



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE GRADO  
PARA LA OBTENCIÓN AL TÍTULO DE:**

**Ingeniería en Gestión Empresarial mención Finanzas y Auditoría.**

**TEMA:**

**Identificación de factores de éxito para la innovación en PYMES en la ciudad de Guayaquil en el área de producción.**

**AUTOR:**

**Rossi Elizabeth Mosquera Sáenz**

**Octubre, 2014**

**GUAYAQUIL-ECUADOR**

## AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme fortaleza y sabiduría para poder culminar esta carrera, con dedicación y conocimiento para llevar a cabo esta investigación.

A mis padres por llenarme de valor para seguir adelante, con optimismo e inculcándome principios para poder llegar a ser profesional, brindándome su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida.

A mis profesores que día a día me brindaron su conocimiento para poder formarme como profesional.

Y a muchas personas que me ayudaron con sus consejos para no dejar a un lado mis metas y continuar hasta el final.

Rossi Mosquera S.

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por darme toda sabiduría, porque sin el nada de lo que pasa en la tierra sería posible.

A mis padres por brindarme su apoyo incondicional, ayudarme en cada etapa de mi vida, dándome palabras de aliento para seguir adelante y poder llegar a ser una profesional.

A mi prima Yamile Romero, por guiarme con sus conocimientos en la culminación de este trabajo, siendo un apoyo moral para poder llevar a cabo esta investigación.

A las personas que conocí durante estos 5 años de estudios universitarios que en su momento fueron un gran apoyo para mí, especialmente a mi amigo Jorge Alquina que me ayudo estos cuatro meses para poder llevar a cabo este estudio y me dio consejos para poder seguir adelante.

Rossi Mosquera S.

## **DECLARACION DE RESPONSABILIDAD**

La responsabilidad de este trabajo de investigación, con sus resultados, conclusiones y recomendaciones, pertenece exclusivamente al autor.

---

Rossi Mosquera Sáenz.  
C.I. 0927536060

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación analiza los procesos de producción de pequeñas y medianas empresas (PYMES) para poder identificar cuáles son los factores que se deben implementar dentro de la innovación para obtener éxito, se realizó un proceso de encuestas a diez pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Guayaquil, y entrevistas a tres empresas que tienen una innovación en sus productos, donde pudimos observar de acuerdo a los resultados que la idea de innovar en los productos aumentaría su producción y crecimiento económico.

La necesidad de desarrollar esta investigación se dio debido a que muchas PYMES no tienen un mayor crecimiento económico ya que no tienen idea de cómo pueden realizar estrategias en su negocio para crecer y llegar a posicionarse en el mercado.

Logramos el objetivo de determinar cada factor de éxito que las PYMES entrevistadas nos pudieron dar de información.

## **ABSTRACT**

The present research analyzes the processes of production of small and medium enterprises (SMEs) to identify the factors that must be implemented in innovation for success is a survey process was conducted at ten small and medium businesses Guayaquil, and interviews with three companies that have a product innovation, where we observed the results according to the idea of product innovation increase output and economic growth.

The need to develop this investigation was because many SMEs have higher economic growth because they have no idea how strategies can make your business grow and reach market positioning.

Met determine each success factor that SMEs interviewed were able to give us information

## INDICE GENERAL

### CAPITULO I

<b>1. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACION.....</b>	<b>1</b>
1.1. Situación problemática.....	1
1.2. Planteamiento del problema científico a resolver.....	1
1.3. Caracterización sintética.....	1
1.4. Preguntas de investigación.....	2
1.5. Sistema de objetivos y preguntas de investigación.....	2
1.5.1. Objetivo General.....	2
1.5.2. Objetivos Específicos.....	2
1.6. Justificación y viabilidad.....	3
1.7. Limitaciones y alcances.....	3
1.8. Marco Teórico.....	3
1.8.1 Tipos de innovación.....	4
1.8.2 Innovación en las pymes de producción.....	7
1.8.3 Fundamentos Teóricos.....	8
1.8.4 Características de la innovación.....	8
1.8.5 Comportamiento Actual.....	9

### CAPITULO II

<b>2. ASPECTO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACION</b>	
2.1 Tipo de investigación.....	11
2.2 Diseño general de la investigación .....	11
2.3 Investigación de campo.....	11
2.4 Problema de investigación.....	12
2.4.1 Objetivo de evaluación.....	12
2.4.2 Tipo de pregunta.....	12
2.4.3 Unidades de Análisis.....	12
2.4.4 Tamaño y muestra de población.....	13

2.5 Resultados de procesamiento metodológico.....15

### **CAPITULO III**

**3. LA PROPUESTA.....26**

3.1 Planteamiento de la propuesta.....26

3.1.1 Misión.....26

3.1.2 Visión.....26

3.1.3 Valores corporativos.....26

3.1.4 Cultura Empresarial.....27

3.1.5 Factores que potencian la innovación en la empresa.....29

3.1.6 Estrategas de innovación.....30

3.1.7 Beneficios de Innovar.....30

3.1.8 Factores de éxito para innovar.....31

3.2 Análisis FODA.....32

3.2.1 Ambiente Interno.....32

3.2.2 Ambiente Externo.....33

3.3 Matriz FOFA-DODA.....33

3.4 Análisis PEST.....36

3.5 Fuerzas de Porter.....38

3.6 Diagrama de Gantt.....42

CONCLUSIONES.....44

RECOMENDACIONES.....45

BIBLIOGRAFIA.....47

ANEXOS.....49



## INDICE DE TABLAS

TABLA N. 1 Listado de Empresas encuestadas.....	13
TABLA N. 2 Frecuencia relativa de la variable de los años de experiencia en la empresa.....	15
TABLA N. 3 Frecuencia relativa del variable género.....	16
TABLA N. 4 Frecuencia relativa de la variable edad.....	17
TABLA N. 5 Frecuencia relativa de la variable del tiempo de operación de la empresa.....	18
TABLA N. 6 Frecuencia relativa de la variable creación de la empresa.....	19
TABLA N. 7 Frecuencia relativa de la variable satisfacer al cliente.....	20
TABLA N. 8 Frecuencia relativa de la variable ser innovador.....	21
TABLA N. 9 Frecuencia relativa de la variable Clave para innovar en su empresa.....	22
TABLA N. 10 Análisis FOFA-DAFO.....	35
TABLA N. 11 Análisis PEST.....	36
TABLA N. 12 DIAGRAMA DE GANT.....	43

## INDICE DE FIGURAS

FIGURA N. 1 Población y muestra en el programa Sample.....	14
FIGURA N. 2 Frecuencia relativa de la variable de los años de experiencia en la empresa.....	15
FIGURA N. 3 Frecuencia relativa del variable género.....	16
FIGURA N. 4 Frecuencia relativa de la variable edad.....	17
FIGURA N. 5 Frecuencia relativa de la variable del tiempo de operación de la empresa.....	18
FIGURA N. 6 Frecuencia relativa de la variable creación de la empresa...	19
FIGURA N. 7 Frecuencia relativa de la variable satisfacer al cliente.....	20
FIGURA N. 8 Frecuencia relativa de la variable ser innovador.....	21
FIGURA N. 9 Frecuencia relativa de la variable Clave para innovar en su empresa.....	22
FIGURA N. 10 Modelo de gestión de la innovación/Estrategias.....	31
FIGURA N. 11 Plan de Procesos.....	32
FIGURA N. 12 Entrada de nuevos competidores.....	39
FIGURA N. 13 Marco competitivo de las fuerzas de Porter.....	41

## **INTRODUCCIÓN**

La innovación en la actualidad se ha convertido en un aspecto fundamental en el desarrollo y crecimiento de las empresas que producen bienes y servicios ya que no solo contribuye a generar más ganancias y mejorar la competitividad de una compañía, sino que también permite incrementar el nivel de vida en la sociedad.

La innovación consiste en añadir cualquier producto existente la capacidad de cubrir las necesidades de la sociedad, hoy en día sabemos que innovar involucra en gran parte la tecnología que va de la mano con la capacidad de las organizaciones para implementar ideas innovadoras es sus productos.

Lo que se pretende con este trabajo investigativo es determinar los factores de éxito para la innovación en PYMES de producción que permita mejorar la productividad.

En el Capítulo I se analiza de forma detalla el problema de investigación así como la justificación, se plantean las interrogantes, se determinan los objetivos y se procede con la elaboración del diseño de un procedimiento para identificar los factores de innovación en el proceso de producción de las organizaciones.

En el Capítulo II se lleva a cabo el Diseño Metodológico que permitirá recopilar los datos necesarios para la identificación de los factores de innovación de las Pymes, los métodos de investigación utilizados fueron la encuesta y entrevista, estas se realizaron a directivos y jefes de producción de varias pequeñas y medianas empresas agrícolas.

En el Capítulo III se establece la propuesta, la misión, visión, la cultura organizacional, se efectúa el análisis PEST, se identifican las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA), las fuerzas de Porter y se elabora el diagrama de GANT.

Y por último se permite conocer las conclusiones y recomendaciones para el problema investigativo en base al estudio realizado, que permitirá proporcionar los factores del éxito dentro de la innovación en las PYMES.

## **CAPÍTULO I**

### **1. FUNDAMENTACION DE LA INVESTIGACION**

#### **1.1 SITUACION PROBLEMÁTICA:**

La innovación se ha convertido en una importante variable empresarial estratégica, para conseguir un resultado eficaz en una empresa, necesitamos identificar los factores de éxito de la innovación, conocer cómo podemos darle una mejora a los productos o al servicio brindado por cada empresa ya que podemos ver que ciertas PYMES no logran el éxito en el área de innovación. Aunque las empresas son conscientes de la necesidad de innovar, muchas de ellas encuentran grandes barreras al desarrollo de este tipo de actividades.

Esta situación se agrava en el caso de las pequeñas empresas, con reducida capacidad financiera y escaso personal cualificado para acometer el proceso innovador. No por esto podemos afirmar que las pequeñas empresas son menos innovadoras que las grandes, aunque sí podemos anticipar que su comportamiento es distinto en materia de innovación.

#### **1.2 Planteamiento del problema científico a resolver.**

¿Cuáles son los factores de éxito para la innovación de Pymes de producción?

#### **1.3 Caracterización sintética.**

En el estudio de este proyecto nos enfocamos en los factores que se

necesitan para la innovación de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Guayaquil en el área de producción, ayudando así a identificar el porqué del fracaso de las empresas en el área de producción, debido a que sus productos no llevan una mejora en su elaboración, es por ello que las empresas son conscientes de la necesidad de innovar, por esto mediante los factores del éxito para innovar podremos hacer crecer a dichas empresas.

#### **1.4 Del mencionado problema se desprenden las siguientes interrogantes:**

- ¿Cómo poder innovar dentro de las PYMES?
- ¿Qué beneficios pueden obtener las PYMES con una idea innovadora en sus productos?
- ¿Cómo podemos mejorar la calidad de los productos en cada empresa?

### **1.5 Sistema de objetivos y preguntas de investigación**

#### **1.5.1 Objetivo General**

Determinar los factores de innovación que permitan mejorar la productividad en las PYMES de la ciudad de Guayaquil en el área de producción.

#### **1.5.2 Objetivos específicos**

- Diagnosticar el nivel de innovación actual de las PYMES en el área de producción
- Identificar las barreras que inciden en la innovación dentro de las PYMES.
- Analizar los beneficios de la innovación en el área de producción de las PYMES.

## **1.6 Justificación y viabilidad.**

En el presente proyecto se justifica porque actualmente las empresas no satisfacen la necesidad del cliente en el ámbito de la innovación en sus productos, es por esto que necesitamos analizar las diferentes estrategias de las PYMES en el área de producción para conocer como mejoran cada producto.

Las empresas que apuntan a la innovación deben tener presente los cuatro desafíos de la gestión empresarial para el crecimiento de las mismas: Reconocer las oportunidades de crecimiento, elaborar y comunicar las estrategias propuestas, aprovechar las oportunidades y gestionar el conocimiento empresarial.

## **1.7 Limitación y alcance.**

El trabajo se orienta a diez pequeñas y medianas empresas que operan en la ciudad de Guayaquil en el área de producción.

La investigación desarrollada es aplicable a cualquier tipo de PYMES de producción de bienes, ya que el desarrollo del modelo se realizó de forma muy general con características propias de este tipo de empresas, dejando de lado aspectos específicos de negocio.

En el trabajo se investigó, por una parte, la forma en que trabajan las Pymes en esta ciudad de Guayaquil en el área de producción.

## **1.8 Marco teórico.**

La innovación se define como ideas utilizadas para mejorar un producto o servicio, dichas ideas estarán diseñadas al crecimiento de una

empresa, hoy en día todas las compañías orientadas a la producción de bienes o servicios se encuentran en la necesidad de innovar constantemente ya que mientras más productos nuevos o mejorados ofrezcan mayor será la demanda por parte de los consumidores para adquirir dichos productos. Las empresas deben ser más competitivas si quieren posicionarse en el mercado y para ello necesitan ofrecer mejores productos. Nuria López, José Montes y Camilo Vázquez en su libro *Cómo gestionar la innovación en las pymes* define a la innovación de la siguiente forma:

- *“La innovación consiste en la aplicación comercial de una idea. Se trata de un hecho económico que incrementa la capacidad de creación de riqueza de la empresa y, además, tiene importantes implicaciones sociales”* (Lopez, Montes, & Vazquez, 2007)

### **1.8.1 Tipos de innovación:**

- Innovación de producto
- Innovación de proceso
- Innovación de la gestión empresarial
- Innovación Incremental
- Innovación Radial

Innovación de producto:

Se trata de ofrecer un producto nuevo o mejorado, puede ser utilizando nuevos materiales implementando nuevas funciones al producto para mejorar su calidad, el fin de este tipo de innovación es darle reconocimiento a la marca de la empresa. Es importante tomar en cuenta la relevancia de los procesos innovadores, en el libro *la gestión de la creatividad y de la innovación* se considera que *“una cosa es crear un producto nuevo innovador y otra es diseñar un proceso capaz de fabricarlo a*



*un precio que el mercado al que está dirigido vaya a aceptar. Por lo tanto, la innovación en todos los sentidos está conectada, algunos productos innovadores tienen que esperar a que aparezcan procesos innovadores para poder introducirse en el mercado” (Berenstein D. , 2003)*

Por ejemplo, a partir de 1950 se introdujo en el mercado norteamericano las primeras versiones de los pañales desechables en el momento preciso en que la demanda de los mismos representaba un mercado potencial (Berenstein D. , 2003).

Innovación de procesos:

Permite mejorar el proceso productivo mediante la implementación de nuevos equipos y maquinarias. Este tipo de innovación tiene como objetivo aminorar los costos de producción, incrementar la calidad del producto, inclusive permite proporcionar condiciones de trabajo a los empleados más adecuadas.

La existencia de los procesos innovadores, por ende, es fundamental para que una pequeña y mediana empresa se introduzca en el mercado, creando procesos para la creación de nuevos productos.

Innovación en métodos de gestión empresarial:

Consiste en las innovaciones realizadas en el ámbito comercial, financiero y organizativo las cuales apoyan a la corriente innovadora de la empresa.

Las empresas que producen productos físicos no son las únicas que innovan, tenemos un ejemplo de un negocio que entregaba a domicilio sus productos a un precio muy ajustado y con buen nivel de calidad, la idea era buena, contaban con un servicio de distribución de última generación pero a pesar de eso la empresa fracaso por el valor que proporcionaban al cliente ya que resulto muy caro. (Berenstein D. , 2003)

#### Innovación Radial:

Este tipo de innovación implica crear un producto totalmente nuevo, aunque ello conlleve a crear nuevos mercados que con el tiempo llegan a ser enormes.

Esta innovación se la reconoce cuando llega al mercado un nuevo producto o servicio, generando cambios en la tecnología, crean un alto grado de competitividad con las empresas establecidas y también pueden llegar a crearse nuevas empresas, un ejemplo claro fue la aparición de los teléfonos celulares. (Berenstein, 2012)

#### Innovación Incremental:

Son aquellos cambios que a primera vista se ven pequeños pero que tienen la capacidad de incrementar la funcionalidad de una empresa y que pueden constituir el progreso de la misma.

Se considera incremental porque se crea un valor sobre el producto que ya existe, dándole nuevas mejoras, estas provienen de esfuerzos creativos para poder darle un cambio al producto y así este pueda llegar a las expectativas del consumidor.

La innovación incremental explota formas de tecnologías ya existentes. O bien mejora algo que ya existe, haciendo algo nuevo y mejorado, o bien, vuelve a configurar una forma o tecnología existente para servir a otros fines. Los localizadores de posición GPS que llevan incorporados muchos automóviles son ejemplos de una tecnología existente adaptada a una finalidad diferente.

Una innovación radial es algo nuevo para el mundo. Muchas innovaciones radicales es algo nuevo para el mundo. Muchas innovaciones radicales tienen el potencial de desplazar tecnologías existentes, como el transistor, por ejemplo, cuando se introdujo por primera vez, o de crear mercados totalmente nuevos o para ambas.

Comparada con la innovación radical, la innovación incremental es

más rápida y menos arriesgada, lo cual explica que muchos directivos la prefieren. La innovación incremental por sí sola, sin embargo, no puede garantizar la competitividad futura de una empresa. (Berestein, 2003)

### **1.8.2 La innovación en las Pymes**

La innovación de una empresa depende de cómo es su competencia, las empresas necesitan de mano de obra capacitada tecnológicamente para poder elaborar los nuevos procesos en la producción y también el área financiera obtenga los recursos para poder innovar, estas empresas para poder innovar necesitan de un plan estratégico financiero para poder ver los montos de capital necesarios para invertir en una investigación para obtener buenos resultados y poder hacer una inversión rentable y que se logre el proyecto planteado (Ruiz A. , 2001).

La innovación es una importante estrategia empresarial. Es necesario adaptarse a nuevos cambios, la innovación se ha convertido en una actividad para la obtención de ventajas competitivas. Las empresas conocen la necesidad de innovar pero esta situación se agrava en el caso de las Pymes, por la reducida capacidad financiera y escaso personal cualificado para realizar el proceso innovador (Gonzales, Jimenez, & Sáez, 2010).

Se muestra que las organizaciones de gran dimensión tienden a realizar las innovaciones cuando su aplicación resulta costosa y cuando se requiere una comercialización a gran escala para que la misma resulte económica. Las PYMES presentan una mayor capacidad para introducir cambios significativos en productos y dominar nichos del mercado que no resultan atractivos ni interesantes para las grandes empresas. (Castilla, 2007)

En el sentido del tamaño de la empresa y la innovación no dicen que

*“Las grandes empresas presentan un comportamiento más innovador. De otro lado encontramos aquellos que resaltan determinadas características de las pequeñas empresas que las hacen más adecuadas para la introducción de cambios. Su estructura organizativa flexible les permite experimentar y actuar como pioneras en la introducción de novedades tanto en el interior de la organización como en el mercado”* (Schumpeter, 1944)

### **1.8.3 Fundamentos teóricos**

En estos días existen cambios constantes en cuanto a tecnología, maneras de producir productos, cambios inclusive en los gustos y preferencias de los clientes, es por ello que uno de los factores fundamentales en el proceso de innovación es la flexibilidad, que no es otra cosa que adaptarse a los cambios. Así, *“Una empresa innovadora es una empresa que tiene equipos de trabajo comprometidos, voluntad empresarial que asume riesgos y, sobre todo, mucho trabajo duro diario resolviendo problemas, satisfaciendo necesidades, siendo creativos, mejorando productos y servicios y, por encima de todo, personas que permiten a algunas empresas sorprender al mercado, a la competencia y ser líderes en el mercado y líderes en innovación”* (Martínez, 2006).

*En ese sentido, es preciso entender que el compromiso, la creatividad, y la competitividad son elementos claves para el desarrollo fructífero de la innovación en las pequeñas y medianas empresas.*

### **1.8.4 Características de la Innovación:**

La rentabilidad esperada de la Innovación:

La innovación también afecta en el área financiera, ya que se espera obtener mejores ingresos con los cambios que se dan en el área de

producción, se espera obtener una reducción de costes o un aumento de ingresos, y obtener un retorno de la inversión elevado.

El conocimiento y experiencia en el producto o en el proceso:

Debemos obtener un mayor grado de conocimiento en cada cambio que se de en los procesos de producción, ya que con un mayor grado de conocimiento y experiencia en el producto aumenta la difusión de estos nuevos productos o cambios en los procesos.

La facilidad de uso y aprendizaje:

Cuando le damos un cambio a los productos ya existentes en la empresa, muchos de los consumidores necesitan acoplarse a esos cambios, por ello es muy importante la facilidad de uso y aprendizaje ya que los consumidores necesitan adoptar los nuevos cambios dados al producto.

Cuando una empresa adopta un producto o nuevo proceso se ve obligada a conocer las empresas competidoras que ya hayan implementado estos cambios, por ello con la innovación le damos una imagen positiva para la empresa adoptante. (Ruiz & Mandado, 1989)

### **1.8.5 Comportamiento Actual**

En la actualidad las empresas enfrentan la necesidad de desarrollar nuevos planes estratégicos en el área de producción, realizando capacitaciones al personal para gestionar de mejor manera los cambios tecnológicos para implementar innovación en los procesos de producción.

Según Nacional Financiera dice que los motivos o causas de fracaso de las Pymes se debe a que un 43% es por problemas administrativos, 16% problemas fiscales, 15 % incapacidad de cumplir requisitos, 11% diferencia

de comercialización, 8% innovación y 7% a la falta de financiamiento.

En estos días en el mundo de los negocios parece ser que hablar de innovación está totalmente de moda, oigo que las personas hablan de innovación, los medios hablan de innovación, pero en sí muy pocas personas pueden explicar y definir lo que es una innovación empresarial. Es por ello que se realizó este estudio, para definir de la forma más clara posible: qué es una innovación empresarial y cómo se puede aplicar en un PYME.

Las virtudes que tienen las empresas a las cuales se les realizó este estudio son:

- Se adaptan fácilmente a los cambios en el mercado.
- Son empresas ágiles internamente para desarrollar nuevos productos y servicios.
- Tienen una visión de largo plazo destinada a cambiar el status de una industria.
- Crean ventajas competitivas que son absolutamente arrolladoras.

## CAPITULO II

### 2. ASPECTO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACION.

#### 2.1 Tipo de investigación.

Este tipo de investigación es descriptiva, ya que describimos los datos que damos a conocer si este debe tener un impacto en el mercado.

El objetivo de esta investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades. Nuestra meta no se limita a la recolección de datos, sino a la identificación del problema dentro de la innovación en las Pymes.

#### 2.2 Diseño general de la investigación.

Para el desarrollo del presente trabajo de estudio se requirió de la utilización de diferentes técnicas de recolección de datos, por lo cual se utilizó la investigación de campo.

#### 2.3 Investigación de Campo:

*“En la ejecución de los trabajos de este tipo, tanto el levantamiento de información como el análisis, comprobaciones, aplicaciones prácticas, conocimientos y métodos utilizados para obtener conclusiones, se realizan en el medio en el que se desenvuelve el fenómeno o hecho de estudio.”*  
(Muñoz & Benassini, 1998)

## **2.4 Problema de investigación.**

¿Cuáles son los factores de éxito para la innovación de Pymes de producción?

El problema científico a resolver se basa en identificar los factores de éxito para innovar en las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Guayaquil, en el área de producción, y además obtener diferentes opciones para innovar y aumentar la producción y rentabilidad de las empresas.

### **2.4.1 Objetivo de la evaluación.**

Analizar los resultados del procesamiento de una encuesta aplicada a los dueños de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Guayaquil utilizando el software estadístico SPSS.

Mediante la aplicación de esta encuesta se plantea reunir información acerca de la manera de innovar en las PYMES, también se realizaron entrevistas a empresas innovadoras en el área de producción, teniendo como elementos de análisis a los jefes de producción, ya que estos nos dieron la información necesaria para este estudio.

### **2.4.2 Tipo de pregunta**

El tipo de pregunta aplicada a la encuesta será de tipo empresarial ya que se reúne información para identificar los factores de la innovación en las PYMES. Se utilizan preguntas demográficas y cerradas, para una rápida recolección de información.

### **2.4.3 Unidades de Análisis.**

Dentro de este proceso de investigación se determinó la unidad de análisis de las encuestas que se le realizara a:



- Gerentes de las empresas a quienes se les realizó la encuesta.
- Jefes de producción a quienes se les realizó una entrevista.

#### 2.4.4 Tamaño de población y muestra.

La población de este estudio es un total de 10 personas que representan a cada empresa innovadora en la ciudad de Guayaquil, en el área agrícola ya que cuento con fácil acceso a este mercado que se encarga de la producción de diferentes productos, se realizaron las encuestas a las empresas ahora mencionadas:

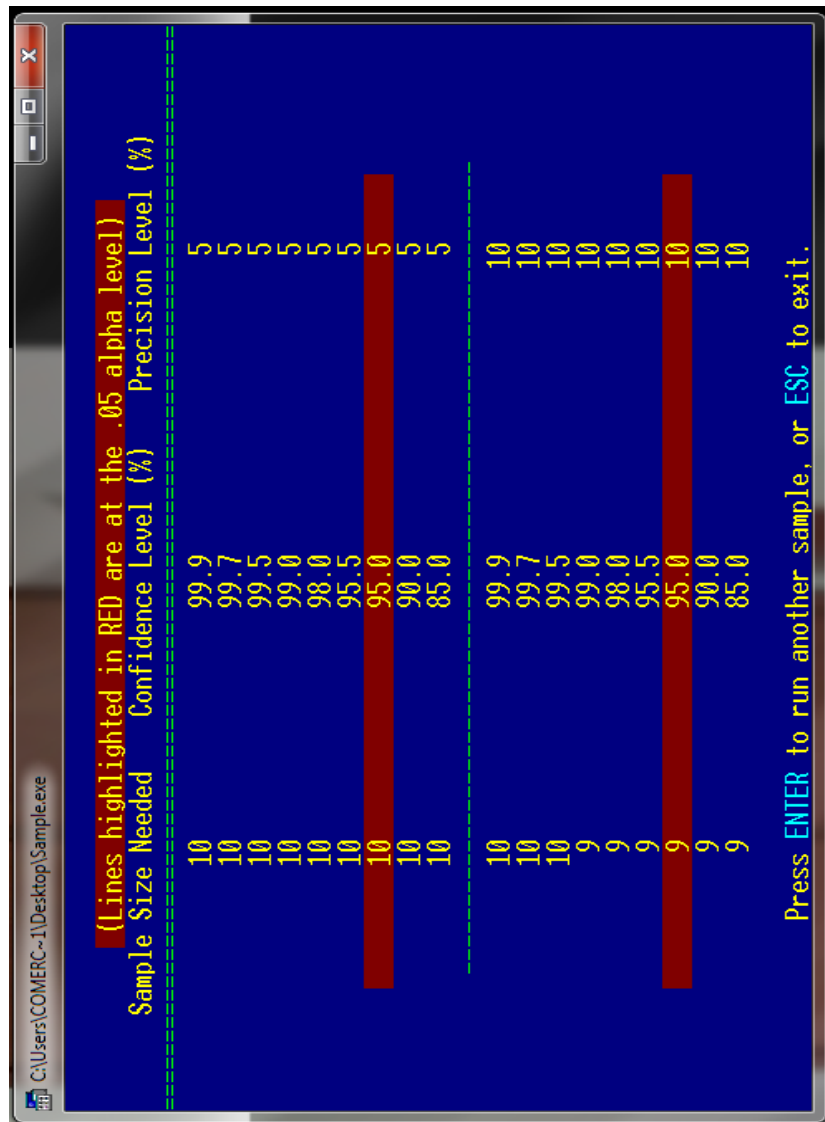
Tabla 1. Listado de Empresas encuestadas.

EMPRESAS	ACTIVIDAD
LUCKYFRUIT S.A	Producción de abono orgánico
VITROPLANT S.A.	Producción de plantas de laboratorio
COFEICA S.A.	Comercialización de cacao
GAMAJA S.A.	Producción de Camarón
BANASHIP S.A.	Comercialización de banano y camarón
BANAFRESH S.A.	Comercialización de banano
MERISISTEMAS S.A.	Producción de Fundas Biodegradables
LOMBRICORP S.A.	Producción de Humus de lombriz
AGROPERFECT S.A.	Comercialización de insumos agrícolas
FENEC S.A.	Producción de abono orgánico

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

El tamaño de mi muestra está entre 9 y 10 teniendo en cuenta que tienen el 95% de confiabilidad, además se obtiene un 5% y un 10% de precisión entonces se puede escoger cualquier opción sin causar ningún daño con el resultado de mi estudio, realizado mediante el procesamiento de Sample.

Figura 1. Población y muestra en el programa Sample.



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

## 2.5 RESULTADO DE PROCESAMIENTO METODOLOGICO

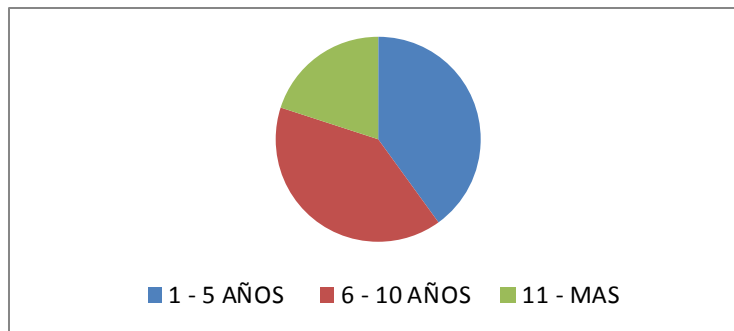
### 1.- ¿Cuántos años de experiencia tiene en la Actividad?

Tabla N. 2. Frecuencia relativa de la variable de los años de experiencia en la empresa

Años de experiencia	Porcentaje
1 - 5 AÑOS	40%
6 - 10 AÑOS	40%
11 – MAS	20%
Total	100%

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

FIGURA N. 2 Años de experiencia en la Actividad



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

#### Análisis:

En la Figura N. 1 Según las diez empresas encuestadas podemos darnos cuenta que en las pequeñas y medianas empresas los años de experiencia son alrededor de 1 a 10 años, nos indicaron que se necesita mucho conocimiento para poder crecer en el mercado y llegar a ser una gran empresa innovadora.

## Pregunta demográfica.

### 2.- Genero

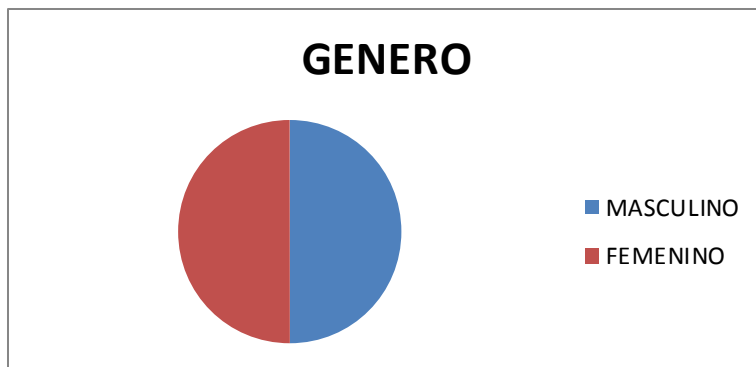
Tabla N. 3 Frecuencia relativa de la variable género

Genero	Porcentaje
MASCULINO	50%
FEMENINO	50%
Total	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

FIGURA N. 3: Genero



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

**Análisis:** Como podemos observar en la figura N. 2 la pregunta demográfica efectuada en la encuesta determino que el 50 % de los dueños de las PYMES son de género masculino y el otro 50% de género femenino, lo cual no incide en los procesos de producción.

### Pregunta demográfica.

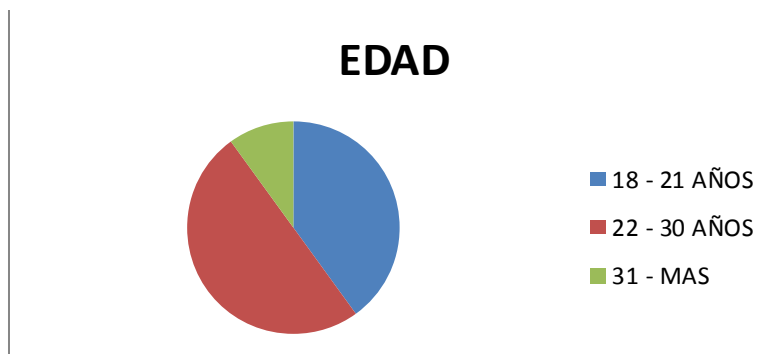
#### 3.- Edad

Tabla N. 4: Frecuencia relativa de la variable edad

EDAD	Porcentaje
18 - 21 AÑOS	40%
22 - 30 AÑOS	50%
31 - MAS	10%
Total	100%

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

FIGURA N. 3 Edad



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

**Análisis:** Analizando la tabla N. 3 las diez PYMES encuestadas se consultó la edad de los dueños de dichas empresas, según el gráfico podemos darnos cuenta que el 40% de los dueños tienen alrededor de 18 a 21 años de edad, son jóvenes que emprenden un pequeño negocio a una temprana edad, otros de 22 a 30 años de edad abarca el 50% empiezan sus negocios después de culminar los estudios universitarios, con nuevas ideas para hacer crecer a sus PYMES en un gran mercado.

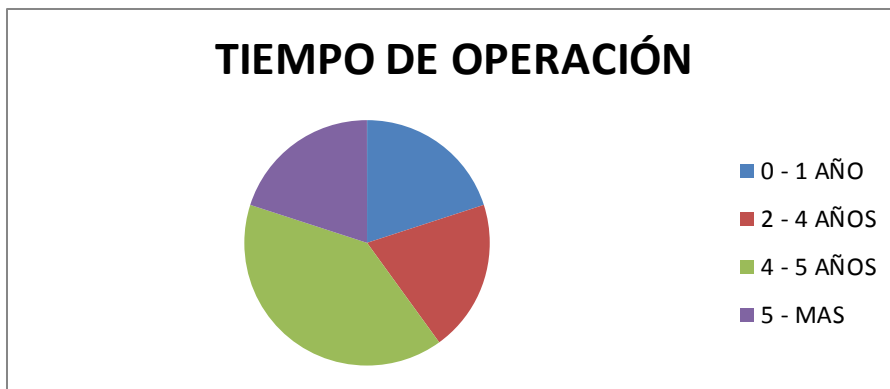
#### 4.- ¿Cuánto tiempo de operación tiene la empresa?

Tabla N. 5 Frecuencia relativa de la variable del tiempo de operación de la empresa

TIEMPO	Porcentaje
0 – 1 AÑO	20%
2 – 4 AÑOS	20%
4 – 5 AÑOS	40%
5- MAS	20%
Total	100%

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El autor

FIGURA N. 4: Tiempo de operación de la empresa



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

#### Análisis:

En la Figura N. 4 podemos visualizar cuánto tiempo lleva de operación la empresa en el mercado, aproximadamente la mayoría de los encuestados nos dieron en un 40% de 4 a 5 años, nos explicaron que para llegar a crecer en el mercado se necesitan muchos años de experiencia, más aun querer ser una empresa innovadora les faltan muchos años para posicionarse y ser una empresa reconocida para llegar al objetivo planteado.

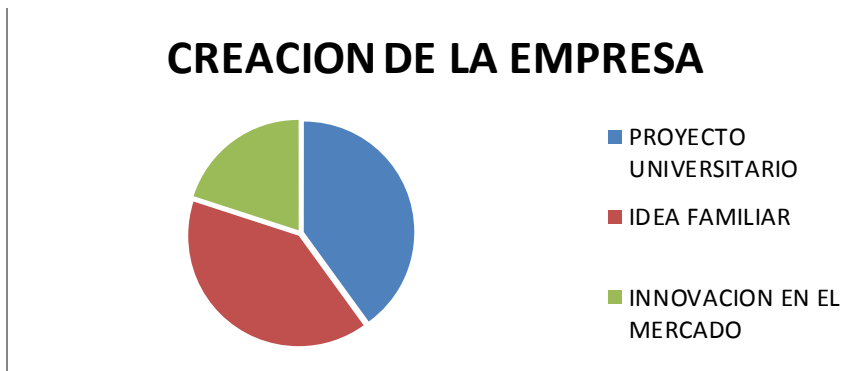
## 5.- ¿Cómo surgió la idea para crear esta empresa?

TABLA N. 6 Frecuencia relativa de la variable creación de la empresa

CREACION	Porcentaje
PROYECTO UNIVERSITARIO	40%
IDEA FAMILIAR	40%
INNOVACION EN EL MERCADO	20%
Total	100%

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

Figura N. 5: Creación de la empresa



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

### Análisis:

Según la tabla N. 5 las empresas surgieron de proyectos universitarios y de ideas familiares, muchos dueños de dichas empresas nos explicaron que las PYMES son más conocidas por empresas familiares, pero también surgen de las ideas de proyectos que elaboran en las universidades, para emprender negocios reales

## 6.- ¿Qué factores se toman en cuenta para satisfacer las expectativas del cliente?

Tabla N. 7 Frecuencia relativa de la variable satisfacer al cliente

FACTORES	Porcentaje
CALIDAD	40%
PRECIOS	20%
Innovación	40%
Total	100%

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

Figura N. 6 Satisfacción al cliente



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

### Análisis:

En la Figura N. 6 podemos darnos cuenta que para los dueños de estas empresas la calidad y la innovación van de la mano, ya que para satisfacer las necesidades de sus consumidores mejoran la calidad de sus productos dándole un cambio cada cierto tiempo, innovando en sus productos, dándole un valor agregado y mejorando los procedimientos para la elaboración de cada producto ofrecido por sus empresas.



## 7.- ¿Qué significa para usted ser innovador?

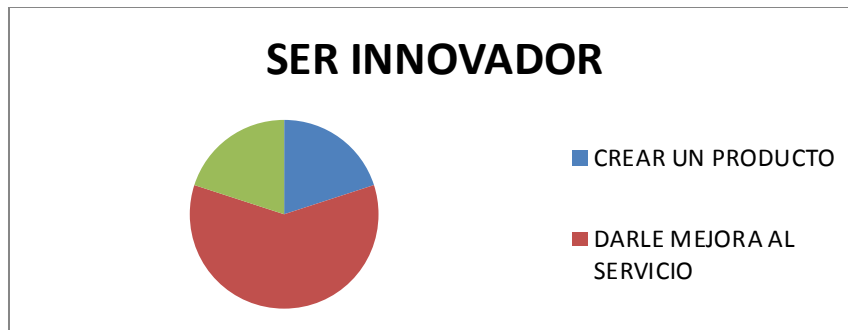
Tabla N. 8: Ser Innovador

Ser Innovador	Porcentaje
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CREAR UN PRODUCTO</li> </ul>	20%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• DARLE MEJORA A NUESTRO SERVICIO OFRECIDO</li> </ul>	60%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO</li> </ul>	20%
Total	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Figura N. 7 Frecuencia relativa de la variable Ser Innovador



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

### Análisis:

Analizando la tabla N. 7 El 60% de los encuestados piensas que darle mejora al servicio ofrecido es ser innovador, estas personas nos dan a conocer que para poder llegar a innovar en una pequeña y mediana empresa se puede lograr dándole una mejora a su servicio ofrecido, en este caso sus productos que ofrecen a los consumidores, contar con equipos tecnológicos para la mejora de cada producto, con la ayuda de personal capacitado para poder llevar a cabo estos procesos de innovación.

## 8.- ¿Cuál sería su clave de éxito para innovar en su empresa?

Tabla N. 9: frecuencia relativa de la variable Clave para innovar en su empresa

CLAVE	Porcentaje
• DARLE UN VALOR AGREGADO AL PRODUCTO	60%
• MEJORAR LA PRODUCCION	20%
• OFRECER PROMOCIONES	20%
Total	100%

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

Figura N. 8 Clave para innovar en su empresa



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

### Análisis:

En la Figura N. 8 El 60% de los dueños de las PYMES tienen mucho en cuenta darle un valor agregado a sus productos, para ellos eso es **INNOVAR**, implementar un cambio en sus productos, agregar diferente materia prima a sus productos y así también mejorarlos y que los consumidores tengan la satisfacción de ver calidad en ellos.

## **RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS**

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas podemos concluir lo siguiente:

De la primera a la quinta pregunta no tiene relevancia en los objetivos planteados, ya que no inciden en el incremento de la producción ni el crecimiento económico de las PYMES.

En la sexta pregunta podemos observar que los factores de la calidad e innovación son los más importantes para satisfacer las necesidades del consumidor y así mejorar el crecimiento económico de las empresas.

En la séptima pregunta se analiza que significa ser innovador para las personas encuestadas, nos pudimos dar cuenta que dar una mejora al servicio ofrecido puede ser una innovación de éxito para cada empresa.

En la octava pregunta consultamos cual es la clave de éxito para innovar en las PYMES podemos concluir que el principal factor de éxito para innovar es darle un valor agregado al producto ya existente que otros productos en el mercado no ofrecen.

## **RESULTADOS DE ENTREVISTAS**

Se realizó una entrevista a los jefes de producción de tres empresas más destacadas por la innovación en sus productos, encargadas de la producción agrícola, ayudándonos a interpretar como poder innovar en una PYME de producción en la ciudad de Guayaquil.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los jefes de producción de las PYMES nos dieron los siguientes resultados:

Tema 1. ¿De qué manera innova en su empresa?

- Darle un valor agregado al producto ya existente, mostrarse diferente

ante la competencia, con un plus que lo hace innovador al producto.

- Contar con tecnología para la creación de los productos, es una manera de innovar ya que ahorra tiempo y se obtiene menos mano de obra.

- Conocer como satisfacer al cliente, ayudándolos a que ellos ahorren tiempo.

*“Para innovar en mi empresa cuento con un plus en mi producto, que me diferencia de mi competencia, a este le agrego el servicio de preventa y postventa” Artemio Mosquera-LUCKYFRUIT S.A.*

Tema 2. ¿Qué beneficios cree usted que trae a su empresa su idea innovadora?

- Ofrecer nuevas líneas de productos, para mantener a los clientes existentes y abrir nuevos mercados para las empresas que quieran innovar, así ellos podrían darse a conocer en un mejor mercado.

- Reducir tiempo, disminuir las horas hombre con ayuda de la tecnología ganar más productividad en menos tiempo.

- Satisfacer al cliente para lograr posicionarse en el mercado y atraer nuevos clientes.

Tema 3. ¿Cree usted que innovar en el área de producción es muy rentable para la empresa?

- Se puede obtener una rentabilidad, contando con maquinarias y así se puede disminuir las horas de los jornales disminuyendo costos y aumentando la productividad

- Con la ayuda de la innovación tecnológica en los procesos de producción es rentable ya que va más allá de la competencia y disminuye los costos.

- En ocasiones las empresas a inicios de crear la idea innovadora no ven rentabilidad, ya que se consigue satisfacer al cliente pero para poder mantenerlos y así generan más gastos en publicidad y no ven ganancias.

*“Busco la satisfacción del cliente para que otros conozcan de mi producto, quizás a largo plazo se vea rentabilidad pero por ahora lo tomo como una inversión.”* Luis Cárdenas-MERISISTEMAS S.A.

Tema 4. ¿Cuál será una barrera que impida innovar en su empresa?

- Una de las barreras para innovar es la falta de creatividad en el área de producción.

- Difícil acceso a préstamos bancarios que puedan financiar a las empresas para la compra de los equipos tecnológicos.

- Las leyes, que en un futuro no se permitan utilizar cierta materia prima que ayude a la elaboración de los productos.

## **CAPITULO III**

### **3. PROPUESTA: TECNICAS PARA FOMENTAR LA INNOVACION EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AREA DE PRODUCCION.**

#### **3.1 Planteamiento de la propuesta**

La innovación en la empresa de hoy en día se asimila a un proceso vivo, en el que confluyen elementos y factores, tanto de la propia empresa como del entorno, los cuales influyen en el proceso innovador.

##### **3.1.1 MISION:**

Innovar en el área de producción de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Guayaquil, para obtener mejor productividad y mayor rentabilidad.

##### **3.1.2 VISION:**

En el año 2020 que las PYMES de producción en la ciudad de Guayaquil sean reconocidas por su innovación en la elaboración de sus productos.

##### **3.1.3 VALORES CORPORATIVOS:**

**RESPONSABILIDAD:** Dentro del área de producción se necesita mucha responsabilidad en el cargo respectivo para poder llevar a cabo cada proceso.

**TRABAJO EN EQUIPO:** Realizar los procesos en equipo a través de nuestras cualidades y virtudes para dar una mejor producción.

**INTEGRIDAD:** Todo cambio que se dé al producto o servicio, mantener la discreción fuera de la empresa para que otras no tengan las mismas estrategias.

**RESPECTO:** Cada empleado debe mantener el respeto hacia sus

compañeros para poder estar en un buen ambiente laboral, el respeto también se lo considera en cada cargo que se desempeña en la empresa, respetar las responsabilidades de cada empleado.

### **3.1.4 CULTURA EMPRESARIAL ECUATORIANA**

Cada país tiene su cultura y su forma muy particular de hacer las cosas, sus valores propios y su historia, cada uno tiene su estilo de vida, de trabajo y comportamientos únicos.

En el Ecuador dentro de la cultura empresarial se destacan los siguientes aspectos:

#### **LA EDUCACION:**

En el Ecuador siempre hubo problemas económicos para contar con recursos, hubo problemas económicos para contar con recursos físicos y humanos que ayudan al fortalecimiento de un programa confiable.

En la actualidad tanto a nivel internacional y local se han creado espacios de debate para responder a un problema planetario pero en países sudamericanos como Ecuador.

En el Ecuador ahora es mucho más difícil poder iniciar una carrera universitaria ya que cuentan con nuevos programas de admisión para las universidades donde realizan pruebas para la aprobación del ingreso de los estudiantes.

#### **ACTITUD ANTE LA NATURALEZA:**

En el Ecuador la forma de llevar la cultura empresarial ante la naturaleza es muy particular como hablamos en este estudio de empresas agrícolas, ellos dependen mucho de la naturaleza, ya que siembran y

cosechan y un impacto ambiental les puede ocasionar muchos daños para su producción,

#### RELIGION:

En el Ecuador existen varias religiones, las más comunes son la católica y evangélica, la mayoría de los dueños de las empresas en el Ecuador se los conoce por su fe en Dios, muchos de ellos se encomiendan a Dios en cada negocio que realizan o en el momento de necesitar una confirmación, el ecuatoriano tiene mucha confianza y fe en Dios, sin importar religión.

#### ANTE LA VIDA MISMA:

El Ecuador es conocido como un país emprendedor, y muy solidario, en cada oportunidad existen eventos para ayudar a personas necesitadas, y tiene como importancia los valores de cada persona, tiene la capacidad de enseñar a otros como nuestro país se desarrolla en un ámbito de enseñanzas para otras empresas.

#### LA CULTURA EMPRESARIAL DENTRO DE LA INNOVACION DE PYMES

Una cultura muy particular que tiene el Ecuador en las pymes son las empresas familiares, estas tienen muchas estrategias para lograr crecer, La mayoría de éstas empresas incorporan valores corporativos a modo de compromiso público de la empresa para fomentar la identidad empresarial y llegar a ser conocidos.

Pero son muchas menos las empresas que han logrado que su misión esté presente en sus métodos estratégicos.

En las pymes, donde todos los empleados se conocen personalmente y suelen tratarse a diario, y por ello están más expuestas a comportamientos envidiosos y egoístas, la cultura tiene la capacidad de convertir los grupos de trabajo en equipo.



La calidad humana de las personas es fundamental para la buena marcha de la empresa y para desarrollar culturas empresariales de calidad, para que la empresa sea conocida por la calidad del servicio que ofrece.

### **3.1.5 Factores que potencian la innovación en la empresa**

Los factores que actúan sobre proceso de innovación de la empresa, los cuales ya han sido analizados en el apartado anterior, nos referimos a factores como, el mercado de trabajo, mercados financieros, disponibilidad de nuevas tecnologías, competitividad en el mercado o desarrollo empresarial, entre otros. Todos estos factores influyen claramente, apoyando o impidiendo que una empresa pueda innovar, ya que muchas empresas conocen la necesidad de innovar pero se encuentran con muchas barreras para poder realizar estas actividades de innovación, en estas barreras entra la falta de financiamiento y de creatividad.

La creatividad y su aplicación práctica, la innovación, se han convertido en una condición fundamental de las Pymes como elemento diferenciador vital con respecto a su competencia, La empresa tiene que plantearse la innovación como un proceso permanente que favorezca el espíritu de iniciativa, la búsqueda constante de nuevas ideas y el flujo de las mismas, la ruptura de moldes preestablecidos y tomar acciones específicas encaminadas a convertirla en una manera de pensar y concebir la gestión, hay que innovar no sólo en el desarrollo de nuevos productos y servicios, sino también en la gestión de la empresa.

La importancia que adquiere este concepto hace necesaria la mediación del proceso innovador con el fin de determinar la capacidad creadora de las pequeñas y medianas empresas.

### **3.1.6 Estrategias de innovación**

Existen estrategias exitosas que nos ayudan a innovar en las pequeñas y medianas empresas, la estrategia ofensiva actúa como líder innovador, con la continua creación de nuevos productos requiriendo de una unidad económica, posee una gran capacidad tecnológica impulsada a través del manteniendo elevado de gastos y una importante capacidad financiera, la estrategia defensiva, consiste en seguir al líder, realizando mejoras en sus productos, pero tratando de diferenciar sus productos de la competencia, aplican un gran esfuerzo para adaptar los productos a las exigencias de los clientes, la estrategia oportunista busca huecos de mercado que resultan poco atractivos para el resto de empresas, consiguen rendimientos satisfactorios explotando el error que cometen los competidores al no dirigir los nuevos productos a todo el mercado sino sólo a aquellos segmentos que perciben como interesantes.

### **3.1.7 Beneficios de innovar**

Uno de los grandes beneficios de innovar es que cuando el producto novedoso entra al mercado y es aceptado el resultado, la demanda y las ganancias crecen aceleradamente, cuando ofrecemos nuevas líneas de productos podemos mantener a los clientes existentes y abrir nuevos mercados, reducir tiempo al implementar equipos tecnológicos así ganar productividad en menos tiempo y lograr posicionarse en un mercado global, satisfaciendo las necesidades de los consumidores, mejorar la calidad de producto y/o servicio, traduciéndose en mayores ventas, al momento de mejorar los procesos internos y externos pueden reducir el coste de producción, la idea de innovar permite a las empresas penetrar a nuevos mercados y llegar a ser conocidos para poder crecer atrayendo a los mejores profesionales para una mejor producción y mejor rentabilidad en el área de producción.

Figura 10 Modelo de gestión de la innovación/Estrategias.



Fuente: Elaboración propia sobre la base de distintos autores.

### 3.1.8 Factores de éxito para la innovación

Existe un sinnúmero de factores de éxito para innovar en las pequeñas y medianas empresas, estos factores son los que nos permitirán llegar a ser empresas de excelencia en el mercado, penetrar en un mercado nuevo y obtener una mejor productividad en el área de producción, se debe realizar un análisis y seguimiento de la competencia conocer cómo elaboran su productos la competencia directa y así poder mejorarlo dándole un valor agregado incrementando cambios en el, reducir el tiempo de desarrollo en los procesos de producción, mediante el empleo de herramientas tecnológicas, elaborando un plan de procesos donde se establezcan los objetivos y un plan de acción para implementar los equipos tecnológicos y realizar las capacitaciones a los empleados y consumidores.

Figura 11 Plan de Procesos

Perspectiva Procesos				
Perspectiva	Objetivo	Indicador	Inductor	Plan de Acción
PROCESOS	Innovar productos y procesos	N° de productos innovados N° de procesos innovados	Capacitación de personal	Plan de Capacitación
	Calidad	Evaluación del cliente Evaluación interna	Motivación del personal	Plan de Motivación

Fuente: Perspectiva de procesos  
Elaborado Por: Antonio Jordán

### 3.2 Análisis FODA

Una vez realizadas las investigaciones de la innovación en las pequeñas y medianas empresas hemos identificado las siguientes fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para posteriormente, extraer las más representativas y realizar un análisis para identificar como llegar romper esas barreras para poder obtener innovación en las PYMES.

#### 3.2.1 AMBIENTE INTERNO:

##### • FORTALEZA:

1. Realizar la producción más rápida en menos tiempo.
2. Se eleva el nivel de producción.
3. Recursos tecnológicos.
4. Ofrecer calidad en el servicio.

##### • DEBILIDADES:

1. Falta de recurso humano con conocimientos tecnológicos.
2. Falta de financiamiento.
3. Despido de personal por avance tecnológico.

### **3.2.2 AMBIENTE EXTERNO:**

#### **• OPORTUNIDADES:**

1. Realizar actividades de innovación.
2. Conocimiento de cambios en el mercado.
3. Avance tecnológico ante la competencia.
4. Ventaja en el desarrollo de nuevos productos.

#### **• AMENAZAS:**

1. Menos mano de obra, aumento de desempleo.
2. Competidores con empleados de mayor conocimiento tecnológico.
3. Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.
4. Entrada de nuevos competidores en el mercado.

### **3.3 Matriz FOFA-DODA**

El propósito de la matriz FOFA-DODA es analizar la situación de su organización para planear estrategias, tácticas y acciones, para el logro eficaz y eficiente de los objetivos organizacionales.

A continuación detallo las estrategias que lograran un mejor manejo de sus actividades y extraer el mejor desempeño posible.

#### **ESTRATEGIAS DE DEBILIDADES Y AMENAZAS:**

En el proyecto realizado se ha analizado una debilidad es el despido del personal por el avance tecnológico, esto lo lleva a la amenaza que es el aumento de desempleo en el país, se podría tomar como estrategia, capacitar al personal con mayor tiempo en la empresa para otras áreas, para que puedan crecer en la empresa según su conocimiento adquirido en las capacitaciones.

Otra estrategia en las debilidades es capacitar al personal que utilizara

los equipos tecnológicos para estar al mismo nivel de los competidores la cual sería una amenaza, preparar a mi personal con personas expertas en el tema para dar un mejor servicio.

#### **ESTRATEGIAS DE FORTALEZAS Y AMENAZAS:**

Una de las fortalezas es ofrecer un buen servicio a mis consumidores por lo cual están innovando en el producto, esto podría reducir el problema en una de las amenazas que es el cambio en las necesidades del consumidor, se necesita realizar encuestas para saber las necesidades y gustos del consumidor, mientras se ofrezca un buen servicio y un buen producto que llene las expectativas de los consumidores y así esta amenaza ya no será un problema.

#### **ESTRATEGIAS DE DEBILIDADES Y OPORTUNIDADES:**

Una de las debilidades es la falta de financiamiento para poder innovar en la empresa, pero para poder superar esa debilidad se encuentra como oportunidad realizar actividades de innovación, podría ser reciclando y con esto logramos innovar y a la vez reducir costos.

#### **ESTRATEGIAS DE FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES:**

Una fortaleza muy importante en la empresa es realizar la producción en menos tiempo, para ello se cuenta con el avance tecnológico, que ayudara a reducir el tiempo de producción, para obtener más productos en menos tiempo, con la ayuda de nuevos equipos tecnológicos donde no se necesitara de mucho trabajo para realizar cada proceso.

Identificación de los factores del éxito para la innovación en PYMES en la ciudad de Guayaquil en el área de producción.

TABLA N. 10 MATRIZ FOFA-DODA

	DEBILIDADES	FORTALEZAS
	<p><b>D1.</b> Despido del personal por avance tecnológico</p> <p><b>D2.</b>Falta de conocimiento tecnológico.</p> <p><b>D3.</b> Falta de financiamiento.</p>	<p><b>F1.</b> Ofrecer calidad en el servicio.</p> <p><b>F2.</b> Realizar la producción más rápida en menos tiempo.</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS FO
<p><b>O1. Realizar nuevas actividades de innovación.</b></p> <p><b>O2. Avance tecnológico ante la competencia.</b></p>	<p><b>D2-O1</b> Una de las debilidades es la falta de financiamiento para poder innovar en la empresa, pero para poder superar esa debilidad se encuentra como oportunidad realizar actividades de innovación, podría ser reciclando y con esto logramos innovar y a la vez reducir costos.</p>	<p><b>F1- O2</b> Una fortaleza muy importante en la empresa es realizar la producción en menos tiempo, para ello se cuenta con el avance tecnológico, que ayudara a reducir el tiempo de producción, para obtener más productos en menos tiempo, con la ayuda de nuevos equipos tecnológicos donde no se necesitara de mucho trabajo para realizar cada proceso.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS DA	ESTRATEGIAS FA
<p><b>A1. Aumento de desempleo en el país</b></p> <p><b>A2. Competidores con mayor conocimiento.</b></p> <p><b>A3. Aumento de desempleo en el país</b></p> <p><b>A4. Competidores con mayor conocimiento.</b></p>	<p><b>A1-D1</b> En el proyecto realizado se ha analizado una debilidad es el despido del personal por el avance tecnológico, esto lo lleva a la amenaza que es el aumento de desempleo en el país, se podría tomar como estrategia, capacitar al personal con mayor tiempo en la empresa para otras áreas, para que puedan crecer en la empresa según su conocimiento adquirido en las capacitaciones.</p> <p><b>D2-A2</b> Otra estrategia en las debilidades es capacitar al personal que utilizara los equipos tecnológicos para estar al mismo nivel de los competidores la cual sería una amenaza, preparar a mi personal con personas expertas en el tema para dar un mejor servicio.</p>	<p><b>F2-O1</b> Una fortaleza muy importante en la empresa es realizar la producción en menos tiempo, para ello se cuenta con el avance tecnológico, que ayudara a reducir el tiempo de producción, para obtener más productos en menos tiempo, con la ayuda de nuevos equipos tecnológicos donde no se necesitara de mucho trabajo para realizar cada proceso.</p>

Fuente: Matriz FAFO-DODA  
Elaborado por: El Autor

TABLA N. 11 ANALISIS PEST

POLITICOS	ECONOMICOS	SOCIALES	TECNOLOGICOS
<ul style="list-style-type: none"><li>Legislación sobre protección de los consumidores</li><li>Protección medioambiental.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Crecimiento Económico.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Demografía</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Nuevas innovaciones y desarrollo.</li></ul>

Fuente: Análisis PEST  
Elaborado por: El Autor

### 3.4 ANALISIS PEST

#### FACTORES POLITICOS:

##### LEGISLACION SOBRE PROTECCION DE LOS CONSUMIDORES:

La innovaciones según la ley las empresas deben impulsar la eficiencia y la productividad, mejorando la calidad de vida y contribuyendo con la realización del buen vivir.

El consumidor tiene derecho a una información adecuada, clara, veraz, sobre los servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar

##### PROTECCION MEDIOAMBIENTAL:

Las empresas, no solo desempeñan un papel importante en lo que se refiere a económica, sino también tienen la obligación ética y moral de preservar el medio ambiente, es un gran compromiso que tiene con la sociedad y el ambiente propiamente dicho, evitando hacer daño y promoviendo el bienestar de todos en general.

Una empresa ofrece nuevos productos, pero a la vez está afectado al



medio ambiente, por ello el empresario debe maximizar sus activos sin perjudicar el medio ambiente.

### **FACTORES ECONOMICOS:**

#### **CRECIMIENTO ECONOMICO:**

El crecimiento económico de una pequeña o mediana empresa se basa en el capital que tengamos para la innovación, esto implica las estructuras productivas, fábricas, infraestructuras, todo aquello tangible que tenga capacidad de una forma directa o indirecta de producir bienes o servicios, y para ello la empresa debe tener un financiamiento, esto es un gran impacto en el proyecto, ya que una pyme no cuenta con mucho financiamiento.

#### **FACTORES SOCIALES:**

##### **DEMOGRAFIA:**

Esto impacta en la innovación de las pequeñas y medianas empresas particularmente en lo relacionado a ingresos, edad, situación geográfica. Es necesario analizar cada grupo para determinar el comportamiento específico y de esa forma orientar las estrategias para estimular las ventas de los nuevos productos o servicios.

#### **FACTORES TECNOLOGICOS:**

##### **NUEVAS INNOVACIONES Y DESARROLLO:**

Las pequeñas y medianas empresas necesitan de nuevos equipos tecnológicos para realizar nuevos productos, para ello necesitamos conocer más en el mercado y contar con un capital para poder realizar dichos productos.

En toda empresa se realizan procesos innovadores pero el segundo paso es el desarrollo.

### **3.5 FUERZAS DE PORTER**

#### **AMENAZA DE ENTRADA A NUEVOS COMPETIDORES.**

La posibilidad y facilidad con la que pueden entrar nuevos competidores es un elemento importante para medir la rentabilidad de un mercado. Esta facilidad o dificultad está determinada por las barreras de entrada.

Las barreras pueden ser de muchos tipos y pueden dificultar o impedir la entrada de nuevos competidores. Estas barreras pueden ser naturales o creadas.

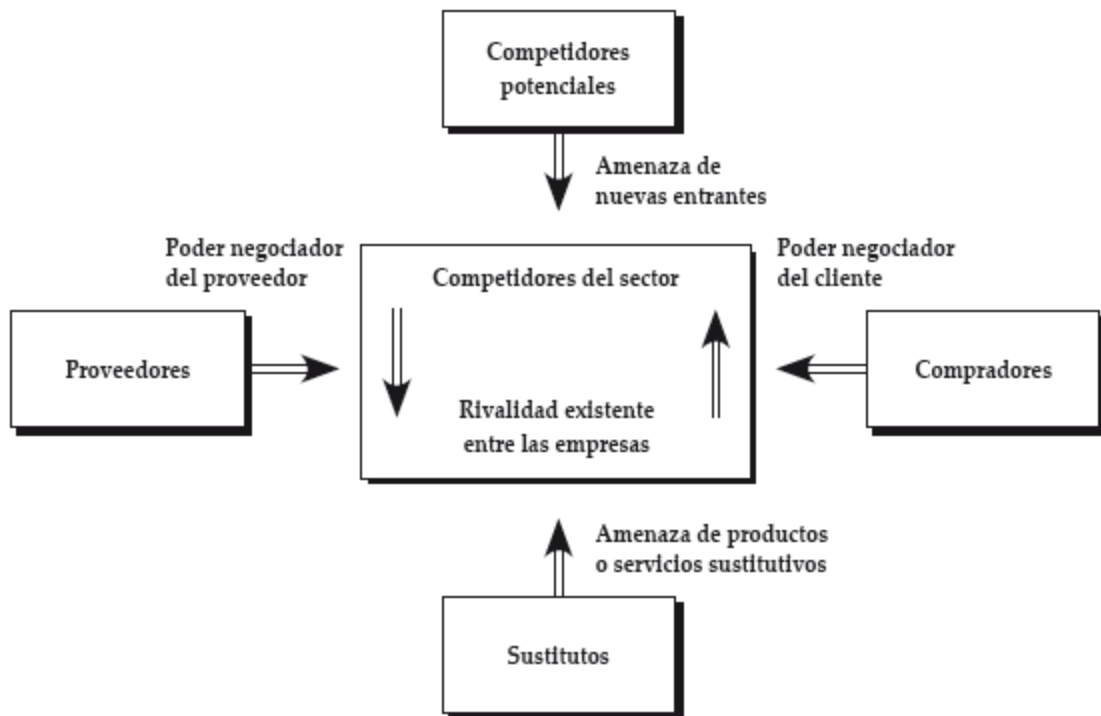
Alto nivel de inversión requerido, eso hace que para poder competir sea necesario implementar equipos tecnológicos y eso requiere un alto nivel de inversión inicial y por lo tanto un riesgo más alto.

Patentes y Propiedad intelectual. Por medio de patentes las empresas pueden bloquear la entrada de nuevos competidores por un tiempo determinado.

Menores costos en materias primas. Las empresas integradas verticalmente pueden tener menores costos de materias primas al ser ellas mismas las productoras de las materias primas.

Tecnología propietaria. En algunos casos la tecnología seleccionada por los consumidores no es compatible con la de los nuevos competidores, por lo que el consumidor difícilmente cambiará de tecnología, ya sea por los costos asociados o por tratarse de un producto nuevo. Esto puede verse también como una barrera de salida.

FIGURA N. 12 Entrada de nuevos competidores.



Fuente: Fuerzas de Porter.  
Elaborado Por: El Autor

## LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

A medida que haya menos empresas compitiendo habrá menor rivalidad y mayor será la rentabilidad del negocio. Los factores importantes que determinan la rivalidad de los competidores son las barreras de salida del mercado, el nivel de crecimiento.

La competencia entre empresas pertenecientes a un sector determina principalmente el nivel de rentabilidad del sector y la situación global de competitividad. Si bien es así para la mayoría de los sectores, existen, claro está, otros factores que entran en juego, como veremos más adelante. La intensidad de la rivalidad entre empresas varía enormemente de un sector a

otro, y con frecuencia se emplean adjetivos como “sanguinario”, “intenso”, “moderado”, o “débil”, para describir la intensidad de la competencia.

En este tipo de sector un número mayor de empresas ha de competir por los mismos clientes y recursos. Si el sector está concentrado, las empresas tienen una cuota similar de mercado y la rivalidad puede ser todavía más virulenta, ya que todas las empresas luchan para liderar el mercado.

### **PODER DE NEGOCIACION DE LOS COMPRADORES Y PROVEEDORES**

Cuando los compradores son pocos, están más organizados o están más informados, mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios.

No es lo mismo poder vender a través de varios canales de distribución a tener pocos canales. Por ejemplo, en el terreno de las grandes tiendas de autoservicio, estas pueden ejercer mayor poder de negociación que los pequeños detallistas.

Lo mismo ocurre cuando el producto debe venderse por medio de canales de distribución. Si hay pocos canales existe una mayor dependencia en los canales de distribución y estos tienen mayor poder de negociación.

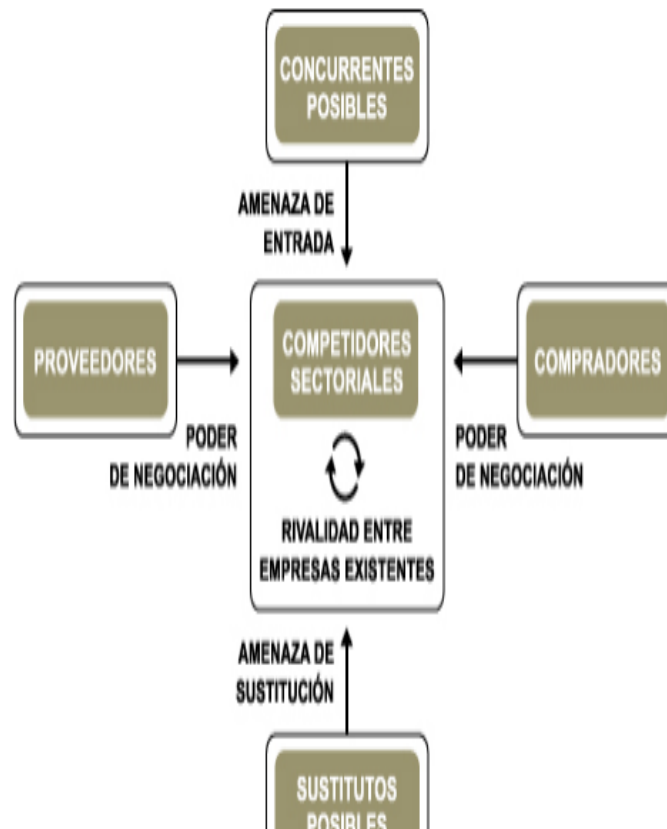
Las empresas de un sector compran y venden. Las empresas venden sus productos y servicios (materias primas, componentes, servicios financieros y de mano de obra, etc.) a compradores que pueden ser distribuidores, intermediarios, consumidores finales o simplemente otros fabricantes.

Tanto los proveedores como los compradores intentan ejercer su poder para conseguir el precio más bajo, la calidad más alta y el mejor servicio posible, todo, por supuesto, en perjuicio de la rentabilidad del sector.

La entidad que puede permitirse el lujo de soportar los costes tiene efectivamente el poder de imponer sus propias condiciones. Si bien algunas

empresas juegan mejor la partida de la negociación que otras, el poder de la negociación no es un factor intrínseco de la empresa, sino que queda configurado por varios factores relacionados con la estructura del sector en su conjunto.

Figura 13 Marco competitivo de las fuerzas de Porter.



Fuente: Fuerzas de Porter  
Elaborado Por: María de Molina

### **3.6 DIAGRAMA DE GANTT**

#### **ACTIVIDADES:**

##### **☐ Métodos de investigación:**

Encontramos el problema del tema, lo que nos llevó a realizar objetivos específicos y generales.

##### **☐ Recolección de información:**

Se realizó una investigación a fondo de todo el tema del proyecto, analizando cada punto, aplicando preguntas científicas para un mejor desarrollo del tema.

##### **☐ Aplicación de métodos en el tema.**

Realizamos la situación problemática para llegar al planteamiento del problema científico a resolver, realizando el sistema de objetivos y preguntas de investigación; realizamos la justificación y viabilidad del proyecto, el marco teórico, que tipo de investigación es el proyecto y finalmente se obtuvo los resultados y Beneficios.

##### **☐ Aplicación de encuestas**

Realizamos los pasos para la selección de la muestra para definir la población a quien vamos a dirigir nuestra encuesta, con ayuda de los métodos SAMPLE Y SPSS.

##### **☐ Planeación estratégica**

En este capítulo se realizaron la misión y la visión del proyecto con la finalidad de darnos cuenta a donde queremos llegar con este tema de investigación, analizamos el FODA de nuestro tema realizando las estrategias DAFO, se aplicó el análisis PEST y las cinco fuerzas de Porter para saber cómo impacta en el proyecto.

Identificación de los factores del éxito para la innovación en PYMES en la ciudad de Guayaquil en el área de producción.

TABLA N. 12 DIAGRAMA DE GANTT.

ACTIVIDADES	TIEMPO DE DURACION											
	JUNIO				JULIO				AGOSTO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
METODOS DE INVESTIGACION	■	■										
RECOLECCION DE INFORMACION		■	■									
APLICACIÓN DE METODOS		■	■	■								
ENTREGA DEL TRABAJO				■								
TECNICAS DE INVESTIGACION					■	■						
REALIZAMOS ENCUESTAS					■	■						
METODO SAMPLE					■	■						
METODO SPSS					■	■						
ENTREGA DEL TRABAJO								■				
PROPUESTA A SEGUIR									■			
MISION, VISION, FODA, ANALISIS PEST, FUERZAS DE PORTER, DIAGRAMA DE GANTT										■	■	■
ENTREGA DEL TRABAJO												■

Fuente: Diagrama de Gantt.

Elaborado por: El Autor

## CONCLUSIONES

En el estudio de este tema sobre los factores de éxito para la innovación de la ciudad de Guayaquil en el área de producción pudimos determinar los factores más importantes para la innovación que logran llevar al éxito a las PYMES de producción y no permitir que sus productos tengan un declive.

- Darle un valor agregado a sus productos, ofreciendo también servicio de seguimiento al cliente para darles capacitaciones al momento de utilizar sus productos.

- Contar con Avances tecnológicos, así aumentan la productividad y ahorran costos en la producción

- Buscar la satisfacción del cliente al momento de comprar sus productos, ya que cuentan con productos de calidad y les ofrecen a sus clientes que ellos también puedan ahorrar tiempo en sus trabajos.

El nivel de innovación actual en las pymes de producción, es que la innovación se ha convertido en una condición fundamental de las Pymes como un elemento diferenciador de las otras empresas competidoras, hay que innovar no sólo en el desarrollo de nuevos productos y servicios, sino también en la gestión de la empresa, para lograr así un producciones factibles y un mayor grado de rentabilidad en los procesos donde se innove.

Con este estudio logramos identificar las barreras que inciden en la innovación dentro de las PYMES, existen muchas que no les permiten innovar a algunas PYMES, como el financiamiento, por ser poco conocidas no tienen un acceso a préstamos bancarios o no cuentan con un buen capital, también nos dimos cuenta de la falta de creatividad que muchas empresas tienen, esto no les ayuda a tener ideas innovadoras en sus productos y siguen ofreciendo lo mismo al mercado.



La idea de innovar en las PYMES nos da como resultado muchos beneficios, ya que obtienen mayor rentabilidad en su área de producción, porque consiguen innovar en sus productos ahorrando tiempo y producción más eficaz, creando un producto con materia prima diferente a la competencia, utilizando también avances tecnológicos para la elaboración donde aumentan la productividad y disminuyen los costos buscando la satisfacción de sus clientes.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones según este estudio para la innovación en las PYMES de producción de la ciudad de Guayaquil es conocer a fondo su competencia, saber cómo innovar en el producto que ofrecen para diferenciarlo de la competencia, empezar por realizar encuestas a los consumidores para conocer las necesidades de cada cliente, si contamos con un producto que ya existe en el mercado, buscar la manera para innovarlo, creando un área de creatividad en la empresa para que estas personas den ideas para innovar en sus productos, y así aumentar el recurso económico y a largo plazo contar con equipos tecnológicos para una mejor producción y reducir costos de mano de obra y obtener una mejor productividad, y no permitir que esto sea una barrera para poder innovar en su empresa.

- Capacitar a cada empleado para el uso de los equipos tecnológicos
- Dar seguimiento a los clientes en la preventa y posventa de sus productos.
- Penetrar en un mercado nuevo y obtener una mejor productividad en el área de producción
- Realizar un análisis y seguimiento de la competencia conocer cómo elaboran sus productos la competencia directa.
- Reducir el tiempo de desarrollo en los procesos de producción.
- Elaborar un plan de procesos donde se establezcan los objetivos y el plazo para cumplirlos.

Logrando esto podemos obtener una excelente productividad en las PYMES de producción en la ciudad de Guayaquil y así poder posicionarse en un gran mercado, siendo conocidas por su calidad e innovación en cada proceso de su producción.

## BIBLIOGRAFÍA

Berenstein, D. (2003). Gestion de la creatividad y de la innovación. En D. Berenstein, *Gestion de la creatividad y de la innovación* (pág. 15). Barcelona: Deusto.

Berestein, D. (2003). Desarrollar la Gestion de la Creatividad y de la Innovación. En D. Berestein, *Desarrollar la Gestion de la Creatividad y de la Innovación* (pág. 13). Barcelona: Deusto.

Castilla, U. d. (15 de 02 de 2007). *Comportamiento Innovador*. Recuperado el 20 de Septiembre del 2014, de Dialnet-  
ComportamientoInnovadorDeLasPequeñasYMedianasEmpre-187734.pdf

Gonzales, A., Jimenez, J., & Sáez, F. (15 de 05 de 2010). *Dialnet*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2014, de  
dialnet.unirioja.es/download/articulo/187734.pdf

Lopez, N., Montes, J., & Vazquez, C. (2007). *Cómo gestionar la innovación en las Pymes*. Madrid: Netbiblio, SL.

Martínez, L. (2006). Gestión del Cambio y la Innovación en la Empresa. En L.

Martínez, *Gestión del Cambio y la Innovación en la Empresa* (pág. 2). España: Ideaspropias.

Muñoz, C., & Benassini, M. (1998). *Cómo elaborara y asesorar una investigación de tesis*. Mexico: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

Ruiz, A. (05 de 07 de 2001). *Gestiopolis*. Recuperado el 20 de 08 de 2014,

de <http://www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/no19/inopyme.htm>

Ruiz, M., & Mandado, E. (1989). Características de la innovación. En M. Ruiz, & E. Mandado, *La Innovación Tecnológica y su Gestión*. Barcelona: Marcombo S.A.

Schumpeter. (10 de 06 de 1944). Recuperado el 20 de 08 de 2014, de [dialnet.unirioja.es/articulo/187734.pdf](http://dialnet.unirioja.es/articulo/187734.pdf)

## ANEXOS

### MODELO DE LA ENCUESTA

Buenas tardes (días), la presente encuesta es realizada para un estudio de investigación sobre la innovación en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Guayaquil, para la obtención de mi título de Ingeniería en Gestión empresarial con mención en finanzas y auditoría en la universidad tecnológica empresarial de Guayaquil, queremos quitarle un poco de su tiempo para realizar la siguiente encuesta, aplicando un poco su conocimiento acerca del tema escogido, por favor responda con sinceridad.

**Lea las instrucciones cuidadosamente,**

**Muchas gracias por su colaboración.**

**Encuesta:**

**\*Encierre en círculo la respuesta que usted crea conveniente.**

**1.- Años de experiencia en la Actividad:**

1. 1 – 5 años    2. 6 – 10 años

3. 11 - más

**2.- Genero**

1. Masculino      2. Femenino

**3.- Edad**

1. 18 – 21 años    2. 22 – 30 años

3. 31 – más

**4.- Cuanto tiempo de operación tiene la empresa?**

- |          |            |
|----------|------------|
| 1. 0 – 1 | 2. 2 – 4   |
| 3. 4 – 5 | 4. 5 – Más |

**5.- Como surgió la idea para crear esta empresa?**

- |                                   |    |    |
|-----------------------------------|----|----|
| 1. Proyecto universitario         | SI | NO |
| 2. Idea familiar                  | SI | NO |
| 3. Innovación en un nuevo mercado | SI | NO |

**6.- Que factores se toman en cuenta para satisfacer las expectativas del cliente?**

- |               |    |    |
|---------------|----|----|
| 1. Calidad    | SI | NO |
| 2. Precios    | SI | NO |
| 3. Innovación | SI | NO |

**7.- Que significa para usted ser innovador?**

1. Crear un producto o servicio nuevo
2. Darle una mejora a nuestro servicio ofrecido
3. Mejorar la calidad del servicio al cliente

**8.- Cual sería una clave de éxito para innovar en su empresa?**

- |  |    |    |
|--|----|----|
| 1. Darle un valor agregado al servicio | SI | NO |
| 2. Mejorar la producción               | SI | NO |
| 3. Ofrecer promociones                 | SI | NO |

Identificación de los factores del éxito para la innovación en PYMES en la ciudad de Guayaquil en el área de producción.

## MODELO SAMPLE POBLACION

- La población de este estudio es un total de 10 personas que representan a cada empresa innovadora en la ciudad de Guayaquil, en el área agrícola ya que cuento con fácil acceso a este mercado que se encarga de la producción de diferentes productos.

## SISTEMA SPSS

OPERACION A	GENERO	EDAD	OPERACION UNIVERSITARIO	FAMILIAR	MERCADO	CALIDAD	PRECIOS	#INNOVACION	#INNOVADOR	VALOR	PRODUCCION	PROMOCIONES	
1	11 - MAS MASCULINO	31 - MAS	4 - 5	NO	NO	SI	SI	NO	SI	DARLE M	NO	SI	NO
2	6 - 10 AÑOS MASCULINO	22 - 30 AÑ	2 - 4	NO	SI	NO	SI	NO	SI	MEJORAR	NO	SI	NO
3	1 - 5 AÑOS FEMENINO	18 - 21 AÑ	0 - 1	SI	NO	NO	SI	NO	SI	CREAR U	SI	SI	NO
4	6 - 10 AÑOS FEMENINO	22 - 30 AÑ	4 - 5	NO	NO	SI	SI	NO	SI	DARLE M	SI	NO	NO
5	1 - 5 AÑOS MASCULINO	18 - 21 AÑ	2 - 4	NO	SI	NO	SI	NO	SI	DARLE M	SI	NO	NO
6	11 - MAS FEMENINO	22 - 30 AÑ	4 - 5	NO	NO	NO	SI	SI	SI	MEJORAR	NO	NO	SI
7	1 - 5 AÑOS FEMENINO	18 - 21 AÑ	4 - 5	SI	NO	NO	SI	SI	SI	DARLE M	SI	SI	SI
8	6 - 10 AÑOS MASCULINO	22 - 30 AÑ	5 - MAS	NO	SI	NO	SI	NO	SI	DARLE M	SI	SI	SI
9	6 - 10 AÑOS FEMENINO	22 - 30 AÑ	5 - MAS	SI	NO	NO	SI	NO	SI	CREAR U	NO	SI	NO
10	1 - 5 AÑOS MASCULINO	18 - 21 AÑ	0 - 1	SI	SI	NO	SI	NO	SI	DARLE M	SI	SI	SI

Número	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidas	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	EXPERIEN...	Númerico	8	0	AÑOS DE EXPERIENCIA	(1, 1 - 6 AÑ	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	GENERO	Númerico	8	0	GENERO	(1, MASCU...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	EDAD	Númerico	8	0	EDAD	(1, 10 - 21	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	OPERACION	Númerico	8	0	TIEMPO DE OPERACION	(1, 0 - 1)	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	UNIVERSIT	Númerico	8	0	PROYECTO UNIVERSITARIO	(1, 50)	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	FAMILIAR	Númerico	8	0	IDEA FAMILIAR	(1, 50)	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	MERCADO	Númerico	8	0	INNOVACION EN EL MER...	(1, 50)	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	CALIDAD	Númerico	8	0	CALIDAD	(1, 50)	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	PRECIOS	Númerico	8	0	PRECIOS	(1, 50)	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	INNOVACION	Númerico	8	0	INNOVACION	(1, 50)	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	INNOVADOR	Númerico	8	0	QUE SIGNIFICA SER INNO...	(1, CREAR	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	VALOR	Númerico	8	0	DARLE UN VALOR AGRIC	(1, 50)	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	PRODUCCI	Númerico	8	0	MEJORAR LA PRODUCCION	(1, 50)	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	PROMOCIO...	Númerico	8	0	OFRECER PROMOCIONES	(1, 50)	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada

## EMPRESAS ENTREVISTADAS

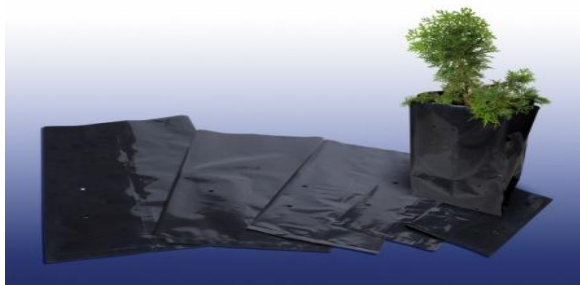
LUCKYFRUIT S.A.



VITROPLANT S.A.



MERISISTEMAS S.A.





## **ENTREVISTAS**

**Nombre del entrevistado: Artemio Mosquera**

**Empresa: LUCKYFRUIT S.A. (Producción de abono orgánico)**

### **1. ¿DE QUE MANERA INNOVA EN SU EMPRESA?**

En mi empresa la manera en que innovo en mi producto es dándole un valor agregado, añadiendo un plus para mejorarlo, nuestro producto es un fertilizante orgánico utilizado en la agricultura, muchas compañías ofrecen este mismo producto con la diferencia que el nuestro tiene ingredientes extras que otros productos en el mercado no tienen, como por ejemplo algas marinas, a esto le sumamos un servicio preventa de cómo aplicar el producto y un servicio post venta luego de la aplicación para medir producción en los cultivos donde se aplicó el producto.

### **2. ¿QUE BENEFICIOS CREE USTED QUE TRAE A SU EMPRESA SU IDEA INNOVADORA?**

Poder ofrecer nuevas líneas de productos orgánicos para la agricultura moderna, ayudara a mantener nuestros clientes ya existentes y abrir nuevos mercados a agricultores que quieran innovar en sus cultivos.

### **3. CREE USTED QUE INNOVAR EN EL AREA DE PRODUCCION ES MUY RENTABLE PARA LA EMPRESA?**

Es muy rentable innovar con maquinarias que puedan disminuir la cantidad de jornales utilizados en el proceso de producción, permitiéndome disminuir los costos aumentando mi producción.

### **4. ¿CUAL SERIA UNA BARRERA QUE IMPIDA INNOVAR EN SUS PRODUCTOS?**

Una barrera podría ser la falta de creatividad y también el financiamiento.

**Nombre del entrevistado: David Balladares**

**Empresa: VITROPLANT S.A. (Producción de plantas de banano)**

**1. ¿DE QUE MANERA INNOVA EN SU EMPRESA?**

La idea innovadora en mi empresa es producir plantas de laboratorio, es un nuevo avance tecnológico, llamado biotecnología que realizan plantas clonadas por hormonas de multiplicación.

**2. ¿QUE BENEFICIOS CREE USTED QUE TRAE A SU EMPRESA SU IDEA INNOVADORA?**

En mi empresa mi idea innovadora hace reducir el tiempo en la producción y disminuye las horas hombre.

**3. CREE USTED QUE INNOVAR EN EL AREA DE PRODUCCION ES MUY RENTABLE PARA LA EMPRESA?**

Es rentable en mi empresa, ya que vamos más allá de la competencia, con procesos tecnológicos y nos ahorra gastos en el área de producción

**4. ¿CUAL SERIA UNA BARRERA QUE IMPIDA INNOVAR EN SUS PRODUCTOS?**

El difícil acceso a préstamos bancarios para la compra de maquinarias y avances tecnológicos

**Nombre del entrevistado: Luis Cárdenas.**

**Empresa: MERISISTEMAS S.A. (Comercialización de Fundas Biodegradables)**

**1. ¿DE QUE MANERA INNOVA EN SU EMPRESA?**

La manera de innovar en mi empresa es que usamos fundas biodegradables para las plantas, estas fundas al momento de sembrar la planta no es necesario quitarla ya que se degrada en la tierra y ahorra tiempo para el cliente.

**2. ¿QUE BENEFICIOS CREE USTED QUE TRAE A SU EMPRESA SU IDEA INNOVADORA?**

El beneficio de mi innovación es satisfacer al cliente ya que les ahorra tiempo y mucho trabajo al momento de utilizar mi producto

**3. CREE USTED QUE INNOVAR EN EL AREA DE PRODUCCION ES MUY RENTABLE PARA LA EMPRESA?**

Mi idea innovadora no es muy rentable para mi empresa ya que busco la satisfacción del cliente pero los ingresos que genera mi compañía es el mismo con o sin esta idea innovadora, busco la satisfacción del cliente para otros conozcan de mi producto, quizás a largo plazo se vea pero por ahora lo tomo como una inversión

**4. ¿CUAL SERIA UNA BARRERA QUE IMPIDA INNOVAR EN SUS PRODUCTOS?**

Que en un futuro no permitan utilizar mi idea innovadora por problemas ambientales.