

Innovación de producto en PyMes de alimentos en Quito – Ecuador, análisis de oferta exportable

Product innovation in food SMEs in Quito – Ecuador, Export offer analysis

Rodriguez-Llore Andrés Samir, Esquivel Walter Darío, Solís-Muñoz, Juan Bautista

RESUMEN

La matriz productiva ecuatoriana y su oferta exportable se han caracterizado históricamente por productos sin transformación sustancial, en el presente trabajo a través del estudio de subpartidas arancelarias en PyMEs de alimentos registradas en la ciudad de Quito, Ecuador, se identificará la existencia o no de innovación de producto mediante el análisis de nuevas subpartidas exportadas o exportaciones realizadas hacia un nuevo mercado en el periodo comprendido entre el 2019 y 2023, las industrias seleccionadas fueron aquellas que tienen relación en su CIU con la producción de alimentos, no se tomó en cuenta bebidas, bebidas alcohólicas, ni tabaco. Los resultados obtenidos demostraron la existencia de innovación de producto en las PyMEs de Quito, sin embargo, no fueron significativos por el bajo porcentaje de empresas que innovaron en sus exportaciones. Es importante que el sector público active mecanismos para incentivar la innovación como financiamiento, capacitaciones, clúster, atracción de IED, entre otros.

Palabras clave: Innovación; Empresa; Exportación; Alimentos; PyMEs.

Rodriguez-Llore, Andrés Samir

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador. andres.rodriguez.80@est.ucacue.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0002-5403-9456>

Esquivel, Walter Darío

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador. dario.esquivel@ucacue.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0007-5788-861X>

Solís-Muñoz, Juan Bautista

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador. jbsolizm@ucacue.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-5148-6923>

<http://doi.org/10.46652/rgn.v9i42.1253>
ISSN 2477-9083
Vol. 9 No. 42 octubre-diciembre, 2024, e2401253
Quito, Ecuador

Enviado: marzo 28, 2024
Aceptado: junio 05, 2024
Publicado: junio 20, 2024
Publicación Continua



ABSTRACT

The Ecuadorian productive matrix and its exportable supply have historically been characterized by products without substantial transformation, in the present work through the study of tariff subheadings in food SMEs registered in the city of Quito, Ecuador, the existence or not of product innovation will be identified through the analysis of new exported subheadings or exports made to a new market in the period between 2019 and 2023. The selected industries were those that are related in their ISIC with the production of food. The beverages, alcoholic beverages, and tobacco were not considered. The results obtained showed the existence of product innovation in SMEs in Quito; however, they were not significant due to the low percentage of enterprise that innovated in their exports. It is important that the public sector activate mechanisms to encourage innovation, such as financing, training, clusters, and attracting FDI, among others.

Keywords: Innovation; Enterprise; Export; Food; SMEs.

Introducción

La internacionalización de pequeñas y medianas empresas (PyMEs) acarrea impactos alentadores en el nivel de productividad en cada una de las naciones a las que estas representan, a través de la incorporación de diferentes mecanismos de innovación, en la calidad del empleo percibido, en el aumento de los salarios y aplicación de políticas gerenciales encaminadas al éxito. Este fenómeno en las PyMEs es fundamental para la diversificación productiva al traducirse en mayor crecimiento económico, producción con nuevos estándares de calidad, nuevos mercados a los que ahora pueden acceder y herramientas de apoyo para que este grupo productivo pueda exportar y generar un aporte significativo e inclusivo para las economías de sus países (Frohmann et al., 2016).

La Organización Mundial de Comercio WTO (2016), elaboró un informe que obtiene y describe los resultados llamativos en torno a las PyMEs. Refleja que la participación en el comercio internacional de este grupo productivo en los países en desarrollo es baja, las exportaciones son de apenas el 7,6 % de las ventas de productos elaborados, respecto al 14,1 % en el caso de las empresas de mayor tamaño. Por otro lado, para el caso de los países desarrollados, hay una relación positiva entre el tamaño de las empresas y su participación en las exportaciones, microempresas 9 %, pequeñas empresas 38 %, medianas empresas 59 % y las grandes empresas 66 %.

De acuerdo Orlandi (2019), en el desarrollo de su trabajo sobre el estudio de PyMEs argentinas y su creciente rol en el comercio internacional, este grupo empresarial representa una enorme participación en la actividad económica del país (99.3 % representa a las MiPyMEs empleadoras). Lo que más resalta es que la gran parte o la mayoría de pequeñas y medianas empresas no se encuentran activos en el comercio internacional, para el autor se debe principalmente a problemas con acceso al financiamiento público y privado, limitado acceso a nuevas tecnologías para aplicación de innovación en producto o proceso, poca atracción de talento humano capacitado (Rojo et al., 2022).

El papel que desempeñan las PyMEs en el desarrollo económico de sus países se encuentra claramente identificado por un constante crecimiento y evolución. A partir de los años setenta debido a las dificultades por las cuales atravesaba el modelo de gran empresa fordista, en la aplicación de sus cadenas productivas y la especialización del trabajo, se empezó a reconocer la importancia de las PyMEs y su adaptabilidad en el sector industrial, dando mayor potencial a la creación de empleo, dinamismo innovador, mayor flexibilidad y adaptación a los cambios, pero principalmente este grupo empresarial contribuyó al mantenimiento de la estabilidad socioeconómica (Romero, 2006).

Las PyMEs en Ecuador se identifican principalmente por su fácil adaptabilidad a las nuevas tendencias del mercado, por su rápido accionar a variables que no controlan del macroentorno, a la cambiante e inestable política pública y por su alto potencial creativo en la gestión y aplicación de las actividades emprendidas, por contar con una estructura organizacional básica, lineal y amigable. Los principales sectores económicos del país donde se representa mejor a este grupo son la producción de bienes y servicios, el comercio al por mayor, manufactura y servicios diversos, estos sectores son la base del desarrollo productivo del país y generación de empleo (Carranco, 2017).

En la publicación de Revista Ekos (2016), menciona la importancia de las PyMEs como pilares en la generación de nuevos empleos, enlazamiento y creación de las cadenas productivas, debido a la políticas de Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo, al igual que conglomerados empresariales, términos que se pensaba eran utilizados en empresas de gran tamaño y multinacionales, pero últimamente han sido parte medular de la gestión de PyMEs, mostrando resultados de fortalecimiento de la estructura social, mayor resistencia a las crisis nacionales, flexibilidad ante el cambio y las variantes del mercado. así también, se hace un reconocimiento sobre estas como pioneras en innovación en sus procesos.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI, 2023), elabora anualmente el índice mundial de innovación, de acuerdo a la metodología empleada para puntuar y listar países, en su último informe publicado, indica que Ecuador mantenía la posición 98 en el año 2022 y para el año 2023, descendió al puesto 104, sin embargo, su puntuación mejoró en 20.5, esto se debe a la facilidad para obtener crédito, facilidad de protección de inversionistas minoritarios, mejores condiciones del mercado para el comercio interno y externo, mayor intensidad de la competencia y mayor capacidad de la economía para introducir y probar innovaciones.

La economía ecuatoriana desde sus inicios se caracterizó por ser proveedora de productos en estado natural tales como banano, cacao, camarón, café, rosas y otros productos que son considerados tradicionales dentro de las exportaciones ecuatorianas, a la vez el país era importador de productos con valor agregado debido a la falta de emprendimientos e industrias que aprovechen la materia prima. Para mejorar la producción de bienes con valor agregado en el Ecuador el gobierno realizó cambios en la matriz productiva con el fin de diversificar la producción nacional promoviendo la competitividad y la innovación empresarial. En los años 2012, 2013 y 2014 el Estado gastó en investigación y desarrollo (I+D), actividades de Ciencia y Tecnología y otras actividades de Innovación (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2014).

Los constantes e imprevistos cambios en los precios internacionales de las materias primas, así como su creciente diferencia frente a los precios de los productos de mayor valor agregado y alta tecnología, han colocado a la economía ecuatoriana en una situación de intercambio desigual sujeta a las fluctuaciones del mercado mundial. Los procesos de innovación de las PyMEs se han desarrollado con lentitud debido a las barreras del entorno. Este grupo de organizaciones requieren mejorar sus procesos, comprender la planificación financiera y formalizar su participación en el mercado. El aumento de PyMEs en los países no está directamente relacionado con avances en innovación ni con el dinamismo que cualquier sector productivo exige (Rodríguez y Avilés, 2020).

Debido al tipo de mercado ecuatoriano, con trascendencia en economías en desarrollo, en donde las PyMEs juegan un rol importante en el sector, el presente trabajo de investigación se ha planteado la pregunta de ¿Existe innovación de producto en las empresas exportadoras de sector alimentos en Quito – Ecuador?, la metodología utilizada abarcará las exportaciones que hayan realizado este grupo económico dentro del periodo comprendido en los últimos 5 años, a fin de identificar este componente de innovación mediante el análisis de subpartidas en componentes de nuevos productos exportados y nuevos mercados internacionales. Se ha planteado el objetivo de determinar la existencia de innovación de producto en las empresas de sector alimentos en Quito – Ecuador, que se lo realizará a través del uso de fuentes de información primaria de base de datos de organismos públicos de Ecuador.

Referencial Teórico

La innovación en producto o servicio conlleva a la creación de un nuevo producto o desarrollo de un servicio, también se menciona acerca de la mejora en la funcionalidad, singularidad o utilización de este, que permitirá aumentar el margen de la participación de mercado. También se define a la innovación de producto como un nuevo o mejorado bien o proceso, inclusive puede ser ambos, su diferencia es notable de los productos o procesos que han sido generados o producidos con anterioridad y son puestos a disposición de los usuarios potenciales a través de un producto o servicio, o de un proceso (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE], 2005).

Navas et al. (2023), en su estudio sobre el papel clave de la innovación para posicionar los productos ecuatorianos en el mercado internacional, analizan este factor y su rol fundamental tanto en la comercialización como en la promoción de los productos de Ecuador en el comercio internacional. Los autores investigan las variables de las estrategias innovadoras que han permitido al país crear, desarrollar formar valor agregado en productos únicos, incorporando tecnologías avanzadas en la producción, desarrollo de marca y aplicación de prácticas sostenibles para aplicar en envases ecológicos y amigables hasta crear canales de distribución internacional, permitiendo a las empresas ecuatorianas que sus productos tengan características diferenciadoras en mercados internacionales altamente demandantes y competitivos.

En el estudio sobre el comercio electrónico como componente de innovación clave para las MiPyMEs costarricenses exportadoras, Esquivel (2019), estudia los componentes de este canal de comercialización como una oportunidad que han percibido las empresas que cuentan con página web y canal de ventas online, el autor identificó que menos del 3 % de empresas que exportaron existen en internet. Se aplicaron encuestas a los gerentes de los negocios para identificar que componentes consideran clave en la gestión del comercio electrónico, siendo la más reconocida la orientación al cliente y la privacidad de la información registrada en cada portal, seguido por la facilidad de utilización de la plataforma, transparencia, reputación de la empresa y organización de la información por tipo de producto.

En el trabajo sobre el cacao de exportación en la provincia de Santo Domingo, Villalba et al (2020), explica la importancia que tienen las PyMEs a nivel regional de Latinoamérica y en Ecuador, tanto en generación de empleos y recepción de ingresos, representando este grupo cerca del 99.5 % del sector industrial. Los autores mencionan los problemas con los que frecuentemente se encuentran las PyMEs que desean exportar, como la falta de oportunidades de negocio, que se prioriza a las grandes empresas que pueden cubrir el cupo requerido por los importadores y la falta de capacitación en las plataformas del sector público que les otorgan los permisos y autorizaciones necesarias para que sus productos puedan ser exportados.

En el estudio sobre la industria del acero al Noreste de México, se enfatiza sobre la importancia de la gestión organizacional y la innovación en las PyMEs para mejorar su éxito económico, tomando en consideración 4 variables, pensamiento innovador, conocimiento del mercado, uso de tecnología y acceso a créditos. Los autores estudiaron la relación entre la innovación y estos factores, lograron identificar que las PyMEs se enfocan en el pensamiento innovador, que hace referencia al trabajo conjunto y armónico de toda la gestión organizativa de la empresa, alineando procesos administrativos para generar planes de acción que respondan al entorno y encaminen estrategias hacia la innovación (Luna, 2023).

Nolazco (2020), indica que al examinar la relación entre inversión en innovación y las exportaciones realizadas por las empresas peruanas, encontró que el aumento de la productividad y las exportaciones se deben a la inversión realizada en I + D, del tipo llamado innovación por exportaciones, al referirse a que el mismo mercado de consumo exterior intensifica las actividades de innovación sobre la marcha a la empresa para generar nuevos productos o promover mejores procesos (innovación en producto y en procesos), así mismo señala que cuando una empresa logra internacionalizarse requerirá mejoramientos importantes en su productividad, para poder competir exitosamente. También señala la importancia para la innovación de contar con personal calificado y acceso a fuentes de financiamiento privada.

Calvache et al. (2019), menciona en su estudio que el sector manufacturero ecuatoriano tiene una baja diversificación en mercados internacionales, las exportaciones que se han realizado han sido en un 94 % a destinos con los cuales se tienen acuerdos de libre comercio, es decir, para bienes que ingresan con preferencia arancelaria, estas empresas que destinan sus esfuerzos a los mercados en donde se puede competir en costo al tener un tratado comercial han innovado en producto, determinado por un nuevo o mejorado bien, innovación en proceso, innovación organizacional e innovación en comercialización, estos factores identificados en las empresas manufactureras les ha permitido mantenerse en los mercados internacionales.

Díaz et al. (2019), indica que la innovación ha favorecido a las empresas ecuatorianas para que tengan mayor competitividad en mercados internacionales, sin embargo, la cantidad de empresas que así lo han hecho, son pocas, estas empresas se encuentran dentro de rankings de innovación y han conseguido resultados financieros llamativos para futuros inversionistas por sus esfuerzos en innovación mediante presupuestos anuales en I + D. Las exportaciones han permitido a muchas empresas ecuatorianas mantenerse al margen del mercado, lo han hecho gracias a las exportaciones tradicionales o en mercados que han requerido materia prima sin valor agregado, las exportaciones juegan un rol fundamental dentro de la economía ecuatoriana.

Dressler (2023), en su estudio sobre el vino sostenible alemán, considerado un producto tradicional y no innovador menciona que ha presentado desafíos para su comercialización en mercados internacionales al estar arraigado a su historia como un producto de consumo local sin valor agregado, la falta de comercialización en etapa temprana ha puesto a sus competidores por encima de su producto dificultando su venta. La innovación en comercialización que se pretende aplicar a este mercado es fomentar el consumo de este vino entre las generaciones de adultos más jóvenes, así con el pasar de los años estos nuevos consumidores que fueron captadas como un nicho de mercado, sean las próximas generaciones en la demanda de este vino a la que los catadores e importadores deben apuntar.

Guei (2022), realiza un análisis sobre la innovación y la estructura del mercado en el desempeño comercial, para clasificar las industrias el autor adopta un método de clasificación bidireccional en el que se agrupan en función de la rentabilidad de la innovación y del grado de concentración del mercado, la metodología del autor menciona la importancia del tamaño del mercado de importación como de exportación, los análisis econométricos muestran el papel crucial de la innovación en la mejora de los resultados comerciales, a nivel agregado refuerza su papel en el crecimiento de las exportaciones. Aunque la innovación influye en el comercio, las diversas medidas de bloqueo y las restricciones en diferentes sectores han llevado a los países a reexaminar sus políticas de innovación.

Escandon y Salas (2023), en su estudio sobre PyMEs en Colombia y Vietnam explican las limitaciones que tiene la informalidad en países en desarrollo para generar componentes de innovación para acceder a mercados de exportación, la que más predomina es la innovación organizacional, en el caso de Colombia puede estar asociado con el apoyo informal de empresarios que tienen llevado a cabo primeros procesos de internacionalización, lo que amplifica el aprendizaje interno y el desempeño exportador de la organización y en Vietnam se asocia a redes de amigos y círculos empresariales con los que el emprendedor comienza a interactuar para obtener información sobre los mercados internacionales.

Pilamunga y Guevara (2020), en su análisis acerca de los determinantes de innovación en Ecuador, verificaron a través de análisis descriptivo que el país no ha tenido un posicionamiento favorable en comparación al mundo en actividades de innovación, las que han existido en las empresas se debe a la adopción de innovación que ha sido promovida por grupos empresariales, innovación organizacional y cooperación con clientes y proveedores que permite la promoción de canales de intercambio de recursos tangibles e intangibles dando como resultado la mencionada adopción de innovación. Así mismo los autores mencionan la importancia de contar con personal altamente cualificado, debido a que la experiencia y aprendizaje de estos puede ayudar a promover innovación adquirida en otras empresas donde se encontraban laborando antes. Los autores mencionan en este caso que la presión del mercado internacional y el intercambio de tecnologías y conocimientos que se producen con las exportaciones no promueven el comportamiento innovador en las empresas.

En el estudio realizado por Li et al. (2023), acerca de los subsidios en China como fomento a la innovación en exportaciones para empresas manufactureras, mencionan que existe a nivel general un importante desplazamiento de la innovación en exportaciones, significativamente mayor en empresas pequeñas, sin embargo, también se demostró que la inversión independiente de este subsidio no lo aporta directamente, es decir, cuando las empresas tienen libertad de implementar este fomento en cualquier actividad de innovación, no se ve directamente reflejado en las exportaciones que estas realizan, cuando existe una inversión fija en la aplicación del subsidio está positivamente correlacionada con la escala empresarial.

Cuenca y González (2019), identifican las practicas de gestión organizacional que involucra al capital intelectual como factor primordial para la concepción de innovación al mantener criterios de capacitación y aprendizaje interno, que ha permitido mantener o mejorar los procesos, debido a que el nuevo personal aporta nuevos conocimientos para el manejo de maquinaria o de gestión de procesos, en la industria camaronera objeto de análisis de estudio, no ha sido importante generar innovación en producto, el mercado de destino ha requerido un bien tradicional, sin embargo la innovación en organización ha permitido entablar vínculos de confianza con los proveedores para afianzar la cantidad de producto requerida.

Gómez y Borrastero (2018), mencionan que en las PyMEs existen diversas barreras o limitaciones respecto a acceso a insumos o tecnologías empleadas, existe una alta tasa de informalidad y precariedad laboral que afectan directamente la productividad en sus organizaciones, en este tipo de empresas la intensidad laboral suele ser reflejada en escalas mínimas con bajo valor agregado y ocupación laboral de baja productividad. Las autoras argumentan que las actividades de innovación solo se realizan en empresas grandes que cuentan con un departamento establecido de I + D, siguen protocolos estrictos para cumplir con los mercados internacionales, así como las certificaciones ambientales y de procesos o producto que exijan los importadores, las PyMEs carecen de profesionalización en actividades o esfuerzos en innovación.

Morón y Serra (2010), explican que en la década de los 90, la política comercial peruana pasó por un importante giro definido por un nuevo pensamiento político de apertura al mundo, este proceso ha permitido a las empresas nacionales dedicadas a la exportación mantener un dinamismo positivo, especialmente en el sector textil y de confecciones, en donde el 90 % de su producción se destina a mercados internacionales, más del 66 % del total exportado corresponde a empresas que envían más de 10 productos a más de 4 mercados distintos. Con el nuevo pensamiento político el proceso de apertura comercial fue mayor por el lado extensivo que por el intensivo, es decir, hubo mayor creación de empresas que empresas invirtiendo en tecnología, ampliando su cartera de productos o exportando a nuevos mercados, sin embargo, hasta antes de los 2000, 200 empresas entraban al mercado por año, de las cuales apenas el 10 % lograban mantenerse, Los autores definen las actividades que permitieron a las empresas introducir un nuevo producto de exportación en un nuevo mercado internacional, los cuales fueron; invertir en tecnología a través de la importación de bienes de capital, contar con experiencia propia y ajena y contar con una empresa grande.

Tello (2017), menciona que la institución pública peruana encargada de la formulación de políticas institucionales en temas de ciencia, tecnología e innovación no ha tenido una articulación favorable y el destino de los fondos se han dirigido a promover actividades de innovación en empresas del sector primario y manufacturero sin una clara estrategia de innovación que haya sido diseñada previamente, sin embargo, existe evidencia solida de las actividades de innovación para mejorar la productividad en empresas del sector manufacturero y de servicios de Perú. El autor demostró que el tamaño de las empresas justifica directamente la decisión de invertir en ciencia, tecnología e innovación. En algunos casos las empresas dedicadas al sector manufacturero y de servicios con enfoque en un mercado doméstico fueron más propensas a la elaboración de bienes y servicios con alta innovación tecnológica y no tecnológica que las empresas con mercado internacional y de capital extranjero.

Lamberdi y Mora (2014), realizan estimaciones interesantes con respecto a las actividades de innovación en las empresas colombianas, las decisiones de las empresas para invertir en innovación en producto y en procesos están altamente correlacionadas, la probabilidad de que las microempresas inviertan en innovación de productos y de procesos aumenta en menos de un 1 %, cuando son empresas medianas o grandes puede llegar hasta un 8 %. Los autores plantearon la hipótesis de que las actividades de innovaciones en productos y en procesos se podían realizar sin considerar el tamaño de la empresa, fue rechazada la hipótesis. Se plantea también la probabilidad de que las organizaciones inviertan en innovación de productos y de procesos, existe un incremento del 2 % cuando el capital extranjero es superior al 50 %. Existe un efecto positivo en temas de transferencia tecnológica cuando el capital es extranjero.

Para Álvarez y García (2010), las pruebas encontradas en su estudio demuestran un panorama similar entre diversas economías, las empresas más productivas son capaces de exportar, también influye el tamaño, el gasto en licencias y la calidad de la mano de obra. Esto no está directamente relacionado con las exigencias de los mercados de exportación, se hace una mención al esfuerzo en innovación por la necesidad de competir exitosamente por la incorporación de nuevas empresas a los mercados internacionales, los resultados de los autores revelaron que el tamaño de las empresas y su experiencia previa exportando son más importantes que las actividades de innovación para incrementar la probabilidad de exportar.

Freire (2022), en su estudio sobre la industria metalmecánica de la provincia del Guayas y las exportaciones realizadas a la Comunidad Andina a través del fomento de la innovación, menciona que este grupo empresarial requiere una mayor intensidad en innovación, debido a que el mercado internacional presenta una exigencia superior a la requerida en un consumo local, es necesario que las empresas destinen recursos para mantener una constante innovación en producto y procesos, entregar un bien exportado que demuestre valor agregado para diferenciarlo de la competencia internacional, es importante también contar con personal calificado que aporte a la intensidad tecnológica que se requerirá para cubrir cuotas de mercado.

Doloreux y Lachance (2023), en su estudio sobre los efectos de las actividades de innovación en las exportaciones de vino en Canadá, explican que la innovación interna determinada por I + D tiene un impacto positivo sobre las exportaciones, no solo en la creación de nuevos productos o mejorar los existentes, sino también en el desarrollo y mejora de las capacidades técnicas de producción para comercializarlos en nuevos mercados internacionales. Los autores mencionan que las actividades de I +D permiten ser más competitivas en mercados extranjeros, así mismo, constituye la base para la transferencia de dominio, los productores aplicarán los conocimientos adquiridos en el resto de sus viñedos.

Jusufo (2023), en su estudio sobre innovación y desempeño financiero en entornos globales para empresas exportadores en Kosovo menciona que estas organizaciones están orientadas a mejorar procesos, procedimientos y actividades en temas de abastecimiento y sistemas de comunicación interna y externa. Cuando existe un problema con la innovación organizacional tienden a realizar un cambio de responsabilidades en función del rendimiento obtenido. También resalta los esfuerzos en innovación en producto para aumentar su calidad para cumplir con las nuevas especificaciones técnicas y funcionales requeridas por los nuevos consumidores. La innovación en marketing se centra en mejorar el diseño del producto, su distribución y canales de entrega.

Navas et al. (2023), señala la importancia de la innovación y la tecnología como punto de partida fundamental para los entornos empresariales en el que tienen papel de competidor las PyMEs al ofrecer productos únicos, atractivos, diferenciados y con un alto valor agregado que permite mantener o aumentar el posicionamiento de los productos ecuatorianos en el mercado internacional. La oferta exportable ecuatoriana se enfrenta a constantes desafíos, incluyendo la notoria competencia con productos de otros países, inclusive de la misma región y se debe sumar la ideología de que ciertos países son líderes en fabricación de productos para determinado sector.

Horta et al. (2020), en su investigación acerca de las compañías de la industria manufacturera en Uruguay, de la recolección de datos de su instrumento de medición, determinó que para aumentar la probabilidad de exportar son factores primordiales, las actividades de innovación relacionadas con investigación y desarrollo interno, la innovación en comercialización y los análisis de mercado realizados con el propósito de innovar y el apoyo del gobierno para promover actividades de innovación, estos componentes permitió al sector industrial mejorar su posición en mercados internacionales, produciendo nuevos bienes que cumplen los requisitos del mercado de introducción, así como haciendo llamativa su oferta exportable.

Cassiman et al. (2010), explican que cuando una empresa innovadora se encuentra en el mercado internacional tiende a mejorar la calidad de sus productos y disminuir costos de producción, esto debido a que cada país cuenta con sus reglas internas mínimas de aceptación de producto, es decir, no cualquier producto puede ser aceptado en el mercado de importación, por tal motivo, cuando se introduce un producto en un nuevo mercado, se debe conocer los requisitos de ingreso para ello, lo que se traduce para la organización en mayores beneficios a través de la comercialización con el mercado exterior y mejores productos para el mercado interno.

En el estudio realizado por Aillón (2017), indica que las empresas que se deciden por actividades de innovación lo hacen por la influencia y empuje que ejerce la demanda del mercado internacional, los requisitos o reglas de un país de importación, serán diferentes a las del mercado de exportación, inclusive con otros mercados con grandes similitudes, como la Unión Europea o países andinos, reglamentaran sus requisitos en bloque, pero las particularidades de las mismas exportaciones determinan la capacidad de las organizaciones para innovar, lo que conlleva a un proceso de innovación sobre la marcha, a medida que se ingresa a un nuevo mercado, será necesario generar nuevos productos, servicios o procesos para cumplir con los estándares necesarios.

Para Ballesteros y Barriga (2019), es imperativo que las exportaciones vayan más allá de la innovación de bienes, deben acarrear innovación en servicios y procedimientos, debido a que son beneficiosas para el país porque afectan la balanza de pagos. Sin embargo, nos recuerdan que no todas las innovaciones son idénticas. Los resultados muestran que la innovación en bienes está más fuertemente asociada con la propensión a exportar que la innovación en procesos o en servicios. Las autoras insisten en que los gobiernos deberían enfocar sus esfuerzos en promover prácticas de innovación de producto en los sectores productivos del país, enfatizan en que las PyMEs innovadoras tienen más probabilidades de exportar que las que no lo hacen.

Para Polo et al. (2018), las actividades de innovación tecnológica sobre productos, es decir, fuera de las convencionales, serán de mayor valor para la organización, en específico innovación en producto para empresas grandes y hablar de innovación en procesos para PyMEs son los principales impactos que permite a las empresas de alimentos y bebidas de Colombia vender sus bienes en el extranjero. Los resultados obtenidos por los autores corresponden a lo esperado para el sector alimentos y bebidas que se caracterizan por contar con innovación incremental de base tecnológica para el caso de PyMEs, la innovación tecnológica aporta de manera positiva a las posibilidades de que una industria exporte.

Calle et al. (2021), expresan la necesidad inmediata y urgente que tienen las PyMEs para dejar de lado y transformar los procesos tradicionales internos en gestiones innovadoras, cambiar la estructura rígida en una flexible y adaptable, aprovechando las oportunidades que el mismo mercado les da en conocimiento y crecimiento (innovación de procesos e innovación de producto), a través de aprovechar el conocimiento interno, cambiar la cultura organizacional permitiendo aprovechar las oportunidades que se presentan para la industria, estas deben ser exploradas y explotadas, porque pueden ser elevadas a su máximo potencial, es importante mantener innovación abierta para el desempeño de las PyMEs.

Hidalgo (2017), menciona que las PyMEs son eslabones productivos importantes dentro de la economía de cualquier país. En el caso de Ecuador, estas empresas aportan en la generación de empleo, disminuyendo la falta de plazas de trabajo que acontece en el país. Este motivo ha obligado a las PyMEs a crear estrategias para no desaparecer del mercado interno. Las PyMEs que generan estrategias de innovación facilitan la administración de sus recursos, lo cual provoca impactos positivos en el aumento en las ventas, reducción de costos de fabricación de los productos y el aprovechamiento de su capacidad productiva. En Ecuador se intenta mantener la constitución de PyMEs a largo plazo.

Pérez (2020), explica que, debido a la rigurosa exigencia de los mercados a nivel internacional, las PyMEs no logran exportar, estas cuentan con una capacidad productiva limitada con la cual difícilmente presentan una oferta llamativa como para cubrir el cupo del mercado de destino, sin embargo, aquellas empresas que han innovado en cultura organizacional aplican el concepto de actividad asociativa como una propuesta llamativa para las PyMEs que tienen el potencial para

exportar, pero no la capacidad suficiente, esto les brinda un aporte competitivo frente a los grandes desafíos de los mercados internacionales al aportar con su capacidad productiva entre varias PyMEs logran cubrir el cupo requerido por el mercado de destino.

La innovación en cultura organizacional permitió a los micro y pequeños productores de papa criolla del municipio de Sobache, Colombia, generar asociatividad en la cadena de abastecimiento, ocasionando que puedan comercializar su producto directamente en los mercados más exigentes, posiblemente con potencial de exportación, aportando económicamente a cada familia participe de la asociación. Esta asociatividad se manejó en gremio con una representación que formalizó a los pequeños productores, estableció un centro de abasto que permitiera recolectar el producto geográficamente ubicado para facilidad del municipio y fijo un precio indistintamente de la producción aportada por los pequeños comerciantes del tubérculo (Vargas, 2019).

Carvache et al. (2022), indica en su investigación que la tecnología y la gestión son factores importantes que desarrollan innovación de las PyMEs exportadoras, la tecnología incrementa el conocimiento en la empresa para la elaboración de productos al implementar políticas de investigación y desarrollo, y la gestión en estas empresas está orientada al mejoramiento de los recursos, a través de la gestión de los recursos humanos, es decir, cambiar sus capacidades internas para obtener innovación en procesos, lo que se traduce en organizaciones con políticas internas adaptables al cambio, con respuestas rápidas que permiten dar una solución inmediata a las necesidades del mercado, con personal comprometido con las actividades que se realizan a diario.

Metodología

Para responder al objetivo principal del presente trabajo de investigación sobre la existencia de innovación de producto en las empresas de sector alimentos en Quito – Ecuador desde el análisis de oferta exportable, los estudios y la metodología más utilizada en la literatura que abordan este efecto es el tipo de investigación no experimental longitudinal al referirse al análisis de la variable de interés que inciden o influyen sobre una variable de resultado en un determinado intervalo temporal o su estudio de la evolución o cambio de esta, que permitirá dentro del trabajo investigativo hacer inferencias respecto al cambio de la variable dentro del periodo de análisis (Delgado y Llorca, 2004; Sampieri et al., 2014).

Se tiene un paradigma positivista en la realización del trabajo de estudio, la principal técnica de investigación cuantitativa para el desarrollo académico es la recolección, clasificación y análisis de datos de fuentes primarias de organismos públicos de Ecuador que están relacionados a las empresas objeto de análisis al mantener un control sobre ellas y que deben presentar reportes periódicos. Primero, se realizó un análisis descriptivo de las empresas para conocer el giro de negocio que conlleva el sector alimentos y hallar posibles inconsistencias que pudieran sesgar la investigación. Estas inconsistencias se trataron objetivamente y fueron eliminadas al no ser relevantes para el estudio (Calvache et al., 2019).

En segunda instancia, una vez obtenido los datos balanceados correctamente, mencionado en párrafos anteriores, no se trabaja con ciertos bienes, se analizaron las subpartidas arancelarias de exportación de las empresas de alimentos y su evolución en los últimos 5 periodos (2019 al 2023). Se utilizó base de datos de instituciones públicas como la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (Supercias), al ser el organismo que vigila y controla las compañías y el Banco Central del Ecuador, institución que, entre varias funciones, se encarga de generar estadísticas de balanza comercial, principalmente de la cuenta de exportaciones.

La Comunidad Andina (CAN, 2000), mediante decisión 488 establece el programa estadístico comunitario y define los preceptos básicos para elaborar las estadísticas intracomunitarias de las PyMEs. El artículo 3 de la Decisión 702 del mismo organismo, establece los umbrales de personal ocupado y de valor bruto de las ventas anuales. La norma establece que prevalecerá el valor bruto de las ventas anuales sobre el personal ocupado y las ventas será el margen comercial para las empresas comerciales, de acuerdo con la tabla 1.

Tabla 1. Clasificación de PyMEs de acuerdo con la CAN.

Componentes	Estrato I	Estrato II	Estrato III	Estrato IV
Personal Ocupado	1-9	10-49	50-99	100-199
Valor Bruto de Ventas Anuales	≤ 100.000	100.000-1.000.000	1.000.001-2.000.000	2.000.001-5.000.000

Fuente: Elaborado por los autores.

La Supercias (2010), dentro de sus atribuciones y funciones acoge la norma intracomunitaria dispuesta por la CAN y elabora la clasificación para las empresas a nivel nacional descrita en la tabla 2, en donde los valores económicos se expresan en moneda nacional (USD), al igual que la clasificación anterior, el valor bruto de ventas anuales y el monto de activos prevalecerá sobre el personal ocupado.

Tabla 2. Clasificación de las empresas de acuerdo con su tamaño.

Componentes	Micro empresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Grandes empresas
Personal Ocupado	1-9	10-49	50-199	≥ 200
Valor Bruto de Ventas Anuales	≤ 100.000	100.001-1.000.000	1.000.001-5.000.000	> 5.000.000
Monto de activos	100.000	750.000	3.999.999	≥ 4.000.000

Fuente: Elaborado por los autores.

Para la clasificación y selección de datos de las empresas del sector alimentos se utilizó la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), para aquellas con domicilio fiscal en la ciudad de Quito, descritas en la tabla 3, es importante señalar que, dentro del proceso de depuración de datos, no se tomó en cuenta las industrias que no ofrecen un valor agregado, principio básico de innovación, descrito en la literatura del presente artículo, como, cultivo de frutas, legumbres, verduras y hortalizas, producción de leche cruda, cría y reproducción de ganado, entre otros.

Tabla 3. Empresas de acuerdo con su CIIU para el estudio.

Empresas afines al sector alimentos					
C1010.22	C1050.09	C1073.21	C1104.01	G4630.91	G4721.09
C1030.11	C1061.11	C1074.01	G4620.11	G4630.92	G4722.01
C1030.12	C1061.21	C1075.01	G4620.12	G4630.93	
C1030.14	C1061.22	C1075.09	G4630.11	G4630.94	
C1030.15	C1062.04	C1079.11	G4630.12	G4630.99	
C1030.16	C1071.01	C1079.13	G4630.14	G4721.01	
C1030.17	C1071.02	C1079.21	G4630.21	G4721.02	
C1030.23	C1071.09	C1079.29	G4630.23	G4721.04	
C1050.01	C1073.11	C1079.31	G4630.31	G4721.05	
C1050.05	C1073.12	C1079.94	G4630.33	G4721.06	

Fuente: Elaborado por los autores.

A través de la identificación de los CIIU que abordan la industria alimentaria para el presente estudio se menciona algunos como la fabricación, conservación, molienda, procesamiento, venta al por mayor y venta al por menor de productos alimenticios, entre otros. El presente estudio no aborda la elaboración de bebidas no alcohólicas, bebidas alcohólicas y tabaco. Se logró identificar 225 PyMEs que tienen domicilio fiscal en la ciudad de Quito, debido a la cantidad de PyMes en el presente trabajo de investigación se trabajará con la población y no con la muestra.

Una vez identificada la población objetivo de estudio se procederá a validar la información existente para cada una de ellas en portales de organizaciones públicas con respecto a las exportaciones realizadas dentro de los últimos 5 años, teniendo en consideración lo mencionado con respecto a innovación de producto, se considerará innovadoras aquellas empresas que hayan exportado un nuevo producto y/o ingresado a un nuevo mercado en el periodo de análisis.

Resultados

A continuación, en la tabla 4 se detalla la cantidad de empresas que cuentan con registros de exportación y los datos de innovación al ofrecer un nuevo producto o introducir uno en un nuevo país, que, para su ingreso a un nuevo mercado, de acuerdo a la literatura de este trabajo, al cambiar el etiquetado, embalaje, presentación, entre otros, los exportadores están elaborando un nuevo bien que debe cumplir la legislación del mercado de destino y su estudio en el periodo de análisis comprendido entre 2019 – 2023.

Tabla 4. PyMEs de alimentos de la ciudad de Quito.

		Pequeña	Mediana
Exporta	Innova	5.78 %	6.67 %
	No innova	4.89 %	3.56 %
	Exporta otro bien	1.33 %	1.33 %
No exporta		51.11 %	25.33 %
Total		63.11 %	36.89 %

Fuente: Elaborado por los autores.

En el Distrito Metropolitano de Quito, existen 225 empresas pequeñas y medianas dedicadas a la elaboración de productos relacionados con la industria de alimentos, de las cuales el 63 % corresponde a empresas pequeñas y aproximadamente el 37 % a empresas medianas, del análisis realizado respecto al estudio de las subpartidas arancelarias comprendido entre el 2019 y el 2023 se identificó que, apenas el 5.78 %, es decir 13 pequeñas empresas, lograron exportar y realizaron innovación de producto.

Al realizar el mismo análisis con las empresas medianas, se distingue que, el 6.67 % correspondiente a 15 empresas cumplieron un proceso de exportación de bienes y han realizado innovación para el periodo de estudio.

Al hablar sobre el sector PyMEs, equivalente al 12.45 % de organizaciones que, realizaron exportaciones e innovaron en producto, se puede identificar los principales cambios en las descripciones de las subpartidas exportadas, dentro de las principales innovaciones se tiene, harina y almidón a preparaciones para sopas, potajes y caldos, de productos en grano y harinas cambiaron a preparaciones alimenticias a base de cereales, de cacao en grano, pasta de cacao, grasa y aceite de cacao a chocolates rellenos y sin rellenar, galletas dulces, barquillos, obleas y frutas secas y en cascara, de fruta fresca a jugo de frutas.

También se identifica la exportación de un nuevo bien que no guardan una relación directa con el producto inicialmente exportado, como el caso de polvos para preparaciones de budines a comercializar extractos y esencias, de granos a queso fresco. El caso más importante de innovación que realiza una PyME en el presente estudio es la exportación inicial de barras y bloques de chocolate relleno y sin rellenar a comercializar vitamina C y sus derivados, las demás vitaminas y sus derivados.

Al sumar valores porcentuales entre pequeñas y medianas empresas, se determina que el 8.45 % correspondiente a 19 empresas, exportaron bienes dentro del periodo comprendido, sin embargo, no realizaron actividades de innovación, es decir, se identificó que exportaron los mismos productos comprendidos en las subpartidas entre el 2019 y 2023.

El 2.67 % de PyMEs, es decir, 6 organizaciones realizaron actividades de exportación de algún otro tipo de bien, como, papel y cartón, tuberías, abono, rosas y muestras sin valor comercial, es decir exportación de bienes diferentes a las requeridas para el análisis del presente estudio.

El 76.44 % de PyMEs registradas en la capital de Ecuador, Quito, no realizaron actividades de exportación dentro del periodo comprendido entre el 2019 y el 2023, del cual el 51.33 % corresponde a pequeñas empresas y el 36.89 % se identifica a medianas empresas.

Discusión

Los resultados expuestos revelan una tendencia para las PyMEs dedicadas a la industria de alimentos, en cuanto a sus actividades de innovación sobre la exportación de bienes es menor. Esto lo señala Polo et al. (2018), la innovación de base tecnológica es influencia directa sobre las posibilidades de exportación de las empresas, como componente principal la innovación en producto tiene un mayor impacto en las exportaciones de empresas grandes, mientras que la innovación en procesos es más relevante en las PyMEs.

De manera similar, los hallazgos corresponden a lo mencionado por Nolazco (2020), en las actividades de innovación, productividad y conducta exportadora al caracterizar la innovación de producto como principal componente de las exportaciones realizadas por las compañías que presentan una mayor productividad en sus operaciones, mencionando nuevos productos o servicios significativamente mejorados.

De acuerdo con Calvache et al. (2019), las empresas manufactureras medianas no alcanzaron la puntuación mínima para el índice de desempeño exportador identificado en su estudio, es decir, existe un bajo desempeño en las exportaciones a través de innovación, específicamente en el desarrollo de un bienes nuevos y bienes mejorados, la tendencia de innovación para empresas medianas es por procesos según los resultados del autor.

Horta et al. (2020), demostró en su estudio que existe mayor probabilidad de exportar cuando en las empresas las características de innovación son más relevantes en comercialización, investigación y desarrollo interno, estudios de mercado, apoyo del estado con financiamiento para actividades de innovación y presencia de inversión extranjera directa. Estos componentes resultaron más significativos sobre las innovaciones en producto o procesos para que una empresa exporte, sin embargo, explica que es fundamental partir de este punto ya que existe la evidencia empírica sobre estos dos tipos de innovación y su importancia significativa para explicar el desempeño exportador de las empresas, por sobre el resto de los conceptos de innovación, como organización y comercialización.

Díaz et al. (2019), determinó que la innovación es un factor clave para la competitividad del Ecuador en el mercado internacional, sin embargo, menciona que aún falta mucho trabajo por parte del sector público y privado para conseguir un mayor índice de innovación en el país. Para el autor las empresas que destinan un presupuesto en investigación y desarrollo y han invertido en innovación de producto con nuevos bienes han logrado resultados favorables.

Pilamunga y Guevara (2020), en su estudio mencionan que Ecuador no ha tenido una posición favorable en comparación con el mundo en términos de innovación, debido a que los logros obtenidos por las empresas se deben a una mejora significativa, pero no a la innovación de nuevos productos o procesos, así como también identifica los factores que han aportado al desarrollo de la industria ecuatoriana como innovación organizacional, cooperación con clientes y proveedores. Explica que las empresas tienden a innovar hasta alcanzar un nivel de ventas, conformarse y mantenerse en ese rango para ser menos innovadoras cada vez.

Conclusión

La evidencia encontrada en el presente estudio hace hincapié para considerar distintas alternativas de intervención por parte del sector público con el fin de promover mecanismos de innovación para el sector privado. Los estudios previos han demostrado que las PyMEs son las mayores generadoras de ingresos y fuentes de empleo para todos los países, la literatura afirma la baja innovación generada en las PyMEs y el presente estudio demuestra la poca existencia de innovación de producto que tienen estas organizaciones del sector alimenticio en Quito.

La generación de políticas públicas debe tener un enfoque diferencial y puntual según el tamaño de la organización empresarial, como lo mencionado anteriormente, las PyMEs han generado innovación en procesos y las grandes empresas tienden a hacer en producto, todas las actividades desarrolladas tanto por el sector público y privado se deben entender y traducir a un mejor nivel de vida para las personas y las empresas del país.

El sector alimenticio de Quito está caracterizado por MiPyMEs, evidenciando su notable contribución en la generación de empleo, ingresos y producción de bienes. Este grupo económico es sensible y vulnerable frente a la competencia del mercado internacional, es decir, la supervivencia de ellas depende de la mejora en productividad e innovación que deben tener constantemente.

Se sugiere la continuación del estudio en aquellas empresas que no han exportado, es decir, las empresas que cuentan con enfoque en el mercado nacional, con el fin de identificar el tipo de innovación que están construyendo, es decir, de aquellas a las cuales no se pudo tener registro utilizando la metodología del análisis de subpartidas arancelarias dentro del periodo. Es importante para que el sector público active mecanismos para incentivar la innovación como financiamiento, capacitaciones, clúster, atracción de IED, entre otros, que permita a estas empresas mantenerse al margen de las tendencias del mercado nacional, regional e internacional.

Referencias

- Aillón, N. (2017). *Determinantes de la innovación y su efecto en el desempeño económico de las empresas ecuatorianas*. Flacso Andes. <http://hdl.handle.net/10469/11994>
- Álvarez, R., y García, A. (2010). Productividad, innovación y exportaciones en la industria manufacturera chilena. *El Trimestre Económico*, 77 (305), 155-184. <https://doi.org/10.20430/ete.v77i305.438>
- Bergman, M., y Coxon, A. (2005). La calidad en métodos cualitativos. *Forum Qualitative Sozialforschung Social Research*. 6(2). <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/457/976>
- Calle, M., Cobos, S., González, M., y Reino J. (2021). Propuesta de un modelo de innovación abierta a un sector de las Pymes de la ciudad de Cuenca-Ecuador. *UDA AKADEM*, 8, 342-373. <https://doi.org/10.33324/udaakadem.vi8.447>
- Calvache, A., Lucero, D., y Paredes, M. (2019). Innovación y su influencia en el desempeño exportador: Caso Ecuador. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 6(2), 59-73. <https://doi.org/10.46677/compendium.v6i2>
- Carranco, R. (2017). La aportación de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en la economía ecuatoriana. *Revista Ciencia Administrativa*, 2. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/14CA201702.pdf>
- Carvache, O., Carvache, M., Gutiérrez, G., y Carvache, W. (2022). Incidencia de la tecnología y gestión en la innovación de las pymes exportadoras ecuatorianas. *Revista De Ciencias Sociales*, 28(2), 246-255. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i2.37936>
- Cassiman, B., Golovko, E., y Martínez, E. (2010). Innovation, Exports and Productivity. *International Journal of Industrial Organization*, 28(4), 372-376. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2010.03.005>
- Comisión de la Comunidad Andina. (2000). *Decisión 488 de 2000*. Programa estadístico comunitario.
- Delgado, M., y Llorca, J. (2004). Estudios longitudinales: concepto y particularidades. *Revista Española de Salud Pública*, 78(2), 141-148. https://www.sanidad.gob.es/ca/biblioPublic/publicaciones/recursos_propios/resp/revista_cdrom/vol78/vol78_2/RS782C_141.pdf

- Díaz, J., Zamora, M., y Mora, N. (2019). La innovación como factor de competitividad de los productos ecuatorianos periodo 2012-2017. *Revista Investigación y Negocios*, 12(19), 7-17. <https://www.ingcomercial.edu.bo/revistainvestigacionynegocios/index.php/revista/article/view/52>
- Doloreux, D., y Lachance, J. (2023). Les effets des activités d'innovation sur l'exportation: une analyse de l'industrie du vin au Canada. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 26(4), 169-186. <https://doi.org/10.7202/1092164ar>
- Dressler, M. (2023). Destination-Centric Wine Exports: Offering Design Concepts and Sustainability. *Beverages*, 9(3). <https://doi.org/10.3390/beverages9030055>
- Ekos. (2016). Especial Pymes 2016, *EKOS*, 269.
- Escandon, D., y Salas, J. (2023). The role of informal institutions in the relationship between innovation and organisational learning in export performance: A bidirectional relation? *Asia Pacific Management Review*, 28(2), 81-252. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.08.001>
- Esquivel, I. (2019). Factores críticos de éxito en el comercio digital de las PYMES exportadoras costarricenses. *Tec Empresarial*. 13(1), 19-34. <https://doi.org/10.18845/te.v13i1.4293>
- Freire, F. (2022). La gestión en innovación y las exportaciones de la industria metalmeccánica en Ecuador: una propuesta de mejora de valor agregado. *Teoría y Praxis*, 1(1), 49-65. <https://doi.org/10.5377/typ.v1i35.14284>
- Frohmann, A., Mulder, N., Olmos, X., y Urmeneta, R. (2016). Internacionalización de las pymes: innovación para exportar. *Revista Cepal*. <https://hdl.handle.net/11362/40737>
- Gómez, M., y Borrastero, C. (2018). Innovación tecnológica y desigualdad productiva y laboral en las empresas manufactureras argentinas. *Revista Desarrollo Y Sociedad*, 1(81), 211-254. <https://doi.org/10.13043/DYS.81.6>
- Guei, K. (2022). On the role of innovation and market structure on trade performance: is Schumpeter right?. *European Journal of Management and Business Economics, Emerald Group Publishing Limited*, 32(2), 241-256. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-07-2021-0213>
- Hidalgo, Y. (2017). Beneficios de la implantación de estrategias innovadoras en las pymes ecuatorianas, un estudio de revisión. *Revista Digital Tambara* 1(3). <https://tambara.org/volumen-no-1-ano-2017/>
- Horta, R., Silveira, L., y Francia, H. (2020). Innovaciones y exportaciones: una nueva perspectiva de estudio de la industria manufacturera uruguaya. *Estudios Gerenciales*, 36(157), 402-414. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.157.3685>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2014). Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación. <https://acortar.link/5Ahuhw>
- Jusufi, A. (2023). Relationship between innovation and financial performance in the global environment of exporting companies. *Journal of Liberty and International Affairs*, 9(2), 74-88. <https://doi.org/10.47305/JLIA2392089j>

- Lambardi, G., y Mora, J., (2014). Determinantes de la innovación en productos o procesos: el caso colombiano. *Revista de Economía Institucional*, 16(31), 251-262. <https://ssrn.com/abstract=2536421>
- Li, B., Wang, S., Dong, N., Li, J., Li, X., y Yu, H. (2023). Empirical Analysis of Subsidy Industrial Policy's Effect on Export Innovation in the Chinese Manufacturing. *Sage Open*, 13(4). <https://doi.org/10.1177/21582440231204187>
- Luna, S., Mendoza, M., y Jasso, H. (2023). Gestión organizacional e innovación de PYMES en la industria del acero al Noreste de México. *Vinculatégica EFAN*, 9(2), 136–151. <https://doi.org/10.29105/vtga9.2-355>
- Morón, E., y Serra, C. (2010). Tecnología e innovación: sector exportador textil y confecciones peruanas. *Consortio de investigación económica y social CIES*, 4, 185-218. <https://cies.org.pe/investigacion/tecnologia-e-innovacion-sector-exportador-textil-y-confecciones-peruano/>
- Naranjo, F., y Barcia, I., (2021). Efecto económico de la innovación en las PYMES del Ecuador. *Journal of Economic and Social Science Research*, 1(1), 61-73. <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v1/n1/21>
- Navas, W., Checa, B., y Chicaiza, T., (2023). La innovación como factor clave del posicionamiento de productos ecuatorianos en el mercado internacional. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(3), 1114–1123. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i3.1135>
- Nolazco, J. (2020). Efectos entre las actividades de innovación, exportación y productividad: un análisis de las empresas manufactureras peruanas. *Desarrollo y Sociedad*, 85, 67-110. <https://doi.org/10.13043/dys.85.2>
- OCDE. (2005). *The measurement of scientific and technological Activities. Proposed guidelines for Collecting and interpreting technological innovation data*. Oslo manual. European Commission. Eurostat. <https://doi.org/10.1787/19900414>
- Organización Mundial de Comercio WTO. (2016). *Las pymes en el comercio internacional: hechos estilizados*. Organización Mundial de Comercio. https://www.wto.org/spanish/res_s/books_p_s/wtr16-2_s.pdf
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI. (2023). *Global Innovation Index 2023 Innovation in the face of uncertainty*. https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2023/
- Orlandi, P. (2019). *Las Pymes y su rol en el Comercio Internacional*. CEDEX Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador. https://www.palermo.edu/cedex/pdf/pyme_com_internacionall.pdf
- Pérez, F (2020). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad de las PYMES en el Ecuador. *Revista Eruditus*, 1(2), 39–52. <https://doi.org/10.35290/re.v1n2.2020.308>
- Pilamunga, D., y Guevara, G. (2020). Determinantes de la Adopción de Innovación en Ecuador. *Revista Politécnica*, 46(2), 49-62. <https://doi.org/10.33333/rp.vol46n2.05>
- Polo, J., Ramos, J., Arrieta, A., y Ramirez, N. (2018). Impacto de la innovación sobre la conducta exportadora en el sector de alimentos y bebidas de Colombia. *Revista de análisis económico*, 33(1), 89-120. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-88702018000100089>

- Rodríguez, R., y Aviles, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. *Digital Publisher*, 5(1), 191–200. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337>
- Rojo, S., Plummer, A., Laham, S., y Lening, L. (2022). Estructura y dinámica reciente de las mipymes empleadoras. *Serie Investigaciones en Red*, 7. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/10/dt_7_-_estructura_y_dinamica_mipyme.pdf
- Romero, I. (2006). Las Pyme en la economía global. Hacia una estrategia de fomento empresarial, *Revista Latinoamericana de Economía*, 37(146), 31-50. <http://hdl.handle.net/11441/16479>
- Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill Interamericana.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic development*. Harvard University.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2010). Resolución SC.ICI.CPAIFRS.G.11.010 de 2000. Reglamento para la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera “NIIF” completas y de la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES), para las compañías sujetas al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías.
- Tello, M. (2017). Innovación y productividad en las empresas de servicios y manufactureras: el caso del Perú. *Revista Cepal*, 121, 73-92. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/41148-innovacion-productividad-empresas-servicios-manufactureras-caso-peru>
- Vargas, A. (2019). La asociatividad para articular cadenas productivas en Colombia. El caso de los pequeños productores de papa criolla en Subachoque, Cundinamarca. *Cooperativismo y Desarrollo*, 27(2). <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2019.02.10>
- Vázquez, D., y Hernández, M. (2013). Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *Universia Business Review*, 38, 14-31. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43328033001>
- Villalba, C., Mercedes, N., Sánchez, M., y López, S. (2020). Ventanilla única de comercio exterior y el impacto en las pymes exportadoras de cacao en el Santo Domingo de los Tsáchilas–Ecuador. *Conciencia Digital*, 3(4), 73-85. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i4.1.1473>

Autores

Andres Samir Rodríguez Llore. Licenciado en comercio exterior y negociación internacional.

Walter Darío Esquivel. Docente de la Maestría en Administración de Empresas con mención en Dirección y Gestión de Proyectos de la Universidad Católica de Cuenca.

Juan Bautista Solís-Muñoz. Docente de la Maestría en Administración de Empresas con mención en Dirección y Gestión de Proyectos de la Universidad Católica de Cuenca.

Declaración

Conflicto de interés

No tenemos ningún conflicto de interés que declarar.

Financiamiento

Sin ayuda financiera de partes ajenas a este artículo.

Notas

El artículo es original y no ha sido publicado previamente.