



DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v7i1.544>

Micro Empresas en la Gestión de Innovación

Micro Companies in Innovation Management

Microempresas em Gestão da Inovação

Martha Lorena Figueroa-Soledispa ¹
marha.figueroa@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-5479-0333>

Jenny Elizabeth Parrales-Reyes ²
Jenny.parrales@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-6648-0858>

Diana katuska Peña-Ponce ³
diana.pena@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6324-5222>

Correspondencia: marha.figueroa@unesum.edu.ec

* **Recepción:** 30/11/2021 * **Aceptación:** 18/12/ 2021 * **Publicación:** 20/01/2022

1. Magister en Docencia Mención Gestión en Desarrollo Del Currículo, Magister en Administración de Empresas, Diplomado en Autoevaluación y Acreditación Universitaria, Ingeniero Comercial, Docente de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, UNESUM, Jipijapa, Ecuador.
2. Magister en Docencia Universitaria e Investigación Educativa, Doctora en Administración, Diplomado en Autoevaluación y Acreditación Universitaria, Profesor de Segunda Enseñanza Especialización Comercio y Administración, Ingeniero Comercial, Docente de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, UNESUM, Jipijapa, Ecuador.
3. Diploma Superior en Liderazgo Educativo, Doctor En Ciencias Económicas, Master en Gestión Ambiental, Economista, Docente de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, UNESUM, Jipijapa, Ecuador.



Resumen

El trabajo se inicia estableciendo cual es la definición del tema y situación a tratar con relación a la gestión de la innovación en las microempresas. Seguidamente se establece porque es necesario e importante el desarrollo del estudio a través de la justificación, estableciendo seguidamente los objetivos. En un mundo caracterizado por el fenómeno de la globalización y adelantos tecnológicos, factores que conducen a que los mercados sean más dinámicos y competitivos y que las empresas desarrollen estrategias tendientes a gestionar sus servicios, productos y procesos a través de la innovación. Estas deben ser competitivas y sostenibles en el tiempo. Teniendo en cuenta anterior, se desarrolla el siguiente estudio, el cual tiene como objetivo identificar la gestión de la innovación en las microempresas. A través del mismo, se sistematizaron las diferentes teorías sobre variables como innovación, gestión de la innovación, microempresas. El tipo de investigación fue documental con diseño no experimental y transversal y en la misma permitió sistematizar las diferentes teorías sobre la variable gestión de la innovación. Se obtuvo como resultado que la gestión de la innovación en las microempresas es una herramienta para desarrollar estrategias para el desarrollo de nuevos productos y servicios. Así mismo, se concluye que la gestión de la innovación en las microempresas genera ventaja competitiva

Palabras clave: Innovación; Gestión de la innovación; microempresa; administración

Abstract

The work begins by establishing what is the definition of the topic and situation to be dealt with in relation to the management of innovation in micro-enterprises. Next, it is established why the development of the study is necessary and important through justification, then establishing the objectives. In a world characterized by the phenomenon of globalization and technological advances, factors that lead to more dynamic and competitive markets and that companies develop strategies to manage their services, products and processes through innovation. These must be competitive and sustainable over time. Taking into account the above, the following study is developed, which aims to identify the management of innovation in micro-enterprises. Through it, the different theories on variables such as innovation, innovation management, micro-enterprises were systematized. The type of research was documentary with a non-experimental and transversal

design and in it it allowed to systematize the different theories on the innovation management variable. It was obtained as a result that the management of innovation in microenterprises is a tool to develop strategies for the development of new products and services. Likewise, it is concluded that the management of innovation in microenterprises generates competitive advantage

Keywords: Innovation; Innovation management; microenterprise; administration

Resumo

O trabalho começa por estabelecer qual é a definição do tema e da situação a ser tratada em relação à gestão da inovação nas microempresas. Em seguida, estabelece-se por que o desenvolvimento do estudo é necessário e importante por meio da justificativa, estabelecendo-se os objetivos. Em um mundo caracterizado pelo fenômeno da globalização e avanços tecnológicos, fatores que levam a mercados mais dinâmicos e competitivos e que as empresas desenvolvem estratégias para gerenciar seus serviços, produtos e processos por meio da inovação. Estes devem ser competitivos e sustentáveis ao longo do tempo. Levando em conta o exposto, desenvolve-se o seguinte estudo, que visa identificar a gestão da inovação nas microempresas. Por meio dele, foram sistematizadas as diferentes teorias sobre variáveis como inovação, gestão da inovação, microempresas. O tipo de pesquisa foi documental com desenho não experimental e transversal e nela permitiu sistematizar as diferentes teorias sobre a variável gestão da inovação. Obteve-se como resultado que a gestão da inovação nas microempresas é uma ferramenta para desenvolver estratégias para o desenvolvimento de novos produtos e serviços. Da mesma forma, conclui-se que a gestão da inovação nas microempresas gera vantagem competitiva

Palavras-chave: Inovação; Gestão da Inovação; microempresa; gestão

Introducción

Los cambios y dinámica de los mercados, que caracterizan el mundo económico en los momentos actuales, conllevan a que las empresas desarrollen procesos de innovación y desde luego establecer estrategias que permitan su gestión. En este sentido las empresas deben de innovar

Toda empresa necesita para su funcionamiento de un complicado tejido de acciones de tipo gerencial que les permita ser innovadora de nuevos productos y servicios. Tal es el caso de las microempresas las cuales deben implementar acciones que le permita una gestión de la innovación



para que estas puedan innovar y ser competitivas. Es así que la gestión de la innovación debe complementarse con la tecnología, pues no se puede desconocer que esta última por su evolución y desarrollo agiliza y facilita la innovación, genera valor agregado a sus productos y servicios, para que las mismas puedan satisfacer las necesidades de sus consumidores.

La innovación del modelo de negocio ha provocado la reestructuración de muchas industrias en los últimos veinte años. Algunos sectores, como el textil, la distribución comercial, la fabricación de muebles o el transporte aéreo presentan modelos de innovación de negocio muy diferentes a los que se podían encontrar hace apenas unos años. Estas organizaciones, independientemente de la madurez y concurrencia del sector donde operan, generan una proposición de valor que resulta diferencial sobre el resto de competidores. Las innovaciones de negocio han reestructurado industrias enteras y han redistribuido billones de dólares de valor. Grandes almacenes como Wal-Mart y Target, que entraron en el mercado con modelos de negocio pioneros, ahora tienen el 75% del valor total del sector

Metodología

Teniendo en cuenta que el presente estudio se desarrollará con base en la consulta de textos, revistas científicas, bases de datos entre otros, el mismo es de tipo documental el cual según ¹Palela y Martins (2012) es aquella que se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos -escritos u orales-; uno de los ejemplos más típicos de este tipo de investigación son las obras de historia

En este sentido, la utilización de estudios cualitativos exclusivamente mediante observaciones secundarias como base de nuevas investigaciones, es una línea metodológica que está siendo desarrollada recientemente en el ámbito de las ciencias sociales; ²Corti y Thomson, 2003,2004;

¹ Palella, S. y Martins, F. (2012). Metodología de la Investigación Cuantitativa. FEDUPEL. Caracas.

² CORTI, L. y THOMPSON, P. (2003). Secondary Analysis of Archive Data in C. Seale et al. (eds.) Qualitative Research Practice, London: Sage Publications, www.uk.sagepub.com/booksProdTOC.nav?prodId=Book224935.

³Notz, 2004; ⁴Barbour y Eley, 2007; ⁵Mason 2007). Siguiendo esta línea argumental, la utilización exclusiva de datos secundarios, es una opción metodológica que se utiliza por la imposibilidad de obtener datos directos sobre este tema a investigar. En este sentido, la utilización de datos secundarios no se debe entender como el análisis de datos preexistentes, sino como un proceso de reconstrucción de los datos para obtener los objetivos de la investigación ⁶(Moore, 2006).

Problematización

La innovación es un factor competitivo para las empresas, las cuales hoy en día se enfrentan a dinámicos cambios del entorno con la cual interactúan. En este sentido el Foro Económico Mundial (2014 – 2015) la importancia de la innovación radica en que, surgiendo ésta a partir de nuevo conocimiento tecnológico, genera una gama amplia de posibilidades en términos de productos y servicios.

Es así que esta debe ser una herramienta para gestionarse en las organizaciones y desde luego generar valor que permita que estas sean competitivas. Tal es el caso de las microempresas, las cuales deben desarrollar una gestión de la innovación para la creación de productos y servicios turísticos encaminados a satisfacer las necesidades de los consumidores nacionales

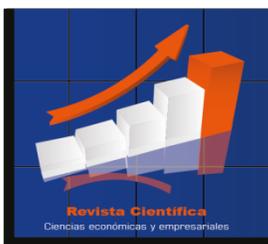
De ahí que la empresa que no sea capaz de cambiar, de modificarse a sí misma para adaptarse a las nuevas circunstancias presentes y futuras, corre el riesgo de estancarse o desaparecer. Para evitarlo y por el contrario, crecer, se requiere de la capacidad de generar cosas diferentes y originales, es decir de la creatividad, no solo para solucionar problemas o aspectos que afecten negativamente la

³ NOTZ, P. (2004). Secondary Qualitative Analysis of Interviews. A Method Used for Gaining Insight Into the Work/Life Balance of Middle Managers in Germany. *Forum Qualitative Sozial forschung*, 6(34)

⁴ BARBOUR, S. y ELEY, S. (eds.) (2007). Refereed special section: reusing qualitative data. *Sociological Research Online*, 12(3). www.socresonline.org.uk/12/3/contents.html.

⁵ MASON, J. (2007) Re-Using Qualitative Data: on the Merits of an Investigative Epistemology. *Sociological Research Online*, 12.

⁶ MOORE, N. (2006). 'The contexts of context: Broadening perspectives in the (re)use of qualitative data', *Sociological Research Online*, Special Section on Reusing Qualitative Data, 12:3.



compañía, sino para indagar sobre nuevos enfoques de gestión que permitan buscar, construir o aprovechar oportunidades para sobrevivir y progresar.⁷(Schnarch Kirberg A. 2007).

Con estas consideraciones se justifica la necesidad de explorar el Emprendimiento y la Innovación, conocer y comparar las percepciones que tienen diferentes autores respecto a estos dos fenómenos.

Los objetivos que guiaron la presente investigación son el de comprender conceptualmente y académicamente que es Emprendimiento e Innovación. Considerando como específico analizar de manera detallada y conceptual la relación entre estos dos conceptos. Describir la situación de la gestión de la innovación en las microempresas Identificar problemática de las microempresas. Determinar la competitividad de las microempresas

Justificación

Este estudio es importante debido a que las microempresas deben innovar para prestar un servicio. Los gerentes de estas microempresas deben procurar la mejora de su rendimiento por medio de la innovación de sus servicios, por lo cual deben de establecer una gestión de la innovación que le permita cumplir con esos objetivos. Deben priorizar los factores que afectan a estas microempresas para sacarlas adelante y que de esta forma aporten al desarrollo del sector micro empresarial.

En este sentido desde un enfoque práctico el presente estudio permitirá propone estrategias de innovación para el mejoramiento de los productos y servicios que ofrecen las microempresas y de esa forma poder ser competitivas y sostenibles para su desarrollo.

Desde un punto de vista metodológico con el desarrollo del presente estudio se aplicarán técnicas de recolección de información que permitirán recabar información a través de documentos, textos, revistas científicas y bases de datos para el desarrollo del proyecto. Desde un enfoque teórico se definirán los conceptos relacionados con las variables de estudio, innovación, gestión de la innovación

Conceptualizaciones de la Revisión Realizada

El Concepto De Innovación

⁷ SCHNARCH KIRBERG A. 2007. Creatividad, Innovación y Entrepreneurship. Revista Recrearte 7 ISSN: 1699-1834. Disponible en: <http://www.iacat.com/revista/recreate/recreate07/seccion4/entrepreneurship.html>

⁸González, García, Caro y Romero (2014); coinciden en que el concepto de Innovación se ha definido de diversas maneras, no obstante, tiene ciertos elementos claves que lo hacen distintivo de cualquier otro esfuerzo o acción que hacen las organizaciones. Según estos autores, entre estos elementos están el hecho de que para que haya verdadera innovación debe ocurrir un acto de emprendimiento, que ponga en práctica dicha innovación. Es decir que no hay innovación si no hay emprendimiento.

Otro aspecto que destacan los autores es “la percepción de valor de parte de los usuarios finales, indicador absolutamente necesario para poder clasificar un cambio como innovación. Si lo que se quiere llamar innovación no reporta un verdadero valor a alguien, entonces no debe ser llamado innovación. La innovación tiene entonces en sí mismo el mérito de crear valor y empujar a las sociedades hacia adelante a través del crecimiento y bienestar que este valor produce.”⁹Varela, Contesse y Silva (2009) (p. 36)

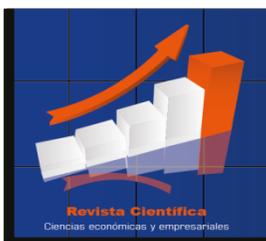
En este sentido, establecen que la capacidad de innovar constituye un recurso más de la empresa al igual que sus capacidades financieras, comerciales y productivas y debe ser gestionado de manera rigurosa y eficiente”. Mientras que, para Baena, Gutiérrez, Gutiérrez y Trujillo (2009), “hay que entender que la innovación, por sí sola, no garantiza necesariamente, que se alcance el objetivo de mejora en la empresa. Si no se plantea adecuadamente”¹⁰.

Trayendo a Porter en su legado la innovación incluye no solo nuevas tecnologías, sino también nuevos métodos y formas de hacer las cosas que hasta pudieran parecer irrelevantes. La innovación se manifiesta en un nuevo diseño de producto, un nuevo proceso de producción, una nueva forma de vender, de entrenar, de organizar, haciendo que la innovación se pueda dar en cualquier actividad de la cadena de valor y así la empresa pueda conseguir ventajas competitivas sostenibles

⁸ González, J., García, L., Caro, C. y Romero, N. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar 37 la innovación en empresas. Revista Pensamiento & Gestión, 36. Universidad del Norte, 109-135. Barranquilla.

⁹ Varela, C., Contesse, D. & Silva, P. (2009). Global Entrepreneurship Research Association (GEM), Reporte de Innovación Chile. Santiago de Chile: Universidad del Desarrollo.

¹⁰ Baena, C., Gutiérrez, L., Gutiérrez, E. & Trujillo, M. (2009). Guía para la autoevaluación de la gestión de la innovación empresarial. Modelo, cuestionario y buenas prácticas de gestión en innovación empresarial. España: Centro Andaluz para la Excelencia en la Gestión - Instituto Andaluz de Tecnología.



La innovación es el proceso a través del cual una empresa mejora o crea nuevos productos, procesos, formas de comercializar y de realizar cambios organizativos, para adaptarse al entorno, respetando al medio ambiente, a la sociedad, y sobre todo, para generar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo que le permitan asegurar su supervivencia

Existen 4 tipos de innovaciones: de producto, de proceso, de mercadotecnia y de organización. Las innovaciones de producto y de proceso están relacionadas directamente con la innovación tecnológica, mientras que las referentes a mercadotecnia y organización son un objetivo del Manual de Oslo para ampliar y clarificar el término “innovación” (OCDE, 2005:58) citado por Jaramillo¹¹(2012).

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. Las innovaciones de organización en las prácticas empresariales implican la introducción de nuevos métodos para organizar las rutinas y los procedimientos de gestión de los trabajos, como la introducción de nuevas prácticas para mejorar el aprendizaje y la distribución del conocimiento en la empresa.

La Gestión De La Innovación

Con relación al concepto de gestión de la innovación

Seclén (2014) señala que las investigaciones en el ámbito de la innovación empresarial, al igual que ocurre en la mayoría de las ciencias sociales, se han abordado bajo diferentes perspectivas, acentuando las diferencias entre los modelos que se han propuesto para resolver los problemas que plantea la gestión de la innovación¹².

Al respecto Guerrero (2011, p.74) indica que la gestión de la innovación tiene como objetivo “organizar los recursos disponibles en la empresa (humanos, técnicos y económicos), con el fin de

¹¹ Jaramillo, L. (2012). Capacidad empresarial para la innovación en los sectores comercio, Servicios y turismo. Estudio comparativo de Tijuana (Mexico) y Medellin (Colombia). Tesis de Maestría en Economía Aplicada. El Colegio de la Frontera Norte. Tijuana. B.C.

¹² Seclén, J. (2016). “Retos para la industria peruana en el siglo XXI”. Revista Enfoque. Lima, Volumen 1, Número 1, s/p.

generar conocimiento traducido en nuevos productos, mejora en los productos existentes, tomando en cuenta las etapas de fabricación y comercialización”¹³.

La palabra innovación se utiliza con bastante propiedad y en el contexto apropiado, cuando se pide una definición. Estas palabras no sólo tienen un gran renombre entre los estudios de la economía y de las ciencias de la gestión, sino que han traspasado y pueden considerarse incorporadas al lenguaje corriente. Dicho de otra manera, todo el mundo se atreve a calificar un hecho como innovador o a una persona como emprendedora. Sin embargo, en relación a sus ámbitos, coincidencias y divergencias, las cosas no están tan claras como podría parecer

Gestión de la Innovación (G.I.) como el conjunto de prácticas, conocimiento y herramientas adoptadas por la firma para la generación, implementación y evaluación de nuevas ideas en un contexto dado. La G.I. se orienta al diseño e implementación de rutinas que hagan sistemático el proceso de innovación dentro de la empresa.

Podemos, entonces, intuir que la innovación es un proceso muy complejo en el que interactúan muchos actores y factores tanto internos como externos a la empresa, cuya integración no resulta automática. En consecuencia, el complejo proceso de innovación conduce a que las empresas innoven de diferentes formas

Tipos de Emprendimientos e Innovación

Existen diferentes tipos de emprendimientos que se pueden agrupar en diferentes clasificaciones:

Emprendimiento por necesidad: Este emprendimiento se encamina en generar los ingresos diarios para vivir, se obtienen bajos niveles de ingresos, utilidad y activos. Se caracteriza por no tener una planificación o visión de crecimiento para el futuro, por esta razón no se tiene un valor agregado o perspectiva de mercados nacionales o internacionales.

Emprendimiento Tradicional: Son emprendimientos que tienen un crecimiento por su estructura competitiva pero que no cumple con criterios de ventas, rentabilidad y sostenibilidad alta. Se caracteriza porque sus productos y servicios no tienen diferenciados, en algunos casos no tiene capacitada su mano de obra, poco usan tecnologías, generalmente están formalizadas.

¹³ Guerrero, A. (2011). Innovación: clave para el éxito de la gestión empresarial, en la micro, pequeña y mediana empresa. Revista Nacional de Administración, 74, edición julio – diciembre. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia. Gobierno de Chile (2012). Séptima encuesta de innovación en empresas, 2009 - 2010. Principales resultados. Santiago (Chile).



Emprendimiento Dinámico: Son emprendimientos que tienen un crecimiento rápido, rentable y sostenido, teniendo un nivel de ventas representativo después de una década.

Clasificación de acuerdo al objetivo:

Se puede establecer una clasificación de innovación utilizando tres criterios básicos: el objeto, el grado de novedad y la finalidad estratégica de la innovación (Cuevas, F, 2007).¹⁴

Según el objeto de la innovación.- La mayoría de los estudios se han centrado en las innovaciones tecnológicas propiciando la incorporación de alguna categoría más: Innovación en producto (bienes y servicios): el máximo nivel corresponde a la introducción de un producto totalmente nuevo en el mercado, luego figuran las mejoras, sustanciales y leves.

Innovación en procesos: denominándose innovaciones TPP (Innovaciones Tecnológicas en Productos y Procesos). Abarca actividades de naturaleza muy diversa (científica, tecnológica, organizacional, financiera y comercial). Cualquier actividad empresarial (producción, organización, gestión, marketing, etcétera).

Innovación en los mercados: consiste en crear, ampliar o segmentar los mercados de ventas y en crear o mejorar las fuentes de aprovisionamiento de materias primas y productos (Cuevas, F, 2007).

Según el grado de novedad de la innovación.- Atendiendo al grado de novedad incorporado, las innovaciones suelen clasificarse en:

Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica Dom. Cien, 2016, 2 (4) pp. 346-369, ISSN: 2477-8818 Las innovaciones radicales: también llamadas básicas, primarias o totales, hacen referencia a productos o procesos totalmente nuevos, ya que presentan diferencias significativas en cuanto a su finalidad, prestaciones, características, propiedades teóricas, materias primas o componentes utilizados en su fabricación

Las Microempresas

Para muchos el término microempresa pudiera relacionarse con otros términos como “subdesarrollo”, “pobreza” y “sector informal”. Algunos autores explican la creación y existencia

¹⁴ CUEVA, F. (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas, 46-55.

de las microempresas como resultado de la incapacidad de un país para ofrecer empleo formal y como un elemento de subsistencia ¹⁵(Ruiz, 2004, p. 73).

Como consecuencia de esa relación, que parece basarse en un razonamiento equivocado de causa-efecto universal, existe la tendencia en algunos casos de etiquetar a las empresas con menor tamaño con el término de “micro”. Etiqueta que puede derivar en la idea de que hay algo similar a la empresa, pero que no es realmente una empresa, los que la administran se acercan a lo que podría ser un empresario, sin llegar a serlo porque son “microempresarios” ¹⁶González (2005, p, 409)

Análisis y Discusión de Resultados

Con relación a la situación de la gestión de la innovación e las microempresas

En el Ecuador se evidencia que las microempresas carecen de herramientas para llevar a cabo procesos de innovación y desde luego para gestionar estos procesos. Es así que de acuerdo González (2011)¹⁷, enfrenta retos de posicionamiento, tanto al interior de nuestra nación, como a nivel mundial. En nuestro territorio, los factores que dificultan grandemente a la prestación de servicios, son la inseguridad, la falta de capacitación, financiamiento y el decremento en las condiciones económicas de la mayoría de los ciudadanos.

Es la falta de capacitación la que conlleva a que los propietarios y gerentes de las microempresas no gestionen la innovación que le permitan innovar en nuevos productos, servicios y procesos. Por ello, los empresarios de micro, pequeñas y medianas empresas (PyME) en particular, luchan por la supervivencia de sus empresas, en este ámbito complejo, y busquen implantar estrategias que les permitan mantenerse en el mercado.

En este sentido, la innovación como campo de la gestión tiene cada día más relevancia, pues no solo integra conceptos de estrategia, marketing, tecnología, teoría organizacional e iniciativa

¹⁵ Ruiz, C. (2004). Dimensión Territorial del Desarrollo Económico de México, México, UNAM, Facultad de Economía, 302 pp.

¹⁶ González, A. (2005). Problemas en la definición de microempresa Revista Venezolana de Gerencia, vol. 10, núm. 31, julio-septiembre, 2005, pp. 408 - 423 Universidad del Zulia.

¹⁷ González, A. (2005). Problemas en la definición de microempresa Revista Venezolana de Gerencia, vol. 10, núm. 31, julio-septiembre, 2005, pp. 408 - 423 Universidad del Zulia.



empresadora, sino que “los supera a todos ellos, generando un nuevo enfoque integral de la empresa” (Ferrás, 2010, p.19).¹⁸

A continuación, se describen de acuerdo a las consultas realizada la problemática que presentan las microempresas, lo que limita su competitividad y desde luego su sostenibilidad en un entorno cada día más competitivo, lo que las conlleva a formular estrategias innovadoras. En este sentido se puede establecer que se evidencia en las pequeñas empresas problemas comunes de carácter estratégico y operacional que conllevan a que estas microempresas no sean competitivas. Entre estos problemas se pueden relacionar la falta de planes estratégicos que le permita a estas empresas formularse objetivos y desde luego las estrategias para el logro de los mismos, permitiéndole una gestión general con base a los cambios del entorno y su capacidad para adaptarse a las exigencias de este. El uso de procesos y metodología relacionados con los costos de productos y servicios.

La competitividad resulta ser un objetivo de la innovación se considera la competencia como una de las fuerzas más poderosas de la sociedad, que permite la creación de valor, se trata de la capacidad que tiene la empresa o la organización para alcanzar ventajas a través de su posicionamiento en el mercado. En el contexto, la innovación contribuye a la competitividad de las empresas, lo que a su vez puede redundar en una mayor competitividad

Referente a las estrategias de innovación para el mejoramiento de los productos y servicios en las microempresas, hay que tener en cuenta que desde la misma innovación se convierte en una estrategia en las microempresas para la creación de nuevos productos y servicios y mejoramiento de los mismos, generando valor para que estas sean competitivas.

Conclusiones

Para concluir el desarrollo del presente estudio, se puede establecer que la innovación y desde luego su gestión es un factor importante en las organizaciones, para creación de nuevos productos y servicios, mejora de los procesos igualmente en la propia gestión.

De igual manera, referente a la situación de la gestión de la innovación e las microempresas, esta es incipiente y las microempresas carecen de herramientas que le permitan una gestión de la

¹⁸ Ferrás, X. (2010). Innovación 6.0. El fin de la estrategia. Barcelona, España: Plataforma Editorial

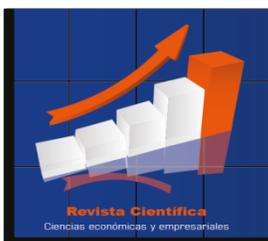
innovación para el desarrollo de nuevos productos y servicios para la satisfacción nacionales e internacionales que demandan estos productos y servicios

También hay que tener en cuenta que no se vean afectados los factores como sus posibles determinantes tanto de la innovación como de los emprendedores, un ejemplo claro es el entorno contractual de una economía puede afectar a la vez a la innovación y al acceso al crédito. Por tanto, hay que identificar los factores que favorecen el Emprendimiento y la Innovación.

Estos aspectos incluyen la claridad y fiabilidad de los derechos legales y los procesos judiciales, la calidad de la divulgación de información y las normas contables, las regulaciones y las políticas (incluidas las que promueven la competencia) que afectan a la industria y el comercio, la calidad del capital humano (educación y competencias) y los programas y políticas que promueven o apoyan el desarrollo empresarial

Referencias

1. BAENA, C., GUTIÉRREZ, L., GUTIÉRREZ, E. & TRUJILLO, M. (2009). Guía para la autoevaluación de la gestión de la innovación empresarial. Modelo, cuestionario y buenas prácticas de gestión en innovación empresarial. España: Centro Andaluz para la Excelencia en la Gestión - Instituto Andaluz de Tecnología.
2. BARBOUR, S. y ELEY, S. (eds.) (2007). Refereed special section: reusing qualitative data. *Sociological Research Online*, 12(3). www.socresonline.org.uk/12/3/contents.html.
3. CORTI, L. y THOMPSON, P. (2003). *Secondary Analysis of Archive Data* in C. Seale et al. (eds.) *Qualitative Research Practice*, London: Sage Publications, www.uk.sagepub.com/booksProdTOC.nav?prodId=Book224935.
4. CUEVA, F. (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas*, 46-55.
5. FERRÁS, X. (2010). *Innovación 6.0. El fin de la estrategia*. Barcelona, España: Plataforma Editorial
6. GONZÁLEZ, J., GARCÍA, L., CARO, C. Y ROMERO, N. (2014). *Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar* 37 la



- innovación en empresas. *Revista Pensamiento & Gestión*, 36. Universidad del Norte, 109-135. Barranquilla.
7. GUERRERO, A. (2011). Innovación: clave para el éxito de la gestión empresarial, en la micro, pequeña y mediana empresa. *Revista Nacional de Administración*, 74, edición julio – diciembre. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia. Gobierno de Chile (2012). Séptima encuesta de innovación en empresas, 2009 - 2010. Principales resultados. Santiago (Chile).
 8. GONZÁLEZ, A. (2005). Problemas en la definición de microempresa *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 10, núm. 31, julio-septiembre, 2005, pp. 408 - 423 Universidad del Zulia.
 9. GONZÁLEZ, A. (2005). Problemas en la definición de microempresa *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 10, núm. 31, julio-septiembre, 2005, pp. 408 - 423 Universidad del Zulia.
 10. JARAMILLO, L. (2012). Capacidad empresarial para la innovación en los sectores comercio, Servicios y turismo. Estudio comparativo de Tijuana (Mexico) y Medellin (Colombia). Tesis de Maestría en Economía Aplicada. El Colegio de la Frontera Norte. Tijuana. B.C.
 11. MASON, J. (2007) Re-Using Qualitative Data: on the Merits of an Investigative Epistemology. *Sociological Research Online*, 12.
 12. MOORE, N. (2006). ‘The contexts of context: Broadening perspectives in the (re)use of qualitative data’, *Sociological Research Online*, Special Section on Reusing Qualitative Data, 12:3.
 13. NOTZ, P. (2004). Secondary Qualitative Analysis of Interviews. A Method Used for Gaining Insight Into the Work/Life Balance of Middle Managers in Germany. *Forum Qualitative Sozial forschung*, 6(34)
 14. PALELLA, S. Y MARTINS, F. (2012). Metodología de la Investigación Cuantitativa. FEDUPEL. Caracas.
 15. RUIZ, C. (2004). Dimensión Territorial del Desarrollo Económico de México, México, UNAM, Facultad de Economía, 302 pp.
 16. SECLÉN, J. (2016). “Retos para la industria peruana en el siglo XXI”. *Revista Enfoque*. Lima, Volumen 1, Número 1, s/p.

17. SCHNARCH KIRBERG A. 2007. Creatividad, Innovación y Entrepreneurship. Revista Recrearte 7 ISSN: 1699-1834. Disponible en: <http://www.iacat.com/revista/recrearte/recrearte07/seccion4/entrepreneurship.html>
18. VARELA, C., CONTESSE, D. & SILVA, P. (2009). Global Entrepreneurship Research Association (GEM), Reporte de Innovación Chile. Santiago de Chile: Universidad del Desarrollo.

©2022 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).