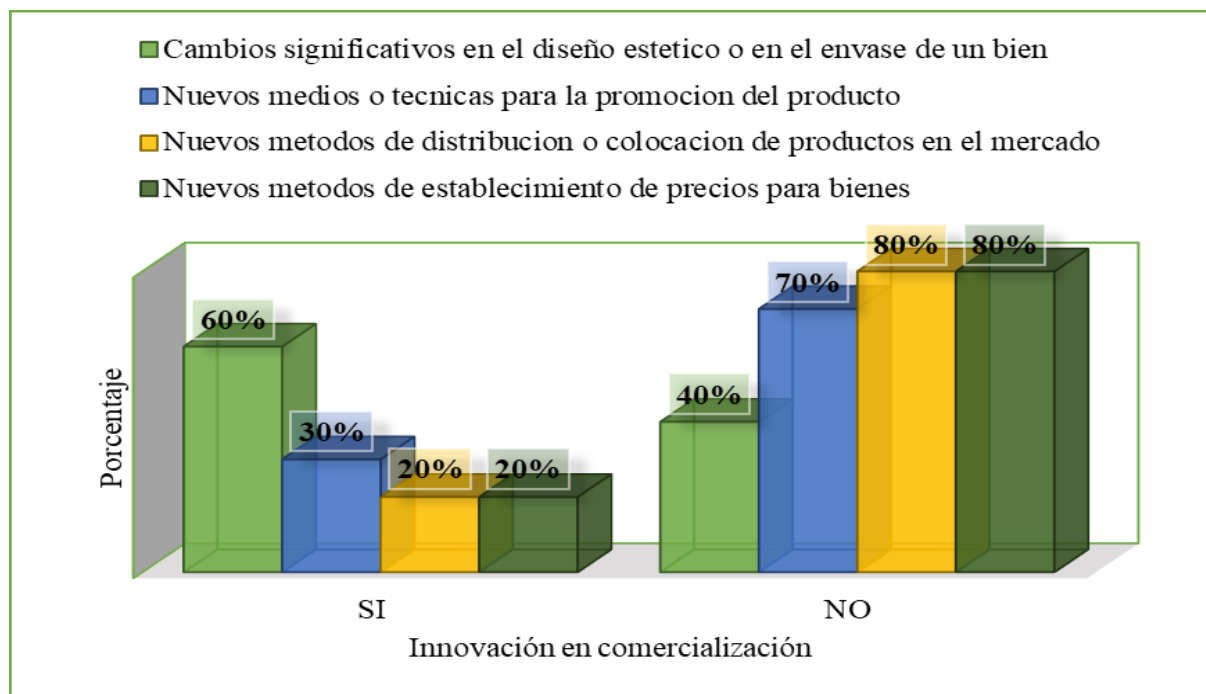


Figura 12 Innovación en comercialización

Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

OCCD y Eurostat (2006) menciona que la innovación en mercadotecnia considera cambios en métodos de comercialización tales como el diseño de envase, promoción, colocación y tarificación de productos. La mayor parte de las MIPYMES manifestaron que el tipo de innovación de comercialización que se introdujo fue los cambios significativos en el diseño estético en el envase del producto, porque es una manera de que el cliente se sienta atraído por el producto a través de la utilización de colores y letras que hacen más atractiva la compra, y como no también beneficiándose del marketing sensorial que hace uso de los sentidos, y en este caso el sentido de la vista.

Por otra parte, el tipo de innovación de comercialización que menos se introdujo fue la de nuevos métodos de establecimiento de distribución o colocación de productos en el mercado, puesto que su canal de distribución no es directo, sino más bien utilizan distribuidores y ellos se encargan de repartir a diferentes lugares de la ciudad incluso del país.

Importancia de objetivos que persiguen las MIPYMES industriales.

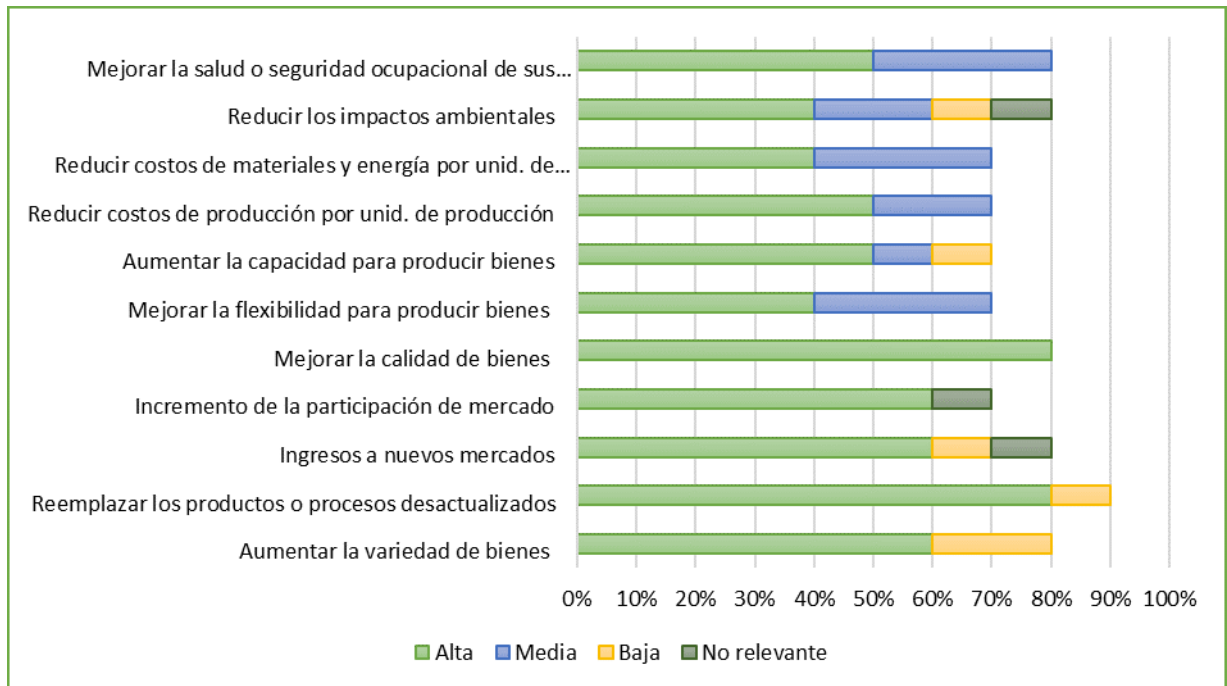


Figura 13 Importancia del objetivo

Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

Gran parte de las MIPYMES encuestadas calificaron de importancia alta a los objetivos, mejorar calidad de los bienes, porque estos permiten que los productos elaborados se perfeccionen y satisfagan las necesidades y expectativas de sus clientes permitiéndoles crecer en el mercado; y reemplazar los productos o procesos desactualizados porque de esta manera serán más productivos y competitivos.

El objetivo que alcanzó calificación de no relevante fue el de reducir los impactos ambientales es decir a ellos no les interesa este objetivo, aunque una medida tomada ha sido reutilizar restos de productos para producir otros y de esta manera reducirlo.

Número de empleados de las MIPYMES industriales

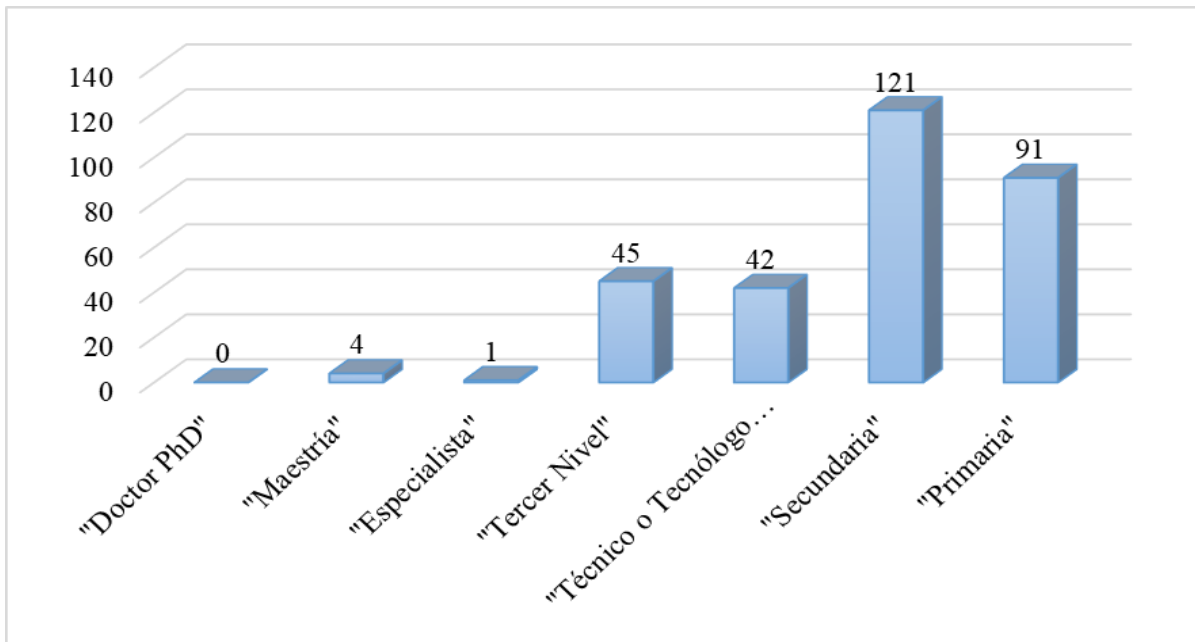


Figura 14 Número de empleados MIPYMES industriales

Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

Según Arguello (2015) refiere que seis de diez empleos en Latinoamérica son generados por micro, pequeñas y medianas empresas. Basta saber esto para considerar la importancia del desarrollo social y económico que generan para reducir la pobreza e incrementar capital.

En este gráfico se puede observar que las empresas industriales han generado 121 empleos para personas que terminaron la secundaria, seguido por 91 empleados que tienen al menos la primaria, a través de este gráfico podemos determinar que las empresas han generado 304 empleos en total e diferentes grados de educación, aportando de manera social y económica al desarrollo fronterizo de la provincia del Carchi.

ENCUESTAS A LAS MIPYMES ARTESANALES

Introducción de nuevos productos en las MIPYMES artesanales

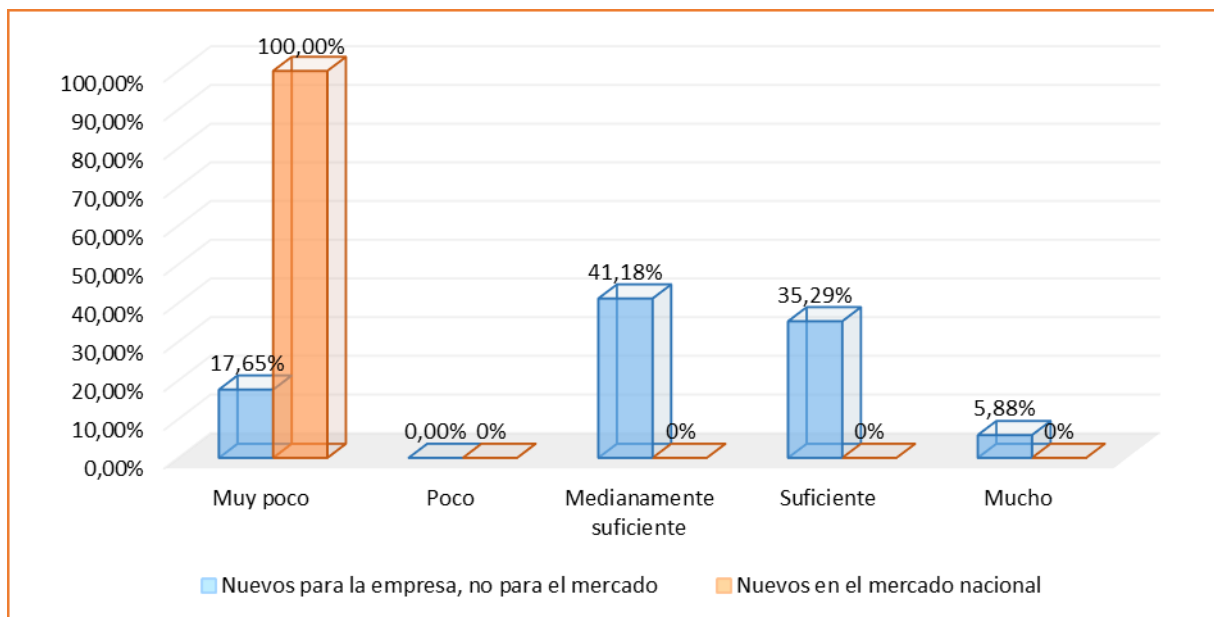


Figura 15 Introducción de nuevos productos

Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

De acuerdo a este gráfico se determina que las MIPYMES artesanales no han introducido nuevos productos para el mercado nacional, pues hay algunos obstáculos que impiden innovar en la elaboración de los productos conocidos en mercados nacionales, ya que gran parte de su mercado se deja llevar por lo tradicional y se les hace extraño conocer nuevos sabores pues temen a productos desconocidos.

Además, consideran que han realizado innovación medianamente suficiente en los últimos tres años, pues ellos al ingresar al mercado hacen productos nuevos para la empresa mas no para el mercado ya que sus capacidades innovadoras no les permite realizar esto.

Innovación en proceso de las MIPYMES artesanales

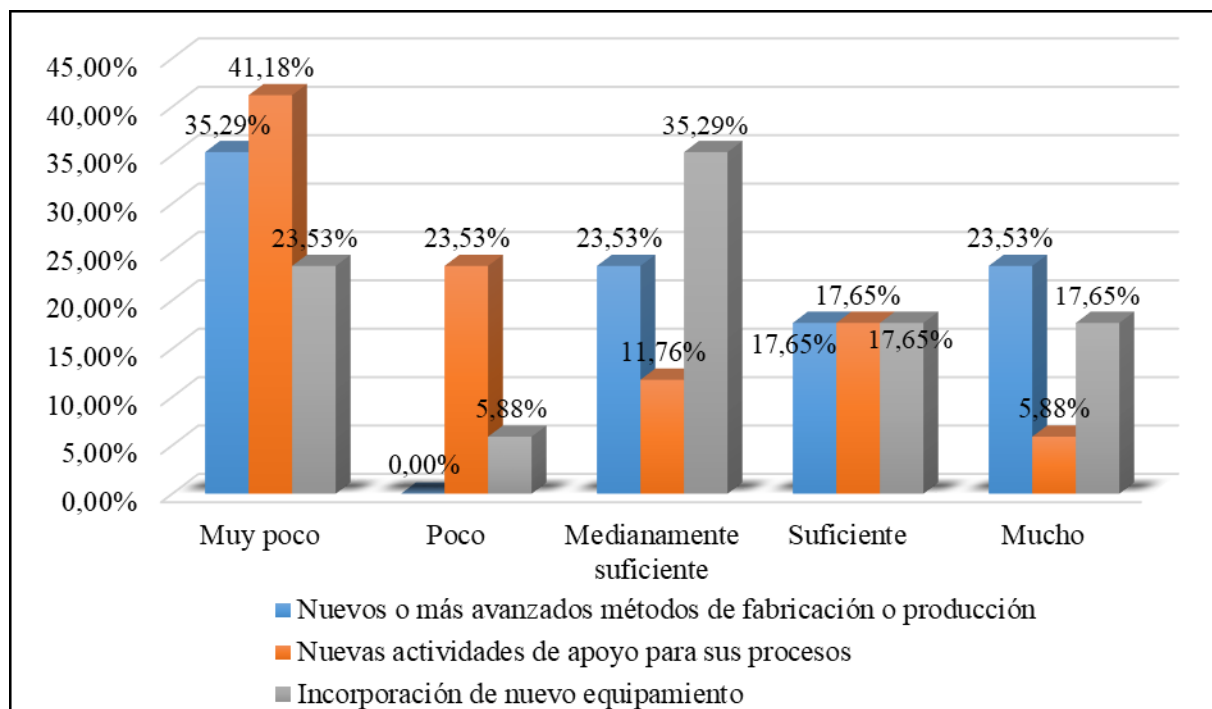


Figura 16 Innovación en proceso de producción
 Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

De acuerdo a la figura anterior hay muy poca introducción de nuevos o más avanzados métodos de fabricación o producción y, de nuevas actividades de apoyo para sus procesos en los tres últimos años, pues no se sienten en la capacidad de poder incrementar este tipo de métodos al no contar con recursos suficientes para realizarlos.

Además, manifiestan que lo que sí han implementado la mayoría de las MIPYMES encuestadas ha sido nuevo equipamiento, con la finalidad de cumplir con exigencias del (ARSA).

Realización de innovación organizacional en las MIPYMES artesanales

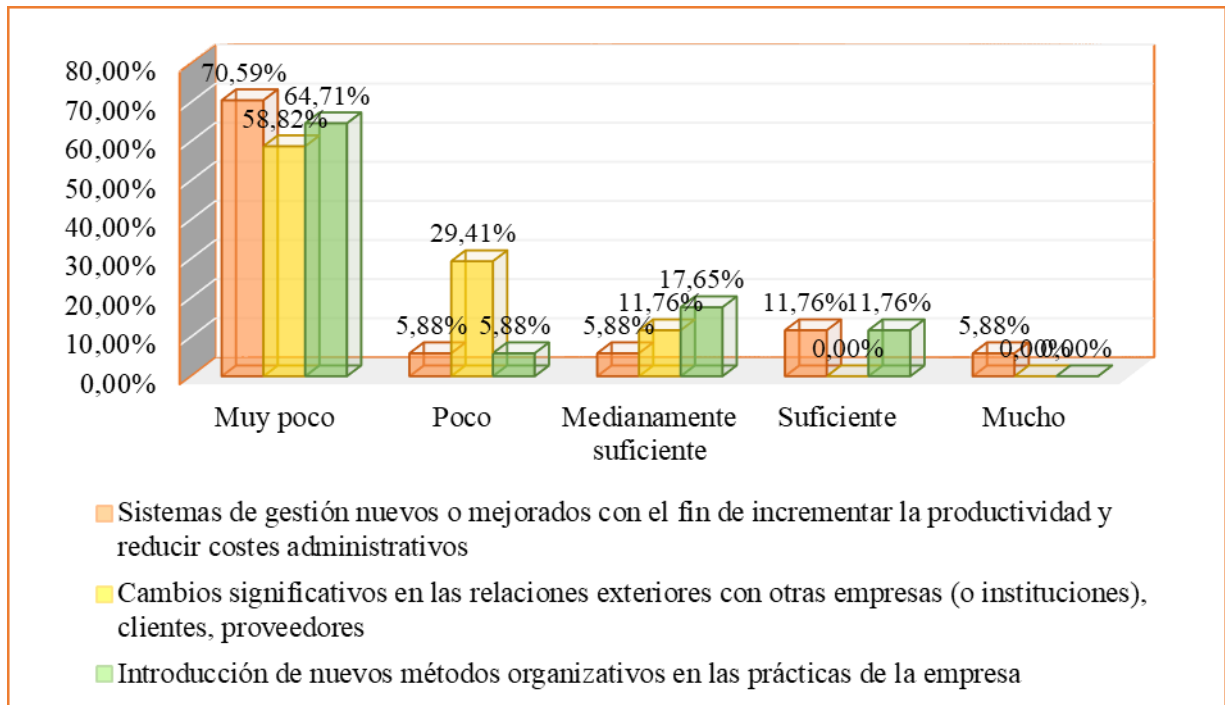


Figura 17 Introducción de innovación organizativa

Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

OCCD y Eurostat (2006) explica que la innovación organizativa pretende rebajar costos de suministros y administrativos, y mejorar la satisfacción en el trabajo.

Lo que podemos determinar en la figura anterior es que la mayoría de las empresas artesanales tienen muy poca innovación organizativa que se ha realizado en los tres últimos años, con respecto a los sistemas de gestión nuevos o mejorados con el fin de incrementar la productividad y reducir los costes administrativos, los cambios significativos en las relaciones exteriores con otras empresas (o instituciones), clientes, proveedores, y la introducción de nuevos métodos organizativos en las prácticas de la empresa.

Los canales de venta o distribución que utilizan las MIPYMES artesanales

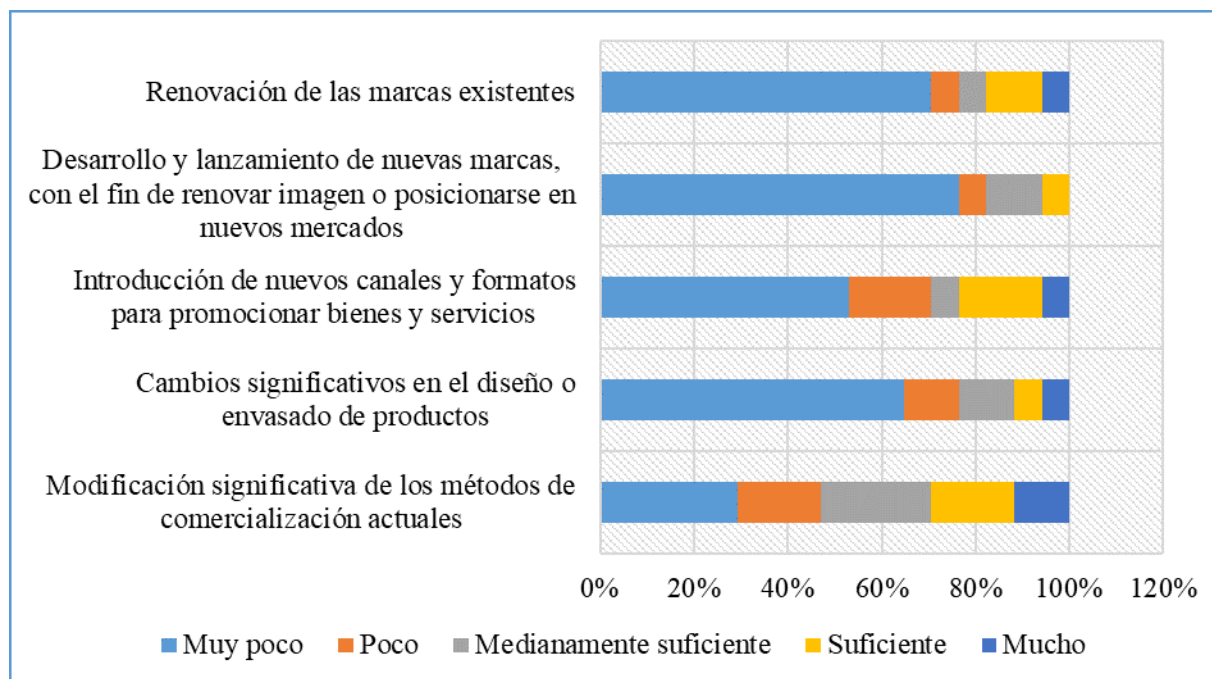


Figura 18 Canales de venta o distribución nuevos
Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

Los elementos canales de venta o distribución que obtuvieron mayor calificación en suficiente y mucho ha sido la modificación significativa de los métodos de comercialización actuales, porque pretenden llegar a mas mercados para incrementar ingresos económicos favoreciendo al desarrollo fronterizo.

La mayor parte de las MIPYMES consideran que los canales de venta nuevos que han realizado son la renovación de marcas existentes y desarrollo y lanzamiento de nuevas marcas, con el fin de renovar imagen o posicionarse en nuevos mercados ha sido muy poco, pues muchos de ellos mantienen su marca desde el momento en que salieron al mercado es por eso que temen realizar algún cambio y que este no sea acogido por sus consumidores sino también existe el miedo inmenso porque no saben cómo llegar al cliente. Sin embargo, también existen empresas que si lo han hecho porque su mercado ha ido incrementando y cambiando a través del tiempo.

Obstáculos de la innovación que se les presenta a las MIPYMES artesanales

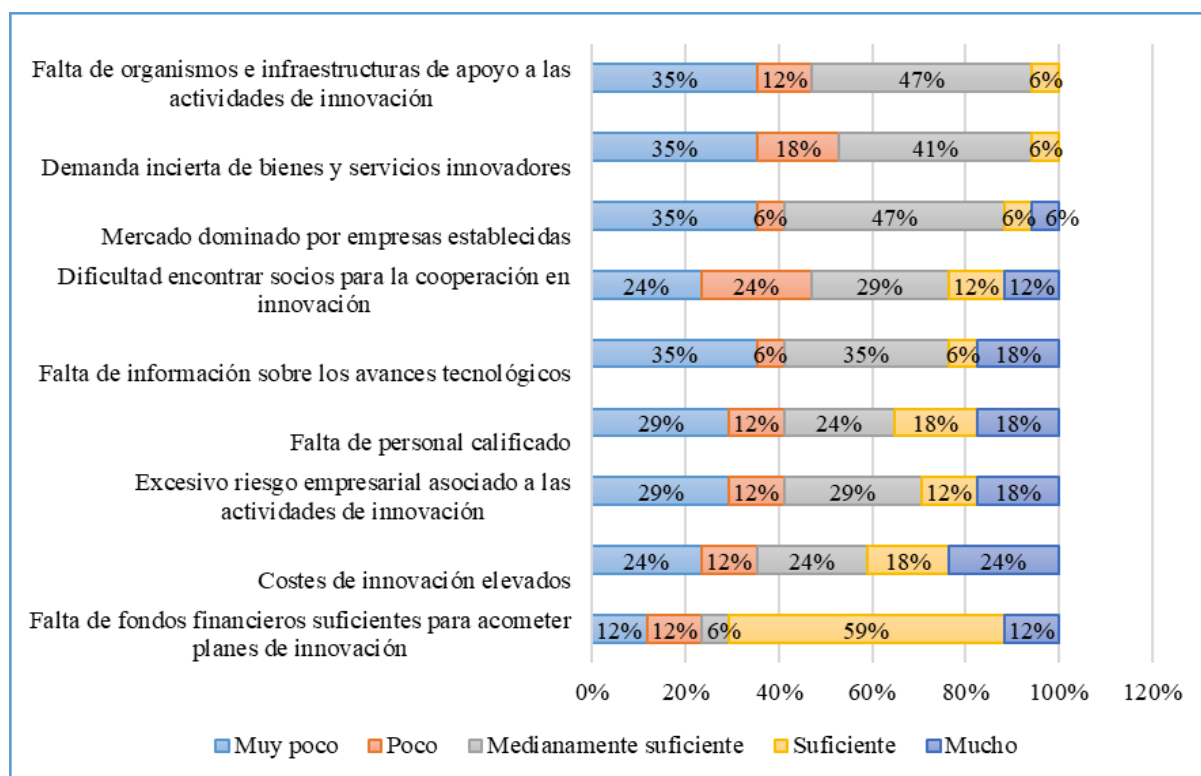


Figura 19 Obstáculos de la innovación

Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

OCCD y Eurostat (2006) considera que existen varios obstáculos para innovar como la carencia de personal cualificado, problemas de competencia por empresas establecidas, falta de financiamiento, entre otras, esto se identificó a través de una encuesta. Es por eso que luego de la aplicación de esta, se determinó que la mayor parte de las MIPYMES artesanales encuestadas manifiestan que el obstáculo que más les impide realizar innovación es costos de innovación elevados y falta de fondos financieros suficientes para acometer planes de innovación, la difícil situación económica de la provincia y del país han contribuido a que estos obstáculos sean más notorios, pues perjudican la demanda de productos que elabora la empresa y es así como estas no consideran acceder a un crédito pues temen a no poder cancelarlos.

Objetivos que persiguen las MIPYMES artesanales cuando se innova

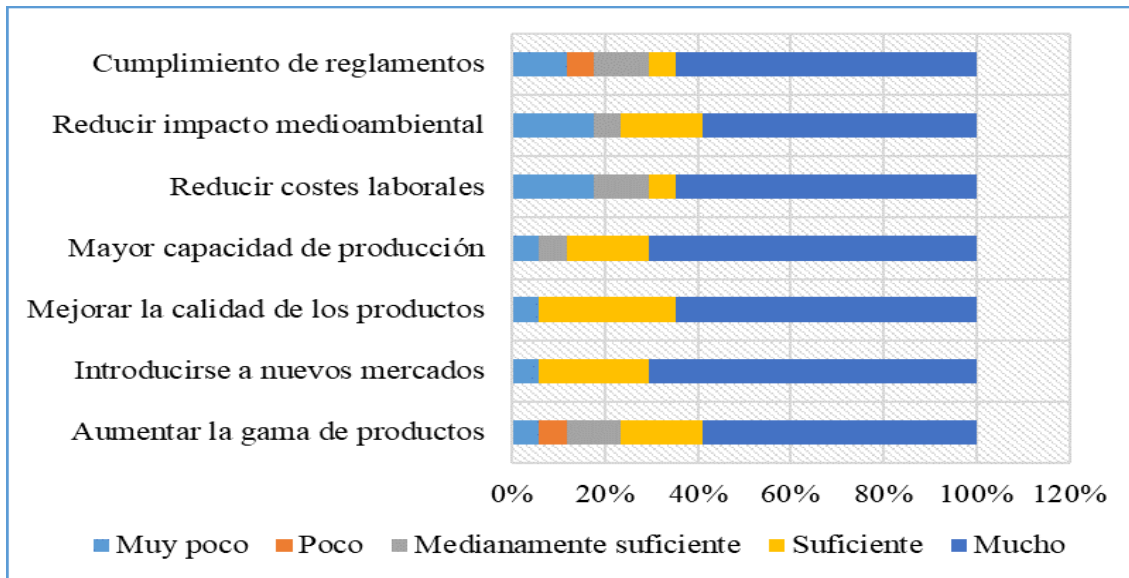


Figura 20 Objetivos cuando se innova

Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

OCCD y Eurostat (2006) considera que la empresa realiza innovación con objetivos que pueden estar relacionados con la eficiencia, los productos, los mercados, la calidad, la capacidad de aprender e introducir cambios que permitan tener fuerza con la competencia y tener mayores oportunidades para introducirse a nuevos mercados.

La mayor parte de las MIPYMES artesanales encuestadas mencionaron que los objetivos que persiguen al momento de innovar son, mejorar la calidad de los productos e introducirse a nuevos mercados, pues estos objetivos permiten tener mayor rentabilidad, aumentar participación en el mercado y satisfacer a clientes.

Agentes para innovar que requieren las MIPYMES artesanales

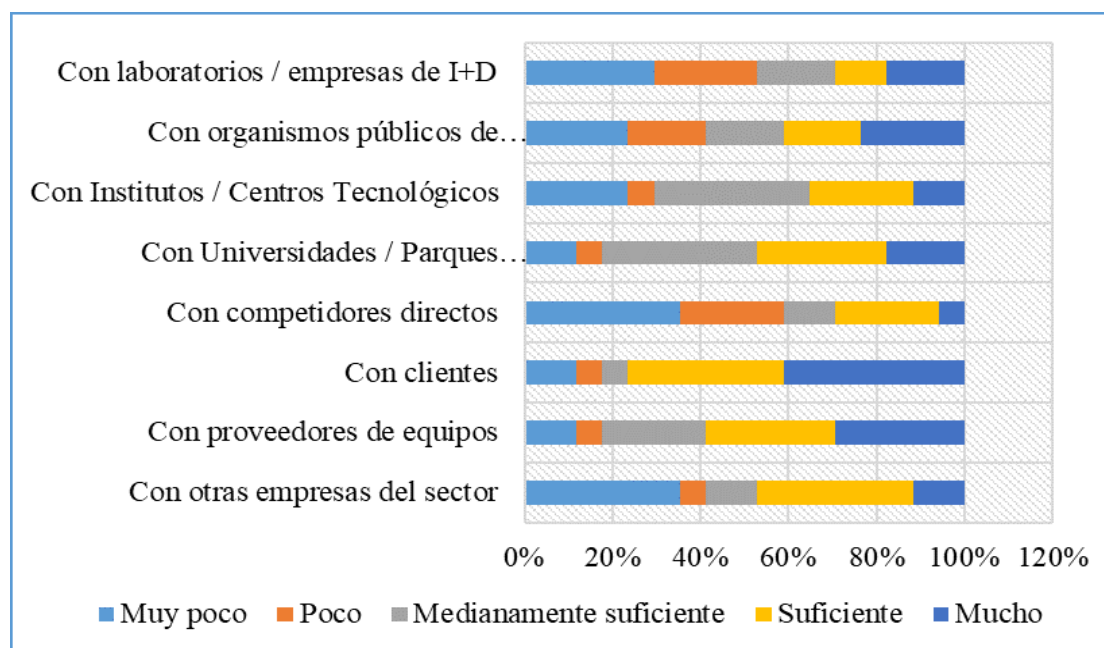


Figura 21 Agentes para innovar
Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

OCCD y Eurostat (2006) considera que los vínculos de las empresas en el proceso de innovación conecta con otros agentes para innovar: laboratorios oficiales, universidades, departamentos ministeriales, autoridades reguladoras, competidores, proveedores y clientes. En esta figura se determina que las MIPYMES con quien tienen mayor predisposición a cooperar es con clientes, pues poseen necesidades y exigencias por cumplir que al conocerlas se puede perfeccionar el producto de acuerdo a sus expectativas y características que buscan.

Por otra parte, con quien menos tiene predisposición a cooperar es con los competidores directos, pues estos son tomados como rivalidad mas no para tener cierta relación. Además, considero que al poseer cierto acercamiento entre empresas con características similares se fortalecerá la productividad y ventaja competitiva.

Número de empleados de las MIPYMES artesanales

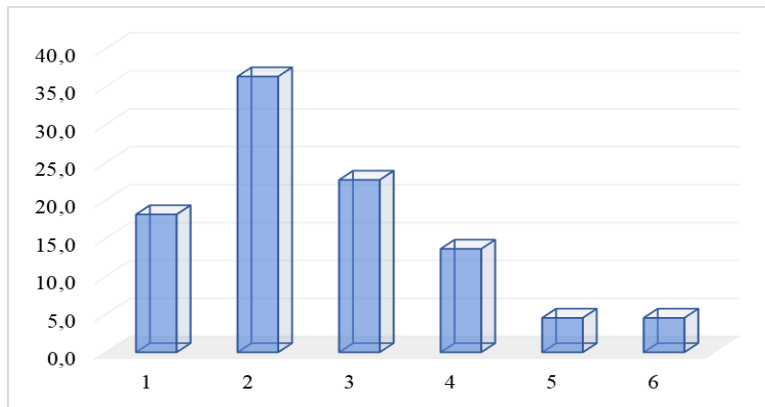


Figura 22 Número de empleados MIPYMES artesanales
Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

Las MIPYMES encuestados manifestaron en su mayoría, que tienen entre 2 y 3 empleados pues contratan personal de acuerdo a la producción que realizan y capacidad económica que posean, ya que al ser familiares en su totalidad mantiene trabajando a sus hijos en sus momentos libres y el resto de tiempo lo hacen los propietarios para reducir costos pues hay meses que apenas cubren con el gasto de mano de obra y mantenimiento de maquinaria. Sin embargo, existen empresa que contratan a más personas por que su producción lo exige y por qué la planta de producción lo requiere favoreciendo al crecimiento económico de la provincia, pues disminuyen el desempleo y mejoran la calidad de vida de la sociedad.

Facturación en miles de dólares de las MIPYMES artesanales

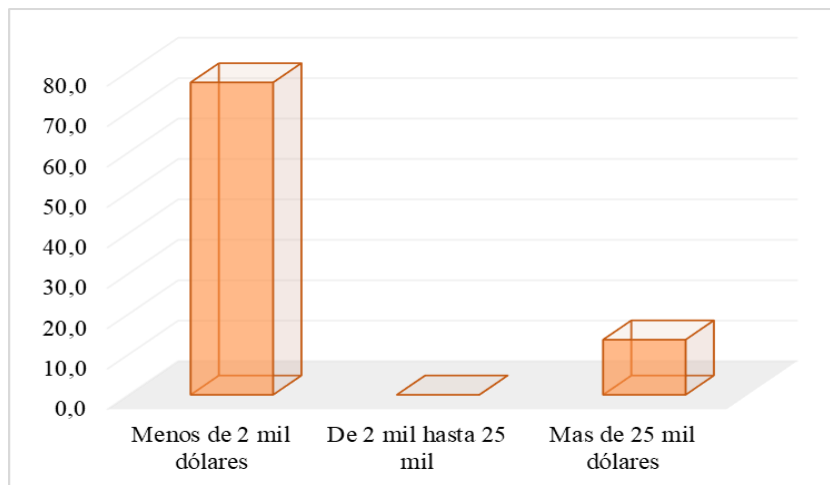


Figura 23 Facturación
Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

Gran parte de las empresas artesanales encuestadas manifestaron que su facturación en miles de dólares mensuales es menor a 2000 dólares, puesto que la competencia cada vez ha ido incrementando y su producción cada vez es menor al igual que su mercado. Sin embargo, hay empresas que su facturación excede de los 25000 dólares porque se han dedicado más a realizar diferentes cambios significativos en beneficio de la empresa. Con este análisis se terminó que las MIPYMES mantienen un ingreso por ventas considerables que favorecen al crecimiento social y económico.

4.2. DISCUSIÓN

En la discusión se tomó en cuenta los logros y limitaciones en cada uno de los objetivos de la investigación es así que, para la fundamentación teórica fue efectiva para la variable innovación pues estuvo basada en el Manual de Oslo, a diferencia de la variable desarrollo fronterizo que no hubo información de este término siendo un limitante para el avance de la investigación. Sin embargo, se encontró autores destacados en la CEPAL los cuales han sido los más interesados en estudiar y analizar estos temas, aunque no exactamente de desarrollo fronterizo sino más bien de Zonas de Integración Fronteriza (ZIF).

Para el diagnóstico de la innovación hubo ciertas limitaciones que impidieron que la extracción de información sea más fructífera pues, en muchas ocasiones los propietarios no se encontraban en los establecimientos ya sea porque salían a sus casas o porque simplemente vivían en otra ciudad. Además, existió reservación de información necesaria y poca apertura por parte de propietarios de las MIPYMES del sector lácteo. Sin embargo, con la información que se pudo recolectar se realizó los análisis pertinentes que aporten de manera productiva y efectiva para el que pueda hacer uso del mismo.

Para discutir la contribución de la innovación de las MIPYMES del sector lácteo en el desarrollo fronterizo del Carchi, principalmente se analizó la innovación que han realizado las empresas.

OCCD y Eurostat (2006) menciona que una empresa innovadora es la que introdujo innovación de cualquier tipo, esto es en un periodo no superior a tres años ni inferior a dos, sean con éxito o con fracaso, pueden ser por iniciación propia, con otra empresa o con organizaciones publicas. Es por esto, que se tomo en consideración estos aspectos para el desarrollo y aplicación del cuestionario.

Las MIPYMES industriales del sector lácteo manifiestan que, si han realizado innovación pues, si hubo mejoras significativas en procesos a través de la compra de maquinarias y equipos propias para la transformación de sus productos realizaron, además cambios significativos en el diseño estético del envase, persiguiendo el objetivo de mejorar la calidad de los productos. Estas MIPYMES generan 304 empleos para personas de diferentes niveles educativos. Para entender mejor en que innovaron se presenta una figura a continuación.

Tipos de innovación que más realizan las MIPYMES industriales

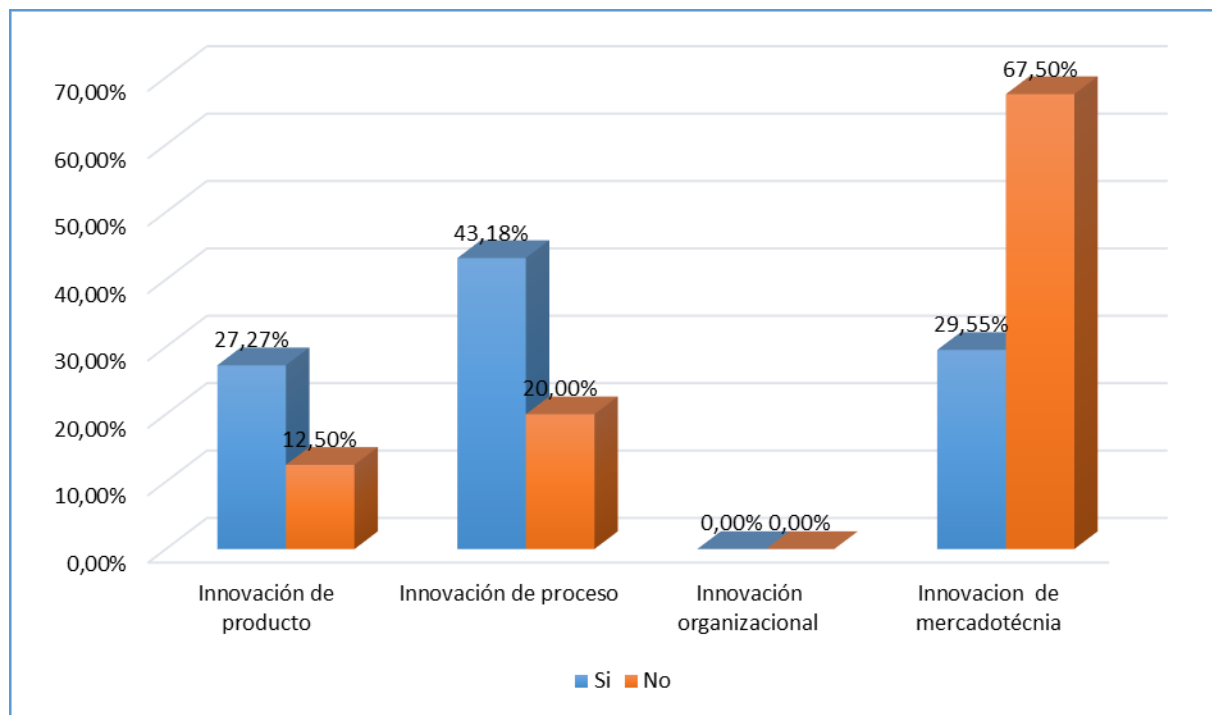


Figura 24 Tipos de innovación MIPYMES industriales
 Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

Se puede considerar que las MIPYMES industriales realizan un 40% aproximadamente en innovación por procesos a través de la adquisición de maquinaria y equipo, esto les permitió disminuir los costos unitarios de producción y mejorar la calidad de los productos.

Por otra parte, las MIPYMES artesanales consideran que hubo innovación por proceso y mercadotecnia ya que, hubo modificación significativa en incorporación de nuevos equipamientos y métodos de comercialización actuales, persiguiendo los objetivos de mejorar la calidad de productos e introducción a nuevos mercados con la cooperación de agentes de innovación como son los clientes. Estas empresas generan 22 empleos en total considerando que la mayoría tiene entre 2 y 3 empleados.

Tipos de innovación que más realizan las MIPYMES artesanales

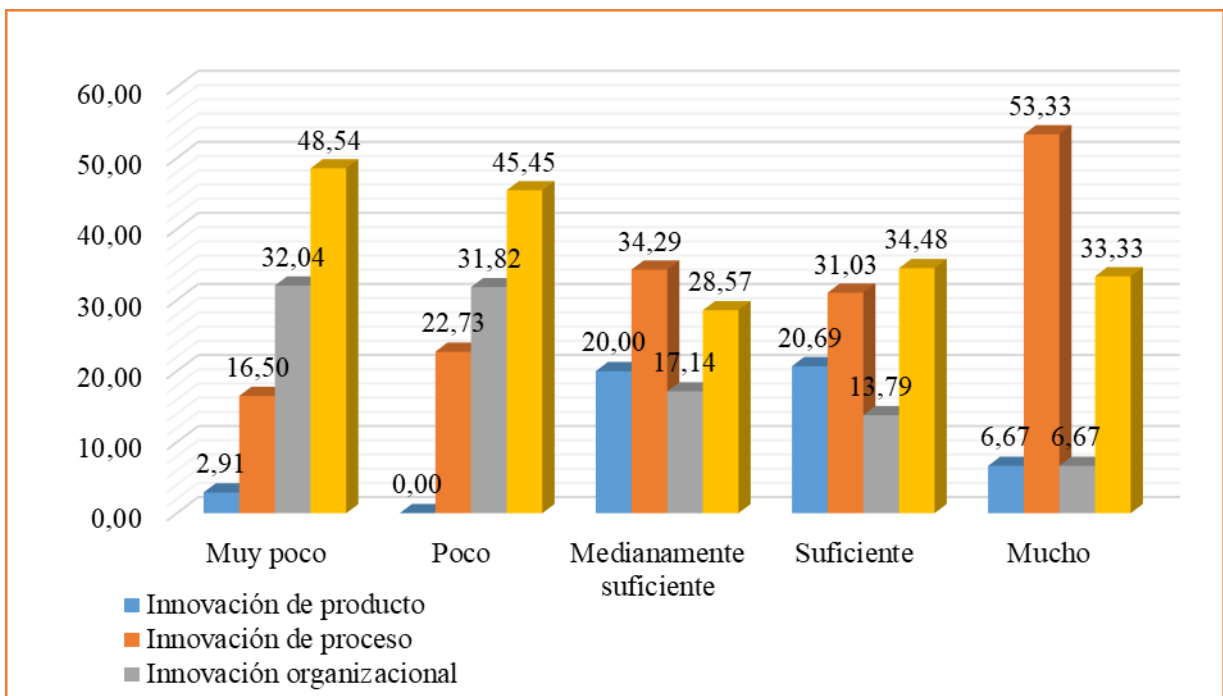


Figura 25 Tipos de innovación MIPYMES artesanales

Fuente: Encuesta a MIPYMES del Carchi periodo 2015-2017.

El grafico anterior demuestra que las MIPYMES artesanales realizaron innovación en proceso a través de la adquisición de maquinaria y equipo, que les permitía mejorar la calidad e higiene de sus productos.

De la Cruz (2018) realizó una investigación en las empresas del sector lácteo en Latacunga en el que determinó que las empresas habían realizado innovación en producto el periodo de análisis fue del 2012 al 2016.

Después de poner en consideración estos dos lugares ecuatorianos investigados como son: Latacunga y Carchi se puede decir que la realidad es distinta a pesar de estar en la misma región interandina, pues mientras empresas de Latacunga realizan innovación en producto para cumplir con exigencias de los consumidores que les permita ser competitivos en el mercado, en las empresas de Carchi realizan innovación en proceso porque deben cumplir con exigencias de organismos públicos que regulan la calidad de sus productos.

OCCD y Eurostat (2006) considera que toda empresa tiene leyes y reglamentos que forman parte de sus operaciones, es así que estas emiten señales claras para apoyar e inculcar actividades innovadoras. Cada una de las empresas debe cumplir con exigencias y requerimientos para garantizar la calidad de sus productos, en las MIPYMES que se visitó se pudo observar su infraestructura de acuerdo a estos requerimientos, además habían realizado mejoras básicas con la finalidad de cumplir con exigencias de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARSA) y no por iniciativa propia

Hay que considerar que uno de los obstáculos que les impide innovar es la falta de fondos financieros, al igual que estos empresarios OCCD y Eurostat (2006) también considera que un factor determinante es la financiación para las PYMES, ya que les cuesta obtener préstamo externo pues ellas no poseen recursos suficientes para la realización de proyectos de innovación.

Otro obstáculo es la falta de recurso humano calificado, en OCCD y Eurostat (2006) mencionan que el conocimiento de innovación lo tienen los individuos y su experiencia, se necesita la inteligencia suficiente para poder utilizar correctamente las fuentes exteriores. En estas investigaciones se llegó a la conclusión que estos dos son inconvenientes limitantes de innovación, la diferencia es que en Latacunga las fuentes de financiamiento son en su

mayoría instituciones financieras, en cambio, las empresas carchenses trabajan con capital propio pues no acceden a créditos por tasas de interés elevadas.

Por otra parte, se determinó que las empresas carchenses no poseen cultura de innovación, ya que se colocan barreras limitantes que les impide generar ideas nuevas que mejoren su ventaja competitiva, pues no poseen fuentes de información, ni prácticas empresariales para desarrollar actividades innovadoras.

La contribución que las MIPYMES del sector lácteo al desarrollo de la provincia del Carchi lo podemos analizar desde las dimensiones social, económico y ambiental.

Para lo social se pudo determinar que mejoro las condiciones de familias aledañas de las empresas lácteas, admitiendo la inserción de mujeres, forjando empleo tanto para hombres como para mujeres, permitiendo así que dejen a un lado el trabajo como jornaleros que en la mayoría de ocasiones son menos remunerados y en condiciones inestables. Hay que considerar que las MIPYMES han generado 326 empleos directos en el periodo 2015 a 2017, tanto para administrativos como para operarios, además generaron empleo indirecto a productores y recolectores de leche (ver figuras 14 y 22).

Para lo económico no se pudo obtener mucha información en las MIPYMES, pues no se contó con la disposición suficiente. Sin embargo, se puede considerar que las MIPYMES del sector lácteo aportan una cantidad considerable a la economía de la provincia, en el siguiente grafico se presenta las industrias ha generado mayor ingreso promedio económico por establecimientos en el cantón, siendo la elaboración de productos lácteos la que tiene mayores ingresos por ventas siendo \$239622,00 de acuerdo al censo nacional económico agosto 2011.

Ingreso por ventas promedio por establecimiento económico de las principales industrias de manufactura de Tulcán.

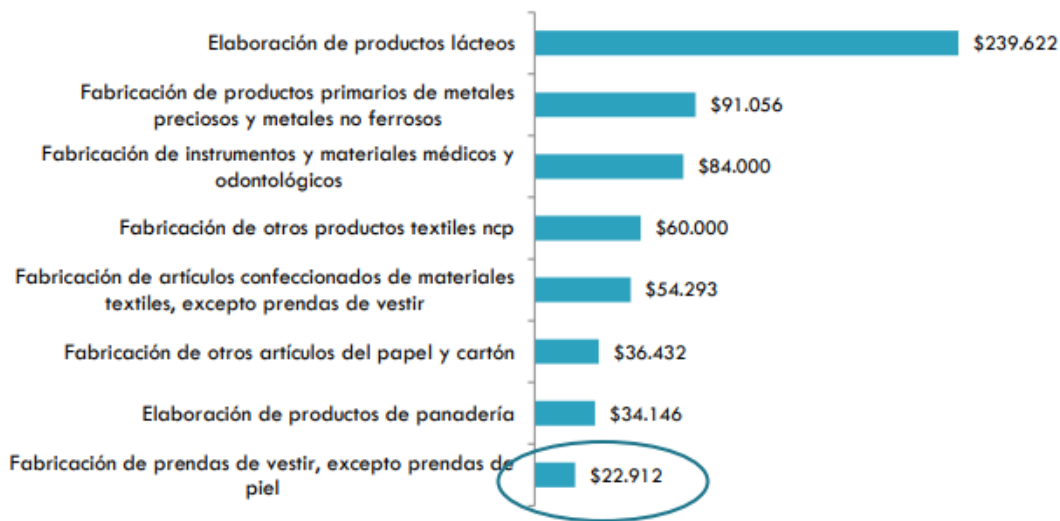


Figura 26 Ingreso por venta promedio por establecimiento económico de las principales industrias de manufactura en el cantón Tulcán.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Para las MIPYMES artesanales de las que si su obtuvo información en su mayoría su facturación es de 2000 dólares al mes, es ahí donde seguimos comprobando que sus ventas son considerables en este sector (ver figura 23). Para las MIPYMES industriales la información que se obtuvo es el monto de inversión realizada a través de la adquisición de maquinaria y equipos (ver figura 11).

Por otra parte, existen pocas acciones de responsabilidad social emprendida por las MIPYMES, como por ejemplo cumplir con exigencias del ARCSA mejorando la productividad y evitando las sanciones que este organismo realiza para que se respeten las normativas y requerimientos, aunque en muchas ocasiones tenga dificultades para realizar vigilancia y monitoreo. Cabe mencionar que muchas ocasiones las MIPYMES no demostraron suficiente conocimiento en lo que pueden y deberían de hacer para promover el compromiso con su entorno ambiental. Aproximadamente el 85% de las MIPYMES no se preocupa en reducir el gasto de materias primas, agua y energía, de esto se requiere definir políticas para reducir el gasto innecesario de materias primas y el consumo excesivo de los servicios básicos, y de esta manera poder hacer un uso eficiente de estos recursos.

Luego de haber respondido las preguntas de investigación, se realizó un análisis en el cual se pudo determinar que la innovación que han realizado las MIPYMES no ha contribuido al desarrollo fronterizo, pues no existe innovación de manera considerable. Sin embargo, se analizará cada dimensión de acuerdo al siguiente gráfico.

Tabla 4. Contribución de la innovación en el desarrollo fronterizo de la provincia del Carchi

Innovación	Dimensión Social
	Satisfacción de necesidades
	Mejorar calidad de vida
	Incremento de desarrollo personal
	Mejoramiento de talento humano
	Dimensión Económica
	Generación de empleo directo e indirecto
	Mejoramiento de ingresos económicos individuales y sociales
	Posibilidad de abrirse a nuevos mercados
	Incremento de ventas.
	Inversión en maquinaria.
	Dimensión Ambiental
	Menor desperdicio de materia prima

Adaptado de: Operacionalización

En la innovación en producto se ha realizado en un 27,27% en las industriales y en las artesanales 20,69%, es decir que no se ha realizado algún aumento en la gama de productos o en cuanto a sus características y uso al que se destina que aporten en lo social, a satisfacer las necesidades de los consumidores y mejorar las condiciones de vida. En lo económico no se ha comercializado nuevos productos que amplíen el mercado y ambiental no ha contribuido.

Por otra parte, la innovación en proceso se la realizó en un 53,33% en las industriales y 43,18% en las artesanales siendo un porcentaje considerable, esta innovación se la realizó a través de la adquisición de maquinaria y equipo aportando de manera social, a través de capacitaciones y aprendizajes para utilizarlas en la producción y para el mantenimiento. En lo

económica no se ha contribuido pues la maquinaria y equipo no ha sido adquirida en la provincia del Carchi pues no tiene la disponibilidad de dichos artículos. En lo ambiental se pudo observar que existe menor desperdicio de materia prima al utilizar estos nuevos artículos.

En la innovación organizacional no se ha realizado pues ha sido muy poca. Sin embargo, a través de la compra de maquinaria se logró que en lo social los operarios desarrollo personal y mejoramiento de talento humano para desempeñar actividades propias de las MIPYMES. En lo económico se evitó que haya pérdida de recursos económicos y tiempo al utilizar maquinaria nueva y en lo ambiental los operarios lograron reducir el desperdicio de materia prima y servicios básicos.

En la innovación en comercialización no contribuye en gran escala al desarrollo fronterizo de la provincia del Carchi. Sin embargo, en lo social se ha generado empleo de acuerdo a los canales de distribución que utilizan las MIPYMES; en lo económico mejoramiento de ingresos individuales y sociales, posibilidad de abrirse a nuevos mercados. Y en lo ambiental no hubo contribución.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El desarrollo fronterizo no ha sido investigado a profundidad por lo que se tuvo que relacionar este termino con palabras parecidas como Zona de Integración fronteriza, desarrollo territorial, entre otras. A través de la fundamentación teórica se pudo conocer más acerca de cada una de las variables y de temas adherentes a la investigación, permitiendo tener información clara y necesaria para el levantamiento y análisis del cuestionario.
- Se determinó que las MIPYMES del sector lácteo les hace falta cultura de innovación, pues realizaron poca innovación en proceso por cumplir con requerimientos de organismos públicos como es la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitario (ARCSA) y no por creatividad e iniciativa propia.
- Las empresas saben que realizar innovación es importante y necesario para mantenerse y crecer en el mercado, ya que mejoran la calidad de los productos, se extienden a nuevos mercados y satisfacer los gustos y preferencias de sus consumidores. Sin embargo, la crisis económica que afronta la provincia del Carchi afectan a estas iniciativas, pues sus recursos económicos no son suficientes para solventar cambios en beneficio de su empresa siendo este un obstáculo para innovar.
- No existe capacitación que les permita adquirir conocimientos en innovación u otros temas que les haga establecerse y crecer en el mercado, pues el recurso humano sin experiencia y sin conocimientos en innovación, en muchas ocasiones perjudican al progreso de una organización.
- Los objetivos que persiguen las MIPYMES industriales al momento de innovar es mejorar la calidad de sus productos y remplazar productos o procesos desactualizados.

En cambio, las MIPYMES artesanales quieren introducirse a nuevos mercados y tener mayor capacidad de producción.

- Los agentes que las MIPYMES tomarían en cuenta al momento de innovar son los clientes, pues ellos quieren satisfacer sus necesidades y esperan que el producto cumpla con sus exigencias y expectativas. Al conocer la empresa estas perspectivas de los productos se pueden perfeccionar y ajustar de acuerdo a los requerimientos de los clientes.
- Las innovaciones de las MIPYMES del sector lácteo indudablemente aportan al desarrollo de la provincia de manera positiva en lo social, a través de la generación de nuevas oportunidades de negocios generando mejoramiento de capacidades de la población; en lo económico generando fuentes de empleo e ingresos a las familias y, en lo ambiental fue negativo porque no hay tratamiento de desechos, principalmente en las artesanales, aunque no es mucha su capacidad de producción.

5.2. RECOMENDACIONES

- Debe de haber mayor interés por investigar el desarrollo fronterizo por parte de la Universidad, pues al estar en frontera debe sentirse más comprometida para generar programas de apoyo en varias actividades que se dedica la provincia del Carchi.
- La Universidad debe apoyar e incentivar a los estudiantes y docentes para que midan la innovación continuamente, para poder impulsar a las empresas de cualquier actividad permitiéndoles ser más productivas y competitivas.
- Organismos públicos deben impulsar y apoyar a emprendimientos potenciales que tenemos en la provincia que tienen relación al sector agrícola ganadero para que generen empleo reduciendo la tasa de des empleabilidad. Además, para que

contribuyan aún más con impuestos permitiéndoles mejorar la economía de la provincia del Carchi.

- Los empresarios deben invertir en capital humano para que conozcan la importancia de la innovación, en temas de innovación para que perfeccionen su desempeño en las empresas logrando cambios importantes en producto, procesos, organización y mercadotecnia.
- Las empresas del sector lácteo que cuentan con escasos recursos deben considerar opciones como alianzas con otras empresas en este sector, permitiéndoles ser mayormente competitivas con empresas ya establecidas en los mercados.
- Las MIPYMES deben considerar la ampliación de canales de distribución y la realización de publicidad, incrementando páginas web que les permita darse a conocer en el mercado ampliando su capacidad de producción y ventas.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referencias:

Arguello, A. (2015). La Pyme y su aporte al empleo nacional. *Gestión ,economía y sociedad*, 4. Obtenido de <http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Las%20PyME%20y%20su%20aporte%20al%20empleo%20nacional.pdf>

Balcázar, P. G. (2015). *Investigación cualitativa*. México: Universidad Autonoma del Estado de México. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/21589>

Baque M., Baque E., Chiquito G. & Baque S. (2018). Microempresas en el Ecuador: Caso ciudad de Manta. *Científica dominio de las ciencias*, 619-632. b

Barredo, G. (2010). *Teorías del desarrollo (Endógeno, local, territorial)*. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2014/gb/teoria-desarrollo.htm>

Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación : para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.

Briones, C. & Del Cairo, C. . (2015). Revistas Javerianas. *Prácticas de fronterización, pluralización y diferencial*(80, 13-52). doi:<http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.UH80.pfpd>

Comisión económica para America Latina y el Caribe. (2018). Obtenido de <https://www.cepal.org/es/temas/desarrollo-territorial>

Comunidad Andina (CAN). (2010). *Desarrollo Fronterizo*. Obtenido de <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=122&tipo=TE&title=zonas-de-integracion-fronteriza-zif>

Consejo Nacional de Política Económica y Social . (2002). Obtenido de <http://www.ceppia.com.co/Documentos-tematicos/DESARROLLO-FRONTERIZO/Conpes-3155-Fronteras.pdf>

Corporación Financiera Nacional. (2017). *Sector Manufacturero*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/08/SNAI-FS-Alimentos-y-Bebidas.pdf>

Decision 501. (2001). Obtenido de <http://www.comunidadandina.org/StaticFiles/DocOf/DEC501.pdf>

De La Cruz Paste, T.A. (2018). *Diagnóstico de los procesos de innovación en el área de producción de las medianas empresas de la Industria Láctea en el cantón Latacunga*. (Tesis para ingeniería). Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/4488>

Doblin. (2015). *Deloitte*. Obtenido de [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uy/Documents/strategy/Deloitte%20Innovaci%C3%B3n%20booklet%20Feb%202015%20\(2\).pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uy/Documents/strategy/Deloitte%20Innovaci%C3%B3n%20booklet%20Feb%202015%20(2).pdf)

Ecuador en Cifras. (2012). *Directorio de Empresas y establecimientos*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/140210%20DirEmpresas%20final3.pdf

Ecuador legal online. (2015). Obtenido de <http://www.ecuadorlegalonline.com/sri/pymes/>

Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua. (2017). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac_2017/Informe_Ejecutivo_ESPAC_2017.pdf

- Enrique, L. (2017). *Ciberopolis*. Obtenido de <http://ciberopolis.com/2012/04/24/que-es-y-como-aplicar-la-innovacion-organizacional/>
- Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Hilarión, J. (2013). *Emprendimiento e innovación , diseño y planea tu negocio*. Mexico: Cengage Learning.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). *Resultados*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones_por_ciudades/Presentacion_Tulcan.pdf
- La Comisión Permanente del Congreso de la República. (2011). *Ley Marco para el Desarrollo e Integración Fronteriza*. Obtenido de <http://sc.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/files/politicas/Formatos/LEY%2029778.pdf>
- Ley Orgánica de Desarrollo Fronterizo. (2018). *APEL*. Obtenido de <http://apel.ec/biblioteca/ley-organica-de-desarrollo-fronterizo/>
- Lossio, J. (2012). *Avances en Desarrollo e Integración Fronteriza*. Obtenido de https://www.aebr.eu/files/publications/121119_5__Avances_-_Javier_Lossio.pdf
- Marín, L. (2008). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://metinvestigacion.wordpress.com/>
- Merino, Pintado, Sánchez & Grande. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=ZjSuCAAQBAJ&pg=PA20&lpg=PA20&dq=L>

- Ministerio de Industrias y Productividad.* (2017). Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/ministerio-de-industrias-abre-nueva-oficina-en-tulcan/>
- Miranda J., Pérez R. & Chuquin H. (2017). Innovación y desarrollo Territorial: caso de estudio Cantón Huaca Provincia del Carchi. . *Visión Empresarial*(7). Recuperado el 4 de Septiembre de 2018
- OCDE y Eurostat . (2006). *Manual de Oslo, Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación.* Tercera Edición. Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos oficina de estadísticas de las comunidades europeas: . Grupo Tragsa.
- Perez, B., & Carrillo, E. (2000). *Desarrollo local: Manual de uso* . Madrid: ESIC.
- Pike,A., Rodriguez, A & Tomaney, J. (2006). *Desarrollo local y regional.* España: PUV.
- Plan Binacional de Integración Fronteriza.* (2014). Obtenido de <http://www.sbi-ecuador-colombia.info/documentos/PlanBinacional-V2.pdf>
- Plan de desarrollo " Todo una Vida". (2017). Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Prefectura del Gobierno Provincial del Carchi. (2014). *Carchi prioridades para el desarrollo Agenda 2013-2020.* Obtenido de <https://issuu.com/gadcarchi/docs/agenda>
- Rodríguez Benítez, Carlos J. & León Robaina, Rosario. (2007). *Sistemas Regionales de Innovación y Desarrollo Local. El caso de Santiago de Cuba.* Obtenido de *Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal:* <https://www.redalyc.org/html/1813/181315033006/>

Rodríguez, E. , Carreras, I., & Sureda, M. (2012). *Innovar para el cambio social. De la idea a la acción.* Barcelona: El Tinter.

Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la Investigación.* México: Colección Hector Merino Rodríguez.

Ruiz, H. Coral, M. & Malquín, S. (2014). La innovación empresarial en el Carchi. *Visión Empresarial* (4). Recuperado el 4 de Septiembre de 2018

(SELA), S. E. (2014). *PYMES e innovacion.* Obtenido de http://www.sela.org/media/264862/t023600006010-0-pymesinnovacion_30_7_carlos_aggio001.pdf

Universidad Nacional Autonoma de México. (2018). Obtenido <https://portalacademico.cch.unam.mx/alumno/biologia2/unidad2/ambienteDimension/dimensionAmbiental>

Universidad Politecnica Estatal del Carchi. (2017). Obtenido de <http://www.upec.edu.ec/administracion/documents/PROYECTO-CITT-2017FCIIAEE.pdf>

Vázquez, A. (2007). Desarrollo endógeno y globalización. *Investigaciones regionales*(11), 183-210. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612000007900003>

Vicepresidencia de la República del Ecuador. (2017). *Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva.* Obtenido de <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2014/04/Estrategia.pdf>

II. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA

1. ¿Su empresa forma parte de un grupo empresarial? Si No → Si respondió NO, pase a la pregunta 3 de esta sección
2. Si pertenece a un grupo empresarial, ¿dónde se localiza la casa matriz?
- a) Ecuador a) c) EEUU y Canadá c) e) Asia e) g) Oceanía g)
- b) América Latina y el Caribe b) d) Europa d) f) África f)
3. Indique si su empresa es una empresa pública: Si No
4. Indique el porcentaje de capital de origen extranjero: %
5. Indique la cantidad de establecimientos: **NOTA: Si no tiene otros establecimientos escribir, "0"**
6. ¿En qué año la empresa inició sus actividades en el país?
7. Durante el periodo de 2015 a 2017 su empresa:
- a) Fue creada a) c) Fue vendida a otra empresa c) e) Ninguna de las anteriores e)
- b) Se fusionó con otra empresa b) d) Cerró parte de la empresa d)

Dato 1/11

II. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA

8. Durante el periodo 2015 a 2017, ¿cuáles fueron sus tres principales productos (bienes o servicios) con base en el volumen de ventas?

a) _____	USO INEC Código CPC
b) _____	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
c) _____	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>

9. Variables de desempeño:

	2015	2016	2017
a) Ventas	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
b) Exportaciones	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
c) Inversión en capital fijo	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
d) Empleo total (personas físicas)	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>

Ventas: Ingresos totales por ventas al mercado interno y externo de productos (bienes o servicios), valuadas en moneda local a precios corrientes, para cada año calendario incluido en el periodo de referencia, (los valores no deben incluir impuestos al valor agregado o similares).

Exportaciones: Ingresos totales por ventas al exterior valuadas en dólares corrientes, para cada año calendario incluido en el periodo de referencia. Desde luego, este monto no puede ser superior a las ventas preguntadas en el punto anterior.

Inversión en capital fijo: Aquí se espera que la empresa señale, para cada año consultado, una estimación lo más aproximada posible sobre cuál fue el monto total destinado a gasto en inversión en capital fijo, indistintamente si fue para reposición de maquinaria, adquisición de nuevo equipo, o la implementación de una innovación.

Empleo total: Total de ocupados contratados (en personas físicas) por tiempo indeterminado o determinado, personal de agencia o pasantes, para cada año incluido en el periodo de referencia en el mes de diciembre.

10. Durante el periodo de 2015 a 2017, ¿a qué tipo de mercado estuvieron dirigidos sus productos (bienes o servicios)?

- a) Ecuador a) c) EEUU y Canadá c) e) Asia e) g) Oceanía g)
- b) América Latina y el Caribe b) d) Europa d) f) África f)

III. INNOVACIONES LOGRADAS DE PRODUCTO (BIENES O SERVICIOS)

1. Durante el período de 2015 a 2017, ¿su empresa introdujo al mercado un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio)? En caso de haberlo realizado, señale el alcance máximo de la novedad (si desconoce el alcance, ponga simplemente para la empresa).

Durante los años 2015 a 2017 la empresa logró introducir un:

Novedoso para:
(indique el grado más alto de novedad solamente)

Si respondió NO, a todo pase a la Pregunta 3

	Durante los años 2015 a 2017 la empresa logró introducir un:		Novedoso para: (indique el grado más alto de novedad solamente)		
	Sí	No	La empresa	El mercado nacional	El mercado internacional
a) Bien nuevo	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) Servicio nuevo	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Bien significativamente mejorado	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c
d) Servicio significativamente mejorado	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d

Una innovación de **PRODUCTO** es la introducción en el mercado de un nuevo o significativamente mejorado bien o servicio en relación a su capacidad, facilidad de uso, componentes o subsistemas.

- Las innovaciones de producto (nuevos o significativamente mejorados) pueden ser nuevas para su empresa, pero no necesariamente nuevas para el mercado.
- Las innovaciones de producto podrían haber sido originalmente desarrolladas por su empresa o por otras empresas.

Un **bien** es por lo general un objeto tangible, como un computador, muebles, o paquetes de software. Un **servicio** suele ser intangible, tal como el comercio minorista, seguros, cursos de capacitación, el transporte aéreo, servicios de consultoría, etc.

Producto nuevo (bien o servicio) es un producto cuyas características fundamentales (especificaciones técnicas, componentes y materiales, software incorporado, funciones o usos específicos) difieren significativamente de todos los productos previamente producidos por la empresa.

Producto significativamente mejorado (bien o servicio) se refiere a un producto previamente existente, cuyo desempeño fue substancialmente aumentado o perfeccionado. Un producto simple puede ser perfeccionado en el sentido de tener un mejor desempeño o un menor costo a través de la utilización de materias primas o componentes de mayor rendimiento. Un producto complejo, con varios componentes o subsistemas integrados, puede ser perfeccionado vía cambios parciales en uno de los componentes o subsistemas. Un servicio también puede ser significativamente mejorado, por medio de la adición de una nueva función o de cambios en las características de como él es ofrecido, que resulta en mayor eficiencia, velocidad, o facilidad de uso de producto.

No son incluidos: los cambios puramente estéticos o de estilo y la comercialización de productos nuevos completamente desarrollados o producidos por otra empresa.

2. ¿Quién desarrolló esas innovaciones de producto (bien o servicio)?

	Bienes (nuevos y/o significativamente mejorados)	Servicios (nuevos y/o significativamente mejorados)
a) La propia empresa	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) La empresa en cooperación con otra empresa o institución*	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Su empresa, adaptando o modificando los bienes o servicios originalmente desarrollados por otra empresa o institución*	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c

* Incluir empresas independientes y otras empresas del grupo empresarial (subsidiarias, empresas afiliadas, casa matriz). Las instituciones incluyen también universidades, institutos de investigación, organizaciones sin fines de lucro, etc.

III. INNOVACIONES LOGRADAS DE PRODUCTO (BIENES O SERVICIOS)

3. Indique qué porcentaje de sus ventas y exportaciones, entre el período de 2015 a 2017, corresponden a productos (bienes o servicios) que hayan sido:

Productos	Ventas		Exportaciones	
		%		%
a) Nuevos o significativamente mejorados para la empresa y para el mercado (nacional y/o internacional)	<input type="text"/>	<input type="text"/> %	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
b) Nuevos o significativamente mejorados para la empresa, pero ya existentes en el mercado	<input type="text"/>	<input type="text"/> %	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
c) Iguales o que no fueron alterados significativamente	<input type="text"/>	<input type="text"/> %	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
	100%		100%	

IV. INNOVACIONES LOGRADAS DE PROCESO

1. Durante el período de 2015 a 2017, ¿su empresa implementó un nuevo o significativamente mejorado proceso? En caso de haberlo realizado, señale el alcance máximo de la novedad (si desconoce el alcance, ponga simplemente para la empresa).

Durante los años 2015 a 2017 empresa implementó:	Si respondió NO, a todo pase a la sección V		Novedoso para: (indique el grado más alto de novedad solamente)		
	Sí	No	La empresa	El mercado nacional	El mercado internacional
a) Proceso nuevo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Proceso significativamente mejorado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Una innovación de PROCESO es la implementación de un proceso de producción, método de distribución o actividad de apoyo nueva o significativamente mejorada.
 • Las innovaciones de proceso deben ser nuevas para la empresa, pero no necesariamente nuevas para el mercado.
 • La innovación pudo haber sido originalmente desarrollada por la empresa o por otras empresas.
 • Excluir las innovaciones puramente organizacionales.

Proceso nuevo o significativamente mejorado engloba la introducción de:
 • Tecnología de producción nueva o significativamente mejorada.
 • Métodos para oferta de servicios o para el manejo y entrega de productos nuevos o significativamente mejorados.
 • Equipos y software nuevos o significativamente mejorados en actividades de soporte a la producción.

El resultado de la innovación de proceso nuevo o significativamente mejorado debe ser significativo en términos del aumento de la calidad del producto (bien o servicio) o de la disminución del costo unitario de producción y entrega. La introducción de este proceso puede tener por objetivo la producción o entrega de productos nuevos o significativamente mejorados, que no puedan utilizar los procesos previamente existentes, o simplemente aumentar la eficiencia de la producción y la entrega de productos ya existentes.

No son incluidos: cambios pequeños en los procesos productivos existentes y puramente organizacionales.

2. ¿Quién desarrolló esas innovaciones de proceso?

	Proceso (nuevos y/o significativamente mejorados)
a) La propia empresa	<input type="radio"/>
b) La empresa en cooperación con otra empresa o institución*	<input type="radio"/>
c) Su empresa, adaptando o modificando los procesos originalmente desarrollados por otra empresa o institución*	<input type="radio"/>
d) Otra empresa o institución*	<input type="radio"/>

* Incluir empresas independientes y otras empresas del grupo empresarial (subsidiarias, empresas afiliadas, casa matriz). Las instituciones incluyen también universidades, institutos de investigación, organizaciones sin fines de lucro, etc.

3. Identifique los tipos de innovaciones de proceso que han sido implementadas, durante el período de 2015 a 2017 :

	Nuevos	Significativamente mejorados
a) Métodos de fabricación o producción de bienes o servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Métodos de logística, al interior de la planta, entrega o distribución de insumos, bienes o servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Actividades de apoyo para procesos, como sistemas de mantenimiento u operaciones para compra, contabilidad o computación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

V. ACTIVIDADES Y GASTOS PARA LAS INNOVACIONES DE PRODUCTO Y PROCESO

1. Durante el período de 2015 a 2017, ¿su empresa desarrolló las siguientes actividades de Investigación y Desarrollo para el desarrollo de innovaciones, ya sea al interior de la misma o las subcontrató por fuera? Si las llevó a cabo, señale cuánto dinero destinó a tal fin.

Actividades:	Sí	No	2015	2016	2017
a) Investigación y Desarrollo (I+D) interna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ [] [] [] [] [] [] [] []	\$ [] [] [] [] [] [] [] []	\$ [] [] [] [] [] [] [] []
b) Investigación y Desarrollo (I+D) externa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ [] [] [] [] [] [] [] []	\$ [] [] [] [] [] [] [] []	\$ [] [] [] [] [] [] [] []
TOTAL (a+b)			\$ [] [] [] [] [] [] [] []	\$ [] [] [] [] [] [] [] []	\$ [] [] [] [] [] [] [] []

Si respondió NO, SOLO en el literal (a), pase a la pregunta 3.
Si respondió NO, en el literal (a) y (b), pase a la pregunta 4.

Investigación y Desarrollo (I+D) interna: Es el trabajo creativo realizado en forma sistemática, con el objetivo de generar un nuevo conocimiento (científico o técnico) o de aplicar o aprovechar un conocimiento ya existente o desarrollado por otro. Dentro de la I+D pueden distinguirse tres grandes categorías: la investigación básica (generar un nuevo conocimiento principalmente abstracto o teórico dentro de un área científica o técnica, en sentido amplio, sin un objetivo o finalidad fijada de forma previa), la investigación aplicada (generar un nuevo conocimiento teniendo desde un principio la finalidad o destino al que se desea arribar) o el desarrollo experimental (fabricación y puesta a prueba de un prototipo, es decir, un modelo original o situación de examen que incluye todas las características y desempeños del nuevo producto, proceso o técnica organizacional o de comercialización).

La creación de software se considera I+D, en tanto y en cuanto, implique hacer avances científicos o tecnológicos.

Estas actividades pueden ser desarrolladas dentro de un departamento formal como en otros ámbitos de la empresa, de no contar con tal área. La única restricción para que una actividad, que tiene como finalidad generar nuevos conocimientos, sea considerada I+D, es que se realice de forma no ocasional, es decir, sistemáticamente.

Investigación y Desarrollo (I+D) externa: Es el trabajo creativo, que no se realiza dentro de la empresa o con personal de la empresa, sino que se encarga a un tercero, ya sea mediante la contratación o financiación de un grupo de investigadores, institución o empresa con el acuerdo de que los resultados del trabajo serán de propiedad, total o parcial, de la empresa contratante.

VII. DETERMINANTES Y OBJETIVOS PARA LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN DURANTE EL PERÍODO DE 2015 A 2017

2. Durante el periodo de 2015 a 2017, ¿qué tan importantes fueron cada uno de los siguientes objetivos para sus actividades en el desarrollo de innovaciones de producto y proceso? (Si su empresa tuvo varios proyectos de innovación de producto y proceso, realice una evaluación global)

	Alto	Medio	Bajo	No relevante		Alto	Medio	Bajo	No relevante
a) Aumentar la variedad de bienes o servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	g) Aumentar la capacidad para producir bienes o servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Reemplazar los productos o procesos desactualizados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	h) Reducir los costos de producción por unidad de producción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Ingresos a nuevos mercados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	i) Reducir los costos de materiales y energía por unidad de producción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d) Incremento de la participación de mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	j) Reducir los impactos ambientales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e) Mejorar la calidad de bienes o servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	k) Mejorar la salud o seguridad ocupacional de sus empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f) Mejorar la flexibilidad para producir bienes o servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>					

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN Y DE COOPERACIÓN PARA LA INNOVACIÓN DE PRODUCTO Y PROCESO

1. Durante el periodo de 2015 a 2017, ¿qué importancia tuvieron para las actividades de innovación de su empresa las siguientes fuentes de información?

1.1 Fuentes internas de la empresa	Alta	Media	Baja	No ha utilizado	1.2 Fuentes externas a la empresa	Alta	Media	Baja	No ha utilizado
a) Departamento de investigación y Desarrollo (I+D)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	a) Clientes y consumidores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Áreas de la empresa correspondientes a marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	b) Competidores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Áreas de la empresa correspondientes a producción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	c) Proveedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d) Áreas de la empresa correspondientes a distribución	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	d) Consultores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e) Áreas de la empresa correspondientes a administración y finanzas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	e) Universidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f) Área de sistemas (TICs)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	f) Laboratorios/Empresas de I+D	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
g) Otras empresas del grupo o casa matriz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	g) Organismos públicos Ciencia y Tecnología	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
					h) Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
					i) Ferias, conferencias, exposiciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
					j) Bases de datos de publicaciones científicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
					k) Bases de datos de patentes y propiedad intelectual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
					l) Revistas y catálogos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
					m) Otras empresas relacionadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Si respondió NO, a todas las preguntas de las secciones III, IV y V, pase a la sección IX.

2. Durante el período de 2015 a 2017, ¿qué tipo de organizaciones cooperaron con su empresa en actividades de innovación para el desarrollo de innovaciones de producto o proceso? En caso afirmativo, identifique el objetivo de la cooperación:

	¿Cooperó?		Si respondió NO a todo, pase a la sección IX	I + D	Ingeniería y Diseño	Capacitación	Asistencia técnica	Información	Pruebas de productos	Financiamiento
	Sí	No								
a) Clientes y consumidores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Competidores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Proveedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d) Consultores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e) Universidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f) Laboratorios/Empresas de I+D	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
g) Organismos públicos Ciencia y Tecnología	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
h) Otras empresas relacionadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
i) Oficina de propiedad intelectual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
j) Otras empresas del grupo o casa matriz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN Y DE COOPERACIÓN PARA LA INNOVACIÓN DE PRODUCTO Y PROCESO

3. Indique la ubicación de los socios que cooperaron con su empresa en actividades de innovación de producto y proceso:

	En el País	América Latina y el Caribe	E.E.U.U. y Canadá	Europa	Asia	África	Oceania
a) Clientes y consumidores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Competidores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Proveedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d) Consultores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e) Universidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f) Laboratorios/Empresas de I+D	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
g) Organismos públicos Ciencia y Tecnología	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
h) Otras empresas relacionadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
i) Oficina de propiedad intelectual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
j) Otras empresas del grupo o casa matriz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. ¿Qué tipo de socio de cooperación considera que ha sido el más valioso para las actividades de innovación de su empresa?

Registre la letra que corresponda de la pregunta 3

IX. ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN EN CURSO O ABANDONADAS PARA INNOVACIONES DE PRODUCTO Y PROCESO

1. Hasta el final de 2017, ¿su empresa tuvo alguna actividad de innovación en curso (incompleta) para el desarrollo y/o introducción de innovaciones de producto o proceso? Sí No
2. Durante el periodo de 2015 a 2017, ¿su empresa tuvo alguna actividad de innovación para el desarrollo y/o introducción de innovaciones de producto o proceso, que fue abandonada o suspendida antes de su término? Sí No

Las actividades de innovación incluyen adquisición de maquinaria, equipos, software y licencias, trabajos de ingeniería y desarrollo, diseño, entrenamiento, marketing e I + D cuando es específicamente realizada para desarrollar y/o implementar una innovación de producto o proceso. Incluir también I + D básica como una actividad de innovación, incluso cuando no está relacionada a una innovación de producto o proceso.

X. FACTORES QUE OBSTACULIZARON LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN DE PRODUCTO Y PROCESO

1. Durante el periodo de 2015 a 2017, ¿qué tan importantes fueron los siguientes factores en la obstaculización de sus actividades de innovación?

Factores de costo				Alto	Medio	Bajo	No experimentado	Factores de mercado				Alto	Medio	Bajo	No experimentado
a) Falta de fondos dentro de su empresa o grupo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	a) Mercado dominado por empresas establecidas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>						
b) Falta de financiamiento de fuentes externas a la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	b) Incertidumbre de la demanda para bienes o servicios innovadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>						
c) Costos de innovación muy altos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>											
Factores de conocimiento				Alto	Medio	Bajo	No experimentado	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> Responder SOLO si respondió NO en las secciones III, IV y V </div> 							
a) Falta de personal calificado en la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Razones para no innovar										Alto
b) Falta de personal calificado en el país	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	a) No hubo necesidad debido a las innovaciones introducidas anteriormente por su empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>						
c) Falta de información sobre tecnología	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	b) No hubo necesidad debido a la falta de demanda por innovaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>						
d) Falta de información sobre los mercados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>											
e) Dificultad para encontrar socios de cooperación para innovación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>											

XI. INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL

1. Durante el período de 2015 a 2017, ¿su empresa modificó de forma significativa su organización? (ya sea para cambiar las prácticas de la empresa, la organización del lugar del trabajo, al interior de la firma, o del modo de vincularse con el exterior).

Si

No



Si respondió NO, pase a la sección XII

2. Si es así, indique una estimación sobre cuántos recursos destinó durante el período para ello (teniendo en cuenta las actividades: de planificación, diseño y elaboración de estos nuevos métodos, adquisición de equipamiento, compra de licencias, contratación de consultoría, gastos de capacitación de personal, y otros necesarios para su puesta en marcha).

\$

*Una innovación organizacional es un nuevo método organizacional en las prácticas de gestión de su empresa (incluyendo gestión del conocimiento), en la organización del lugar de trabajo o en las relaciones externas que no hayan sido previamente utilizadas por su empresa.
Las innovaciones organizacionales deben ser el resultado de las decisiones estratégicas tomadas por la administración.
Se excluyen fusiones o adquisiciones, aunque sean por primera vez.*

3. Durante el período de 2015 a 2017, ¿qué tipo de innovación organizacional introdujo su empresa?

- a) Nuevas prácticas de negocio para procedimientos organizacionales
- b) Nuevos métodos de organización de responsabilidades y de toma de decisiones
- c) Nuevos métodos de organización del relacionamiento externo con otras firmas o instituciones públicas

a) Nuevas prácticas de negocio para la organización de procesos (Ejemplo: gestión de la cadena de suministros, reingeniería de procesos, gestión del conocimiento, producción limpia, gestión de la calidad total, etc.).
b) Nuevos métodos de organización del trabajo y de toma de decisiones (Ejemplo: uso por primera vez de un nuevo sistema para asignar responsabilidades a los empleados, trabajo en equipo, descentralización, integración o desintegración de los departamentos, sistemas de educación/entrenamiento, etc.)
c) Nuevos métodos de organización del relacionamiento externo con otras firmas o instituciones públicas (Ejemplo: aplicación por primera vez de alianzas, asociaciones, otras formas de organización de relacionamiento externo.)

4. Durante el período de 2015 a 2017, ¿qué tan importantes fueron los siguientes objetivos en la introducción de innovaciones organizacionales para su empresa? (Si su empresa introdujo varias innovaciones organizacionales, haga una evaluación global)

- a) Reducir el tiempo de respuesta para responder a las necesidades del cliente o proveedor
- b) Mejorar la capacidad para desarrollar nuevos productos o procesos
- c) Mejorar la calidad de sus bienes o servicios
- d) Reducir costos por unidad de producción
- e) Mejorar la información y el intercambio de información dentro de su empresa o con otras empresas o instituciones

	Alto	Medio	Bajo	No experimentado
a)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

XII. INNOVACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN

1. Durante el período de 2015 a 2017, ¿su empresa modificó de forma significativa su comercialización? (lo que implica introducir cambios en el diseño estético o en el envase del producto, en los métodos de tarificación; en la distribución del producto; y/o en su promoción).

Si No →

Si respondió NO,
pase a la sección
XIII

2. Si es así, indique una estimación sobre cuántos recursos destinó durante el período para ello (teniendo en cuenta las actividades: de planificación, diseño y elaboración de estos nuevos métodos, adquisición de equipamiento, compra de licencias, contratación de consultoría, gastos de capacitación de personal, y otros gastos necesarios para su puesta en marcha).

\$

Una innovación de comercialización es la implementación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño del envase de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación.

- Cambios significativos del producto (bien o servicio) en su diseño o en el envase, en su forma de distribución y colocación en el mercado, y en su promoción o establecimiento de precio.

- Excluir los cambios estacionales habituales, regulares y de otro tipo en los métodos de comercialización

3. Durante el período de 2015 a 2017, ¿qué tipo de innovación de comercialización introdujo su empresa?

- a) Cambios significativos en el diseño estético o en el envase de un bien o servicio
- b) Nuevos medios o técnicas para la promoción del producto
- c) Nuevos métodos de distribución o colocación de productos en el mercado
- d) Nuevos métodos de establecimiento de precios para bienes o servicios

a) Cambios significativos en el diseño estético o en el envase de un bien o servicio (Se excluyen los cambios que alteran las características funcionales o de uso del producto – estas son innovaciones de producto)

b) Nuevos medios o técnicas para la promoción del producto (Ejemplo: aplicación por la primera vez de un nuevo tipo de comunicación publicitaria, una nueva imagen de la marca, introducción de tarjetas de fidelización, etc.)

c) Nuevos métodos de distribución o colocación de productos en el mercado (Ejemplo: aplicación por la primera vez de franquicias o licencias de distribución, venta directa, nuevos conceptos para la presentación del producto, etc.)

d) Nuevos métodos de establecimiento de precios para bienes o servicios (Ejemplo: aplicación por la primera vez de variables de precio según la demanda, sistemas de descuento, etc.)

XII. INNOVACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN

4. Durante el período de 2015 a 2017, ¿qué tan importante fueron los siguientes objetivos en la introducción de innovaciones de comercialización para su empresa?

	Alta	Media	Baja	No relevante
a) Aumentar o mantener la participación del mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Introducir productos a nuevos grupos de clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Introducir productos a nuevos mercados geográficos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

XIII. IMPACTOS DE LAS INNOVACIONES

1. ¿Cuál fue el impacto en su organización debido a la introducción de innovaciones de producto (bien o servicios), proceso, organizacionales y de comercialización, durante el período de 2015 a 2017?

	Alta	Media	Baja	No relevante		Alta	Media	Baja	No relevante
a) Aumentó la variedad de bienes o servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	g) Aumentó la capacidad para producir bienes servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Reemplazó los productos o procesos desactualizados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	h) Redujo los costos de producción por unidad de producción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Ingresó a nuevos mercados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	i) Redujo los costos de materiales y energía por unidad de producción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d) Incremento de la participación de mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	j) Redujo los impactos ambientales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e) Mejoró la calidad de bienes o servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	k) Mejoró la salud o seguridad ocupacional de sus empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f) Mejoró la flexibilidad para producir bienes o servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>					

XIV. TALENTO HUMANO

1. Indique el total de empleados de su empresa, en cantidad de personas físicas en el año 2017, según su nivel de formación:

Nivel de educación formal:	Cantidad de empleados	Hombres	Mujeres
a) Doctor PhD	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
b) Maestría	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
c) Especialista	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
d) Tercer Nivel	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
e) Técnico o Tecnólogo Superior	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
f) Secundaria	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
g) Primaria	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
Total de empleados	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>

NOTA1: El total de empleados debe coincidir con el resultado obtenido en el literal d) de la Pregunta 9 de la Sección II.

NOTA2: Cada categoría es excluyente, por lo que si contabilizó a alguien con formación secundaria, se supone que posee primaria completa, por lo que NO debe contabilizarse las dos veces, sino sólo aquella de mayor calificación.

2. Para el año 2017, indique la composición de los empleados con estudios de postgrado y tercer nivel completos según la disciplina científica de formación:

a) Ciencias Naturales y Exactas	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	%
b) Ingeniería y Tecnología	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	%
c) Ciencias Médicas	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	%
d) Ciencias Agrícolas	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	%
e) Ciencias Sociales	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	%
f) Humanidades	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	%
100%		

3. Durante el periodo de 2015 a 2017, ¿su empresa apoyó la formación y capacitación especializada de su personal, la cual contribuyó a la implementación de innovaciones?

	Si	No	Personas Capacitadas
a) Doctorado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
b) Maestría	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
c) Capacitación especializada*	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
Total			<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>

*Capacitación especializada: Capacitación que involucra un grado de complejidad significativo (requiere de un personal altamente especializado) y con una duración mayor o igual a 40 horas. Incluye la capacitación conducente a una certificación laboral relevante para la empresa.

XIV. TALENTO HUMANO

4. Para el año 2017, indique la cantidad promedio de empleados de su empresa que se dedican a las siguientes áreas funcionales. Así mismo, señale, para cada una de ellas, si la empresa cuenta con departamentos establecidos formalmente para llevarlas adelante, respondiendo por sí o por no:

Empleo total en:	Cantidad de personas	Departamento formal	
		SI	NO
a) Informática y Sistemas	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) Investigación y Desarrollo	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Ingeniería y Diseño Industrial	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c

XV. PATENTES Y MÉTODOS DE PROTECCIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL

1. Durante el período de 2015 a 2017, ¿ha emprendido su empresa búsqueda de patentes o utiliza servicios informativos o bibliotecas sobre patentes?

Sí No → Si respondió NO, pase a la pregunta 3.

2. Si respondió Sí a la pregunta 1. ¿Hacia donde dirige su empresa la búsqueda de patentes?

- a) Mantenerse al corriente de cambios tecnológicos a
- b) Encontrar información específica relativa a un problema tecnológico b
- c) Vigilar a los competidores c
- d) Obtener información del mercado d
- e) Otras razones e

3. Durante el período de 2015 a 2017, indique cuáles métodos formales de propiedad intelectual utilizó la empresa y de qué forma protegió sus innovaciones:

	¿Usa?		Bien	Servicio	Proceso
	Si	No			
a) Marca	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) Patentes	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Modelo de Utilidad	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c
d) Diseño Industrial	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d
e) Derechos de autor	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e
f) Denominación de Origen	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f
g) Cláusula de confidencialidad para los empleados	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g
h) Contratos de confidencialidad con proveedores y/o clientes	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h

4. Indique los obstáculos encontrados para cada método de protección formal:

	Marca	Patente	Modelo de Utilidad	Diseño Industrial	Otros
a) Inadecuación a las necesidades de la empresa	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) Desconocimiento del método	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Costos de solicitud elevados	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c
d) Costos asociados elevados (legales, redacción, etc.)	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d
e) Complejidad técnica de la solicitud	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e
f) Complejidad administrativa del proceso de solicitud	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f
g) Tiempo excesivo de respuesta de autoridades	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g
h) Duración excesiva del proceso de solicitud	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h

5. Durante el período de 2015 a 2017, indique dónde posea métodos de protección formal:

	Marca	Patente	Modelo de Utilidad	Diseño Industrial	Otros
a) En el País	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) En el exterior	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b

7.2 Anexo 2: Encuesta empresas artesanales

CUESTIONARIO DE INNOVACIÓN

OBJETIVO: Obtener datos confiables sobre características, innovaciones en productos, procesos, organización, marketing y financiamiento de actividades de innovación para su análisis y posterior propuesta de mecanismos de mejora para el desarrollo del sector.

Toda la información proporcionada será estrictamente confidencial y no podrá utilizarse para fines de tabulación y otros fines puramente estadísticos.

1. Indique el grado en que se han introducido nuevos productos en los últimos 3 años, siendo 1 muy poco, y 5 mucho.

		1	2	3	4	5
1.1	Nuevos para la empresa, no para el mercado					
1.2	Nuevos en el mercado nacional					
1.3	Nuevos en los mercados internacionales					

2. Indique el grado en que se han introducido innovaciones en proceso de producción, siendo 1 muy poco, y 5 mucho.

		1	2	3	4	5
2.1	Nuevos o más avanzados métodos de fabricación o producción					
2.2	Nuevos o más avanzados sistemas logísticos					
2.3	Nuevas actividades de apoyo para sus procesos					
2.4	Incorporación de nuevo equipamiento					
2.5	Incorporación de programas informáticos y software más avanzado					

3. Indique el grado en que se ha introducido innovación organizativa, siendo 1 muy poco, y 5 mucho.

		1	2	3	4	5
3.1	Sistemas de gestión nuevos o mejorados con el fin de incrementar la productividad y reducir costes administrativos					
3.2	Cambios significativos en las relaciones exteriores con otras empresas (o instituciones), clientes, proveedores...					
3.3	Introducción de nuevos métodos organizativos en las prácticas de la empresa (nuevas rutinas y procedimientos destinados a mejorar aprendizaje, distribuir conocimiento en la empresa, formación del personal)					
3.4	Introducción de nuevos métodos en la organización del trabajo en la empresa (atribución de responsabilidades y del poder de decisión, nueva estructuración de las actividades)					

4. Indique el grado en que se han introducido los siguientes elementos en canales de ventas o distribución nuevos, siendo 1 muy poco, y 5 mucho.

		1	2	3	4	5
4.1	Modificación significativa de los métodos de comercialización actuales					
4.2	Reducción del periodo de respuesta a un cliente o proveedor					
4.3	Cambios significativos en el diseño o envasado de productos					
4.4	Cambios significativos en la tarificación de productos o servicios					
4.5	Introducción de nuevos canales y formatos para promocionar bienes y servicios					
4.6	Desarrollo y lanzamiento de nuevas marcas, con el fin de renovar imagen o posicionarse en nuevos mercados					
4.7	Renovación de las marcas existentes					

5. Indique el grado en que se ha introducido innovación estratégica, siendo 1 muy poco, y 5 mucho.

		1	2	3	4	5
5.1	Nuevos modelos de negocio: nuevas formas de posicionarse en los mercados y competir, nuevas relaciones con los clientes, nuevas formas de obtener ingresos y beneficios					
5.2	Introducción de nuevas estrategias empresariales que se desmarcan de las estrategias habituales en su entorno competitivo					
5.3	Se ha tomado conciencia sobre la necesidad de realizar un mayor esfuerzo por innovar y gestionar el cambio como estrategia para afrontar el entorno actual					
5.4	Decisión de asignar más recursos a actividades de I+D					
5.5	Decisión de efectuar una vigilancia tecnológica más intensa (escrutar los avances tecnológicos acaecidos en el entorno y potencialmente aplicables por la empresa)					
5.6	Decisión de colaborar más activamente con agentes del entorno científico-tecnológico (universidades, centros de investigación, institutos tecnológicos)					
5.7	Decisión de diversificar las actividades de la compañía					
5.8	Decisión de acometer una reestructuración empresarial. Indique qué tipo de reestructuración empresarial acometería: fusión, venta, adquisición, otras					

6. Valore la incidencia de los siguientes obstáculos a la innovación, siendo 1 muy en desacuerdo, y 5 muy de acuerdo.

		1	2	3	4	5
6.1	Falta de fondos financieros suficientes para acometer planes de innovación					
6.2	Costes de innovación elevados					
6.3	Excesivo riesgo empresarial asociado a las actividades de innovación					
6.4	Falta de personal cualificado					
6.5	Falta de información sobre los avances tecnológicos					
6.6	Dificultad encontrar socios para la cooperación en innovación					
6.7	Mercado dominado por empresas establecidas					
6.8	Demanda incierta de bienes y servicios innovadores					
6.9	Falta de organismos e infraestructuras de apoyo a las actividades de innovación					

*** El cuestionario sigue por detrás ***

7. Indique qué objetivos persigue su empresa cuando decide innovar (1 muy poco importante, 5 muy importante).

		1	2	3	4	5
7.1	Aumentar la gama de productos					
7.2	Introducirse a nuevos mercados					
7.3	Mejorar la calidad de los productos					
7.4	Mayor flexibilidad productiva					
7.5	Mayor capacidad de producción					
7.6	Reducir costes laborales					
7.7	Reducir costes de materiales y energía					
7.8	Reducir impacto medioambiental					
7.9	Cumplimiento de reglamentos					

8. Señale cuál es su predisposición a cooperar con otros agentes para innovar, siendo 1 muy poca predisposición a cooperar, y 5 total predisposición a cooperar.

		1	2	3	4	5
8.1.	Con otras empresas del sector					
8.2.	Con proveedores de equipos					
8.3.	Con clientes					
8.4.	Con competidores directos					
8.5.	Con Universidades / Parques Científicos					
8.6.	Con expertos y firmas consultoras					
8.7.	Con Institutos / Centros Tecnológicos					
8.8.	Con organismos públicos de investigación					
8.9.	Con laboratorios / empresas de I+D					

¿Considera que su empresa es de propiedad familiar o pertenece a un número de socios? (si responde que **NO**, termina la encuesta).

Sí No

¿Qué porcentaje de la propiedad pertenece actualmente a la familia?

Menos del 10%	
Entre el 10 y el 25%	
Entre el 25 y el 50%	
Entre el 50 y el 75 %	
Más del 75 %	

*** Muchas gracias por su colaboración ***

DATOS DE CLASIFICACIÓN

Año de fundación de la empresa

Nº empleados

Facturación (en miles de dólares):

Menos de 2

2-6

6-25

Más de 25



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: Joselyn Alejandra Acero Cortéz
NIVEL/PARALELO: Décimo

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401874995
PERIODO ACADÉMICO: Oct 2018 - feb 2019

TEMA DE INVESTIGACIÓN: La innovación que desarrollan las MIPYMES del sector lácteo en la provincia del Carchi y el desarrollo fronterizo, periodo 2015 - 2017

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: Luis Viveros Almeida
LECTOR: Edwin Marcelo Cahuasqui
ASESOR: Ramiro Urresta Yépez

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 11
FECHA: jueves, 21 de febrero de 2019
HORA: 12H30


Obteniendo las siguientes notas:

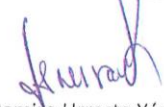
1) Sustentación de la predefensa:	5,30
2) Trabajo escrito	2,40
Nota final de PRE DEFENSA	7,70


Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el jueves, 21 de febrero de 2019


Luis Viveros Almeida
PRESIDENTE


Ramiro Urresta Yépez
TUTOR


Edwin Marcelo Cahuasqui
LECTOR