

## CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EJES TRANSVERSALES EN LA DIRECCIÓN EMPRESARIAL. CASO DE LAS MIPYME

**Franqui Esparza Paz**

✉ frespaz@yahoo.es

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo - Ecuador

**Silvia Esparza Zapata**

✉ silviaesparza\_91@hotmail.com

Ministerio de Inclusión Económica y Social - Ecuador

**Erika Esparza Zapata**

✉ erikaesparza.18@hotmail.es

Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador

**Milton Vaca Rodríguez**

✉ milton.vaca@coac-sanfra.com

Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. - Ecuador

### RESUMEN

“La creatividad e innovación en la actualidad para las empresas es un pilar fundamental en el desarrollo competitivo, debido a que sus efectos son de suma importancia que generan fuentes de empleo, crecimiento y bienestar para la sociedad” (González, Riofrío, Sánchez-Quezada, 2017, p. 537). La dinámica empresarial obliga a los empresarios hacer uso de elementos que permitan una administración eficiente. Evaluar como la creatividad y la innovación se constituyen en ejes transversales para mejorar la gestión en las Mipymes de la ciudad de Riobamba es el objetivo de la investigación. El estudio tiene un enfoque mixto, con investigación descriptiva, transversal y no experimental, mediante el empleo de una encuesta estructurada como instrumento de indagación de campo, aplicada a 180 empresarios, gerentes y administradores de Mipymes, fue realizado el primer semestre del año 2019 y complementado con exploración documental y bibliográfica. Los resultados revelaron que la creatividad y la innovación son ejes transversales en la gestión de las Mipymes y han permitido generar resultados empresariales positivos, lo cual lo confirman el 92% de los empresarios. Se concluye por tanto que la creatividad y la innovación son elementos que utilizan las empresas en el desarrollo de la dirección empresarial.

**Palabras clave:** Creatividad, innovación, dirección, empresarios, mipymes

### ABSTRACT

“Creativity and innovation today for companies is a fundamental pillar in competitive development, because its effects are of the utmost importance that generate sources of employment, growth and well-being for society” (González, Riofrío, Sánchez-Quezada, 2017, p. 537). Business dynamics oblige entrepreneurs to make use of elements that allow efficient administration. To evaluate how creativity and innovation constitute transversal axes to improve management in MSMEs in the city of Riobamba is the objective of the research. The study has a mixed approach, with descriptive, cross-sectional and non-experimental research, through the use of a structured survey as a field inquiry instrument, applied to 180 entrepreneurs, managers and administrators of Mipymes, it was carried out the first half of the year 2019 and complemented with documentary and bibliographic exploration. The results revealed that creativity and innovation are transversal axes in the management of MSMEs and have allowed generating positive business results, which is confirmed by 92% of entrepreneurs. It is therefore concluded that creativity and innovation are elements that companies use in the development of business management.

**Keywords:** Creativity, innovation, management, entrepreneurs, MSMEs

## 1. INTRODUCCIÓN

Las empresas en la actualidad afrontan numerosos desafíos en un contexto altamente competitivo, la competencia ya no se realiza a nivel, regional sino que se compite a nivel global; por esta razón, una de las preocupaciones dentro de los enfoques administrativos es definir como aumentar el nivel de competitividad en un entorno que exige a las empresas cada vez mejores resultados. (Aguilera-Castro, Ávila-Fajardo & Solano-Rodríguez, 2016, p. 103).

Los gerentes y administradores de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), en el ámbito ecuatoriano y mundial, para ejercer su cargo además de poseer ciertas competencias, habilidades y aplicar modelos de gestión, necesitan elementos transversales, como son la creatividad y la innovación, para lograr los resultados corporativos esperados al final del proceso de dirección empresarial, como son la utilidad y rentabilidad, haciendo posible la recuperación de sus inversiones, para ser empresas competitivas en los mercados de consumo.

Es por ello que “La competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos y de la eficiencia productiva (Porter, 2017, p. 4). En este contexto, para resolver los problemas de la competitividad empresarial debe contar con ciertos prerrequisitos para dar cumplimiento de la efectividad gerencial, algunos son: acompañamiento total de la alta gerencia, distribución de poder, respaldo económico que sostenga lo que trace la gerencia, recursos técnicos, conciencia y disposición

de todo el personal (Leyva, López, Nuño & Cavazos, 2014, p. 4).

De conformidad a Clavero & Guerrero (2004), citado en Zarmeño, Armenteros, Sologaistoa & Villanueva (2014), “los entornos crecientemente dinámicos característicos de la sociedad del conocimiento demandan organizaciones cada vez más ágiles, flexibles y planas, con puestos de trabajo especializados y exigentes al tiempo que versátiles” (p. 26). Es por ello que en los actuales momentos tanto la creatividad como la innovación son elementos fundamentales que deben utilizar los empresarios, gerentes y administradores en la gestión de las empresas.

“Las pequeñas y medianas empresas (PyME), son formas de organización empresarial que responden por la producción de una buena parte de los bienes y servicios en la sociedad contemporánea” (Carrión, Zula & Castillo, 2016, p. 82). El sector empresarial localizado en las Mipymes, representa un gran segmento de empresas en el Ecuador, que genera empleo directo e indirecto, permite crear producción y su aporte al Producto Interno Bruto, aporta con el pago de impuestos y tributos.

El éxito de las empresas depende de diversos factores como capital, la posición en la etapa del ciclo de vida en la que se encuentre la empresa, el tiempo de recuperación del capital, pero también existen otros factores que influyen en su sostenibilidad de la empresa en el mercado competitivo (Vallejo, Altamirano & Arias, 2016, p. 57). Por ello los propietarios, gerentes y administradores de las micro, pequeñas y medianas empresas necesitan de ciertos elementos para que su trabajo

sea eficaz, eficiente y efectivo, justamente varios de ellos son la creatividad y la innovación como ejes transversales.

El proceso de innovación y creatividad en las mipymes como estrategias de cambio empresarial.

Estudios previos demuestran que las Mipymes en el Ecuador han logrado un gran posicionamiento como un grupo de empresas fundamental para la generación de empleo, crecimiento y desarrollo empresarial. Consecuentemente y como lo afirma Estupiñan (2015), “el 95% de los establecimientos en el Ecuador son micro, pequeñas y medianas empresas. Sin embargo, esto hace pensar que, la mayoría de empresas en el país comprende el sector MIPYMES y solo el restante 5% sería considerado entre medianas-grandes y grandes” (p. 22).

“Las Pymes están sólidamente vinculadas al proceso de innovación, ya que suelen ser más flexibles que las grandes empresas ante los grandes cambios” (Vargas, Soto & Rosas, 2014, p. 6). “La innovación es uno de los elementos clave de la actividad emprendedora. El emprendedor innova mediante la introducción de ideas o la mejora de productos y servicios, mediante la incorporación de nuevas tecnologías, procesos productivos, prácticas de trabajo o formas de hacer negocios” (Vélez & Ortiz, 2016, p. 351).

El criterio expresado anteriormente sobre la innovación obliga a reflexionar que existe una relación directa entre emprender e innovar; esta apreciación de los autores manifiesta la relación específica entre el emprendimiento empresarial y los procesos innovativos, constituyéndose el

emprendimiento una manera de generar empleo y riqueza, la innovación un proceso que efectúan las personas, en este caso el grupo de empresarios de las mipymes.

Estos elementos permitirán generar procesos de cambio y transformación empresarial, dejando a un lado las actividades tradicionales, siendo el cambio y la inventiva los elementos esenciales de la dirección empresarial, lo cual implica que los empresarios desarrollen varias competencias, constituyéndose el capital humano (empresarios) fundamental en estos procedimientos.

En conclusión se destaca la importancia de la creatividad e innovación dentro de las empresas, debido a que son técnicas que sirven para el mejoramiento continuo de los negocios y para que las empresas tengan una mejor visión de lo esencial de su aplicación, lo cual permite que las pymes tengan la acogida favorable por parte de los clientes beneficiando al empresario al acaparar el mercado deseado. (González, Riofrío, Sánchez-Quezada, 2017, p. 536).

“En su sentido más amplio, creatividad es generar nuevas posibilidades, solucionar problemas, proponer cosas distintas y novedosas, pero no en abstracto, sino a realidades, componentes y situaciones concretas” (Schnarch, 2013, p. 64). Adicional Schumpeter (1975) citado por (Alvares & Matos, 2014, p. 24) afirman que “el emprendedor es un innovador, permitieron diferenciar el concepto de emprendedor de los de inversionista y empresario”.

En este ámbito Barroso (2007), expone que “Se habla en las empresas de la actualidad que la creatividad es de gran

importancia y de que quien no tenga personal creativo no sobrevivirá en los retos del siglo XXI. Para ser competitivas, las empresas necesitan enfrentarse a sus desafíos de una manera innovadora que les permita adaptarse constantemente a su medio” (p. 3). Se puede evidenciar por tanto que el crecimiento y desarrollo continuo del sector empresarial cualquiera fuere su tamaño, actividad productiva o sector de la economía, dependen en gran medida del aporte creativo e innovador de sus individuos, para lograr los objetivos en favor del desarrollo de la comunidad.

Del análisis efectuado “La innovación ha sido escasamente estudiada en las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de los países de economías emergentes (...), de manera científica, por lo cual es necesario que se orienten más tanto los estudios teóricos como empíricos, para aumentar el análisis y las aportaciones de esta importante variable” (López-Torres, Maldonado, Pinzón & García, 2016, p. 569), es por ello que se deriva que el progreso de las economías de las naciones depende en gran medida del crecimiento de las mipymes por ser las más representativas en la estructura empresarial de los países.

Por tanto, la investigación tiene como objetivo efectuar un análisis de factores transversales como son la creatividad y la innovación, para mejorar la dirección de las empresas micro, pequeñas y medianas (Mipymes), de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo (Ecuador).

Bajo este ámbito de la creatividad e innovación en calidad de factores para mejorar la dirección empresarial de las mipymes, para lograr una dirección empresarial eficiente y eficaz, el problema

de investigación puede formularse de la siguiente manera: ¿Cómo el análisis de estos factores inciden en la eficiente dirección de las mipymes?

En este contexto de trabajo, la hipótesis de la investigación planteada corresponde a: ¿La creatividad y la innovación como variables colaterales de decisión permiten a los empresarios, gerentes y administradores de las mipymes, mejorar su gestión, para obtener los resultados empresariales planteados y ser competitivas?

La metodología utilizada en el estudio es investigación descriptiva, transversal y no experimental, utilizando los métodos deductivo e inductivo, con enfoque mixto; adicional con el respaldo de investigación bibliográfica-documental.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

### Tipo de investigación

La investigación fue diseñada con modalidad cuantitativa y cualitativa, bajo un estudio de tipo descriptivo (Fundamentada en analizar los factores creatividad e innovación que aplican los empresarios para su desempeño empresarial) y transversal debido a la recopilación de datos en un momento expreso de tiempo (Marzo 2019), a nivel exploratorio y no experimental, mediante el uso de una encuesta estructurada como instrumento de investigación de campo. Para la recopilación de datos se utilizó la escala de Likert (1932), la cual y de acuerdo con (Bertram, 2008) y citado por Matas (2018), es “Un instrumento psicométrico donde el encuestado debe indicar si está de acuerdo o desacuerdo sobre un afirmación, ítem

o reactivo, lo cual se realiza a través de una escala ordenada y unidimensional” (p. 39). El estudio se complementó con la exploración documental y bibliográfica a través de información de libros físicos y digitales, artículos científicos de varias fuentes Scielo, Redalyc, Latindex, sitios web, revistas especializadas, entre otros.

**Población y muestra**

“Se habla de población o universo cuando se refiere a la totalidad, tanto de los sujetos seleccionados como del objeto de estudio” (Del Cid, Méndez & Sandoval, 2011, p. 88). La población motivo de esta investigación son 535 Mypimes registradas al año 2019, en el catastro de patentes activas de la Unidad de Rentas del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Riobamba (Ecuador), en actividades de producción, comercio y servicios.

Por otro lado, la muestra es una “Porción representativa que se escoge de una población o de una magnitud para facilitar su estudio” (Niño, 2011, p. 153). El tamaño de la muestra fue obtenida mediante la fórmula de Vara (2012, p. 227), cuyo resultado facilitó la aplicación de 180 empresarios encuestados. La muestra aplicada representa el 34% del total de los empresarios. El cálculo de la muestra fue obtenida de un universo 535 Mypimes, con un error aceptable (e) del 6%, un nivel de confianza del 95% (Z= 1.96), con una probabilidad de aceptación (p) de 0.5 y otra de no aceptación (q) del 0.5, consiguientemente se efectuaron 180 encuestas. La fórmula utilizada se sustentó el cálculo del tamaño de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 p \cdot q}$$

$$n = \frac{((1,96)^2 * 0,5 * 0,5) * (535)}{((535 - 1) * (0,06)^2) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

n = 180 empresarios de las pymes encuestados

**Instrumentos y procedimiento de recopilación de información**

El instrumento utilizado para esta investigación fue una encuesta para recolectar la información primaria, y se aplicó a 180 empresarios, gerentes y administradores de las Mipymes de la ciudad de Riobamba, registrados en las patentes activas del GAD cantonal.

**Procesamiento de datos**

El programa estadístico Statistical Packge for Social Sciences (SPSS), como herramienta informática permitió tabular y procesar la información, permitiendo la sistematización de datos, presentados en tablas y figuras, para su posterior análisis e interpretación.

**3. RESULTADOS**

**Los empresarios de las Mipymes y sus rasgos generales**

La recolección de datos primarios, a través de la aplicación de encuestas a los empresarios de las Mipymes, arrojó los siguientes resultados.



Temas revisados	Hallazgos encontrados
Género	El 62% de los empresarios, corresponden al género masculino, la diferencia al género femenino (38%).
Edad	El 37% de los empresarios de micros, pequeñas y medianas empresas se encuentran entre los 36 y 45 años de edad, el 20% se coloca entre los 26 y 35 años, así como entre 46 y 55 años, respectivamente.
Instrucción académica	Los empresarios de las Mipymes que han cursado estudios de bachillerato representan un 65%, mientras quienes disponen de título universitario de tercer nivel constituyen el 24%.
Tiempo en la actividad económica	El 39% de los encuestados se encuentran administrando las empresas entre 0 y 3 años, un 34% entre 4 y 7 años, y el 27% entre 11 y 15 años.
Número de empleados por empresa	El 72% de los empresarios y administradores registran hasta 10 empleados en sus nóminas, entre 11 y 20 empleados el 18%; y el 10% restante registra más de 20 empleados.

Tabla 1. Caracterización general de los empresarios de las Mipymes  
Elaborado por: Autores

## Análisis de la creatividad e innovación en el sector empresarial de las Mipymes

Opciones de respuesta					
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
7	3	9	101	60	180
3.89%	1.67%	5.00%	56.11%	33.33%	100.00%

Tabla 2: ¿La innovación permanente en los procesos productivos brinda una ventaja competitiva en su negocio?

Elaborado por: Autores

Aproximadamente el 89% de los empresarios encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la innovación permanente es fundamental dentro de un negocio, para ser más competitivos en el mercado, considerándose la innovación como un proceso posterior a la creatividad, es decir la aplicación del proceso creativo.

Opciones de respuesta					
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
5	2	11	90	72	180
2,78%	1,11%	6,11%	50,00%	40,00%	100,00%

Tabla 3: ¿La creatividad empresarial permite aprovechar el talento humano para que los trabajadores desarrollen todo su potencial?

Elaborado por: Autores

La creatividad debe ser desarrollada por las personas, en base a la observación, preparación o a la experiencia, es por ello que la creatividad empresarial se puede notar en la tabla 3 que el 90% están de acuerdo y totalmente de acuerdo que la creatividad permite desarrollar todo el potencial de los trabajadores dentro de su negocio.

Opciones de respuesta					
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
3	1	12	100	64	180
1,66%	0,55%	6,67%	55,56%	35,56%	100%

Tabla 4: ¿Para fomentar la creatividad en su negocio, es importante incentivar en los trabajadores la comunicación y animarlos a proponer ideas en beneficio del mismo?

Elaborado por: Autores

La tabla 4 refleja la importancia de fomentar la creatividad en los emprendimientos de las Mipymes, alrededor del 90% están de acuerdo y totalmente de acuerdo que es beneficioso para el cumplimiento de los objetivos, a través de la motivación y comunicación al personal de las empresas.

Opciones de respuesta					
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
4	5	6	87	78	180
2,22%	2,78%	3,34%	48,33%	43,33%	100%

Tabla 5: ¿Si los trabajadores se desenvuelven en un óptimo ambiente laboral, motiva a su creatividad y mejora su rendimiento en beneficio del cumplimiento de los objetivos?

Elaborado por: Autores

La mayoría de los encuestados, como se observa en la tabla 5, están de acuerdo en que en un ambiente laboral agradable óptimo para trabajar, motiva la creatividad y en consecuencia el rendimiento mejorará y de esta manera los objetivos que se planteen serán cumplidos de una forma satisfactoria.

Opciones de respuesta					
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
4	0	5	91	80	180
2,22%	0,00%	2,78%	50,55%	44,45%	100%

**Tabla 6:** ¿Considera que el emprendimiento debe tener relación con la creatividad e innovación constante para hacer crecer su negocio?  
Elaborado por: Autores

Los emprendimientos de las empresas de las Mipymes deben estar relacionados con la creatividad e innovación para de esta forma crecer como empresa, y eso se ve reflejado en la tabla 6, donde el 95% de los empresarios están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que el crecimiento empresarial depende de una buena relación entre la innovación, la creatividad y el emprendimiento.

Opciones de respuesta					
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
4	1	5	70	100	180
2,22%	0,56%	2,78%	38,89%	55,55%	100%

**Tabla 7:** ¿Considera importante dentro de su negocio tomar en cuenta la opinión del cliente para innovar en base a ello?  
Elaborado por: Autores

Cerca del 95% está de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la opinión del cliente es importante para la innovación, en la tabla 7 se puede observar, por lo que las empresas deberían tomar en cuenta sugerencias y aportes del cliente, para desarrollar procesos creativos e innovadores en la empresa.

Opciones de respuesta					
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
1	3	13	105	58	180
0,56%	1,67%	7,22%	58,33%	32,22%	100%

**Tabla 8:** ¿La creatividad en los empresarios implica generar nuevos productos que no ofrezca la competencia o que sean escasos en el mercado?  
Elaborado por: Autores

La creatividad también tiene un papel importante en los empresarios de las Mipymes, un 90% aproximadamente está

de acuerdo y totalmente de acuerdo con esta premisa, siendo así la creatividad un factor para superar a la competencia, en la generación de productos y servicios, esto conlleva a la diversificación de bienes y/o servicios en beneficio del público consumidor o mercado meta.

Opciones de respuesta					
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
3	5	28	75	69	180
1,67%	2,78%	15,56%	41,67%	38,33%	100%

**Tabla 9:** ¿La innovación tecnológica en su negocio, permite a través del producto satisfacer las necesidades del cliente?  
Elaborado por: Autores

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación permiten a las empresas ser más competitivas, al momento de utilizar estas herramientas los productos y servicios, llegan de mejor manera a los clientes, por ello la innovación constante en tecnología es importante.

Opciones de respuesta					
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
4	2	11	100	63	180
2,22%	1,11%	6,11%	55,56%	35,00%	100%

**Tabla 10:** ¿La creatividad es una herramienta indispensable en el desarrollo del producto y/o servicio, para ser competitivos en el mercado?  
Elaborado por: Autores

Se toma a la creatividad como una herramienta en su mayoría de casos, como observamos en la tabla 10, y así debería ser, la creatividad que se use para innovar en un producto marcará la diferencia en el mercado. El 91% de los empresarios están de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Opciones de respuesta					
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
3	4	7	86	80	180
1,67%	2,22%	3,89%	47,78%	44,44%	100%

**Tabla 11:** ¿La creatividad y la innovación, le han permitido tener una gestión empresarial positiva para el mejoramiento de su negocio, considerándolos ejes transversales?  
Elaborado por: Autores

Siendo la creatividad y la innovación elementos principales del estudio, se puede evidenciar que por parte de los empresarios han manifestado que son ejes transversales y han permitido tener una gestión empresarial positiva, aproximadamente el 92% de los encuestados lo han confirmado.

#### 4. DISCUSIÓN

Al inicio de la investigación tanto en la hipótesis como en el objetivo, el apartado tuvo como finalidad demostrar los resultados de un artículo empírico efectuado con empresarios de las micros, pequeñas y medianas empresas de los sectores, producción, comercio y servicios de la ciudad de Riobamba, en relación al uso de la creatividad y la innovación en los procesos de gestión empresarial. Al finalizar el artículo, el objetivo y la hipótesis han permitido dar la razón a tales planteamientos a la luz de las evidencias obtenidas, pues han demostrado su valiosa utilidad, confirmándose en un gran porcentaje esta utilización. La investigación exhorta para que en estudios futuros modificar la hipótesis y se realice en espacios distintos y compararlos, para registrar mejores conclusiones.

La presente investigación tomó como muestra en su mayoría al sexo masculino de los empresarios, se puede notar por tanto la falta de equidad de género, predominando el sexo masculino para la administración de las Mipymes, actividad frecuente en el manejo empresarial. La edad media para la administración de las empresas es 40 años, constituyéndose una edad madura para enfrentar los retos de ser directivo empresarial.

Los empresarios de las Mipymes demuestran un bajo nivel de preparación académica, el bachillerato tiene mayor representatividad, lo cual imposibilita que puedan desplegar de manera adecuada su trabajo gerencial. Los hallazgos evidencian que los empresarios tienen muy poco tiempo en la administración empresarial; adicionalmente se demuestra que las Mipymes no ocupan mayor cantidad de mano de obra, debido al bajo nivel comercial y al insuficiente movimiento económico demostrado en los últimos tiempos.

La creatividad e innovación en las Mipymes es fundamental ya que al existir muchas empresas algo que las defina con una ventaja competitiva es de mucha utilidad en la gestión empresarial, por ello las empresas de estos segmentos deben generar creatividad para poder innovar, lo cual se evidencia una relación directa entre la creatividad y la innovación en los emprendimientos; en cuanto al ofrecimiento y generación de los productos y servicios que los gerentes promocionen sus productos, la manera en que los creen y que ventajas van a tener en relación a la competencia.

La innovación por su parte, se considera como la habilidad de convertir las ideas en bienes, procesos y servicios, nuevos y mejorados para que el mercado de consumo permita mostrarse de acuerdo y aprecie su utilidad. En este contexto Varela & Méndez (2017), apuntan que “En un entorno cada vez más competitivo y cambiante, la innovación en las empresas ha pasado de ser un elemento de diferenciación a una exigencia para la supervivencia” (p. 33). Por ello los empresarios deben considerar al interior de sus unidades productivas ciertas variables que le permitan generar innovación: disponer de personal creativo



a través de procesos de capacitación in situ, practicar el liderazgo efectivo, trabajo en equipo, motivación e incentivos, entre otros aspectos.

En concordancia con lo dicho anteriormente: “La innovación en los últimos años se ha convertido en una actividad fundamental y estratégica para el desempeño de las organizaciones. Frente a esto, las Pequeñas y Medianas Empresas, PYMES, se han visto obligadas a sumergirse en iniciativas innovadoras que les permitan fomentar su crecimiento empresarial para permanecer en el tiempo” (Salas-Arbeláez, García-Solarte & Azuero-Rodríguez, 2018, p. 223).

Por otro lado la creatividad en el ámbito empresarial se constituye en la capacidad que las personas conservan para imaginar e introducir cosas nuevas y originales, para generar, crear, mejorar los productos y/o servicios que ofrecen las unidades de producción de las mipymes. Por ello como lo afirman en su estudio Córdova, Castillo & Castillo (2018): “La creatividad e innovación, no solo son alternativas reales para aumentar las posibilidades de desarrollo empresarial, sino que, constituyen dos estrategias fundamentales para que se diseñen políticas, planes y estrategias que llevan a la empresa a ser más eficaz, eficiente y estratégica (p. 62). Adicionalmente manifiestan que “la creatividad e innovación son elementos de vital importancia para que las empresas se transformen y generen mayores posibilidades de mejorar sus desempeños y ajustarse a los requerimientos y demandas de la sociedad de consumo, en la cual, se requieren productos innovadores, de calidad y que suplan en un alto porcentaje los requerimientos y exigencia de los clientes” (Córdova, Castillo & Castillo,

2018, p. 61)

El estudio desarrollado muestra como principales limitaciones la realización en un período delimitado de tiempo, lo cual imposibilita suponer los cambios de las afirmaciones individuales a lo largo de un ciclo más amplio de tiempo, por consecuencia, sería importante realizar estudios comparativos, para estimar con mayor claridad los cambios, otra limitación presentada es que pese a haber tomado en cuenta una cantidad importante de empresas de las mipymes como muestra; se puede extender a las empresas de toda la provincia, lo cual permite ampliar el radio de acción del estudio.

El objeto de estudio, en base a su importancia permite considerar una base científica que puede servir para futuras investigaciones, a desarrollar por parte de otros investigadores del tema, permitiendo que se realice estudios comparativos entre diferentes sectores productivos, segmentos de empresa, entre otras variables calificadas.

## 5. CONCLUSIONES

La creatividad y la innovación son componentes estratégicos en el desempeño empresarial, por los cuales las Mipymes pueden permanecer en el mercado actual globalizado y competitivo. Estos factores pueden ser medidos mediante un conjunto de tareas y actividades que se encuentran encuadradas en el ámbito del segmento empresarial que llevan al éxito o fracaso de las empresas.

El estudio nos demuestra que el uso de estas variables, factores, componentes o mecanismos, cualquiera sea el nombre

que lo llamemos prevalecen dentro de la dinámica empresarial, como elementos para mejorar productos, servicios, procesos y procedimiento en la gestión empresarial integral, que permita conseguir los resultados empresariales esperados: Utilidad y rentabilidad acorde a los niveles de inversión realizada.

Las encuestas aplicadas a los empresarios de las Mipymes permiten observar que el 92% de los empresarios encuestados manifiestan que la creatividad y la innovación son elementos principales y ejes transversales, que han permitido mantener una gestión empresarial positiva, pues los empresarios encuestados lo han confirmado.

Las investigaciones sobre la creatividad e innovación se han transformado en los últimos años en una fuente importante de material académico, esta información procura que las empresas tengan un desarrollo empresarial sostenible y rentable. La creatividad, por tanto, se convierte en una herramienta que ayuda a cumplir los objetivos que se plantean las organizaciones empresariales y la innovación permite buscar de manera efectiva aplicar la creatividad generada por el talento humano sobre los bienes y servicios que produce la empresa.

Investigaciones efectuadas a cerca de estas temáticas son cuantiosas ya que en páginas de internet existen datos a nivel internacional y nacional, sin embargo, los estudios descritos expresan las realidades propias del entorno o contexto en dónde se han efectuado dichas investigaciones. En nuestro caso se ha aplicado el estudio a las Mipymes de la ciudad de Riobamba, pudiendo otros estudiosos del tema hacer uso de la metodología utilizada.

## 6. REFERENCIAS

1. Aguilera-Castro, A., Ávila-Fajardo, P., & Solano-Rodríguez, J. (2016). Las TIC en la formulación estratégica de las pymes de Santiago de Cali-Colombia. 13(1), pp. 102–111. <https://doi.org/10.18041/entramado.2017v13n1.25106>.
2. Álvarez, M., & Matos, J. (2014). Espíritu empresarial en los programas de administración de empresas en las universidades de la ciudad de Cartagena: Herramientas pedagógicas. (Trabajo de Grado).
3. Barroso, F. (2007). La creatividad en las empresas: percepción y sugerencias para su aprovechamiento. Un estudio con directivos de empresas y trabajadores. XI Congreso Internacional de la Academia de Ciencias Administrativas (A.C.). Universidad Jesuita de Guadalajara, Tlaquepaque, Jalisco México, mayo 2007, pp. 1-30.
4. Carrión, L., Zula, J., & Castillo, L. (2016). Análisis del modelo de gestión en pequeñas y medianas empresas y su aplicación en la industria del catering en Ecuador. pp. 82-102.
5. Córdova, E., Castillo, J., & Castillo, N. (2018). Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial. Revista Lámpsakos. ISSN: 2145-4086, núm. 19, enero-junio 2018, pp. 55-65. DOI: <http://dx.doi.org/10.21501/21454086.2363>.
6. Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2011). "Investigación: Fundamentos y Metodología". Editorial Pearson Educación, México DF.

7. Estupiñan, K. (2015). Las pymes y los sectores de la economía nacional. (Tesis de Pregrado). Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Económicas. Guayaquil. pp. 61.
8. González, E., Riofrio, N., & Sánchez-Quezada, T. (2017). Importancia de la creatividad e innovación para el desarrollo de las pymes en el cantón Machala. II Congreso de Investigación, Ciencia y Tecnología. Universidad Técnica de Machala. ISSN: 2588-056X, Vol. 1, núm. 1, pp. 536-546.
9. Leyva, A., López, J., Nuño, J., & Cavazos, J. (2014). Competencias gerenciales en la competitividad empresarial de las PyME's. Revista INVURNUS. Volumen 9, No. 2. pp. 3-11.
10. López-Torres, G., Maldonado, G., Pinzón, S., & García, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en Pymes. Contaduría y Administración, 61(3), pp. 568–581. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.05.016>
11. Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: Un estado de la cuestión. Revista Electronica de Investigación Educativa, Vol 20, Núm 1, pp. 38–47.
12. Niño, V. (2011). "Metodología de la Investigación: Diseño y Ejecución". Ediciones de la U., Bogotá.
13. Porter, M. (2017). La competitividad en el desarrollo empresarial. España: Difunda ediciones.
14. Salas-Arbeláez, L., García-Solarte, M., & Azuero-Rodríguez, A. (2018). Género del gerente e innovación: Caso empírico en Pymes de Cali. Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación, Vol.8, No. 2, pp. 223-235. <https://doi.org/10.19053/20278306.v8.n2.2018.7962>
15. Schnarch, A. (2013). Creatividad, innovación y marketing: claves del éxito emprendedor. Revista CPMARK Cuaderno Profesional de Marketing. Vol. 1 (1), pp. 64-74.
16. Vallejo, M., Altamirano, F., & Arias, J. (2016). Valores del emprendedor y su efecto en la sostenibilidad en la pymes. Revista Mktdescubre, 7(6), pp. 56-68, ISSN: 1390-7352.
17. Vara-Horna, A. (2012). Desde la idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método

## RECONOCIMIENTOS

Los investigadores dejamos constancia de agradecimiento a los estudiantes de los sextos semestres paralelos 1 y 2, período académico Marzo – Septiembre 2019, carrera de Ingeniería de Empresas, Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por su meritorio aporte en la compilación de información, a través de la aplicación de encuestas. Se espera que la labor académica encomendada sea de mucha utilidad en su formación estudiantil.