

INTRODUCCIÓN

Antecedentes científicos -teóricos, históricos contextuales de la investigación

Cuando nacieron las empresas, se pensaba que todo lo que se necesitaba para un crecimiento económico, era, buena mano de obra y capital, incluso e conocimiento, la educación, eran factores externos, que tenían poca o ninguna influencia en la economía, pero con el paso de los años esto fue cambiando, tanto que en la revolución industrial se empezaron a reemplazar personas por maquinarias, que mejorabas los procesos, tanto en lo económico como en lo productivo.

En las últimas décadas, el crecimiento económico, se basa, en la información, conocimiento e innovación, estas se han convertido en el pilar fundamental, para los mercados globalizados actuales, sin importar las distintas economías.

La innovación a través de los años a ganando mayor importancia a nivel empresarial, los expertos dicen que actualmente se está en la era de la innovación, aplicada a los ámbitos económicos, tecnológicos, sociales y laborales.

Según el libro verde de la innovación creado por la comisión Europea (1995) considera que la innovación como sinónimo de, asimilar, producir, cambiar y explotar con éxito una novedad. Señalando que hay que fomentar la innovación en las empresas, teniendo en cuenta la dimensión regional de la innovación, incluso para tratar de activar la innovación en las empresas europeas se propusieron y aplicaron las estrategias regionales de innovación y transferencia de tecnología, estrategia regional de investigación científica e innovación tecnológica, teniendo 2 requisitos importantes, obtener el máximo beneficio en cuanto a investigación e innovación nacional y comunitaria, crear un entorno favorable para la creación y desarrollo de empresas innovadoras.

El manual de Frascati (OCDE,1994) define "la innovación como la transformación de una idea de un producto o servicio comercializable, un procedimiento de fabricación, distribución, mejoras o nuevos métodos de proporcionar servicios".

Las nuevas economías requieren que las empresas mantengan y mejoren su presencia en el mercado, por esto aumenten su competitividad debe aumentar de manera constante, hay empieza a tomar un papel principal, la innovación, en los productos, bienes, servicios, e incluso en los procesos dentro de las organizaciones, inclusive se posee la innovación tecnológica, la cual les permite mejoras en la producción, reducción de costos y aumento en la calidad, creando un capital intangible, el cual se presenta como un activo, aumentando, la competitividad y el crecimiento económico.

Desde otro punto de vista, se afirma que no hay países competitivos sino empresas competitivas.

"innovar significa introducir modificaciones en la manera de hacer las cosas, para mejorar el resultado final, así una innovación puede ser desde una acción sobre el precio de un artículo para conquistar un mercado, hasta la mejora de un producto antiguo o el descubrimiento de un nuevo uso para un producto ya existente." (De Madrid,2001)

CAPÍTULO 1

MARCO TEORICO-CONCEPTUAL

1.1 Marco Teórico

1.1.1 La innovación

Uno de los principales innovadores es Porter (2008), menciona que la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar, recordando que las empresas consiguen grandes ventajas competitivas deciden innovar, teniendo en cuenta 4 paires fundamentales para la innovación:

- Cantidad y calidad de los factores productivos.
- Oferta y demanda anticipada a las necesidades.
- La existencia de una estructura que ayude a la competitividad a nivel internacional.
- Regulación y actitudes culturales frente a la innovación.

La innovación es un motor que transforma las ideas, en valor para la empresa, los clientes y usuarios, para lo cual la organización debe estar unida y cambiar o mejorar de manera conjunta, en todas las sociedades la idea principal de la innovación es aumentar la competitividad y eficiencia,

La innovación siempre ha estado ligada a la vida humana, desde el inicio de la vida, desde la búsqueda de alimentos hasta la creación de herramientas, y sus constantes mejoras, la innovación es un constante proceso de ensayo y error, resultado de la suma acumulativa de ciertas modificaciones del proceso de producción, pequeñas y gran medida accidentales (Medrano & Olarte, 2011).

Según Medrano (2011), titulada en LADE (Licenciatura de administración y dirección de empresas, o también llamado grado en contabilidad y finanzas) por la universidad de la Rioja y becaria de la catedra, extraordinaria de comercio, ella desarrollo investigaciones sobre los factores determinantes en la innovación, dice

que a mayoría de empresas al momento de innovar prefieren dirigir ese esfuerzo hacia el marketing, este estudio toma como base encuestas realizadas a 11.686 empresas.

La metodología empleada por Medrano (2011) se basa en un “Logic” binomial, que indica como fluyen las variables independientes con las dependientes, analizando paso a paso, si factores como el tamaño o el volumen de negocio, repercuten en el objeto de estudio, de forma positiva o negativa y su proporción.

1.2 La innovación en Latinoamérica

Según Perry et. al (2007) en el estudio desarrollado por el Banco Mundial sobre América Latina y el Caribe define al emprendedor como la persona u organización, capaz de transformar las ideas en comercios rentables, lo que implica la capacidad de innovar, tener nuevos productos e ingresar en nuevos mercados.

Basándose en esto se realizó un estudio encabezado por el Economista Samuel Pienknagura, jefe para América latina y el Caribe, este estudio del banco mundial fue presentado el 3 de abril del 2015, en que se indica que América latina, hay muchas empresas y poca innovación, sosteniendo que los mercados se ven atorados por la baja innovación de sus empresas, sosteniendo que el ingreso es bajo en relación a otros países del mundo.

“Las empresas latinoamericanas introducen productos nuevos a un ritmo menor que las empresas de otras regiones en desarrollo” cita ese documento.

Teniendo como los peores innovadores a Ecuador, Jamaica, México y Venezuela, los cuales se países, se ven altamente afectados como la informalidad de sus mercados.

Según este estudio, Brasil es el único país que invierte el 1% de su producto interno bruto en investigación desarrollo, mientras que el resto de los países invierte menos del 0,5% o incluso nada, lo que es realmente preocupante en comparación a

los mercados europeos. Los Especialistas recomiendan que para prosperar en la innovación, hay que tener un mayor enfoque y estimular la productividad de las empresas nuevas, para que haya un ambiente económico e institucional totalmente favorable para las nuevas ideas.

Un estudio independiente, sobre las estrategias de innovación en los procesos y productos de empresas manufactureras en Brasil, debido a que los procesos de innovación en el producto, se traduce en un crecimiento en las ventas, debido a que la innovación sin procesos puede ser ineficaz.

En futuras investigaciones se deberá examinar muy de cerca la relación entre la innovación y el rendimiento financiero, debido a que la innovación deberá mejorar a largo plazo, aumentando a su vez la participación en el mercado, aunque de no darse de manera positiva, se podría disminuir la rentabilidad perder mercado, y aumentos excesivos en costos.

1.2.1 Innovaciones en Ecuador

Astudillo et al. (2013) realizaron un estudio de las micro, pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Cuenca observando el efecto de la innovación, la competitividad y la rentabilidad de las empresas de esta ciudad, aplicada a 156 empresas en el periodo del 2011 al 2012.

Después de realizarse este estudio, el 46,2% de los encuestados introdujo nuevas herramientas, maquinarias y equipos, mientras que el 38,5% ingresaron nuevos programas informáticos.

La introducción de la innovación en estas empresas, tuvo un impacto positivo en solo 53 empresas, aunque no reflejo un aumento significativo en la rentabilidad en estos 2 años de estudio, pero se debe tener en cuenta las mejoras significativas que se realizaron, la innovación no siempre genera resultados positivos en la rentabilidad.

Actualmente en nuestro país, Transnave es la única empresa que realiza el transporte de carga al archipiélago de Galápagos, las otras empresas, como: Galapaface, Metropolitanang Touring, Galapagueñacorp S.A. sufrieron grandes inconvenientes en sus barcos por no mantener una mejora constante, ya sea en la capacitación del personal (marineros), equipos de navegación, e incluso en los mismos Barcos (Camelo, 2015).

Estos buques encallaron, entre barreras de corales o callos rocosos, quedaron tan devastados que tuvieron que sacarlo con boyas y remolques, para llevarlo a un área alejada y hundirlo (Bustamante, 2014).

No hay ningún responsable al momento, debido a los diferentes factores como tripulación, equipos, etc.

1.3 Diseño de la investigación

1.3.1 Problema de investigación y Planteamiento del problema

El tema central de esta tesis consiste en el estudio de las estructuras de la empresa Transnave en todos sus ámbitos departamentales, esta empresa es encargada de logística en el ámbito de exportación e importación.

Existen causas que no permiten la innovación a esta empresa, sus estructuras al momento de innovar no hacen factible estas operaciones ya que cada una de ellas muestran una capacidad de no concordancia. Se estima que dentro de la empresa no se lleva un adecuado manejo de su estructura, esto es ocasionado a la falta mejoramiento interno de la empresa.

Muchos libros señalan que la innovación es el proceso de generación de nuevas tecnologías. Ello implica tanto innovaciones de procesos como de productos. Es decir, una innovación de proceso (como se produce) supone la introducción de un nuevo método de producción o la modificación y mejoramiento de un proceso de producción o de gestión ya existente.

En el mismo sentido, la introducción de un nuevo producto o de una característica particular en un producto con el que el mercado no está familiarizado aún, supone una innovación de producto (que se produce).

El proceso como tal, reconoce varios intentos para modelizar los mecanismos que lo explican, éstos van desde el modelo lineal hasta el moderno concepto de sistema de innovación. Por ejemplo: existen cuatro etapas en la generación de nuevas tecnologías las que se mencionan a continuación:

Primero, la investigación básica, que tiene por objeto la producción de trabajos científicos o, para presentarlo de la manera más esquemática posible, entrega formulas o teorías.

Segundo, la actividad inventiva que resulta en esbozos o ideas que pueden conducir a nuevos productos o procesos y cuyo resultado tangible son las patentes.

Tercero, el desarrollo basado en inventos y conocimiento ya existentes sobre temas afines y que se traducen en especificaciones para nuevos productos o procesos. Superados los problemas prácticos que impiden su viabilizarían, la cuarta y última etapa conduce al lanzamiento de nuevos productos o procesos a los mercados.

En este sentido más estricto, una innovación ocurre únicamente cuando se genera un nuevo producto o proceso.

Zavaleta (2008) menciona que una primera fase pertenece a la invención y desarrollo de una innovación mayor, una segunda fase que se puede denominar de innovación incremental y, una tercera fase de caída o agotamiento de la innovación mayor y consecuentemente de la productividad.

1.3.2 Formulación del problema de investigación

¿Cuáles son los factores principales que inciden al momento de innovar dentro de la empresa?

Nuestro objeto de estudio.- La gestión del cambio en la empresa Transnave.

Campo de Acción.- La relación entre los factores estructurales y la innovación dentro de la empresa Transnave.

1.3.3 Sistematización del problema de investigación

- ¿Cuáles son las características de los factores estructurales?
- ¿Cómo afecta la falta de prácticas innovadoras a la industria naviera?
- ¿Cuáles son las características de la cultura organizacional que ha implementado la empresa Transnave?
- ¿Existe una administración, que se actualice constantemente y sea innovadora?
- ¿Qué factores afectan la motivación del personal para generar nuevas ideas?

1.4 Objeto de investigación y campo de acción

El motivo de esta investigación es resolver, los problemas que se presentan dentro de la empresa, al momento de presentar nuevas ideas, lo que impide para aumentar la calidad en el servicio y la satisfacción de los clientes, mejorando nuestros niveles de eficiencia.

1.4.1 Objetivo General

Determinar la relación entre los factores estructurales y los resultados de la innovación en la empresa Transnave.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Definir y analizar la gestión del cambio dentro de nuestra organización.
- Establecer una metodología para determinar una relación entre los factores estructurales y la innovación.
- Precisar bajo qué circunstancias, la estructura de la empresa afecta las nuevas ideas.
- Establecer políticas, que mejoren la relación entre los factores estructurales y la innovación.
- Medir el nivel de innovación y predisposición del personal.

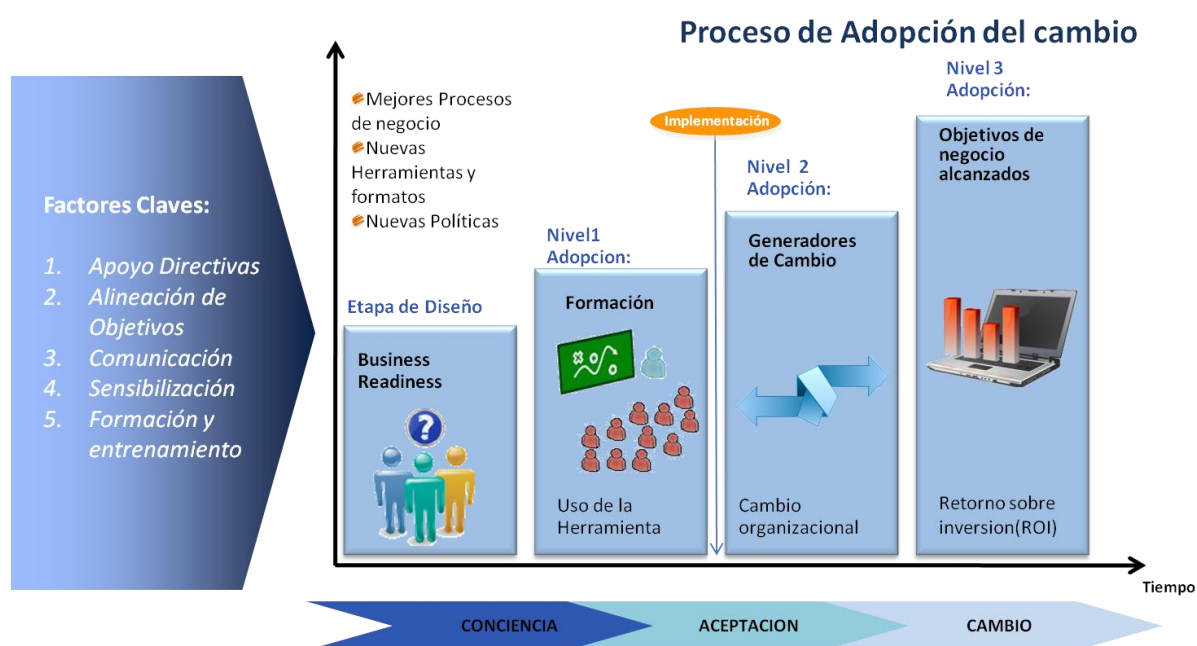
1.5 Justificación de la investigación

Por medio de la globalización, los mercados se hacen más pequeños, cada vez se hacen más competitivos, por esto las empresas deben mantenerse en un mejoramiento continuo, para poder competir con las demás organizaciones, sin perder su participación en el mercado global, por este motivo empecé con esta investigación, como una base para que las empresas puedan tener proyectos y poder resolver los problemas que se presentan dentro la empresa, al momento de presentar nuevas ideas, lo que impide para aumentar la calidad en el servicio y la satisfacción de los clientes, mejorando nuestros niveles de eficiencia.

A ninguna persona le gusta un cambio, peor si ha estado acostumbrada a trabajar siempre de la misma manera, si no comprende su finalidad, si no cree que signifique una ganancia personal.

Un cambio organizacional es lo más común dentro de una organización, esta afecta de manera directa las raíces biográficas y emocionales y la carrera profesional de las personas involucradas, de su identidad individual y de su posición social (Zimmermann, 2000).

Figura 1.1 Cambio Organizacional



Fuente: Zimmermann (2000)

1.6 Formulación de la hipótesis y variables

1.6.1 Hipótesis

La hipótesis argumenta aspectos sobre los factores Estructurales y la relación que tienen con la innovación en la industria naviera.

1.7 Métodos empleados

La investigación es no experimental:

- Exploratoria, Descriptivo

- Enfoque cuantitativo

Posteriormente la estrategia investigativa que se empleará será de campo, debido a que ésta, permitirá obtener datos precisos de la realidad mediante encuestas realizadas, teniendo en cuenta cada una de las variables establecidas.

1.7.1 Métodos, técnicas e instrumentos

En esta etapa se determinarán los diferentes cuestionamientos del objeto en estudio: la comercialización de sacos de yute, que será el principal motivo de análisis, las variables del proyecto para mejorar y resolver con nuevos planteamientos y propuestas, para lo cual se utilizarán los siguientes métodos de investigación:

- Método científico.
- Método Inductivo.
- Método descriptivo.
- Método deductivo.
- Método estadístico.

Método científico.- Es el conjunto de reglas que señalan el procedimiento con que se llevó a cabo la investigación, y cuya aplicación es aceptada por la comunidad científica como un método universal para la investigación. Se lo aplicó en el diseño del marco teórico.

Método inductivo.- Se lo utilizó al analizar las respuestas de las encuestas y entrevistas con el fin de establecer conclusiones, es decir se consideró el tránsito de lo general a lo particular.

Método descriptivo.- Fue utilizado al describir situaciones del fenómeno a investigar, buscando especificar las propiedades importantes del problema en cuestión. Este mide de manera independiente los conceptos y también ofrece la posibilidad de predecir. Este se lo aplicó en el análisis de los resultados de las encuestas.

Método deductivo.- Es aquel que permite estudiar la problemática de lo general a lo particular o de lo complejo a lo simple.

Método estadístico.- Se utilizarán fórmulas estadísticas para el análisis y preparación de resultados, elaborados en hojas electrónicas como tablas dinámicas, filtros, en EXCEL versiones 2010, SPSS Statics archivos en formato DOC, para elaboración, contabilización y diseño de cuadros, gráficos, de los resultados de los datos utilizados.

Para levantar la información y de acuerdo al grado de abstracción en el presente proyecto de estudio, se establecerá una Investigación descriptiva donde se analizará toda la fundamentación teórica con el fin de establecer definiciones y conceptos que describan el tema.

1.7.2 Las Técnicas utilizadas en la investigación

Encuesta realizada a productores y exportadores de cacao. Es un estudio observacional en el cual no se modifica el entorno ni se controla el proceso que está en análisis.

Los datos se adquiere a partir de realizar una serie de preguntas normalizadas dirigidas hacia una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Observación: Se utilizó para observar personas, problemas, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones con la finalidad de conseguir determinada información necesaria para la investigación.

Entrevistas informales: Se realizaron con los productores y representantes de las Asociaciones de este cantón.

Fuentes secundarias: Fueron de gran importancia, entre las consultadas están los libros, revistas y páginas web. Que servirán para proporcionar a los lectores una síntesis de la información que existe sobre problemática.

Aplicación de Instrumentos

Para cada técnica descrita se dispone de un instrumento que permitirá obtener la información estadística que proporcionará los datos para confirmar la hipótesis de solución del problema.

La técnica de la encuesta tiene como instrumento el documento de la encuesta. Para la técnica de la observación se tiene como instrumento la ficha respectiva y para las fuentes secundarias, se obtiene el fichaje de las obras y literatura utilizada.

Procesamiento de Datos

Para la transcripción y análisis de la información del tema de investigación, se iniciará con el procesamiento de la información que se obtuvo de:

- **Las encuestas**

Con la información levantada con las técnicas de recolección de datos, se utilizarán los siguientes pasos:

1. Proceso de datos.- Se recopilarán, validarán y calificarán los documentos e información manualmente, de forma objetiva y de acuerdo a la importancia de los resultados de investigación.
2. Presentación de los datos.-Se expondrán los resultados en forma de cuadros estadísticos, para una mejor visualización se utilizarán gráficos porcentuales, y una explicación puntual de los puntos de mayor relevancia.
3. Apoyo Computacional.- Se utilizará una computadora de red local y computador personal para la transcripción de datos, análisis y preparación de cuadros estadísticos y descriptivos de los resultados, aparato telefónico convencional, teléfono celular, red de internet de banda ancha, correos electrónicos personales, cámara fotográfica, impresora, y memorias portátiles USB.

Recursos instrumentales

En la investigación se utilizó varios métodos para la recopilación de datos. Se tuvo en cuenta la recopilación de información a través de fuentes primarias como estudios técnicos: encuesta, entrevistas y la observación directa, con el fin de determinar primordialmente el perfil y las tendencias de las personas encuestadas y sus principales necesidades.

La forma planteada para la recolección de información fue a través de un cuestionario, para lo cual se elaboró un formato tentativo que fue previamente probado en el campo investigativo.

1.7.3 Sistematización del problema de investigación

- ¿Cuáles son las características de los factores estructurales?
- ¿Cómo afecta la falta de prácticas innovadoras a la industria naviera?
- ¿Cuáles son las características de la cultura organizacional que ha implementado?

- La empresa Transnave?
- ¿Qué factores afectan la motivación del personal para generar nuevas ideas?

1.8 Tratamiento de la información

La información que se obtiene de la empresa, unida a la que por otros medios se alcanzó, van a constituir nuestro fondo documental para iniciar el proceso de investigación.

Toda esa información necesita ser ordenada, organizado, estructurado. Para ello serán de gran utilidad los sistemas de gestión de bases de datos, y a su vez puedan resolver las dificultades con las que a lo largo del proceso de investigación se encontró al tener que manejar toda la información de la que se dispone.

1.9 Síntesis de resultados

Por medio de esta investigación se desea, que la empresa Transnave, empiece a darse cuenta de la importancia que tiene la innovación, en los procesos y nuevos servicios, para aumentar la rentabilidad y preferencia de los cliente por nuestra atención y servicio por medio un sistema que impulse la implementación de prácticas innovadoras, y facilitando herramientas a todo el personal.

CAPÍTULO 2

METODOLÓGICO: DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA FACTORES ESTRUCTURALES E INNOVACIÓN

2.1 Contexto de la Investigación

Reseña Histórica:

La empresa Transportes navieros ecuatorianos, Transnave, se creó en 1971 mediante decreto supremo, No 1447-c el 24 de septiembre de 1971 con personería jurídica, patrimonio propio, administración autónoma, Esta investigación se realiza al personal dentro de la empresa.

La empresa Transnave se encuentra domiciliada en la ciudad de Guayaquil, sus empleados son personas, capaces y leales a la empresa, además de contar con amplia experiencia en los temas relacionados a la empresa

2.2 Metodología que aplicaremos

A través de la encuesta, estableceremos la relación entre los factores estructurales y la innovación, analizando las variables en un estado sin alterar, por lo tanto se aplica un estudio no experimental, al cual aplicaremos un enfoque cuantitativo, el cual nos ayudara a determinar si existe una relación entre los factores estructurales y la innovación.

A nivel de Latinoamérica, los estudios de innovación, son muy pobres, incluso a nivel de nuestro país, no hay estudios realmente conocidos, sobre la innovación y su incidencia en los factores estructurales.

En este estudio, aplicaremos un enfoque cuantitativo, para tener un ejemplo Debemos tener en cuenta que según Sampieri et al. (2010) en su libro pagina 3, el enfoque cuantitativo se divide en:

Características: mide fenómenos, utiliza estadística, prueba hipótesis, análisis

Procesos: secuencial, deductivo, probatorio, análisis de la realidad objetiva

Bondades: generalización de resultados, precisión, replica, predicción

Inicialmente esta investigación, se basa en el supuesto que exista una relación entre los factores estructurales y la innovación.

2.2.1 Detalles de la encuesta que utilizaremos:

- Tipo de diseño: No experimental, descriptiva correlacional.
- Metodología: Cuantitativa.
- Método de Análisis de Datos: Correlación Canónica, alfa de cronbach.

2.3 Variables

Las variables son dependientes:

- Factores estructurales
- Innovación en la industria naviera

En la tabla 2.1 se encuentra la operacionalización de cada variable, y también las dimensiones en que se desarrollan en esta investigación, como podemos ver en la última columna tenemos las dimensiones, que serán encargadas de medir las variables utilizadas en el presente estudio.

2.3.1 Operalización de las variables

Tabla 2.1 Operación de Variables

Constructo	Definición conceptual	Dimensiones	Subdimensiones	Indicadores
Factores estructurales y de innovación	Los factores estructurales constituyen el soporte del funcionamiento organizacional: objetivos, estrategias, estructuras, decisiones, sistemas, procesos, tecnologías, oficio, procedimientos que garantizan el funcionamiento de los procesos de innovación en la empresa.	Soporte Organizacional para la innovación.	Estructuras Organizacionales	Existencia de un departamento, área, o puesto que regule las actividades de innovación. Equipos de trabajos permanentes o ad hoc conectados en un sistema de gestión del conocimiento, dedicados a actividades de innovación. Presupuesto destinado a la innovación. Existencia de estructuras de cooperación para el desarrollo de la innovación. (Acuerdos de colaboración con otras entidades).
			Estrategias.	Plan estratégico donde se definan los proyectos innovadores.
			Sistemas	Sistema de calidad establecido. Sistema de Gestión de la innovación. Sistema de inteligencia organizacional. Sistema de recompensas asociados a la

				<p>innovación. Sistema de protección de la innovación. Sistema de transferencia Tecnológica.</p>
			Procesos.	<p>Identificación y definición de los procesos de negocios. La innovación está integrada en las distintas etapas de la cadena valor. (en cada uno de los procesos de la empresa) Metodología establecida para el desarrollo de proyectos y sus resultados. Proyectos de I+D+i</p>
			Innovación en productos.	<p>Nuevos productos, Incremento de las ventas. Reducciones de costes de recursos por producto o servicio.</p>
Innovación.	Capacidad estratégica de la organización para estructurars	Resultado de Innovación.	Innovación en procesos.	<p>Nuevos o rediseñados procesos o servicios. Reducciones de tiempo en los procesos de</p>

	<p>e en red y generar continuamente buenas ideas, convertirlas en productos o servicios con éxito comercial o ponerlas en prácticas en procesos comerciales o gerenciales para garantizar la competitividad de la misma.</p>			<p>producción, distribución o comercialización. Incremento de la productividad. Mejora de la calidad de los productos, procesos o servicios existentes. Incorporación de nuevas tecnologías, o rediseño de estas.</p>	
				<p>Innovaciones de Marketing o comercialización.</p>	<p>Nuevas o rediseñadas formas de comercialización de los productos.</p>
				<p>Innovación en Organización.</p>	<p>Introducción de cambios en las formas de organización y gestión de la empresa u organización. Cambios en la organización y administración del proceso productivo, o de servicios. Incorporación de nuevas estructuras organizativas o rediseño de la existente. Implementación de nuevas orientaciones estratégicas, o cambios parciales en las existentes.</p>
				<p>Resultados totales.</p>	<p>Satisfacción del cliente con las actividades de innovación. Satisfacción de los accionistas. Número de patentes, modelos de utilidad, y otros mecanismos de protección de</p>

				resultados. Nivel de posicionamiento y competitividad de la empresa, por los resultados de innovación.
--	--	--	--	--

Fuente: Alabart -2013.

2.4 Unidad de análisis, medida de la realidad, de la población y muestra, criterios de realidad

Trabajamos con una muestra de 50 personas, nuestra técnica de recolección de datos fue la encuesta, con la cual podremos obtener información para comprobar nuestra hipótesis.

Esta encuesta (anexo1) se realizó en 2 semanas, todos los días se concurría a la hora del almuerzo de 12:00 a 13:00 a la oficina de Transnave, (donde se encuentra el área administrativa) y al barco m/n Galápagos, (donde sería el área operativa).

Para poder tener un tiempo para dialogar con el encuestado y a su vez indicándole la utilidad de este cuestionario, el personal de la empresa Transnave, ayudó de muy buena manera, accediendo a contestar todo el cuestionario, de tal manera que los datos sean confiables.

De igual manera, se encuestó a los clientes de Transnave, los cuales envían sus productos, mercaderías y artículos varios en el Barco Galápagos, en el muelle store ocean, todas las personas querían resolver las encuestas para dar sus quejas, pero se escogió a las personas que tienen una mayor relación comercial con la empresa.

Esta encuesta se realizó en forma de una entrevista personal a cada uno de los colaboradores de la empresa y clientes, en 4 minutos por persona aproximadamente, la mayoría de los encuestados pidió que su identidad no sea revelada, por alguna represalia o molestia entre los demás compañeros.

El detalle de la encuestas se divide en 42 preguntas, en las cuales 14 preguntas sobre la innovación, y las 28 preguntas restantes son sobre los factores estructurales.

Para nuestro análisis, al momento de realizar la encuesta no tomaremos en cuenta las variables, edad, sexo, estado civil, debido a que no existe una relación entre estas variables para el estudio según el valor de la Sig. Asintótica que es menor a 0,5 según el programa spss

La Correlación Canónica se realizara con el programa IBM SPSS, con una escala ordinal de 5.

2.5 Estadísticos de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,699	50

Fuente: SPP

El alfa de Cronbach es un coeficiente, que sirve para medir la fiabilidad, en una población, tomando en cuenta la relación que hay entre las variables, permitiéndonos tener un valor cuantificable.

Cuanto más se aproxime a 1 mayor es su fiabilidad, aunque se considera que los valores, superiores a 0,6-0,7 garantizan la fiabilidad del estudio, dependiendo siempre de la fuente de los datos.

2.6 Tabulación en matriz de datos

Para el análisis de los datos obtenidos en este trabajo, se utilizó el paquete estadístico SPSS (versión 20) cuya validez para investigaciones en ciencias sociales ha quedado demostrada. Para el análisis se elaboró la matriz de datos (Ver anexo 2).

2.7 Métodos de análisis de datos

Con este estudio, con los resultados obtenidos mediante la encuesta, comprobaremos la existencia de la relación entre los factores estructurales y la innovación dentro de la empresa Transnave, basándonos en investigaciones realizadas, para esto realizaremos la correlación canónica la cual nos indica la relación entre 2 grupos de variables y si las mismas son válidas.

Este método, pertenece a la estadística multivariada, la cual se relaciona con el método de regresión con la finalidad de medir el grado de relación entre los conjuntos de variables según Badii (2007).

2.8 Conclusiones Parciales

Esta investigación, aporta a la idea, que existe sobre la relación de los factores estructurales y la innovación, mi investigación, se ha basado en un enfoque cuantitativo, de tipo informativo, para esto utilizamos la encuesta como principal herramienta de recolección de datos dentro de la empresa Transnave.

Esta encuesta se realizó a 50 personas dentro de esta empresa, para determinar la fiabilidad de la encuesta, utilice el coeficiente de alfa de cronbach, con el software SPSS, versión 22. Una vez realizados los cálculos, obtuve un valor de 0,699 lo cual indica que mi encuesta, es aceptable.

Para analizar la relación o el grado de relación que existe entre las variables se utiliza el análisis de correlación canónica.

Los encuestados, estaban de acuerdo con la creación y uso de esta encuesta, para poder determinar las falencias y sus virtudes, con el afán de proponer un plan de acción que permita mejorar a todo a nivel personal y organizacional.

CAPÍTULO 3

RESULTADOS, DISCUSION y PROPUESTA

3.1 Análisis de los resultados de las encuestas

Una vez aplicada la encuesta, y procesada, debemos tener en cuenta los resultados, sin importar la información de edad, sexo, titulación o tiempo de trabajo, porque nos basamos únicamente en su opinión hacia la empresa.

3.2 Frecuencia marginal

Muestra el número de personas encuestadas, que responden de manera correcta, existiendo 5 opciones para cada una de las preguntas, a continuación detallo que en nuestra encuesta existe dimensiones, Sobre la innovación empresarial 8 ítems, trabajo en equipo 9 ítems, liderazgo 5 ítems, comportamiento organizacional, 2 ítems.

Para estos ítems tenemos 5 opciones de respuesta:

1. Nunca sucede
2. Pocas veces sucede
3. Normalmente sucede
4. Muchas veces sucede
5. Siempre sucede

En esta escala va del 1 al 5, siendo el 1 (nunca sucede) como el puntaje más bajo, y 5 (siempre sucede) como el máximo puntaje, con este tipo de análisis determinamos si las variables están relacionadas entre si, además verificamos que indicadores son los más significativos, y cuanto aporta cada una de las variables,

Adjunto algunas tablas sobre las cuantificaciones de la frecuencia marginal de la encuesta, el resto se encuentra en el anexo 4.

Tabla 3.1 Frecuencia marginal sobre la comunicación de los cambios en los procesos de la organización

¿La Organización, comunica los cambios que se realizan a los procesos?						
	Frecuencia marginal	Cuantificación	Coordenadas de categorías simples		Coordenadas de categorías múltiples	
			Dimensión		Dimensión	
			1	2	1	2
nunca sucede	6	-1,152	-,338	-,015	-,338	-,019
pocas veces sucede	18	-,809	-,237	-,010	-,237	-,009
Normalmente	9	,019	,005	,000	,005	,001
muchas veces sucede	12	,958	,281	,012	,281	,014
siempre sucede	5	1,963	,576	,025	,576	,022
Perdidos	0					

Fuente: Elaborado por el autor.

Como se puede observar en esta tabla 3.1 de frecuencias marginales, de un total de 50 respuestas; 5 respuestas indican que siempre sucede, 12 respuestas nos indican que muchas veces sucede; 9 respuestas que normalmente sucede; 18 respuestas que pocas veces sucede, y 6 respuestas que nunca sucede, cabe señalar que la opción que más número de respuesta obtuvo es pocas veces sucede, con 18 personas, es decir que el 36% de las respuestas.

Tabla 3.2 Frecuencia marginal sobre si la información fomenta la innovación

¿La Organización fomenta la Innovación?*						
	Frecuencia marginal	Cuantificación	Coordenadas de categorías simples		Coordenadas de categorías múltiples	
			Dimensión		Dimensión	
			1	2	1	2
nunca sucede	21	-,948	-,041	,451	-,042	,451
pocas veces sucede	11	-,150	-,007	,072	-,003	,072
Normalmente	7	,604	,026	-,287	,025	-,288
muchas veces sucede	3	1,071	,047	-,510	,038	-,511
siempre sucede	8	1,764	,077	-,840	,078	-,840
Perdidos	0					

a. Nivel de escalamiento óptimo: Ordinal

Fuente: Elaborado por el autor

Como se puede observar en esta tabla 3.2 de frecuencias marginales, sobre la innovación, de un total de 50 respuestas; 8 respuestas indican que siempre sucede, 3 respuestas nos indican que muchas veces sucede; 7 respuestas que normalmente sucede; 11 respuestas que pocas veces sucede, y 21 respuestas que nunca sucede, cabe señalar que la opción que más número de respuesta obtuvo es pocas veces sucede, con 21 personas, es decir que el 46% de las respuestas.

Tabla 3.3 Frecuencia marginal sobre si se piensa en la innovación

¿ Se piensa en la innovación de servicios?						
	Frecuencia marginal	Cuantificación	Coordenadas de categorías simples		Coordenadas de categorías múltiples	
			Dimensión		Dimensión	
			1	2	1	2
nunca sucede	21	-,922	-,352	,357	-,352	,356
pocas veces sucede	6	-,466	-,178	,181	-,176	,182
Normalmente	8	,089	,034	-,035	,034	-,035
muchas veces sucede	2	1,180	,450	-,457	,449	-,458
siempre sucede	13	1,468	,560	-,568	,560	-,568
Perdidos	0					

a. Nivel de escalamiento óptimo: Ordinal

Fuente: Elaborado por el autor.

Como se puede observar en esta tabla 3.3 de frecuencias marginales, sobre la innovación de servicios, de un total de 50 respuestas; 13 respuestas indican que siempre sucede, 2 respuestas nos indican que muchas veces sucede; 8 respuestas que normalmente sucede; 6 respuestas que pocas veces sucede, y 21 respuestas que nunca sucede, cabe señalar que la opción que más número de respuesta obtuvo es pocas veces sucede, con 21 personas, es decir que el 42% de las respuestas.

Tabla 3.4 Frecuencia marginal sobre la debida atención de las ideas innovadoras

¿ Se presta la debida atención a las ideas innovadoras?

	Frecuencia marginal	Cuantificación	Coordenadas de categorías simples		Coordenadas de categorías múltiples	
			Dimensión		Dimensión	
			1	2	1	2
nunca sucede	17	-1,135	,108	-,082	,109	-,081
pocas veces sucede	12	-,350	,033	-,025	,032	-,027
Normalmente	10	,991	-,094	,071	-,095	,070
muchas veces sucede	9	1,236	-,118	,089	-,116	,092
siempre sucede	2	1,236	-,118	,089	-,116	,087
Perdidos	0					

a. Nivel de escalamiento óptimo: Ordinal

Fuente: Elaborado por el autor.

Como se puede observar en esta tabla 3.4 de frecuencias marginales, sobre las ideas innovadoras, de un total de 50 respuestas; 2 respuestas indican que siempre sucede, 9 respuestas nos indican que muchas veces sucede; 10 respuestas que normalmente sucede; 12 respuestas que pocas veces sucede, y 17 respuestas que nunca sucede, cabe señalar que la opción que más número de respuesta obtuvo es pocas veces sucede, con 17 personas, es decir que el 34% de las respuestas.

Tabla 3.5 Frecuencia marginal sobre los procesos de gestión de innovación.

¿Considera usted, que en su área de trabajo se llevan a cabo procesos de gestión de innovación?

	Frecuencia marginal	Cuantificación	Coordenadas de categorías simples		Coordenadas de categorías múltiples	
			Dimensión		Dimensión	
			1	2	1	2
nunca sucede	18	-,989	-,621	,334	-,621	,334
pocas veces sucede	13	-,225	-,141	,076	-,141	,077
Normalmente	7	,194	,122	-,066	,119	-,071
muchas veces sucede	2	1,309	,821	-,442	,828	-,429
siempre sucede	10	1,675	1,052	-,566	1,051	-,567
Perdidos	0					

a. Nivel de escalamiento óptimo: Ordinal

Como se puede observar en esta tabla 3.5 de frecuencias marginales, sobre los procesos de gestión de la innovación, de un total de 50 respuestas; 10 respuestas indican que siempre sucede, 2 respuestas nos indican que muchas veces sucede; 7 respuestas que normalmente sucede; 13 respuestas que pocas veces sucede, y 18 respuestas que nunca sucede, cabe señalar que la opción que más número de respuesta obtuvo es nunca sucede, con 18 personas, es decir que el 34% de las respuestas.

Tabla 3.6 Frecuencia marginal sobre los procesos de gestión de innovación.

¿Se responde de manera eficaz a condiciones cambiantes del entorno?

	Frecuencia marginal	Cuantificación	Coordenadas de categorías simples		Coordenadas de categorías múltiples	
			Dimensión		Dimensión	
			1	2	1	2
nunca sucede	21	-1,008	,048	-,262	,048	-,262
pocas veces sucede	9	-,145	,007	-,038	,008	-,037
normalmente	11	,758	-,036	,197	-,037	,197
muchas veces sucede	6	1,569	-,075	,408	-,075	,412
siempre sucede	3	1,569	-,075	,408	-,074	,401
Perdidos	0					

a. Nivel de escalamiento óptimo: Ordinal

Como se puede observar en esta tabla 3,6 de frecuencias marginales, sobre los procesos de gestión de la innovación, de un total de 50 respuestas; 3 respuestas indican que siempre sucede, 6 respuestas nos indican que muchas veces sucede; 11 respuestas que normalmente sucede; 16 respuestas que pocas veces sucede, y 21 respuestas que nunca sucede, cabe señalar que la opción que más número de respuesta obtuvo es nunca sucede, con 18 personas, es decir que el 34% de las respuestas.

Tabla 3.7 Frecuencia marginal sobre los procesos de gestión de innovación.

¿Usted sabe a qué se dedica su empresa?

	Frecuencia marginal	Cuantificación	Coordenadas de categorías simples		Coordenadas de categorías múltiples	
			Dimensión		Dimensión	
			1	2	1	2
nunca sucede	3	-2,395	-,512	,199	-,510	,205
pocas veces sucede	8	-1,088	-,233	,090	-,231	,093
normalmente	18	-,103	-,022	,009	-,023	,006
muchas veces sucede	11	,250	,053	-,021	,052	-,024
siempre sucede	10	1,498	,320	-,125	,322	-,120
Perdidos	0					

a. Nivel de escalamiento óptimo: Ordinal

Como se puede observar en esta tabla 3.7 de frecuencias marginales, sobre los procesos de gestión de la innovación, de un total de 50 respuestas; 10 respuestas indican que siempre sucede, 11 respuestas nos indican que muchas veces sucede; 18 respuestas que normalmente sucede; 8 respuestas que pocas veces sucede, y 3 respuestas que nunca sucede, cabe señalar que la opción que más número de respuesta obtuvo es nunca sucede, con 18 personas, es decir que el 34% de las respuestas.

Tabla 3.7 Frecuencia marginal sobre los procesos de gestión de innovación.

¿Han actualizado o cambiado de manera positiva los procesos de la organización?

	Frecuencia marginal	Cuantificación	Coordenadas de categorías simples		Coordenadas de categorías múltiples	
			Dimensión		Dimensión	
			1	2	1	2
nunca sucede	19	-,931	,211	-,093	,211	-,093
pocas veces sucede	13	-,155	,035	-,015	,034	-,017
normalmente	10	,376	-,085	,037	-,084	,041
muchas veces sucede	3	1,993	-,451	,198	-,456	,193
siempre sucede	5	1,993	-,451	,198	-,448	,199
Perdidos	0					

a. Nivel de escalamiento óptimo: Ordinal

Como se puede observar en esta tabla 3.7, de frecuencias marginales, sobre los procesos de gestión de la innovación, de un total de 50 respuestas; 5 respuestas indican que siempre sucede, 3 respuestas nos indican que muchas veces sucede; 10 respuestas que normalmente sucede; 13 respuestas que pocas veces sucede, y 19 respuestas que nunca sucede, cabe señalar que la opción que más número de respuesta obtuvo es nunca sucede, con 18 personas, es decir que el 34% de las respuestas.

3.3 Resultado del análisis correlacional

Tabla 3.5 Análisis Correlacional

		Dimensión		Suma
		1	2	
Pérdida	Conjunto 1	,002	,104	,106
	Conjunto 2	,002	,100	,102
	Media	,002	,115	,117
Auto valores		,998	,885	
Ajuste				1,883

Fuente: SPSS

Como se puede apreciar en los análisis de los resultados es claramente visible que la mayoría de las personas encuestadas creen que no se realizan cambios innovadores en la empresa, por otro lado las organizaciones estructurales actuales no satisfacen totalmente al empleado mucho menos al consumidor.

Este modelo debe tener un ajuste próximo a 2, por ser un modelo de 2 dimensiones, se puede afirmar que la relación entre los factores estructurales y la

innovación están relacionadas de manera directa debido a que tenemos un ajuste de 1,883 sobre 2, con esto podemos afirmar que el modelo de la correlación canónica aplica para estas variables (anexo 2).

Desde este momento empezaremos a observar, el comportamiento de los indicadores, viendo cómo influyen los factores estructurales con la innovación, nuestro objetivo, será de analizar el ajuste entre nuestras variables,, observando que siempre sea apropiado, es decir cercano a 2, si el valor está muy lejano de 2, significara que la correlación que vamos a usar no es la correcta.

Empezaremos analizando el nivel de importancia de cada variable, para saber que indicador, tiene mayor repercusión en el resto de variables, y si estas se encuentran bien correlacionadas.

Debemos recordar que en la tabla de ajuste, las perdidas, deben tener valores cercanos a 0 para indicarnos, que hay un buen ajuste, seleccionando los indicadores, con mayor valor, ya que estos serían los más representativos.

En nuestro caso, en el análisis de ajuste, observamos una diferencia en la tercera columna, en la columna de la perdidas, todos los valores son 0, lo cual indica que se ha escogido bien el modelo de trabajo, definiendo de manera idónea las escalas variables y las escalas de los valores, para el ajuste múltiple debemos observas los valores de la columna suma y tomando los más altos (anexo 3).

Basándonos en este resumen, los indicadores que más aportan (de manera negativa) a nuestro modelo son:

1. Gestión de innovación
2. Objetivos y metas establecidos
3. Lider de mercado
4. Sistema de trabajo innovador
5. Dialogo entre colaboradores
6. Obligaciones sin supervisión
7. Nuevos productos o servicios

Gestión de la innovación, es el único indicador de la variable innovación y todas tienen su mayor aporte a la variable de los factores estructurales.

Se tienen en cuenta también aquellos indicadores cuya suma en el ajuste múltiple es mayor que 0.2, teniendo en cuenta que pueden ser también significativos para el análisis, indicando su aporte a cada una de las dimensiones correspondientes, la empresa Transnave debe tener en cuenta y prestar una adecuada atención a estos indicadores para evaluar su desempeño, para lograr un avance institucional.

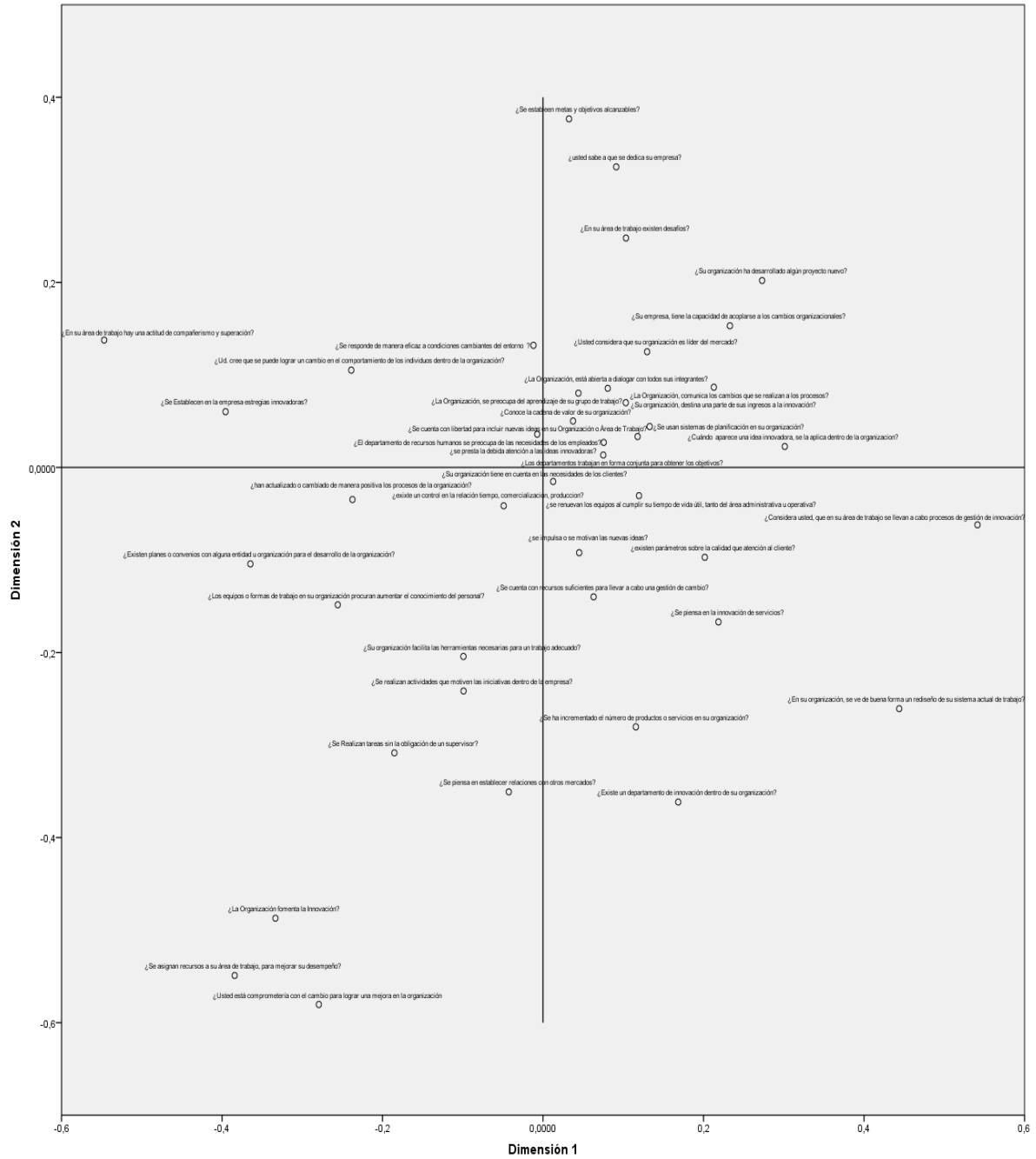
El análisis factorial, o saturación de componentes, consiste en resumir la información contenida en una matriz de datos, identificando un número de factores que van a ser menor que las variables, buscando hayar, las combinaciones lineales de las variables, que expliquen la mayor parte de la variación.

Comenzamos su cálculo a partir de la matriz reducida, que está compuesta por los coeficientes de la correlación canónica entre las variables establecidas. es difícil de interpretar, por la cantidad de los factores que se utilizan, y la saturación que esto implica en el gráfico, debe tener varias características:

- Se deben tener pocos valores altos y los demás cercanos a 0
- Cada variable no debe estar saturada en más de un factor
- Los factores diferentes deben tener valores altos y bajos

Aquí vamos a observar la saturación de los componentes, las que vamos a observar solo en dos dimensiones, con las variables factores estructurales y la innovación, En este gráfico se observan dos ejes de coordenadas, xy correspondientes a cada constructo o dimensión, observándose que los más distantes de cero, son efectivamente los que más significación tienen para las variables.

Figura 3.1 Saturaciones de componentes de las variables



3.4 Cuantificaciones

En este capítulo podremos observar, que a través de las respuestas obtenidas por los encuestados y sus puntuaciones, las cuantificaciones de las respuestas para cada uno de los indicadores seleccionados en cada una de las variables.

Aquí veremos la incidencia de cada respuesta para cada indicador, correspondiente en las respectivas variables, observando la cantidad de encuestados, y cada respuesta del indicador correspondiente para estudiar, cual aporta más cada uno de ellos, y que a su vez contribuye con el aporte del indicador, esto se refleja finalmente en la tabla del ajuste múltiple y simple.

A continuación se mostrará un resumen de los indicadores más significativos, a partir del análisis que se realizó, el resto del análisis se encuentra en el anexo 4.

Tabla 3.6 Análisis de los procesos de gestión de innovación

¿Considera usted, que en su área de trabajo se llevan a cabo procesos de gestión de innovación?

	Frecuencia marginal	Cuantificación	Coordenadas de categorías simples		Coordenadas de categorías múltiples	
			Dimensión		Dimensión	
			1	2	1	2
nunca sucede	18	-,989	-,621	,334	-,621	,334
pocas veces sucede	13	-,225	-,141	,076	-,141	,077
Normalmente	7	,194	,122	-,066	,119	-,071
muchas veces sucede	2	1,309	,821	-,442	,828	-,429
siempre sucede	10	1,675	1,052	-,566	1,051	-,567
Perdidos	0					

a. Nivel de escalamiento óptimo: Ordinal

Fuente: Elaborado por el autor.

Observamos este indicador que las respuesta más repetida es Nunca sucede y pocas veces sucede, teniendo un total de 31 empleados, los que consideran de manera negativa los pocos procesos de innovación.

En la cuantificación observamos que entre más personas dan su respuesta y esta se hace negativa, significa la poca significancia de la categoría para este indicador, por el contrario entre más escogida es la categoría, el valor es negativo y

por ende indica mayor significación. Si la categoría no es seleccionada su valor es cero.

En el análisis de las coordenadas de categorías simples y múltiples, se comporta de forma similar, las categorías más respondidas toman valores positivos entre cero y uno, correspondiendo los mayores a la dimensión que más aportan, lo que corrobora los análisis anteriores.

Tabla 3.7 Análisis de las metas y objetivos alcanzables

¿Se establecen metas y objetivos alcanzables? ^A

	Frecuencia marginal	Cuantificación	Coordenadas de categorías simples		Coordenadas de categorías múltiples	
			Dimensión		Dimensión	
			1	2	1	2
nunca sucede	12	-1,321	,299	-,845	,296	-,846
pocas veces sucede	20	-,161	,036	-,103	,038	-,103
Normalmente	10	,564	-,128	,361	-,122	,363
muchas veces sucede	5	1,218	-,276	,779	-,282	,777
siempre sucede	3	2,446	-,554	1,564	-,559	1,562
Perdidos	0					

a. Nivel de escalamiento óptimo: Ordinal

Fuente: Elaborado por el autor.

Observamos este indicador que las respuesta más repetida es Nunca sucede y pocas veces sucede, teniendo un total de 32 empleados, los que consideran de manera negativa, los pocos procesos de innovación.

En la cuantificación observamos que entre más personas dan su respuesta y esta se hace negativa, significa la poca significancia de la categoría para este indicador, por el contrario entre más escogida es la categoría, el valor es negativo y por ende indica mayor significación. Si la categoría no es seleccionada su valor es cero.

En el análisis de las coordenadas de categorías simples y múltiples, se comporta de forma similar, las categorías más respondidas toman valores positivos entre cero y uno, correspondiendo los mayores a la dimensión que más aportan, lo que corrobora los análisis anteriores.

Tabla 3.8 Análisis sobre si la empresa es considerada líder del mercado

¿Usted considera que su organización es líder del mercado?

	Frecuencia marginal	Cuantificación	Coordenadas de categorías simples		Coordenadas de categorías múltiples	
			Dimensión		Dimensión	
			1	2	1	2
nunca sucede	18	-1,089	-,626	-,218	-,627	-,217
pocas veces sucede	9	-,362	-,208	-,072	-,207	-,075
Normalmente	11	,613	,353	,123	,353	,121
muchas veces sucede	5	,896	,516	,179	,515	,180
siempre sucede	7	1,661	,956	,332	,955	,335
Perdidos	0					

a. Nivel de escalamiento óptimo: Ordinal

Fuente: Elaborado por el autor.

Observamos este indicador que las respuesta más repetida es Nunca sucede y normalmente sucede, teniendo un total de 29 empleados, los que consideran de manera negativa los pocos procesos de innovación.

En la cuantificación observamos que entre más personas dan su respuesta y esta se hace negativa, significa la poca significancia de la categoría para este indicador, por el contrario entre más escogida es la categoría, el valor es negativo y por ende indica mayor significación. Si la categoría no es seleccionada su valor es cero.

En el análisis de las coordenadas de categorías simples y múltiples, se comporta de forma similar, las categorías más respondidas toman valores positivos entre cero y uno, correspondiendo los mayores a la dimensión que más aportan, lo que corrobora los análisis anteriores.

Tabla 3.9 Análisis sobre si en bien visto el rediseño del sistema de trabajo

¿En su organización, se ve de buena forma un rediseño de su sistema actual de trabajo? ^A

	Frecuencia marginal	Cuantificación	Coordenadas de categorías simples		Coordenadas de categorías múltiples	
			Dimensión		Dimensión	
			1	2	1	2
nunca sucede	16	-1,087	-,586	,290	-,586	,289
pocas veces sucede	13	-,291	-,157	,077	-,155	,080
Normalmente	11	,526	,283	-,140	,281	-,144
muchas veces sucede	8	1,256	,676	-,334	,677	-,332
siempre sucede	2	2,677	1,442	-,713	1,442	-,711
Perdidos	0					

Fuente: Elaborado por el autor.

Observamos este indicador que las respuesta más repetida es Nunca sucede y pocas veces sucede, teniendo un total de 29 empleados, los que consideran de manera negativa, los pocos procesos de innovación.

En la cuantificación observamos que entre más personas dan su respuesta y esta se hace negativa, significa la poca significancia de la categoría para este indicador, por el contrario entre más escogida es la categoría, el valor es negativo y por ende indica mayor significación. Si la categoría no es seleccionada su valor es cero.

En el análisis de las coordenadas de categorías simples y múltiples, se comporta de forma similar, las categorías más respondidas toman valores positivos entre cero y uno, correspondiendo los mayores a la dimensión que más aportan, lo que corrobora los análisis anteriores.

3.5 Conclusiones

De este trabajo, en el cual medimos las variables, a través de la realización de encuestas a los empleados de la empresa Pública transnave, sobre los factores estructurales y su incidencia en la innovación, obtuvimos varias conclusiones:

Los problemas de innovación pueden haberse dado, por exceso de personas dentro de la organización, mala dirección de los directivos, o jefes inmediatos,

Pero según nuestras encuestas, resulto que la innovación no se encuentra fundamentada dentro de la institución, la mayoría de las personas, simplemente realizan sus actividades mecánicamente, sin un elemento que sea diferenciador en su vida laboral, impidiendo la superación personal,

Nuestro ajuste, según el análisis correlacional es del 1,883 (anexo 3) debemos tener en cuenta, que mientras más se acerca a 2, significa que se han tomado las variables correctas, teniendo en cuenta que no se tiene una pérdida significativa en relación a las 50 variables que se utilizaron.

¿Se ha incrementado el número de productos o servicios en su organización? Es la pregunta que tiene una mayor incidencia con una ponderación de 510, y la que sigue tiene una ponderación de 508 ¿considera usted que en su área de trabajo se llevan a cabo procesos de gestión de innovación? y las que menos incidencia tienen:

- Su empresa, tiene la capacidad de acoplarse a los cambios organizacionales con 0,12.
- Se presta la debida atención a las ideas innovadoras con 0,14.
- La Organización se preocupa del aprendizaje de su grupo de trabajo con 0,15.

Lo que da a entender que los problemas principales de nuestra organización, al momento de innovar es nuestra estructura de trabajo, El alfa de Cronbach demuestra que se tiene el 0,609 lo que indica que se está cerca del nivel de fiabilidad. Con este resultado se puede demostrar la fiabilidad del proyecto.

Es decir que nuestra hipótesis correcta, y que los indicadores que mencionamos antes, son los de mayor atención para el análisis, por esto empezaremos una propuesta con un plan de mejoras

3.6 Recomendaciones

En esta investigación, se analizó todas las variables sobre la innovación, la forma en que se ven afectados los factores estructurales al momento de innovar, se debe recordar, que dentro de las empresas, todo lo que es innovación se relaciona principalmente con cambios, en prácticas empresariales, incentivos, capacitación, cosas que actualmente no se aplican dentro de nuestra organización.

Nuestros resultados en la encuesta demuestra la necesidad de una innovación, que ayude, al desarrollo empresarial, optimización de recursos, mejorar la relación en el entorno empresarial, crear iniciativa propia del personal.

Debemos hacer entender a todo nuestro personal, la misión, la visión y los objetivos de la empresa, para crear un sentido de eficiencia, incluso aplicando un nuevo diseño organizacional, delimitando las actividades y ayudando al perfeccionamiento en el trabajo.

Por medio de esta propuesta se recomienda reforzar y empezar a trabajar en los puntos más bajos, gestión de innovación, objetivos y metas establecidas, liderazgo de mercado, sistema de trabajo innovador, dialogo entre colaboradores, cumplimiento de las obligaciones sin supervisión continua, creación de nuevos productos o servicios.

Para mejorar debemos recomendar las siguientes acciones: tener planes alternos que les permitan lograr nuestras metas, cambios en la estructura organizacional y jerárquica, que favorezcan a la organización, comunicación

corporativa en todos los niveles de la organización, tener planes de difusión de la imagen empresarial de nuestra organización, crear una identidad corporativa en todos y cada uno de los colaboradores de nuestra organización, Fomentar las nuevas ideas dentro de nuestra organización, y darles la debida atención, incluso analizarlas para aplicarlas en nuestra organización, fomentando la capacitación constante de nuestros colaboradores.

Se debe tener en cuenta que nuestro punto más alto es los procesos de gestión de innovación en nuestra área de trabajo, por lo tanto se asumió que hay disposición por parte del personal para tener nuevas formas de trabajo.

Incluso se podría crear un manuales internos, accesible para todos los colaboradores, con las normas, y reglas de las nuevas acciones que se tomaran en la empresa.

3.7 Propuesta de Creación.

Una vez realizada y analizada la situación de la empresa Transnave, se determinó por medio de este estudio la necesidad de realizar una reestructuración administrativa, con la finalidad de maximizar los recursos, y mejoras en la realización de las actividades.

Debemos plantearnos nuevos objetivos:

- Elaborar una reingeniería total en el área administrativa y operativa.
- Establecer las funciones de cada colaborador, en cada puesto de trabajo, maximizando las actividades.
- Mejorar los ingresos, dando una mejor imagen a los clientes
- Restablecer metas y objetivos
- Establecer criterios de innovación
- Socialización de normas y acciones dentro de la institución
- Implementar cursos o talleres de motivación
- Proporcionar herramientas óptimas para realizar las actividades
- Mejorar el talento humano

Cuando apliquemos los cambios en el área administrativa, debemos empezar a analizar, si tenemos el personal idóneo para el puesto de trabajo, o para los nuevos puestos, que se creen en este proceso, debemos medir el aumento de eficiencia, de manera cuantificable y la manera en que se aprovechan los recursos.

Reestructuración buscamos que el área administrativa funciones de manera efectiva, dándole a cada dependencia la autoridad para la toma de decisiones de acuerdo a su posición en el nuevo organigrama, además se proporciona la responsabilidad que se necesita para lograr sus resultados.

Indicadores de control, tanto administrativo como financiero, para evaluar la situación actual de la empresa y poder tomar decisiones con anticipación, incluso se debe tomar en cuenta los factores ambientales tanto internos como externos, para evitar contratiempos inesperados.

Apoyar las ideas que aporten los colaboradores, estimulando la innovación, incluso realizando reuniones en cada departamento, para exponer sus necesidades e iniciativas, para mejorar los procesos, con una comunicación efectiva entre directivos y colaboradores

considerar el aprendizaje, como base en su estructura, con planes de capacitación del personal, de manera permanente, además de la experiencia que se tiene, nos permitirá tener buenos profesionales, para lograr las metas de la organización.

Establecer tiempos, el horario de trabajo en la Empresa Transnave es de 08:30 hasta 17:30, con 1 hora de almuerzo, desde el momento que se ingresa a la empresa debemos establecer diferentes actividades con sus horarios, y exigir que estas se cumplan, para que no se alteren los objetivos.

Mejorar comunicación, dentro de la empresa, basándonos en los resultados de la encuesta, y los análisis, no se encuentra desarrollada una

comunicación formal, no hay un orden jerárquico de comunicación, los colaboradores de rango bajo se comunican de manera directa con los jefes de alto rango, saltándose al superior inmediato, es decir sin prestarle atención al orden establecido, y causando inconvenientes, por falta de información, e incluso creando un ambiente laboral negativo.

Debemos recordar que de nada va a servir, tener una lista de nuevos objetivos y herramientas para mejorar la eficiencia de la empresa transnave, si no existe una buena predisposición para realizar los cambios, todas las partes, tanto rangos altos como colaboradores de nivel bajo, y solidaridad entre departamentos, dejando de lado cualquier tipo de rencor o problemas internos, recordando que todos son parte de algo más, como es pertenecer y querer el crecimiento de esta gran empresa

BIBLIOGRAFÍA

Alabart. (2003). adaptado de Guía de Innovación. Mexico: Norma

Astudillo Durán, S. V., Carpio Guerrero, X. C., Cordero Méndez, F. P., & Pozo Rodríguez, S. (2013). El efecto de la innovación en las mipymes de Cuenca, Ecuador. Estudio observacional descriptivo transversal

Badii, M. H., Castillo, J., Rositas, J., & Alarcón, G. (2007). Uso de un método de pronóstico en investigación. *Técnicas Cuantitativas en la investigación. UANL, Monterrey*, 137-155.

Bustamante, T. (2014). Un barco que se hunde, un archipiélago que se contamina o un país encallado. *Íconos-Revista de Ciencias Sociales*, (10), 18-25.

De Madrid, C. E. (2001). La innovación: un factor clave para la competitividad de las empresas. *Colección dirigida por Alfonso González Hermoso de Mendoza*, (9).

Figuroa Carmelo. (2015). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/carguero-floreana-encallo-galapagos-ecuador.html>

Huaccha, Z., & Fernando, W. (2008). Economía del conocimiento y renovación del Estado.

OECD (1994): Main definitions and conventions for the measurement of research and experimental Development (R&D). A summary of the Frascati Manual 1993, Organisation for Economic Co-operation and Development, París.

Perry, G. E., Maloney, W. F., Arias, O. S., Fajnzylber, P., Mason, A. D., & Saavedra-Chanduvi, J. (2007). INFORMALIDAD: ESCAPE Y EXCLUSIÓN.

Porter, M. E. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones* (Vol. 1025). Buenos Aires: Vergara.

Sáez, N. M., & Pascual, C. O. (2011). Adopción de innovaciones en marketing de la empresa y el comercio en España. *Documentos de trabajo del Departamento de Economía y Empresa*, (5), 1-43

Sampieri, R., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2010). Metodología de la Investigación. *México: El Comercio SA*.

Transnave. (2015). *Transnave*. Obtenido de <http://www.transnave.gob.ec/moto-nave-galapagos>.

VERDE, L. *Libro Verde de la Innovación, Comisión Europea*. ES/13/95/55220800.

Zimmermann, A. (2000). Gestión del cambio organizacional: caminos y herramientas.