

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniera en Organización de Empresas**

TEMA: “Innovación Tecnológica y su Incidencia en la Productividad de la Empresa Domingo Jeans de la ciudad de Pelileo”

Autora: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza

Tutor: Ing. MBA. Leonardo Gabriel Ballesteros López

**AMBATO – ECUADOR
ABRIL 2015**



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA.

Leonardo Ballesteros

CERTIFICA:

Que el presente trabajo ha sido prolijamente revisado. Por lo tanto autorizo la presentación de este trabajo de investigación, la misma que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad.

Ambato, abril del 2015

.....

Ing. MBA. Leonardo Ballesteros

TUTOR

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo, Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza, manifiesto que los resultados obtenidos en el presente investigación, previo a la obtención del título de Ingeniera en Organización de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas bibliográficas.

Ambato, abril del 2015

.....
Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza.
C.I: 1804215364
AUTORA

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos Miembros del Tribunal, aprueban el presente Trabajo de investigación, la misma que ha sido elaborada de conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f.-

Ing. Msc. Efraín Velasteguí

f.-

Ing. Mg. Nora Santiago

Ambato, abril del 2015

DERECHOS DE AUTORA

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de investigación, y; según las normas de la institución. Cedo los derechos patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación elaborado con los conocimientos obtenidos durante mi estancia estudiantil se la dedico profundamente desde mi corazón, primero a mi Dios por iluminarme y guiar mis pasos por el sendero del bien y la justicia para conseguir las metas propuestas y luego a mis padres que me dieron la vida y me guiaron paso a paso por el camino del bien por su gran esfuerzo y el apoyo incondicional al estudio, con todo mi cariño y mi amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y agradecimiento.

Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento especial a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, alma mater de la ciencia y tecnología, por intermedio de la Facultad de Ciencias Administrativas, forje mis conocimientos en la carrera de Organización de Empresas para un futuro profesional exitoso.

Al señor Segundo Domingo Sánchez Morales, gerente de la empresa, por su autorización y al personal de producción por la información brindada a lo largo del desarrollo la tesis de grado.

Al Ing. Leonardo Ballesteros por la tutoría, con su conocimiento y experiencia aportaron de manera valiosa a la investigación. A mis amigos y amigas por su apoyo incondicional, en todo momento.

Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
DECLARACION DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DERECHOS DE AUTORA.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
INDICE DE TABLAS	xi
INDICE DE GRAFICOS	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCION	1

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Tema.....	2
1.2. Planteamiento del Problema.....	2
1.2.1. Contextualización.....	2
1.2.2. Análisis Crítico.....	10
1.2.3. Prognosis	11
1.2.4. Formulación el problema	11
1.2.5. Preguntas Directrices	11
1.2.6. Delimitación del objetivo de investigación.....	12
1.3. Justificación.....	12
1.4. Objetivos	13
1.4.1. Objetivo General	13
1.4.2. Objetivos Específicos.....	13

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	14
2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	18
2.3. Fundamentación legal	19

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	22
2.4.1. Categorización Variable Independiente	22
2.4.2. Categorización Variable Dependiente.....	23
2.5. Hipótesis.....	32
2.6. Señalamiento de Variables	32

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. ENFOQUE	33
3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	34
3.3.1. Investigación Exploratoria	35
3.3.2. Investigación Descriptiva.....	35
3.3.3. Investigación Correlacional	35
3.4. Población y muestra	36
3.5. Operacionalización de variables	37
3.5.1. Operacionalización Variable Independiente: Innovación Tecnológica	37
3.5.2. Operacionalización Variable Dependiente: Productividad	38
3.6. Plan de recolección de información	39
3.7. Plan de procesamiento de la información	41

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE DATOS	42
4.2. INTERPRETACION DE RESULTADOS	42
4.3 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	58

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES	61
5.2 RECOMENDACIONES	62

CAPITULO VI

6. PROPUESTA DE SOLUCION

6.1 Datos Informativos.....	63
6.2 Antecedentes de la propuesta	64

6.3 Justificación.....	64
6.4 Objetivos	65
6.4.1. Objetivo General	65
6.4.2 Objetivos Específicos.....	65
6.5. Análisis de factibilidad.....	65
6.6. Fundamentación	66
6.7. Metodología Modelo Operativo	77
6.8. Administración.....	85
6.9 Previsión de la Evaluación	86
BIBLIOGRAFÍA	87
ANEXOS	92

INDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro N° 1 Variable Independiente	37
Cuadro N° 2 Operacionalización Variable Dependiente.....	38
Cuadro N° 3 Recolección de información.....	39
Cuadro N° 4 Esquema Encuesta.....	40
Cuadro N° 5 Promotores del cambio empresarial	43
Cuadro N° 6 Manejo adecuado de los recursos en DOMINGO JEANS.....	44
Cuadro N° 7 Políticas de DOMINGO JEANS	45
Cuadro N° 8 Desarrollo tecnológico en DOMINGO JEANS	46
Cuadro N° 9 Recurso Humano es participe de la innovación	47
Cuadro N° 10 Administración adecuada de los recursos financieros.....	48
Cuadro N° 11 Innovación de los Recursos Tecnológicos	49
Cuadro N° 12 Innovación Empresarial en DOMINGO JEANS	50
Cuadro N° 13 Integración de conocimientos	51
Cuadro N° 14 DOMINGO JEANS Posee Eficiencia Empresarial.....	52
Cuadro N° 15 Comportamiento empresarial en el Mercado	53
Cuadro N° 16 Calidad de los productos de DOMINGO JEANS	54
Cuadro N° 17 Innovación en los productos.....	55
Cuadro N° 18 Efectividad en la distribución de los productos	56
Cuadro N° 19 Calificación a los precios de los productos	57
Cuadro N° 20 Frecuencias Esperadas	58
Cuadro N° 21 Frecuencias Esperadas	59
Cuadro N° 22 Chi Cuadrado	59
Cuadro N° 23 Diagnostico de Innovación Tecnológica.....	79
Cuadro N° 24 Resultados del test de innovación Tecnológica	80
Cuadro N° 25 Resultados del test de innovación Tecnológica Domingo Jeans.....	81
Cuadro N° 26 ANALISIS FODA.....	81
Cuadro N° 27 Plan de Acción	83
Cuadro N° 28 Cronograma de Actividades	84
Cuadro N° 29 Presupuesto	85
Cuadro N° 30 Matriz de Monitoreo y Evaluación	86

INDICE DE GRAFICOS

Pág.

Gráfico N° 2 Categorización Variable Independiente.....	22
Gráfico N° 3 Categorización Variable Dependiente	23
Gráfico N° 4 Promotores del cambio empresarial.....	43
Gráfico N° 5 Manejo adecuado de los recursos en DOMINGO JEANS	44
Gráfico N° 6 Políticas de DOMINGO JEANS.....	45
Gráfico N° 7 Desarrollo tecnológico en DOMINGO JEANS.....	46
Gráfico N° 8 Recurso Humano es participe de la innovación.....	47
Gráfico N° 9 Administración adecuada de los recursos financieros	48
Gráfico N° 10 Innovación de los Recursos Tecnológicos.....	49
Gráfico N° 11 Innovación Empresarial en DOMINGO JEANS	50
Gráfico N° 12 Integración de conocimientos	51
Gráfico N° 13 DOMINGO JEANS Posee Eficiencia Empresarial	52
Gráfico N° 14 Comportamiento empresarial en el Mercado.....	53
Gráfico N° 15 Calidad de los productos de DOMINGO JEANS.....	54
Gráfico N° 16 Innovación en los productos	55
Gráfico N° 17 Efectividad en la distribución de los productos	56
Gráfico N° 18 Calificación a los precios de los productos.....	57
Gráfico N° 19 Representación gráfica de Chi Cuadrado	60
Gráfico N° 20 Modelo technology-Push. Fuente: Rosseger (1980).....	69
Gráfico N° 21 Modelo Market-Pull.....	70
Gráfico N° 22 Modelo Mixto del proceso innovador.....	70
Gráfico N° 23 Modelo integrado del proceso innovador.	72
Gráfico N° 24 Sistema de Innovación Nacional Macro-Institucional.....	76
Gráfico N° 25 Organigrama de la administración de la propuesta.....	85
Gráfico N° 25 Arbol de problemas.....	95

RESUMEN EJECUTIVO

DOMINGO`S JEAN`S es una fábrica de participación familiar, la misma que fue creada hace 10 años por el Sr. Segundo Domingo Sánchez Morales y sus hijos en la ciudad Pelileo y está ubicada en el Tambo las Morcillas en donde están funcionando actualmente.

La empresa presenta ausencia de modernización en la producción por diversos factores como los altos costos de maquinaria, ya falta de planificación de la producción, afectando a la productividad.

Los resultados que se obtuvieron de las encuestas realizadas a los clientes internos se determina que la empresa necesita de mejoras en la tecnología para mejorar el proceso de producción y así poder competir en el mercado local y nacional.

La solución planteada se basa en el modelo de innovación tecnológica, a través de estrategias encaminadas a administrar adecuadamente el recurso tecnológico, la optimización del recurso económica y la eficiencia del personal.

PALABRAS CLAVES

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA.

PRODUCTIVIDAD.

PROCESO.

PRODUCCIÓN.

ESTRATEGIAS.

ABSTRACT

DOMINGO`S JEAN'S Factory is a family involvement, the same that was created 10 years ago by Mr. Segundo Domingo Sánchez Morales and his sons in Pelileo city and is located in the pudding Tambo where they are currently running.

The company has no modernization in production by various factors such as the high cost of equipment, and lack of production planning, affecting productivity.

The results obtained from surveys conducted internal customers is determined that the company needs improvements in technology to improve the production process and be able to compete in the local and national market.

The proposed solution is based on the model of technological innovation, through strategies to properly manage technological, economic resource optimization and efficiency of the staff.

KEYWORDS

TECHNOLOGICAL INNOVATION.

PRODUCTIVITY.

PROCESS.

PRODUCTION.

STRATEGIES.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación pretende, investigar y solucionar temas y/o problemas de suma importancia para las empresas que se encuentran en vías de desarrollo hoy en día, siendo así para la empresa DOMINGO JEANS en la cual ha detectado el inadecuada innovación tecnológica y su incidencia en la productividad.

En el Capítulo I, se efectúa el planteamiento del problema por medio de la contextualización, análisis crítico, prognosis, formulación del problema, y delimitación del objetivo de investigación, la justificación de la investigación, se plantea los objetivos generales como específicos.

En el capítulo II, se realiza el marco teórico, el que consta por antecedentes investigativos, fundamentación filosófica, fundamentación legal, la categorización de variable independiente y dependiente, se plantea la hipótesis.

En el capítulo III se indica la metodología a seguir, su enfoque con el paradigma crítico-propositivo, es decir contratar la teoría con los hechos o acontecimientos que suceden en la empresa. Se utiliza las técnicas e instrumentos de recolección de información.

En el capítulo IV se presentan los resultados obtenidos por medios del instrumento y la técnica utilizada que son las encuestas, con sus respectivos gráficos, para concluir con la verificación de la hipótesis es decir determinar el grado de relación entre las variables.

En el capítulo V se plantean las conclusiones y recomendaciones, de acuerdo a los objetivos de la investigación y resultados obtenidos de las encuestas que dan la pauta para la elaboración de la propuesta.

Finalmente el capítulo VI se hace mención a la propuesta, que se enfoca en el Modelo de Innovación Tecnológica para Domingo JEANS de la ciudad de Pelileo. Este modelo consta de cuatro fases que describen el direccionamiento estratégico, el diagnóstico de la innovación tecnológica, el análisis FODA de la empresa, y finalmente las estrategias para la innovación tecnológica.

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Tema

Innovación Tecnológica y su incidencia en la Productividad de la empresa DOMINGO JEANS de la ciudad de Pelileo.

1.2. Planteamiento del Problema

Ausencia de Modernización en la Producción de la empresa Domingo Jeans de la Ciudad de Pelileo

1.2.1. Contextualización

Contextualización Macro

En la actualidad la sociedad se mueve a una velocidad impresionante. Todos los días aparecen nuevos productos en el mercado que sustituyen a los ya existentes. La moda,

lo novedoso y las producciones en general tienen, en su mayoría, un ciclo de vida fugaz. Los mercados se tornan muy competitivos y para poder insertarse en ellos es necesaria la constante renovación. Los cambios tecnológicos ocurren tan rápido que no se ha terminado la asimilación de la última tecnología y ya aparece una nueva.

La búsqueda de la competitividad de las producciones es una tarea de primer orden para la dirección empresarial. En muchos países se hace más difícil llevar a cabo esta tarea porque la situación de escasez de recursos materiales y financieros impide realizar un proceso acelerado de reconversión industrial. En estas condiciones es necesario llevar adelante un proceso de innovación tecnológica a partir de los recursos y el equipamiento existente, mediante la aplicación de la Ciencia y la Tecnología.

El desarrollo de la mentalidad innovadora constituye un aspecto fundamental para el sistema empresarial, así a partir del planteamiento de una estrategia de Ciencia e Innovación Tecnológica se debe lograr un adecuado nivel de gestión de tecnología que posibilite la adquisición e incorporación de nuevos conocimientos científico-tecnológicos a la actividad productiva de las empresas, con el objetivo de mantener e incrementar sus niveles de competitividad y eficiencia con los estándares internacionales de calidad.

Los Sistemas de Innovación persiguen como fin la generación de nuevos o mejorados productos, procesos y servicios, procedimientos y métodos de dirección, nuevos conceptos y elaboraciones teóricas relacionadas con la esfera social, entre otras.

Todo ello amparado por un grupo de acciones que van desde la generación y acumulación de conocimientos hasta la producción de bienes y servicios con su posterior comercialización, abarcando las investigaciones básicas y aplicadas así como los trabajos de desarrollo tecnológico y la protección legal de los resultados.

Contextualización Meso

En el Ecuador el pantalón jean se ha convertido en una prenda muy utilizada la moda en el país avanza cada día, es por eso la creación de fábricas dedicadas a la confección de dicha prenda así podemos ver en las ciudades de nuestro país la fomentación de fábricas dedicadas a este tipo de confección entre las que podemos menciona son las siguientes: Pepe Jean, Pelileo Jean, Sulconfec, Kprichos, entre otras, estas empresas empezaron algún día anhelando superarse con el tiempo cosa que lo han ido haciendo con el pasar de los años es así que podemos ver que las mismas empresas son ya exportadoras de las prendas a nivel sudamericano, y marcas conocidas en nuestro medio.

Los talleres artesanales se formaron como resultado de los diagnósticos participativos en los que las personas manifestaron su inquietud por la falta de empleo, estos talleres son además un espacio de aprendizaje donde se generan ideas y se fomenta la convivencia.

A pesar del proceso de modernización y la crisis económica de los talleres existentes en el Ecuador, los artesanos siguen creando fuentes de trabajo para muchas personas que logran sobrevivir gracias a la producción de los talleres artesanales.

Los textiles siempre cambian con la moda y para hacer frente a las necesidades del estilo de vida variable de las personas. Los nuevos desarrollos en procesos de producción también provocan cambios en los textiles, lo mismo que las normas gubernamental respecto a seguridad, calidad, medio ambiente, conservación de energía y costo de producción

El incremento de los precios de las materias primas de la industria textil ha mantenido preocupados a los productores de jeans de Pelileo.

Contextualización Micro

DOMINGO`S JEAN`S es una fábrica de participación familiar, la misma que fue creada hace 10 años por el Sr. Segundo Domingo Sánchez Morales y sus hijos en la ciudad Pelileo y está ubicada en el Tambo las Morcillas en donde están funcionando actualmente.

DOMINGO`S JEAN`S cuenta con una gran experiencia y trayectoria en el mercado de la confección en prendas de vestir, por lo general esta empresa se dedica a la producción y comercialización de ropa jeans, para todo tipo de género, está enfocado a un segmento medio bajo - medio alto.

La fábrica cuenta con los recursos necesarios para llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos y poder alcanzar las metas propuesta, cuenta con una misión, visión y un reglamento interno.

Actualmente **DOMINGO JEAN`S**, trabaja con un canal de distribución directa, y los pedidos que les realizan son bajo email y diseños exclusivos al por mayor.

Las actividades de control que realiza la empresa son las siguientes:

- Efectividad y eficiencia en las operaciones,
- Confiabilidad en la información financiera
- Cumplimiento en el área de producción
- Técnicas de muestreo
- Técnicas de fichaje.

Cumplimiento de objetivos en la producción (2000 jeans a la semana).

En cuanto los almacenes existentes en el sector del Tambo es alrededor de 100 locales comerciales estos locales la mayoría solo con comerciantes más no fabricantes.

Por esa razón **DOMINGO JEAN´S** no tiene competencia por que la empresa fabrica y tiene un equipo completo de trabajo desde diseñador, hasta terminado y también cuenta con proveedores de telas directas mientras otras empresas no solo cuentan con los distribuidores por esa razón la competencia demora en fabricar pantalones de nuevas telas y colores mientras que **DOMINGO`S JEAN´S** anticipa ya el diseño para la próxima semana q viene.

Más o menos fábricas parecidas pero no son competencias podrían ser en el sector las Morcillas:

- Mar Andrews Jeans
- Rossi Jeans (Fábrica de todo tipo de jeans)
- Fábrica de Pelileo Jeans

Domingo JEAN´S

Produce mensualmente

8000 prendas de jeans

96000 anuales

2000 mil semanales

La mano de obra es calificada por las exigencias de los clientes al momento de adquirir un producto.

Proveedores directos de telas de **DOMINGO JEAN´S**

Vicuña Ecuador

Vicuña Brasil

Saturno Nuevo Mundo Perú

PROCESO DE PRODUCCION

DISEÑO

Se diseña anticipadamente las prendas jeans por la competencia, y por los reglamentos mismos de la propia empresa, y por la exigencia de clima o temporada y por los clientes fieles.

CORTE

En este área las maquinarias de hoy solo permite realizar cortes por de 500 metros por día, y la demanda de producto es mayor a la producción es por esa razón que necesita la innovación de nuevas maquinarias.

Cuadro de modelos y tallas aquí se produce de acuerdo a la temporada

En la temporada de verano

Colores blanco

Verde

Rosado como por ejemplo

En las tallas 6, 8, 10, 12, 14,16

En la temporada de invierno colores como

Negro

Plomo

Plomo oscuro

Azul etc.

Y en las mismas tallas anteriores

En cuanto a las ventas

Mensualmente se vende el 80% de lo que se produce

Y el 20% se acumulan para la temporada de navidad porque hay existe mayor demanda y se vende toda la producción existente en bodega. Las ventas se realiza a través de los distribución la fábrica vende a través de email a los distribuidores y bajo pedido en todas las provincias menos en guayas y se vende a crédito.'

En cuanto a la cantidad produce 800 prendas diarias 6400 mensual por \$13.00 que es el precio final del producto terminado, multiplicamos los dos factores que nos da como resultado de un ingreso de \$ 83200.

PROCESO DE PRODUCCIÓN

Diseño

Corte

Confección

Bordado de acuerdo al diseño

Armado de la parte delantera armado de la parte posterior

Colocación de pretina

Traqueado

Ojalado

Terminado

La empresa cuenta con 22 empleados en la planta y 20 en la lavandería

Marca de la empresa:

ONIX

DURO ONIX

CONFECCION DE JEANS

Armado

Bolsillo posterior

Parchado en doble aguja

Diseño de borde armado de la parte delantera

Pegado cierre o cremallera

Armado de los costados

Colocación de pretina traqueada o rematadora ojalado y terminado

NÓMINA DE LOS EMPLEADOS

Gerente: Segundo Domingo Sánchez

Bordado: Alex Medina

Corte: Juan Ulloa

Ayudante de Corte: Darwin Tite

Maquina Tracadora: Viviana Melo

Ojalado: Gabriela Melo

Confección de Modelos: Luis Gómez, Lucía Lara

Terminado: Piedad Suarez, Blanca Llerena, Jéscica Chipan tiza, Yajaira Chipan tiza

Diseño: Geovanny Sánchez,

Ventas: Amparito Sánchez

Comercialización: Fabián Sánchez

Ayudante en contabilidad: Alba Ramírez

Nómina de fuera planta

Maquiladores

Ramiro Melo y 4 ayudantes más

Maquina: Geovanny Ponli y 3 ayudantes más

Maquina: Oscar Saquinga y 2 ayudante mas

Washington Pimbo

Paulina Ulloa

Milton Oñate

Elvia Lara

En la máquina cerraduras de codo produce 8000 mil mensual y en ojalado 24000 mil ojales

Porque cada prenda lleva 3 ojales

Lugares donde comercializan

En Quito es la bodega principal y se llama cablex de **Domingo jean's** el 95% se realizan las ventas de prendas y el apenas el 5% de comercializa aquí en su fábrica.

1.2.2. Análisis Crítico

En la empresa DOMINGO JEANS, al existir faltar de liderazgo gerencial la empresa no tiene una guía responsable en el accionar de las funciones que debe realizar; por lo cual se ha ido presentado algunos problemas y el de mayor trascendencia es que en la empresa no haya innovación continua y su desarrollo organizacional se ha visto estancado.

Por otro lado la carencia de cambios organizacionales, por ende no hay un mejor desempeño administrativo, social, técnico y de evaluación de mejoras; además que para cambios en la organización se necesita tener una buena planeación, tener bien identificado cuáles son sus defectos, identificar problemas y errores que la organización sufre, y tener reflejado un enfoque de las consecuencias del cambio a producir.

Además que el ineficiente manejo de recursos empresariales ha sido provocado por la falta de compromiso de la alta gerencia, el hecho de no reconocer que el manejo de recursos es solo una herramienta que genera toma de decisiones y la integración de los recursos y el personal que trabaja de la empresa.

1.2.3. Prognosis

Si se persiste con la problemática DOMINGO JEANS podría acarrear problemas como el incorrecto direccionamiento y administración de la empresa, en la que todas las áreas de la empresa se verían afectadas, al no tener una guía superior la empresa tendría una desorganización total.

También que si DOMINGO JEANS no actúa sobre el problema ocurriría el ineficiente desempeño organizacional, en la cual no se cumplirían a cabalidad tareas y actividades por el personal, se afectaría por lo tanto en las ventas, un clima laboral en caos, y pérdida de cliente respectivamente como consecuencia de todo el problema.

Además que no se ha tomado en cuenta la innovación tecnológica que va de la mano con el incremento de producción y expansión del mercado es necesario la implementación de nuevas maquinarias para mayor desarrollo de empresa y para abrirse en nuevos mercados en el país y no quedar se estático que le permitirá protección de inversiones y para el cumplimiento de sus metas y objetivos como institución.

Por otra parte, esa innovación que es para la incrementación de producción de prendas jeans, se convertirá en un elemento de apoyo para la institución para lograr ventaja competitiva con el respecto a otras empresas de igual ramo o parecidas, y de esta manera crecer dentro del exigente mercado de distribución y venta de prendas jeans.

1.2.4. Formulación el problema

¿Cómo incide la innovación tecnológica en la productividad de la empresa DOMINGO JEANS de la ciudad de Pelileo en el 2013?

1.2.5. Preguntas Directrices

- ¿Existe innovación tecnológica en DOMINGO JEANS?
- ¿Cómo se ha visto afectada la productividad de DOMINGO JEANS?

- ¿Cuáles son los beneficios de aplicar un adecuado modelo de innovación tecnológica en DOMINGO JEANS?

1.2.6. Delimitación del objetivo de investigación

- **Delimitación de contenido:**

CAMPO: Administración

ÁREA: Industrial

ASPECTO: innovación Tecnológica

- **Delimitación espacial:** Esta investigación se realizará con los clientes internos de DOMINGO JEANS, de la ciudad de Pelileo.
- **Delimitación temporal:** Este problema será estudiado en el período comprendido en los meses de Julio a Diciembre del 2013.

1.3. Justificación

Para la investigadora resulta trascendental e interesante investigar este problema, ya que por medio de este podrá aplicar todos los conocimientos adquiridos en la Facultad de Ciencias Administrativas de la prestigiosa Universidad Técnica de Ambato y así obtener el Título de Ingeniería en Organización de Empresas.

Para toda empresa resulta de interés investigar problemas como el planteado, ya que permitirá descubrir cómo incide la innovación tecnológica en la productividad de las empresas, muy importante conocer esto, ya que de esta forma DOMINGO JEANS tendrá un mejoramiento continuo en todo el proceso productivo, además de tener una ventaja competitiva en el mercado.

Se considera que el tema planteado en el presente trabajo de investigación representa una novedad entre las empresas, ya que toda empresa necesita mantenerse compitiendo en un mercado y mucho mejor cuando se tiene una ventaja competitiva como esta, que es la innovación que propone de grandes cambios positivos para la empresa.

El trabajo de investigación pretende ofrecer una alternativa de solución al problema planteado, ya que el desarrollo de innovación tecnológica es de suma importancia para mejorar la productividad de la empresa DOMINGO JEANS; y de esta manera crear una ventaja competitiva ante el mercado.

Adicionalmente, implementar maquinarias de punta o de mayor producción con las características y volúmenes de esta empresa, implica una serie de gastos de operación tales como: capacitación al personal para el manejo de nuevas maquinarias adquisición de maquinarias nuevas, pago de impuestos, costos por mantener una gran cantidad de dinero con lenta velocidad de rotación.

El trabajo de investigación pretende ofrecer una alternativa de solución al problema planteado, ya que una buena innovación tecnológica es muy importante para poder incrementar el volumen de producción por medio de esto a su vez efectivizar la producción y comercialización y distribución de prendas jeans.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Determinar la incidencia de la innovación tecnológica en la productividad de DOMINGO JEANS de la ciudad de Pelileo.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Analizar la situación de la tecnología utilizada en el proceso productivo en DOMINGO JEANS.
- Determinar la productividad del proceso productivo en DOMINGO JEANS.
- Plantear un Modelo de innovación tecnológica para mejorar la productividad de DOMINGO JEANS.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

(Amoroso Garcés, 2013) “El marketing de servicios y su impacto en el desarrollo organizacional en la Casa de la Cultura de la ciudad de Ambato.” UTA, Facultad de Ciencias Administrativas

Resumen:

El marketing de servicios se ha desarrollado como una alternativa de solución a los constantes cambios del entorno, de tal manera que generar actividades encaminadas a mejorar el posicionamiento institucional y por ende el desarrollo organizacional se ha convertido en el eje transversal institucional, en este contexto la metodología utilizada en la investigación de campo, la cual se efectúa recolectada mediante las encuestas permitió conocer las falencias que se presentan, para posteriormente establecer una

propuesta encaminada a potencializar los recursos y por ende fortalecer la imagen de la Casa de la Cultura en la colectividad, lo que conllevará a un alto grado de asociación entre los involucrados, entonces la propuesta pretende generar una integración con la colectividad, utilizando medios tecnológicos y principios organizacionales para así alcanzar los fines propuestos. Por tanto la innovación de los servicios generará también un alto compromiso del personal para asegurar la satisfacción de las necesidades del usuario y por ende colocar una imagen de eficiencia organizacional y competitividad en medio de las similares. Entonces el plan de marketing se convertirá en la ventaja competitiva que promueva sostenibilidad en el mundo cambiante.

Conclusiones

- Se evidencia que en la institución los servicios que se proporcionan no generan una alta demanda lo cual conlleva al desconocimiento en el medio educativo actual de la Casa de la Cultura en la ciudad.
- Se concluye que los usuarios consideran que no tienen ningún beneficio al acudir a la institución lo que genera apatía e inconformidad.
- No existe un alto grado del personal para generar compromiso y por ende un servicio de calidad, lo cual genera inconformidad en los usuarios y por ende bajo desarrollo organizacional.
- La institución no cuenta con un plan de marketing de servicios que permita la potencialización de los atributos del servicio, lo cual se refleja en el bajo desarrollo en la localidad.
- Se concluye que la institución no cuenta con un plan de marketing de servicios que permita realizar un seguimiento y control de las actividades que contribuyan al desarrollo organizacional.

(Cobo Escobar, 2012) “El desarrollo del Talento Humano por Competencias y la Productividad de Carrocerías Pérez en la ciudad de Ambato.” UTA, Facultad de Ciencias Administrativas

Resumen:

A través del tiempo las empresas han buscado incrementar la productividad de sus empresas, esta situación es tan antigua como la cultura, orientados hacia la búsqueda de estrategias dejando a un lado el talento Humano obteniendo así ningún resultado favorable y peor aún niveles altos de productividad. El presente trabajo muestra técnicamente el análisis realizado a una empresa dedicada a la fabricación de carrocerías metálicas, cuyo problema principal es el inadecuado desarrollo de las competencias de talento Humano, como también la mala utilización de la materia prima lo que implica un bajo nivel productividad para lo que eliminaremos los problemas que existe; y se propone mejoras que servirán para eliminar el problema principal. Para esto es necesario desarrollar al máximo las competencias y habilidades de todo el talento humano de la empresa este concepto puede ser nuevo para algunas empresas entre estas, la empresa en estudio de la presente tesis. Para lograr incrementar el nivel de productividad en la empresa es fundamental implementar el modelo de desarrollo de talento humano por competencias desarrollando el perfil por competencias escogido para de esta manera llegar a elevar al máximo las competencias y habilidades del personal de Carrocerías Pérez.

Conclusiones

- Mediante la investigación efectuada se ha podido determinar que en “Carrocerías Pérez”, no se desarrolla las competencias del talento humano que labora en el Área de Producción, provocando retraso en el proceso de producción y mal manejo de los recursos.
- Se ha identificado que el nivel de productividad de las Carrocerías Pérez es bajo porque no existe un adecuado manejo del material que se utiliza, por lo cual se genera desperdicios; provocando que la empresa incurra en gastos extras como es la compra de la materia prima.
- Se ha detectado que existe un retraso en los procesos de la producción, ya que los obreros no desarrollan a cabalidad sus competencias y habilidades en sus tareas cotidianas, ocasionando que no exista el crecimiento de la productividad.

- Después de haber realizado las encuestas tanto a los clientes internos como a los externos y de haber aplicado el cálculo respectivo del chi-cuadrado se comprobó que el desarrollo de las competencias y habilidades del talento humano es muy importante para el éxito corporativo ya que es una herramienta fundamental para incrementar el nivel de productividad de la misma, de esta manera aceptando la hipótesis alternativa.

(Mariño, 2010) “Efecto mediador de la innovación organizacional en la relación entre el entorno y el desempeño organizacional en empresas de servicios.” ESADE.

Resumen

En mis 25 años de experiencia laboral en empresas, tanto en el Perú como en Estados Unidos, pude apreciar algunos comportamientos organizacionales que me hicieron reflexionar, sobre todo:

- El crecimiento organizacional como consecuencia del buen desempeño alcanzado y el cumplimiento de los objetivos trazados.
- Los proceso de adaptación de las empresas frente a los cambios del entorno.
- La resolución de problemas a partir de estrategias, creatividad e innovación.

La reflexión me llevó a formularme muchas preguntas, tales como: ¿por qué algunas empresas tienen éxito y otras fracasan?, ¿qué variables son importantes para que las empresas tengan un desempeño organizacional superior?, ¿por qué algunas empresas mantienen su liderazgo en el mercado?, ¿por qué gran número de empresas fracasan en el corto plazo?

Estas y otras interrogantes generaron en mí la necesidad de investigar para buscar razones y proponer respuestas. Los estudios doctorales en Administración y Dirección de Empresas en esa fueron ampliando mi foco de interés, enriqueciendo mi capacidad de análisis, a la vez que me dotaban de metodología científica para abordar realidades complejas. De este modo, mis inquietudes iniciales se fueron orientando hacia la

innovación organizacional, sus relaciones con el entorno y el desempeño organizacional.

Conclusiones

Las encuestas fueron aplicadas al azar y en forma presencial a los estudiantes de maestría y postgrados de la Universidad ESAN de Lima, Perú; se obtuvieron 104 encuestas válidas. Todas las empresas de la muestra pertenecen al sector servicios, a los subsectores: comercio, banca y seguros, consultoría, transporte, tecnología, telecomunicaciones, turismo, educación, y otros. En la tabla 31 se puede observar el número de empresas de la muestra por subsectores; la mayor frecuencia (37) corresponde al subsector comercio, estas empresas representan el 36% del total.

La hipótesis H2a y H2b sugieren que un aumento en la incertidumbre del entorno genera un aumento en el tipo de innovación técnica y en el tipo de la innovación administrativa, respectivamente. En la tabla 35 se puede observar que tales relaciones se sustentan parcialmente, porque el parámetro del entorno incierto en el caso de la innovación técnica (H2a) es positivo y significativo ($\beta = .440$; $p < 0.05$); en cambio, en contra de la predicción, el parámetro estimado para la entorno incierto (H2b) no es estadísticamente significativo para la innovación administrativa ($\beta = n. s.$).

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

El desarrollo de la investigación se fundamentó en el paradigma crítico propositivo ya que consideramos a las Ciencias Administrativas como una ciencia técnica humanística.

Desde el punto de vista epistemológico la presente investigación nos llevó a conceptualizar la variable independiente Innovación Tecnológica, y la variable dependiente de la Productividad de la empresa DOMINGO JEANS sustentando en la teoría de varios autores.

Desde el punto de vista ontológico, conociendo la realidad del problema en el mundo actual de los negocios se propuso una posible solución efectiva del problema mediante la investigación exhaustiva de los temas de Innovación Tecnológica y la Productividad.

Desde el punto de vista axiológico la empresa pondrá los valores corporativos y humanísticos, ya que el investigador que implementó valores como: la responsabilidad, respeto, integridad, confianza y efectividad.

Desde el punto de vista metodológico se aplicó los siguientes métodos: Bibliográfico, experimental y de campo; ya que esto nos permite analizar la información escrita obtenida de documentos, manipular las variables de la investigación para observar sus efectos, e investigar en el lugar de los hechos para recabar la información; usando instrumentos como la lectura científica.

2.3. Fundamentación legal

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, CAPITULO XII, CONTROL DE CALIDAD:

Art. 64.- Bienes y Servicios Controlados.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, determinará la lista de bienes y servicios, provenientes tanto del sector privado como del sector público, que deban someterse al control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de práctica, regulaciones, acuerdos, instructivos o resoluciones. Además, en base a las informaciones de los diferentes ministerios y de otras instituciones del sector público, el INEN elaborará una lista de productos que se consideren peligrosos para el uso industrial o agrícola y para el consumo. Para la importación y/o expendio de dichos bienes, el ministerio correspondiente, bajo su responsabilidad, extenderá la debida autorización.

Art. 65.- Autorizaciones Especiales.- El Registro Sanitario y los certificados de venta libre de alimentos, serán otorgados según lo dispone el Código de la Salud, de conformidad con las normas técnicas, regulaciones, resoluciones y códigos de práctica,

oficializados por el Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- y demás autoridades competentes, y serán controlados periódicamente para verificar que se cumplan los requisitos exigidos para su otorgamiento. Para la introducción de bienes importados al mercado nacional, será requisito indispensable contar con la homologación del Registro Sanitario y de los permisos de comercialización otorgados por autoridad competente de su país de origen, según lo dispone el Reglamento a la presente Ley y las demás leyes conexas, salvo los casos de aplicación de acuerdos de reconocimiento mutuo vigentes y los que pudieren entrar en vigencia a futuro entre la República del Ecuador y otros países, en el marco de los procesos de integración.

Art. 66.- Normas Técnicas.- El control de cantidad y calidad se realizará de conformidad con las normas técnicas establecidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN-, entidad que también se encargará de su control sin perjuicio de la participación de los demás organismos gubernamentales competentes. De comprobarse técnicamente una defectuosa calidad de dichos bienes y servicios, el INEN no permitirá su comercialización; para esta comprobación técnica actuará en coordinación con los diferentes organismos especializados públicos o privados, quienes prestarán obligatoriamente sus servicios y colaboración.

Las normas técnicas no podrán establecer requisitos ni características que excedan las establecidas en los estándares internacionales para los respectivos bienes.

Art. 67.- Delegación.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- y las demás autoridades competentes, podrán, de acuerdo con la Ley y los Reglamentos, delegar la facultad de control de calidad mencionada en el artículo anterior, a los municipios que cuenten con la capacidad para asumir dicha responsabilidad.

Art. 68.- Unidades de Control.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- promoverá la creación y funcionamiento de los departamentos de control de calidad, dentro de cada empresa pública o privada, proveedora de bienes o prestadora de servicios. Así mismo, reglamentará la posibilidad de que, alternativamente, se contraten

laboratorios de las universidades y escuelas politécnicas o laboratorios privados debidamente calificados para cumplir con dicha labor.

Art. 69.- Capacitación.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- realizará programas permanentes de difusión sobre normas de calidad a los proveedores y consumidores, utilizando, entre otros medios, los de comunicación social, en los espacios que corresponden al Estado, según la Ley.

Esta Ley es de vital importancia para el estudio, ya que precisamente la investigación se centrará en los procesos y controles de calidad, mismos que están amparados como se aprecia en la Ley de Defensa del Consumidor.

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

2.4.1. Categorización Variable Independiente

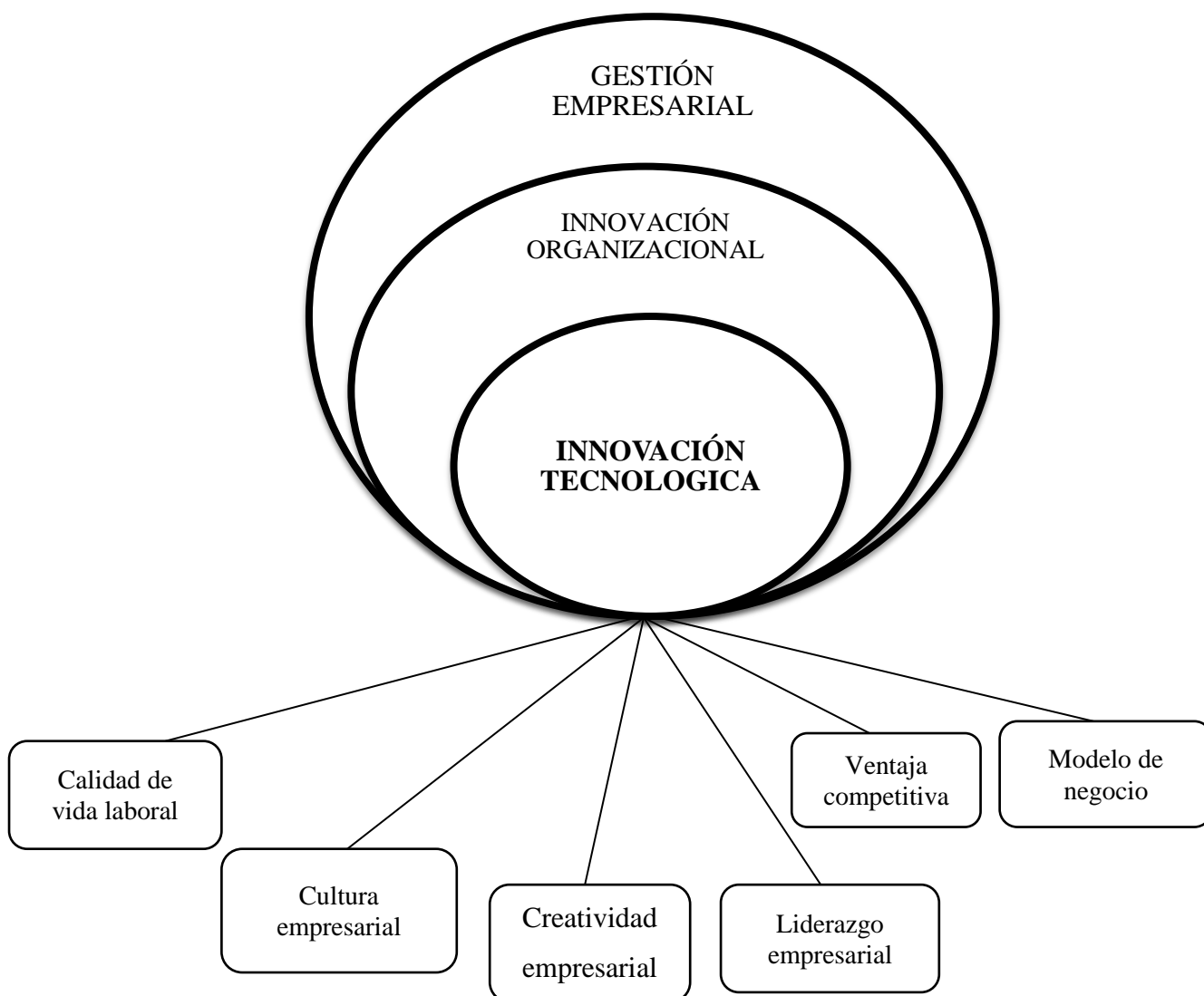


Gráfico N° 1 Categorización Variable Independiente

Fuente: Investigación bibliográfica

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

2.4.2. Categorización Variable Dependiente

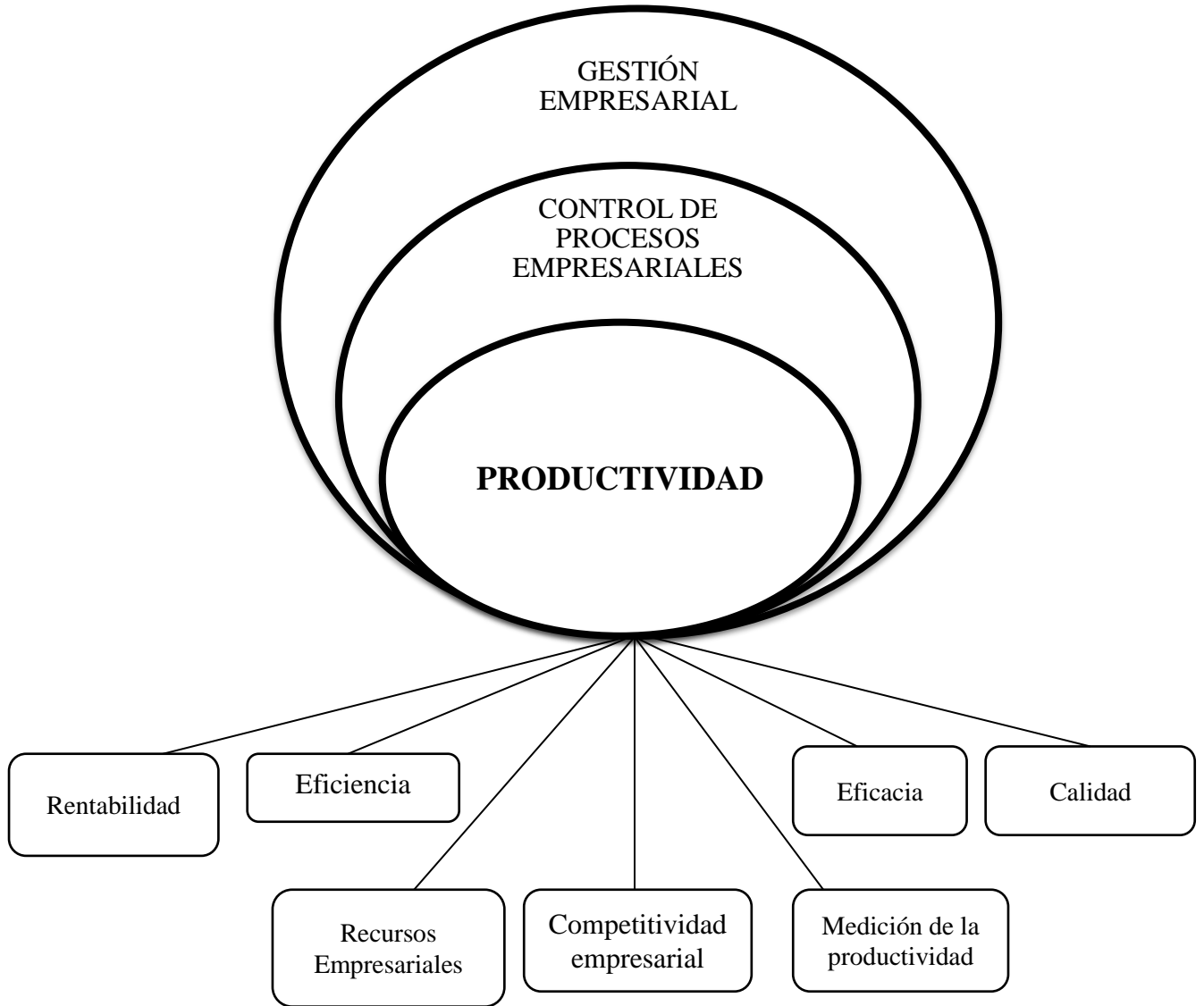


Gráfico N° 2 Categorización Variable Dependiente

Fuente: Investigación bibliográfica

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Desarrollo de la innovación organizacional

Según (Arraut, 2010) La innovación organizacional se considera importante en el crecimiento de las actividades innovadoras de empresa. La expansión de las del sector servicio, modelos de negocio construidos sobre nuevos métodos organizacionales, son innovaciones significativas. Incluso cuando el uso de nuevas tecnologías está involucrada, problema radica en identificar si es o no de naturaleza tecnológica. Manifiesta (Torres, 2006) “cualquier situación en donde se dejan determinadas estructuras, procedimientos y comportamientos, etc., para adquirir otras, que permitan la adaptación al contexto en el cual se encuentra el sistema u organización y así lograr una estabilidad que facilite la eficacia y efectividad en la ejecución de acciones”. (Gimon, 2006) Añade “es la capacidad de adaptación de las organizaciones a las diferentes transformaciones que sufra en el medio ambiente interno o externo, mediante el aprendizaje”

El desarrollo de la innovación organizacional es la actualización en conocimiento que sean claves en tecnología y nuevos sistemas fáciles de adaptarse apuntando a un objetivo claro.

Gestión empresarial

Según (demonhhemm, 2012) “Es aquella actividad empresarial que a través de diferentes individuos especializados como ser directores institucionales, consultores, productores gerentes entre otros y de acciones buscara mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio” Añade (secretarias.com.ec, 2013) “el arte de líderes, organizar, dirigir y controlar un grupo de personas para lograr un objetivo colectivo que está fuera del alcance del esfuerzo individual.” Manifiesta (Cayota, 1997) “Es el proceso de planear, dirigir, organizar y controlar las actividades que se desarrollan en la empresa como un todo y en cada una de sus diferentes áreas funcionales para alcanzar los objetivos establecidos”

La gestión empresarial es una actividad que busca a través de sus empleados mejorar la productividad del negocio de la empresa, reconociendo los diferentes factores que influyen para el éxito de la misma.

Innovación empresarial

Según (Schumpeter, 2007) “Cuando se restringen los procesos de innovación al campo tecnológico, especialmente al de la sofisticación tecnológica, se olvidan los propósitos contenidos en la propuesta de Schumpeter. De una parte, que se refiere al total de campos de la empresa, y no sólo a los aspectos tecnológicos. De otra parte, que los cambios que sugiere la innovación, están dirigidos a la satisfacción de los clientes, los cuales hacen que la empresa se sostenga y crezca.” Manifiesta (Vásquez Blömer, Escudero Serrano, & Gabín, 2010)“Involucra unos cambios para que los productos se adapten mejor a las necesidades del mercado. Mediante la innovación tecnológica, innovación de la organización interna (recursos técnicos, económicos y humanos), e innovación comercial o de mercado” Añade (Empresas, 2011) “Es la explotación de nuevas ideas o la aplicación original del conocimiento, creando ventajas competitivas para responder con éxito comercial a las demandas del mercado.”

La innovación empresarial es el proceso para cambiar las ideas dentro de la empresa en específico para así conseguir más beneficios dentro y fuera de la misma.

Calidad vida laboral

Según (Blanch, Espuny, Gala, & Artiles, 2003) “El grado de satisfacción y bienestar físico, psicológico y social experimentado por las personas en su puesto y en su entorno de trabajo que abarca una doble dimensión subjetiva y objetiva” Manifiesta (Duro, 2006) “se refiere al conjunto de factores que intervienen, determinan y clasifican la interacción entre las características del trabajo y las características del trabajador en un sentido amplio, y que repercuten directa o indirectamente en la experiencia de trabajo cotidiana que tiene el trabajador en su trabajo su bienestar laboral psicológico.” Añade (Rodríguez, 2013) “La calidad de vida laboral es el principio rector de toda la política

laboral en el socialismo, ya que, en la misma medida en que el hombre se encuentre satisfecho en y con la labor que realiza”

La calidad de vida laboral se refiere al medio ambiente en que nos desenvolvemos, relacionándose básicamente en la educación y las diferentes tareas que se lleva a cabo en el área de trabajo.

Cultura empresarial

Según (García & Núñez, 2001) ”es el conjunto de valores normas y manifestaciones que se reflejan en las actitudes y comportamientos de las personas que configuran la empresa” Manifiesta (Pümpin, 1987) “Sistema de valores, normas de comportamiento, así como las formas de actuar y pensar que caracterizan al personal en todos los niveles de la empresa con lo que definen una imagen de la misma” Añade (Gámez, 2006)

Es la forma de ser y se manifiesta en la forma de resolución al momento de presentarse problemas y oportunidades a la adaptación a los diferentes cambios que se realicen en la misma con el propósito de mejorar.

Creatividad empresarial

Según (Martínez, 2006) “es un concepto que debe poseer una aplicación y debe estar orientado a la práctica, se proyecta al exterior y debe representar un valor para el mercado. Debe ir unida a la originalidad y poseer siempre una vitalidad real y, en ocasiones, podemos encontrarla cuando se buscan nuevas soluciones a los problemas.” Manifiesta (Montenegro, 2010) “ Es un proceso que se desarrolla en el tiempo y que se caracteriza por la originalidad, por la adaptabilidad y por sus posibilidades de realización concreta ” Añade (Lugo, Hernández, Yolanda, & ZuloagaYurexi, 2008) “es cuando sus empleados hacen algo nuevo y potencialmente útil sin que se les haya mostrado o enseñado directamente”

La creatividad empresarial es la generación de ideas nuevas de manera original con el propósito principal de suplir con las necesidades latentes de la sociedad o de un grupo de personas.

Liderazgo empresarial

Según (SEGOVIA, 2010) Imponen su voluntad por la fuerza al grupo, crean un ambiente de tensión y de temor, un gran descontento crítico, y producen un conformismo en el comportamiento del grupo. El líder cree que “es más (VAUTE, 2012) Es el único que tiene poder en la organización no motiva ya que piensa que solo él es capaz de lograr con la meta utiliza su autoridad para que le obedezcan. Piensa (ARANA, 2007) Se considera que la gente es buena en general, aspira a lo mejor y la manera de llegar grandes logros es encaminar los esfuerzos de todos hacia un fin común. Las personas tienen sus valores, motivaciones, necesidades y sentimientos ya sean mandos o colaboradores; lo importante radica en entender y encauzar las relaciones del equipo.

Liderazgo empresarial es el proceso de ejercer influencia sobre un individuo o un grupo de individuos en los esfuerzos para la realización de los objetivos en determinada situación

Modelo de negocio

Según (Bernardez, 2007) “Es la forma en que una organización genera valor para sus clientes. Los modelos de negocios tienen un aspecto cualitativo estrategias e hipótesis de trabajo y uno cuantitativo, que es el llamado caso de negocio”. Manifiesta (Moenaert, Robben, Gouw, & León) “configuración de los recursos que permite a la empresa crear y entregar la propuesta de valor para el cliente, para un segmento de mercado”. Añade (Campos Freire, 2011) “Es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones y que nos permite expresar la lógica del negocio de una empresa específica”

Es la descripción que un negocio de manera simplificada con el fin de conocer lo que va a ofrecer a sus diferentes clientes, como se relaciona con ellos, en definitiva como la empresa gana dinero y beneficios.

Ventaja competitiva

Según (Porter, 2006) “la capacidad que tiene la empresa para ganar en una situación competitiva, de manera constante y a largo plazo” Manifiesta (Schnaars, 1994) “Es algo que permite a una empresa obtener niveles de beneficios superiores al promedio de su sector. La interrelación entre ventaja competitiva y rentabilidad es directa y bien conocida” Añade (Dias de santos, 1995) “Constituye una destreza o habilidad especial que logra desarrollar una empresa, y que la coloca en una posición de preferencia a los ojos del mercado”.

La ventaja competitiva es una característica en particular que tiene la empresa y que les distinga de las demás.

Productividad

Según (Alfaro Beltrán & Alfaro Escobar, 1999) “Es el resultado de la relación existente entre el valor de la producción obtenida, medida en unidades físicas o de tiempo asignado a esa producción y la influencia que haya tenido los costes de los factores empleados en su consecución, medida también esa influencia en las mismas unidades contempladas en el valor de la producción”. Añade (Combeller, 1999) “Es una medida de la eficiencia económica que resulta de la relación entre los recursos utilizados y la cantidad de productos o servicios elaborados” Manifiesta (Tejada, 2007) “es la medida de eficiencia que se relaciona con la producción conceptualmente se define como la interrelación entre los ingresos, el proceso de conversión y los egresos”

La productividad tener la capacidad de realizar el máximo de productos optimizando tiempo, dinero y los recursos de la empresa.

Gestión empresarial

Según (demonhhemm, 2012)“Es aquella actividad empresarial que a través de diferentes individuos especializados como ser directores institucionales, consultores, productores gerentes entre otros y de acciones buscara mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio” Añade (secretarias.com.ec, 2013)” el arte de líderes, organizar, dirigir y controlar un grupo de personas para lograr un objetivo colectivo que está fuera del alcance del esfuerzo individual.” Manifiesta (Cayota, 1997) “Es el proceso de planear, dirigir, organizar y controlar las actividades que se desarrollan en la empresa como un todo y en cada una de sus diferentes áreas funcionales para alcanzar los objetivos establecidos”

a gestión empresarial es una actividad que busca a través de sus empleados mejorar la productividad del negocio de la empresa, reconociendo los diferentes factores que influyen para el éxito de la misma.

Rentabilidad

Según (Camino, 1999) “Es una expresión económica de la productividad que relaciona no solo los insumos con los productos, sino los costos con los ingresos”. Manifiesta (Fernández López & Rodríguez Sandías, 2007) “Es el tanto efectivo, según la ley de capitalización compuesta, que verifica la equivalencia entre las cantidades realmente entregadas y las cantidades realmente percibidas”; añade (Companys & Corominas, 1988) “es una relación entre los recursos necesarios y el beneficio económico que deriva de ellos.

Es la correcta optimización de los recursos que existen en la empresa para el buen funcionamiento empresarial tanto interna y externamente; para asegurar un futuro a la misma.

Eficiencia empresarial

Según (Ramírez, 2007) “hay efectividad en una actividad cuando se alcanza la meta deseada con gran precisión, es decir se logra producir el efecto deseado” Manifiesta (Gonzalez, 2007) “la suma de la resultado de la inversión y la gestión gerencial que permite que la empresa esté funcionando a altos niveles de rendimiento, a costos adecuados, atendiendo los atributos de satisfacción de los empleados, accionistas y clientes a la vez” Añade (Torrens, 2012) “ mide el comportamiento interno de la empresa en términos de los recursos consumidos y procesos utilizados para lograr los objetivos preestablecidos”

Para el autor es la capacidad de reducir al mínimo los recursos utilizados para alcanzar los objetivos de la organización.

Eficacia empresarial

Según (Torrens, 2012)“pretende medir el grado de cumplimiento de los objetivos” Por su parte manifiesta (Sanchez Martorelli, 2013) “tiene que ver con la calidad de los supuestos o premisas que sustentan la formulación de los objetivos y la capacidad de la organización para definirlos, en razón de su interpretación del entorno” Añade (Fernández Ríos & Sánchez, 1997) “Es un proceso de comparación entre lo que es o se hace y lo que podría ser o hacer o lo que es o hace otra organización.”

Es el cumplimiento a cabalidad de las actividades y responsabilidades en el menor tiempo posible.

Calidad empresarial

Según (Pérez Fernández de Velasco, 1994) “satisfacción de las necesidades y expectativas razonables de los clientes a un precio igual o inferior al que ellos asignan al producto o servicio en función del “valor” que han recibido y percibido”. Manifiesta (Rojas) “Es la suma de atributos positivos y negativos de algo con respecto a su función

y a quien va dirigido” Añade (Lester, Norbert, & Mottley, 1989) “Es evaluar las características del producto fabricado, el término calidad se utiliza para indicar el nivel de comportamiento del producto. Generalmente, el comportamiento deseado se mide en términos de los requisitos especificados”

Recursos empresariales

Según (www.recursos-empresariales-erp, 2012) “son sistemas de información gerenciales que integran y manejan muchos de los negocios asociados con las operaciones de producción y de los aspectos de distribución de una compañía comprometida en la producción de bienes o servicios.” Manifiesta (vega, 2012) “se refiere a los software de planificación empresarial, que integran todas las caras de un negocio, incluyendo la planificación de la producción, ventas y marketing - incluso algunos sistemas incluyen el control de inventario, seguimiento de órdenes, finanzas, servicio al consumidor y RRHH (recursos humanos).” Añade (Centeno, 2011) “Son sistemas de gestión de información que integran y controlan muchas de las actividades relacionadas con los aspectos operativos, productivos y de distribución, de bienes o servicios”

Competitividad empresarial

Según (Martínez, 2007) “Es la capacidad para mantener o aumentar su rentabilidad en las condiciones que prevalecen en el mercado” Manifiesta (Pérez Fernández de Velasco, 1994) “Capacidad de la empresa para suministrar los productos o prestar servicios con la calidad deseada y exigida por sus clientes al costo más bajo posible” Añade (Ramos, 2011) “es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no de mantener sistemáticamente ventajas comparativas, es decir sus habilidades, recursos, conocimientos y atributos que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno económico”

Medición de la productividad

Según (Horngren, Foster, & Datar, 2007) “mide la relación entre los insumos reales usados (tanto cantidades como costos) y los productos finales elaborados. Entre más bajos sean los insumos para una cantidad determinada de productos o entre más alta sea la cantidad de producción para una cantidad determinada de insumos, más alta será la productividad a lo largo del tiempo pone de relieve las reacciones específicas insumos-producto que contribuyen al liderazgo en costos” Manifiesta (Render, 2004)“Es una forma excelente de evaluar la capacidad de un país, proporcionar un estándar de vida de su población que mejore.” Añade “permite comparar bajo una misma medición el desarrollo de compañías, industriales y naciones. Si se observa en términos cuantitativos, la producción es la cantidad de productos que se produjeron, mientras que la productividad es la razón entre la cantidad producida y los insumos utilizados.”

2.5. Hipótesis

La utilización de un Modelo Innovación Tecnológica permitirá mejorar la Productividad en la empresa DOMINGO JEANS, de la ciudad de Pelileo.

2.6. Señalamiento de Variables

Variable Independiente:

X = Innovación Tecnológica

Variable Dependiente:

Y = Productividad

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. ENFOQUE

Esta investigación es de paradigma cualitativa ya que se tuvo la perspectiva desde dentro de DOMINGO JEANS y sus falencias que perjudican en el problema, posee un fundamento decididamente de la productividad y la innovación para entender la realidad de la posición idealista ya que se toma en cuenta las necesidades y derechos de la empresa. Además es dinámico ya que se desenvuelve en un mercado de constantes cambios y competitivo por naturaleza. Se estudia características cualitativas significativas de la investigación que influyan.

Se utilizó en esta investigación técnica cuantitativa como muestreo, tabulaciones, cuantificación por parte de la productividad en los recursos empresariales, se busca las causas y la explicación de los hechos por medio del árbol de problemas, se toma claramente el enfoque de la realidad de la empresa sabiendo en sí sus antecedentes. Se

orientó en la comprobación de la hipótesis en la que existían múltiples realidades y soluciones. Es un proceso lógico que da un seguimiento paso a paso para buscar explicación al hecho.

3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la estructuración de la presente investigación se utilizó las siguientes investigaciones.

3.2.1. Investigación de Campo

El desarrollo de esta problemática, tuvo un proceso de investigación de campo porque se estuvo en contacto directo con el problema, puesto que la investigación se desarrolló en el lugar de los hechos, es decir en la empresa DOMINGO JEANS de la ciudad de Pelileo, con los clientes internos, lo cual permitió obtener información y antecedentes referentes al tema, objeto de estudio las mismas que me sirvieron para buscar una solución para la empresa y por ende cumplir con los objetivos planteados de manera eficiente y oportuna.

3.2.2. Investigación bibliográfica

La investigación tuvo como punto de partida la documentación que se empleó para conocer, analizar, comparar y evaluar la problemáticas que se estuvo investigando acerca de teorías relacionadas con el problema, teniendo como fuentes principales libros, artículos, revistas, y temas que se encuentren en estrecha relación con el tema de investigación.

3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Existen diferentes formas y métodos para hacer la investigación, como son: Exploratoria, descriptiva, correlacional.

3.3.1. Investigación Exploratoria

Es un tema nuevo que nos ayudó a investigar y determinar las inexactitudes y problemas que incurren con frecuencia dentro de las empresas; esta investigación aportó a tomar decisiones y a desarrollar un Modelo de Innovación Tecnológica ya que toda empresa debe tener una innovación continua en todo las áreas de la empresa.

Esta investigación sirvió de soporte para el tema de investigación porque luego de obtener una lista de los posibles problemas que existe en la empresa DOMINGO JEANS, se pudo entender el problema que existe a fondo y determinar la mejor solución que beneficie a la empresa.

3.3.2. Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva, trabaja sobre realidades de hecho y su característica la de presentar una interpretación correcta. Esta puede incluir los siguientes tipos de estudios: Encuestas, Casos, Exploratorios, Causales, De Desarrollo, Predictivos, De Conjuntos, De Correlación.

Para el problema de la empresa DOMINGO JEANS, se utilizó como técnica la encuesta semiestructurada personal para los clientes internos de la empresa esto a través de un instrumento como es el cuestionario de preguntas de carácter nominal politónica, las mismas que fueron entregadas en forma personal; para luego registrarles una a una en excel y obtener los resultados para su análisis e interpretación.

3.3.3. Investigación Correlacional

Finalmente esta investigación permitió medir el grado de relación existente entre dos variables; es decir la variable independiente: Innovación Tecnológica y la variable dependiente: Productividad, que se ven reflejadas en los cuadros de operacionalización de cada variable.

Permitió comparar entre las dos variables existentes en esta investigación de que las que se indaga para poder establecer un adecuado cuestionario y además conocer más acerca de sub temas y problemas de la empresa.

3.4. Población y muestra

En la presente investigación se tomó a toda la población de clientes internos de la empresa DOMINGO JEANS de la ciudad de Ambato. El personal que trabaja en esta empresa es de 32 personas Por lo cual al ser una población pequeña se trabajó con todo el personal para la aplicación de las encuestas pertinentes.

3.5. Operacionalización de variables

3.5.1. Operacionalización Variable Independiente: Innovación Tecnológica

CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS DE INSTRUMENTOS.
Es la capacidad de adaptación de las organizaciones a las diferentes transformaciones que sufra en el medio ambiente interno o externo, mediante el aprendizaje	Capacidad de adaptación	Promotor del cambio	¿Los directivos de DOMINGO JEANS son promotores del cambio empresarial?	Encuesta / Cuestionario Clientes
	Medio ambiente interno	Manejo adecuado de recursos	¿Existe un manejo adecuado de los recursos dentro de DOMINGO JEANS?	
		Políticas empresariales	¿Las políticas empresariales de DOMINGO JEANS son adecuadas?	
	Aprendizaje empresarial	Gerente	¿El gerente promueve un adecuado desarrollo organizacional en DOMINGO JEANS?	
		Recursos humanos	¿El recurso Humano en la empresa es partícipe de la innovación en DOMINGO JEANS?	
		Recursos financieros	¿Son administrados adecuadamente los recursos financieros de DOMINGO JEANS?	
		Recursos tecnológicos	¿Con qué frecuencia se innovan los recursos tecnológicos en DOMINGO JEANS?	
	Innovación empresarial	¿Existe innovación empresarial en DOMINGO JEANS?		
Integración de conocimientos	¿Se han aplicado la integración de conocimientos en DOMINGO JEANS?			

Cuadro N° 1 Variable Independiente

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

3.5.2. Operacionalización Variable Dependiente: Productividad

CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS DE INSTRUMENTOS.
Es una medida de la eficiencia económica que resulta de la relación entre los recursos utilizados y la cantidad de productos o servicios elaborados”	Eficiencia económica	Eficiencia empresarial	¿DOMINGO JEANS posee eficiencia empresarial?	Encuesta / Cuestionario clientes
	Productos	Comportamiento empresarial	¿Cómo calificaría usted el comportamiento empresarial de DOMINGO JEANS en el mercado?	
		Calidad	¿Cómo calificaría Ud. la calidad de los productos ofertados en DOMINGO JEANS?	
		Innovación	¿Con qué frecuencia existe innovación en los productos de DOMINGO JEANS?	
		Distribución	¿Qué tan efectivo es la distribución de los productos de DOMINGO JEANS?	
Precio	¿Cómo calificaría usted a los precios de los productos de DOMINGO JEANS?			

Cuadro N° 2 Operacionalización Variable Dependiente

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

3.6. Plan de recolección de información

Para la realización de la presente investigación se utilizó la recolección de información, en la cual se empleará las siguientes técnicas e instrumentos

Tipo de Información	Técnica de Información	Instrumentos de Recolección
1 Secundaria	1.1.Lectura Científica 1.2.Internet	Libros de: Productividad, Innovación Tecnológica, Ventaja Competitiva empresarial, Gestión de Empresas, Innovación continua en las áreas, Ventaja Diferencial, Marketing, Gestión de Recursos empresariales. www.degerencia.com www.recursos-empresariales-erp. www.gestipolis.com www.fcjs.urjc.es mitecnologico.com
2 Primaria	2.1. Observación. 2.2 Encuesta	Cámara Cuestionario, con preguntas estructuradas, politónicas y dicotónicas

Cuadro N° 3 Recolección de información

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Información primaria. Esta información se obtuvo con información directa y exclusiva de la empresa. También con el contacto del gerente, del jefe de producción, de recursos humanos y el cliente interno. Para así obtener mayor información confidencial que ayude a desarrollar y sustentar la investigación

Información secundaria. Se recolectó de estudios realizados anteriormente, que se encuentran registrados en documentos y material impreso como: libros de, revistas especializadas, y fuentes de información son: bibliotecas, hemerotecas, archivos, centros de documentación e Internet.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Las técnicas e instrumentos que se utilizaran son las siguientes:

ENCUESTA

Para la presente investigación se utilizó como técnica la encuesta con preguntas estructuradas de carácter nominal politónicas; la misma que fue aplicada a los clientes internos, externos y socios de la cooperativa. Una encuesta nos permite medir las relaciones entre variables demográficas, económicas y sociales, evaluar periódicamente los resultados de un programa en ejecución, saber la opinión del público acerca de un determinado tema.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Para solucionar el problema a investigar.
2. ¿De qué personas u objetos?	Clientes internos de DOMINGO JEANS.
3. ¿Sobre qué aspectos?	Innovación Tecnológica y productividad
4. ¿Quién va a recolectar?	Investigador
5. ¿Cuándo?	Desde Julio a Diciembre 2014
6. ¿Lugar de la recolección de la información?	Empresa DOMINGO JEANS de la ciudad de Pelileo.
7. ¿Cuántas veces?	Se realizó una vez a cada uno de los encuestados.
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
9. ¿Con qué?	Cuestionario con preguntas estructuradas de carácter nominal politónicas.
10. ¿En qué situación?	Durante el desarrollo de la investigación y en el momento de aplicar la encuesta.

Cuadro N° 4 Esquema Encuesta

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

3.7. Plan de procesamiento de la información

Es el proceso que permite analizar la información con el fin de obtener las respuestas a las preguntas que se formularon en los instrumentos y presentar los resultados.

Para la aplicación de este plan y su procesamiento de la información se siguieron varios pasos que se detalla a continuación:

- Depuración de datos, es decir seleccionar la información que se considera válida y la información defectuosa.
- Elaboración de cuadros de las respuestas obtenidas por cada una de las preguntas de la encuesta.
- Codificación, consiste en asignar número co-relativo a cada una de las categorías que comprende el cuestionario, se trata de cada respuesta del cuestionario de los cuadros de observación, sean representadas por indicaciones numéricas que facilitan la tabulación.
- Tabulación de datos en donde se aplicará las herramientas estadísticas, se ingresará los datos al computador para el procesamiento respectivo.
- Toda la información y datos a utilizarse serán procesados mediante la ayuda de programas de computación como: SPSS, Word y Excel
- Graficar en donde se elabora de forma demostrativa los cuadros obtenidos.
- Consideración de respuestas de mayor significación.

CAPITULO IV

4. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1. ANALISIS DE DATOS

En DOMINGO JEANS de la ciudad de Pelileo se procedió a encuestar a 32 empleados que trabajan en la producción del jean. En el formulario de encuesta constan preguntas abiertas siguiendo la escala de Likert obteniendo datos sobre el desarrollo de la innovación tecnológica en la productividad. El cuestionario consta de 15 preguntas claramente definidas que sirvió para la recolección de información.

Para el análisis de datos se elaboró cuadros estadísticos, detallando la frecuencia y el porcentaje que corresponde a cada respuesta que dieron los empleados en las preguntas.

4.2. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La interpretación de resultados es la comprensión de los datos recopilados, y en base a los gráficos circulares se estableció porcentualmente el grado de significación de las preguntas en los empleados, por lo tanto se generó evidencias sobre la realidad de la innovación tecnológica en la productividad de DOMINGO JEANS de la ciudad de Pelileo.

1.- ¿Los directivos de DOMINGO JEANS son promotores del cambio empresarial?

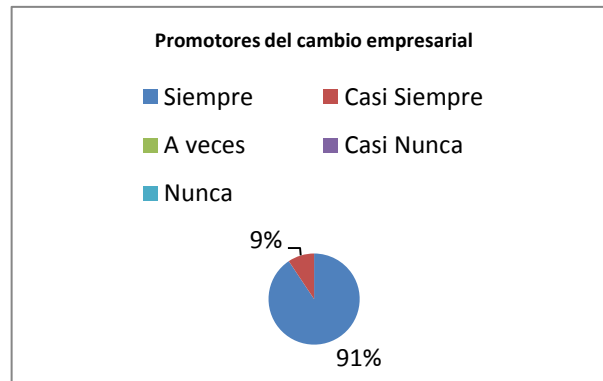
Cuadro N° 5 Promotores del cambio empresarial

Alternativa	Encuestados	%
Siempre	29	91%
Casi siempre	3	9%
A veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Gráfico N° 3 Promotores del cambio empresarial



Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Análisis de Datos

El 91% de los clientes internos respondieron que los directivos siempre promueven cambios en la empresa. En tanto que el 9% opina que casi siempre los directivos promueven el cambio en la empresa.

Interpretación de Resultados

La encuesta refleja el apoyo de los directivos a implementar cambios que sean útiles para la administración y producción.

Los cambios a los que refiere son a la innovación de los procesos de producción, a la forma de gestión con planes y programas definidos con precisión para obtener resultados óptimos en cuanto a la calidad, diseño de los jeans y que las áreas administrativas estén adecuadamente funcionando.

2.- ¿Existe un manejo adecuado de los recursos dentro de DOMINGO JEANS?

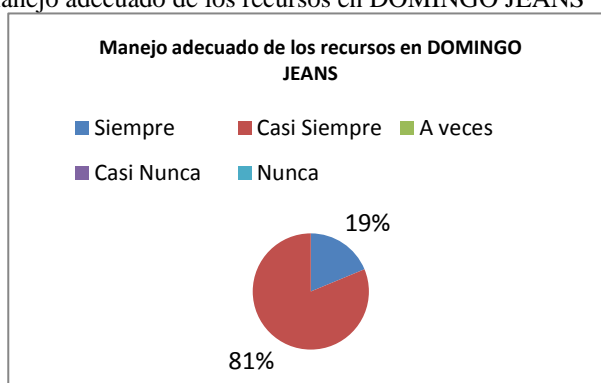
Cuadro N° 6 Manejo adecuado de los recursos en DOMINGO JEANS

Alternativa	Encuestados	%
Siempre	6	19%
Casi siempre	26	81%
A veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Gráfico N° 4 Manejo adecuado de los recursos en DOMINGO JEANS



Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Análisis de Datos

El 19% de los clientes internos respondieron que siempre los recursos han sido manejados en forma adecuada. En tanto que el 81% opinan que casi siempre se maneja los recursos de manera adecuada.

Interpretación de Resultados

La empresa DOMINGO JEANS no posee una adecuada administración de sus recursos, debido a la dinámica de las operaciones que tiene, en las que se han presentado errores de parte del personal y la falta un adecuado control de parte de los directivos.

Los recursos son utilizados de manera equivocada, afectando los resultados económicos y la gestión que realizan, por lo que es necesario implementar mejoras en el área administrativa y de producción.

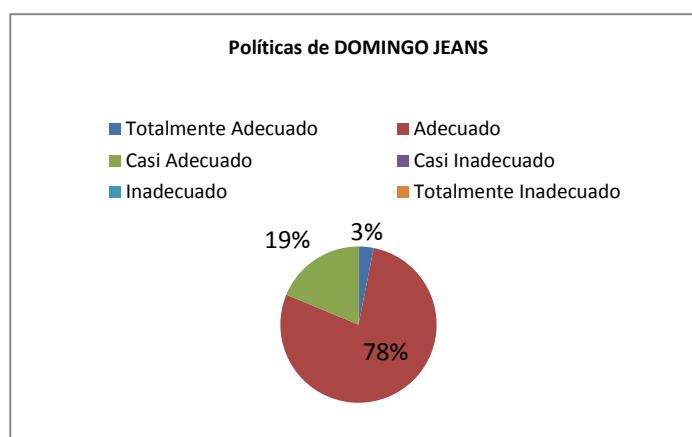
3.- ¿Las políticas empresariales de DOMINGO JEANS son adecuadas?

Cuadro N° 7 Políticas de DOMINGO JEANS

Alternativa	Encuestados	%
Totalmente Adecuado	1	3%
Adecuado	25	78%
Casi Adecuado	6	19%
Casi Inadecuado	0	0%
Inadecuado	0	0%
Totalmente Inadecuado	0	0%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa
Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Gráfico N° 5 Políticas de DOMINGO JEANS



Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa
Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Análisis de Datos

El 3% de los clientes internos respondieron que las políticas de DOMINGO JEANS son totalmente adecuadas. En tanto que el 78% opinan que las políticas son adecuadas y el 19% señalan que casi adecuadas.

Interpretación de Resultados

Las políticas de una empresa son lineamientos que deben ser cumplidos a cabalidad por los empleados y directivos con el fin de realizar la actividad de producción y administrativa correctamente. Además la empresa se debe a instituciones de control externos como SRI, IESS, GAD Pelileo, etc. que solicitan información sobre la gestión y las políticas son una herramienta útil para lograr eficiencia y eficacia empresarial.

4.- ¿El gerente promueve un adecuado desarrollo tecnológico en DOMINGO JEANS?

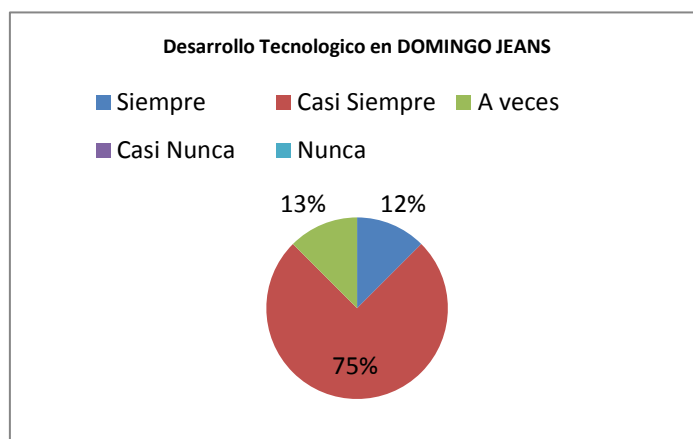
Cuadro N° 8 Desarrollo tecnológico en DOMINGO JEANS

Alternativa	Encuestados	%
Siempre	4	13%
Casi siempre	24	75%
A veces	4	12%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Gráfico N° 6 Desarrollo tecnológico en DOMINGO JEANS



Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Análisis de Datos

El 13% de los clientes internos respondieron que siempre el gerente promueve el desarrollo tecnológico en DOMINGO JEANS. En tanto que el 75% expresa que casi siempre el gerente promueve el desarrollo tecnológico y el 12% dice que a veces el gerente promueve el desarrollo tecnológico en la empresa.

Interpretación de Resultados

El desarrollo tecnológico marca la eficacia en los procesos productivos haciéndolos exactos, con mayor agilidad y con menos desperdicios. La gerencia de la empresa debe fomentar mayormente el desarrollo de la tecnología en DOMINGO JEANS ya que impulsa a generar nuevos productos que son atractivos para los clientes y ayudan a posicionarse en el mercado nacional.

5.- ¿El recurso Humano en la empresa es participe de la innovación en DOMINGO JEANS?

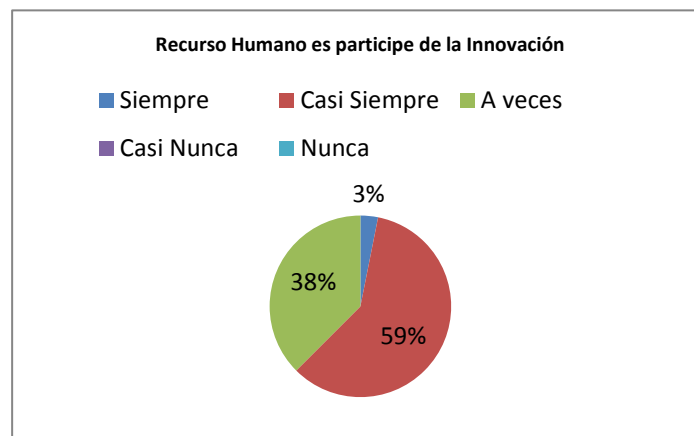
Cuadro N° 9 Recurso Humano es participe de la innovación

Alternativa	Encuestados	%
Siempre	1	3%
Casi siempre	19	59%
A veces	12	38%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Gráfico N° 7 Recurso Humano es participe de la innovación



Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Análisis de Datos

El 3% de los clientes internos respondieron que siempre el recurso humano es participe de la innovación en DOMINGO JEANS. En tanto que el 59% opina que casi siempre es participe de la innovación de la empresa y el 38% dice que a veces participa de la innovación.

Interpretación de Resultados

El talento humano es muy importante para el funcionamiento de una empresa, al no ser partícipe de los cambios que se requiere no se lograr amalgamar innovación con experiencia de los empleados, el trabajo se lo ejecuta de manera rutinaria, cansina afectando al desempeño laboral en cada área de la empresa. Los aportes o ideas de los empleados son fundamentales para mejorar la gestión y producción en DOMINGO JEANS que de no hacer perderá competitividad en el mercado.

6.- ¿Son administrados adecuadamente los recursos financieros de DOMINGO JEANS?

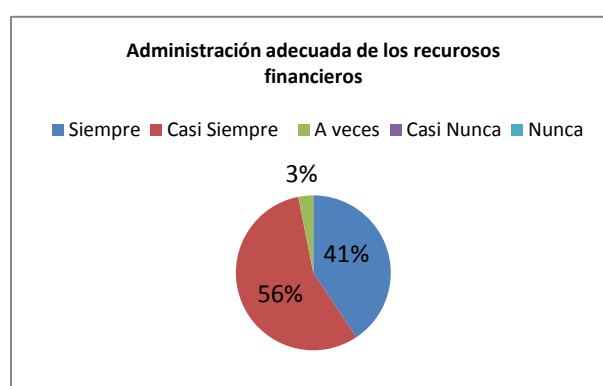
Cuadro N° 10 Administración adecuada de los recursos financieros

Alternativa	Encuestados	%
Siempre	13	41%
Casi siempre	18	56%
A veces	1	3%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Gráfico N° 8 Administración adecuada de los recursos financieros



Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Análisis de Datos

El 41% de los clientes internos respondieron que los recursos financieros siempre son administrados adecuadamente. En tanto que el 56% opina que casi siempre se realiza una adecuada administración de los recursos financieros y finalmente el 3% señala que a veces se administra adecuadamente los recursos financieros de la empresa.

Interpretación de Resultados

Los recursos financieros, humanos, tecnológicos son parte primordial de la actividad productiva y comercial de la empresa, en la que la parte financiera ayuda solventa los gastos para la producción y administración, en tanto que el talento humano ejecuta actividades o funciones acordes a su formación profesional para desarrollar eficientemente sus trabajo y la tecnología agiliza los procesos y da una nueva alternativa de confeccionar la producción con mucha mejor calidad que es bien apreciado por los clientes.

7.- ¿Con qué frecuencia se innovan los recursos tecnológicos en DOMINGO JEANS?

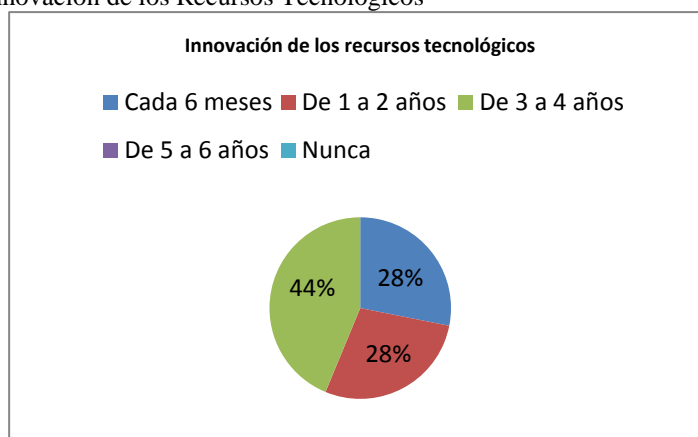
Cuadro N° 11 Innovación de los Recursos Tecnológicos

Alternativa	Encuestados	%
Cada 6 meses	9	28%
De 1 a 2 años	9	28%
De 3 a 4 años	14	44%
De 5 a 6 años	0	0%
Nunca	0	0%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Gráfico N° 9 Innovación de los Recursos Tecnológicos



Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Análisis de Datos

El 56% de los clientes internos respondieron que cada 6 meses a 1 año se innovan los recursos tecnológicos. En cambio que el 44% señala que 3 a 4 años se innovan los recursos tecnológicos en la empresa.

Interpretación de Resultados

La renovación o cambio del recurso tecnológico está en función del programa de producción que debe ser implementa en la empresa, ya que interviene como principal actor los empleados que manipulan la maquinaria, los diseños y líneas de producción a fabricar (unidades). Si no se cambia la maquinaria está tendera a ser obsoleta, cada vez más lenta con mayor porcentaje de desperdicio y el mantenimiento de la misma es una erogación considerable cuando no se obtiene el producto con las características deseadas.

8.- ¿Existe innovación empresarial en DOMINGO JEANS?

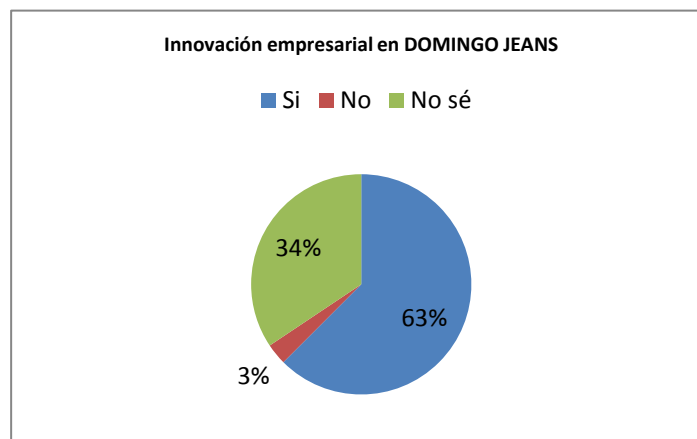
Cuadro N° 12 Innovación Empresarial en DOMINGO JEANS

Alternativa	Encuestados	%
Si	20	63%
No	1	3%
No se	11	34%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Gráfico N° 10 Innovación Empresarial en DOMINGO JEANS



Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Análisis de Datos

El 63% de los clientes internos respondieron que existe innovación empresarial. En tanto que 3% dijeron que no.

Interpretación de Resultados

La innovación empresarial va dirigida a la producción en este caso del Jean, que es un producto de consumo masivo y que constantemente se elaboran nuevos diseños, colores, relacionándolo con los gustos y necesidades de los consumidores. El jean de Pelileo es reconocido a nivel local e internacional, justamente por la calidad que posee la confección y materia prima utilizada,

Además estos productos están en diversas líneas de producción como por ejemplo pantalones para dama, caballero, y niños de toda edad en diversas medidas (tallas) para comodidad del cliente.

9.- ¿Se han aplicado la integración de conocimientos en DOMINGO JEANS?

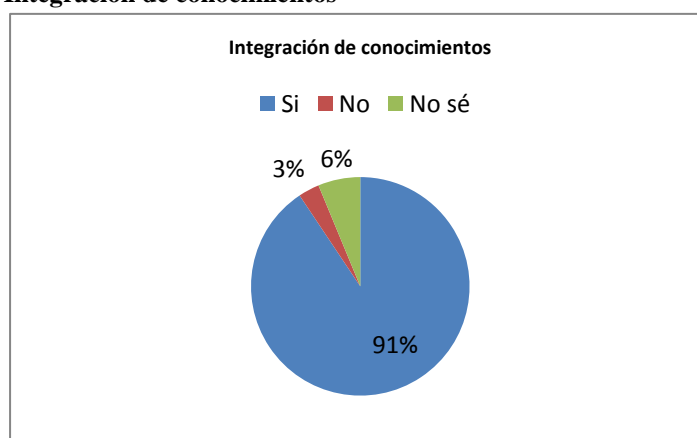
Cuadro N° 13 Integración de conocimientos

Alternativa	Encuestados	%
Si	29	91%
No	1	3%
No se	2	6%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Gráfico N° 11 Integración de conocimientos



Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Análisis de Datos

El 91% de los clientes internos respondieron que se han aplicado integración de conocimientos en la empresa. En tanto que el 3% opina lo contrario y el 6% no sabe de esta situación.

Interpretación de Resultados

Cuando el conocimiento está integrado exitosamente en una organización, cada persona tiene un claro entendimiento de cómo se hace el trabajo, la percepción de los roles, responsabilidades y los métodos por parte de la gerencia es la misma que la de los empleados. Así, resulta claro identificar y corregir barreras que obstaculizan el éxito, al tiempo que las mejores prácticas son rápidamente identificadas e implementadas.

10.- ¿DOMINGO JEANS posee eficiencia empresarial?

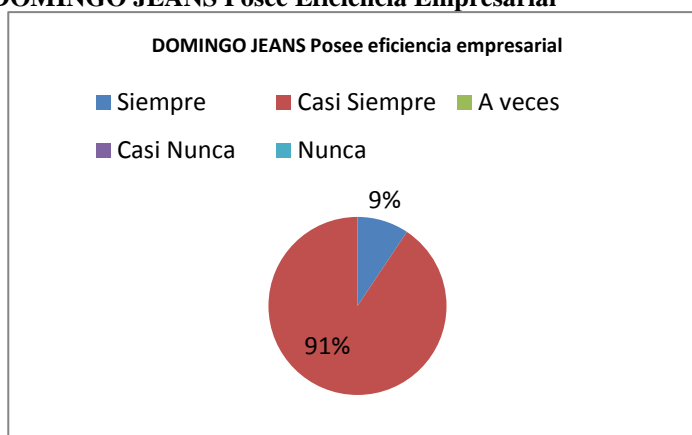
Cuadro N° 14 DOMINGO JEANS Posee Eficiencia Empresarial

Alternativa	Encuestados	%
Siempre	3	9%
Casi siempre	29	91%
A veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Gráfico N° 12 DOMINGO JEANS Posee Eficiencia Empresarial



Fuente: Encuesta a los clientes internos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Análisis de Datos

El 9% de los clientes internos respondieron que la empresa siempre posee eficiencia empresarial. En tanto que el 91% expresa que la empresa casi siempre posee eficiencia.

Interpretación de Resultados

La eficiencia empresarial radica en hacer las cosas correctamente, como por ejemplo utilizar los recursos disponibles para producir resultados deseados de alta calidad, también ahorrar dinero y/o tiempo delegando tareas a la tecnología, logrando incrementar el desempeño de una tarea, desarrollando más trabajo con los mismos o menos recursos.

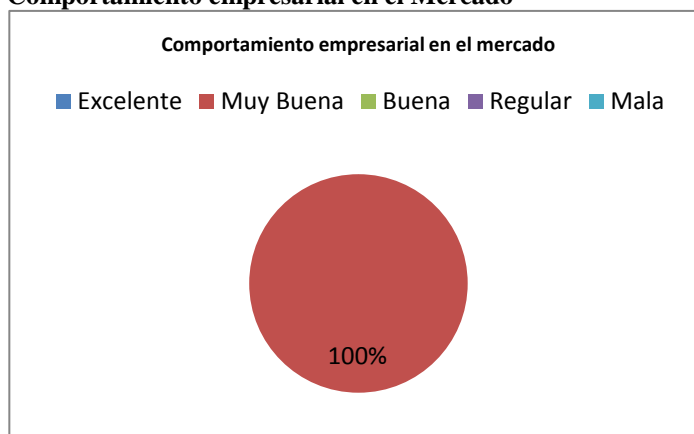
11.- ¿Cómo calificaría usted el comportamiento empresarial de DOMINGO JEANS en el mercado?

Cuadro N° 15 Comportamiento empresarial en el Mercado

Alternativa	Encuestados	%
Excelente	0	0%
Muy Buena	32	100%
Buena	0	0%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a los clientes externos de la empresa
Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Gráfico N° 13 Comportamiento empresarial en el Mercado



Fuente: Encuesta a los clientes externos de la empresa
Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Análisis de Datos

El 100% de los clientes internos respondieron que es muy bueno el comportamiento de la empresa dentro del mercado.

Interpretación de Resultados

DOMINGO JEANS, es una empresa que siempre ha estado funcionando y elaborando prendas de vestir como el jean es diferentes modelos, tallas y colores lo que han generado cada año un número mayor en volumen de producción lo que ha permitido estar a la par de las empresas fabricantes, y sus productos han sido reconocidos por los clientes y el sector de la confección el jean en la ciudad de Pelileo.

12.- ¿Cómo calificaría Ud. la calidad de los productos ofertados en DOMINGO JEANS?

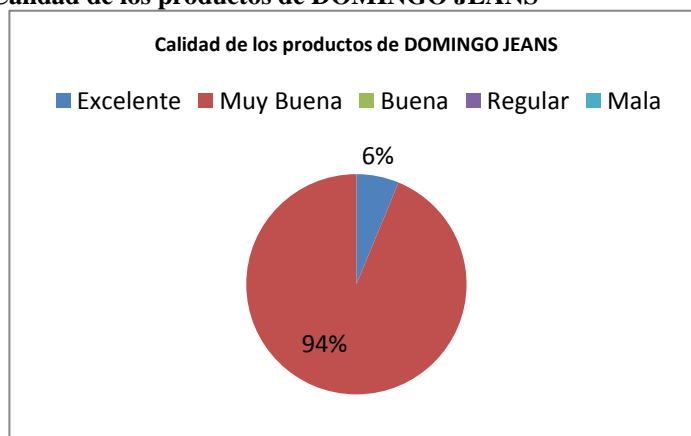
Cuadro N° 16 Calidad de los productos de DOMINGO JEANS

Alternativa	Encuestados	%
Excelente	2	6%
Muy Buena	30	94%
Buena	0	0%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
Total	32	107%

Fuente: Encuesta a los clientes externos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Gráfico N° 14 Calidad de los productos de DOMINGO JEANS



Fuente: Encuesta a los clientes externos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Análisis de Datos

El 6% de los clientes internos respondieron que es excelente la calidad de los productos en DOMINGO JEANS. En tanto que el 94% indica que es muy buena la calidad de los productos.

Interpretación de Resultados

Como una de las fortalezas con las que cuenta DOMINGO JEANS es la calidad del producto que pone a disposición del mercado, todo ello obedece a que cuenta con suficiente personal con experiencia en la confección, la materia prima es adquirida observando textura, durabilidad. Lo que ha permitido posicionar al producto en la mente de los consumidores nacionales y extranjeros.

13.- ¿Con qué frecuencia existe innovación en los productos de DOMINGO JEANS?

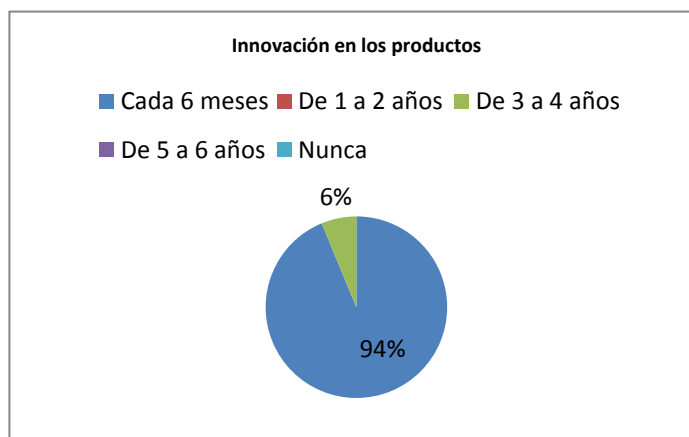
Cuadro N° 17 Innovación en los productos

Alternativa	Encuestados	%
Cada semana	30	94%
De 1 a 2 años	0	6%
De 3 a 4 años	2	0%
De 5 a 6 años	0	0%
Nunca	0	0%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a los clientes externos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Gráfico N° 15 Innovación en los productos



Fuente: Encuesta a los clientes externos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Análisis de Datos

El 94% de los clientes internos respondieron que cada 6 meses existe innovación en los productos de DOMINGO JEANS. En tanto que el 6% indica que es de 1 a 2 años la innovación.

Interpretación de Resultados

La innovación de los productos que realiza DOMINGO JEANS es cada semana debido que la competencia copia modelos y colores afectando a la producción y rentabilidad de la misma, y lo que se desea invertir es en nueva maquinaria que eleve el volumen de productos.

14.- ¿Qué tan efectivo es la distribución de los productos de DOMINGO JEANS?

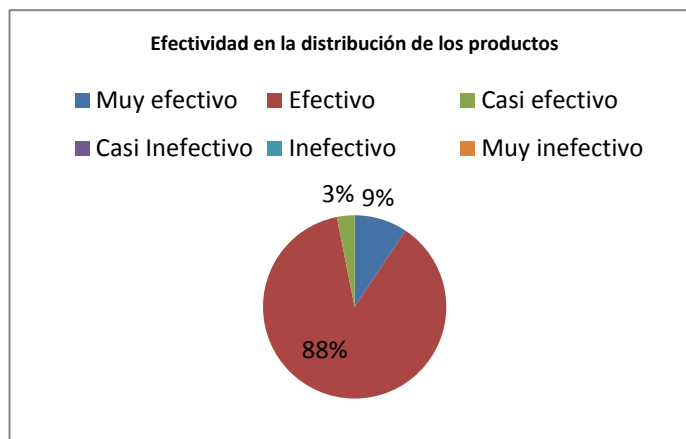
Cuadro N° 18 Efectividad en la distribución de los productos

Alternativa	Encuestados	%
Muy efectivo	3	16%
Efectivo	28	81%
Casi efectivo	1	3%
Casi inefectivo	0	0%
Inefectivo	0	0%
Muy Inefectivo	0	0%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a los clientes externos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Gráfico N° 16 Efectividad en la distribución de los productos



Fuente: Encuesta a los clientes externos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Análisis de Datos

El 16% de los clientes internos respondieron que es muy efectiva la distribución de los productos de la empresa. En tanto que el 81% opina que es efectiva la distribución de los productos y finalmente el 3% es casi efectiva.

Interpretación de Resultados

La distribución de los productos que realiza esta empresa es efectiva lo que ha permitido llegar a diferentes provincias del país como Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja, Ambato. Para la distribución utiliza 3 vehículos adecuados para la producción y cierto tiempo utiliza a las cooperativas de transporte para enviar la mercadería a los destinos de los clientes.

15.- ¿Cómo calificaría usted a los precios de los productos de DOMINGO JEANS?

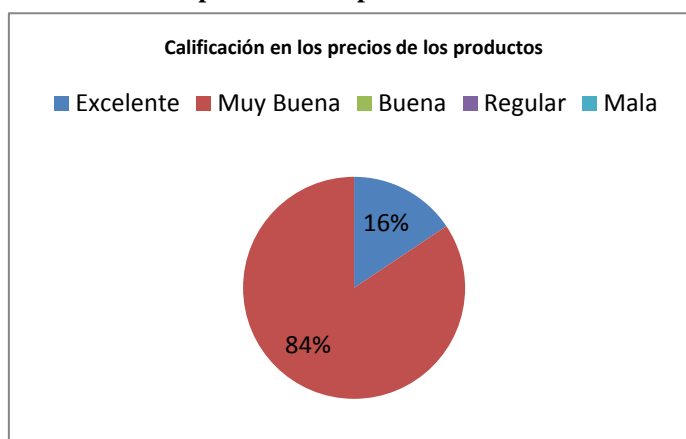
Cuadro N° 19 Calificación a los precios de los productos

Alternativa	Encuestados	%
Excelente	5	16%
Muy Buena	27	84%
Buena	0	0%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a los clientes externos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Gráfico N° 17 Calificación a los precios de los productos



Fuente: Encuesta a los clientes externos de la empresa

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Análisis de Datos

El 16% de los clientes internos respondieron que es excelente los precios de los productos de DOMINGO JEANS. En tanto que el 84% opina son muy buenos los precios de los productos de la empresa.

Interpretación de Resultados

En cuanto a los precios de los productos, DOMINGO JEANS tiene precios convenientes, ya que la empresa fabrica y luego vende sus productos con la utilidad razonable (precio de costo de producción + el porcentaje de utilidad). Esta es una ventaja que tiene la empresa y se diferencia de la competencia que solo comercializa los productos pero tiene precios de venta muchos más altos.

4.3 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Paso 1: Establecer la hipótesis alternativa y la hipótesis nula

H_1 = La utilización de un Modelo de Desarrollo de Innovación Organizacional permitirá mejorar la Productividad en la empresa DOMINGO JEANS, de la ciudad de Ambato.

H_0 = La utilización de un Modelo de Desarrollo de Innovación Organizacional no permita mejorar la Productividad en la empresa DOMINGO JEANS, de la ciudad de Ambato.

Paso 2: Determinar el nivel de significación

El nivel del significancia es el 5%

Paso 3: Determinar el nivel de confianza

El nivel de confianza es el 95%

Para la comprobación de la hipótesis se tomaron en cuenta las preguntas de las encuestas tanto a los clientes internos de DOMINGO JEANS.

Paso 4: Calcular el estadístico de prueba

- **Frecuencias observadas**

Cuadro N° 20 Frecuencias Esperadas

ALTERNATIVAS	CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS						TOTALES
	PREGUNTAS						
	P1	P2	P4	P5	P6	P10	
Siempre	29	6	4	1	13	3	56
Casi Siempre	3	26	24	19	18	29	119
A veces	0	0	4	12	1	0	17
Casi Nunca	0	0	0	0	0	0	0
Nunca	0	0	0	0	0	0	0
TOTALES	32	32	32	32	32	32	192

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

- **Frecuencias esperadas**

Cuadro N° 21 Frecuencias Esperadas

ALTERNATIVAS	CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS						TOTALES
	PREGUNTAS						
	P1	P2	P4	P5	P6	P10	
Siempre	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	56,00
Casi Siempre	19,83	19,83	19,83	19,83	19,83	19,83	119,00
A veces	2,83	2,833	2,83	2,83	2,83	2,83	17,00
Casi Nunca	0,00	0,000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Nunca	0,00	0,000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTALES	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	192,00

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza

- **Cálculo de Chi Cuadrado**

Cuadro N° 22 Chi Cuadrado

PREGUNTA	fo	fe	fo-fe	(fo-fe) ²	(fo-fe) ² /fe
Pregunta 1 Siempre	29	9,33	19,67	386,91	41,47
Pregunta 1Casi Siempre	3	19,83	-16,83	283,25	14,28
Pregunta 1A veces	0	2,83	-2,83	8,01	2,83
Pregunta 1Casi Nunca	0	0,00	0	0,00	0,00
Pregunta 1Nunca	0	0,00	0	0,00	0,00
Pregunta 2 Siempre	6	9,33	-3,33	11,09	1,19
Pregunta 2Casi Siempre	26	19,83	6,17	38,07	1,92
Pregunta 2A veces	0	2,83	-2,83	8,01	2,83
Pregunta 2Casi Nunca	0	0,00	0	0,00	0,00
Pregunta 2Nunca	0	0,00	0	0,00	0,00
Pregunta 4 Siempre	4	9,33	-5,33	28,41	3,04
Pregunta 4Casi Siempre	24	19,83	4,17	17,39	0,88
Pregunta 4A veces	4	2,83	1,17	1,37	0,48
Pregunta 4Casi Nunca	0	0,00	0	0,00	0,00
Pregunta 4Nunca	0	0,00	0	0,00	0,00
Pregunta 5 Siempre	1	9,33	-8,33	69,39	7,44
Pregunta 5Casi Siempre	19	19,83	-0,83	0,69	0,03
Pregunta 5A veces	12	2,83	9,17	84,09	29,71
Pregunta 5Casi Nunca	0	0,00	0	0,00	0,00
Pregunta 5Nunca	0	0,00	0	0,00	0,00
Pregunta 6 Siempre	13	9,33	3,67	13,47	1,44
Pregunta 6Casi Siempre	18	19,83	-1,83	3,35	0,17
Pregunta 6A veces	1	2,83	-1,83	3,35	1,18
Pregunta 6Casi Nunca	0	0,00	0	0,00	0,00
Pregunta 6Nunca	0	0,00	0	0,00	0,00

Pregunta 10 Siempre	3	9,33	-6,33	40,07	4,29
Pregunta 10Casi Siempre	29	19,83	9,17	84,09	4,24
Pregunta 10A veces	0	2,83	-2,83	8,01	2,83
Pregunta 10Casi Nunca	0	0,00	0	0,00	0,00
Pregunta 10Nunca	0	0,00	0	0,00	0,00
	192,00	191,94	0,06	1089,00	120,27

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

- **Grados de libertad**

g.l. = (f-1) (c-1)

g.l. = (5-1) (6-1)

g.l. = (4) (5)

g.l. = 20

Paso 5: Formulación de la regla de decisión

Si $X^2 = 120,27$ es mayor que el valor crítico igual a 31,410, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

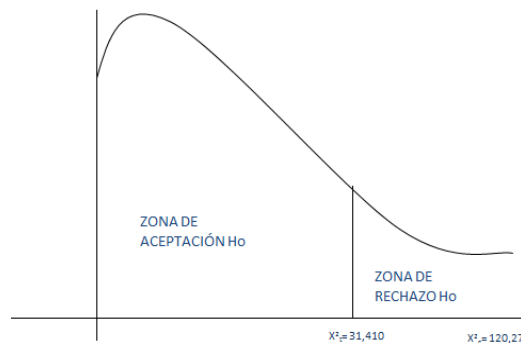


Gráfico N° 18 Representación gráfica de Chi Cuadrado

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

Paso 6: Toma de decisión

Se acepta la hipótesis de investigación: La utilización de un Modelo de Desarrollo de Innovación Organizacional permitirá mejorar la Productividad en la empresa DOMINGO JEANS, de la ciudad de Ambato.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El desarrollo de la innovación tecnológica incide en la productividad de la empresa porque al contar con tecnología de punta se puede confeccionar nuevos productos para que sean aceptados en el mercado por la calidad y buenos precios que posee.
- La cultura de innovación de tecnológica necesita de la participación de todos los miembros de la empresa, aportando la creatividad intelectual en el desarrollo de nuevas formas de confección del jean y con la ayuda de maquinaria poder satisfacer las necesidades actuales de los clientes.
- La innovación de los productos que realiza DOMINGO JEANS es cada semana debido a que la competencia copia modelos y colores afectando a la producción y la rentabilidad de la misma, y lo que se desea invertir es en nueva maquinaria que eleve el volumen de los productos.
- DOMINGO JEANS, es una empresa que siempre ha estado funcionando y elaborando prendas de vestir como el jean en diferentes modelos, tallas y colores

lo que han generado cada año un número mayor en volumen de producción lo que ha permitido estar a la par de las empresas fabricantes, y sus productos han sido reconocidos por los clientes y el sector de la confección el jean en la ciudad de Pelileo.

- El personal es parte fundamental para el desarrollo de la producción con su experiencia y capacidad apuntala de mejor manera las actividades en cada área de la empresa, utilizando adecuadamente los materiales, el tiempo en la elaboración del producto y economizando los recursos económicos.
- Se concluye que el recurso tecnológico es urgente su innovación por lo que se plantea elaborar un plan de innovación en tecnología para la producción en DOMINGO JEANS.

5.2 RECOMENDACIONES

- Mejorar los mecanismos de innovación tecnológica como por ejemplo nueva maquinaria para mejorar la producción en la empresa.
- Implementar acciones para mejorar la comunicación entre los miembros de la empresa, para integrar más al personal en la generación de estrategias de mejora productiva y tecnológica.
- Capacitar al personal sobre nuevas tendencias en elaboración del jean y su elaboración que conjuntamente con una nueva maquinaria mejorara la productividad en DOMINGO JEANS.
- Evaluar la productividad de los empleados para una mejor eficiencia y eficacia de la empresa.
- Diseñar un plan de innovación organizacional para mejorar la productividad de DOMINGO JEANS.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA DE SOLUCION

6.1 Datos Informativos

Título: Modelo de Innovación Tecnológica para DOMINGO JEANS de la ciudad de Pelileo.

Institución ejecutora: DOMINGO JEANS de la ciudad de Pelileo.

Beneficiarios: Gerente, empleados y Clientes

Ubicación: Pelileo

Tiempo estimado para la ejecución:

Inicio: 1 de Febrero de 2015 Fin: 30 de Abril de 2015

Equipo técnico responsable: Gerente, Jefe de Producción, Investigadora

Costo: 2500 USD.

6.2 Antecedentes de la propuesta

(Vergara, 2009, pág. 217) Los resultados más sobresalientes de la investigación “La innovación tecnológica en México en el marco de la política industrial y tecnológica. El caso de la industria de los plásticos”, que permiten comprobar la hipótesis planteada: las políticas industriales y tecnológicas que se han implementado en México, no han sido eficaces para alcanzar un mayor crecimiento y desarrollo económico; desde un modelo caracterizado por un gran proteccionismo, hasta el neoliberal, en donde la participación del Estado es marginal, pero sobre todo, la ausencia de un proyecto nacional de largo plazo en donde se incluyera a la innovación tecnológica, como el elemento central para la elevación de la productividad; cuyas consecuencias, son: la generación de un Sistema Nacional de Innovación ineficiente, desarticulado, incapaz de crear círculos virtuosos en donde se combinen crecimiento con productividad.

6.3 Justificación

Los avances tecnológicos se producen continuamente y las empresas sienten a menudo la necesidad de aplicar los últimos cambios para mantenerse al día con la competencia. En los negocios, la innovación tecnológica puede tomar muchas formas, incluyendo la informatización y mecanización de los sistemas y procesos necesarios.

La innovación también puede ayudar a los empresarios a mantener los costos al mínimo. Con el uso de la automatización, un pequeño fabricante puede reducir su dependencia de los seres humanos para llevar a cabo alguno de los procesos de producción necesarios. Como resultado, la empresa puede reducir los gastos de los empleados, tales como sueldos, beneficios y volumen de negocios. La tecnología también puede ayudar a racionalizar el proceso de producción, eliminando los residuos costosos.

DOMINGO JEANS necesita incrementar su producción, a la vez crear nuevos modelos de prendas de vestir y con ello llegar a nuevos mercados a los que no ha podido ingresar afectando a su posicionamiento en el mercado

6.4 Objetivos

6.4.1 Objetivo General

- ✓ Diseñar el Modelo de Innovación Tecnológica para mejorar la Productividad de DOMINGO JEANS la ciudad de Pelileo.

6.4.2 Objetivos Específicos

- ✓ Realizar un diagnóstico de la empresa, con relación a la innovación tecnológica.
- ✓ Elaborar un análisis FODA de la empresa con el objeto de direccionar las estrategias de innovación tecnológica.
- ✓ Establecer estrategias de innovación tecnológica.

6.5 Análisis de factibilidad

✓ Socio- Cultural

El Modelo de Innovación Tecnológica es una herramienta fundamental para la renovación y ampliación de los procesos productivos, por lo que en DOMINGO JEANS estará a la vanguardia de las exigencias de los consumidores e internamente contribuir a la gestión eficiente de los recursos y la consecución de los objetivos, a conseguir la sostenibilidad en una sociedad con un renovado espíritu emprendedor y basado en el conocimiento como motor del desarrollo.

✓ **Tecnológica**

DOMINGO JEANS pondrá a disposición del equipo investigador el recurso tecnológico necesario para la ejecución de la presente propuesta; lo cual facilitara el diseño del modelo de innovación tecnológica establecido en el plan de acción.

✓ **Organizacional**

El gerente y los empleados de DOMINGO JEANS apoyan la ejecución de cambios que mejoren el trabajo que desempeñan en los distintos puestos de trabajo en función de que la producción sea la mejor y llegar a mas clientes ávidos de productos de calidad y con una propuesta diferente en moda..

✓ **Económico- Financiera**

El recurso financiero permitirá la realización del modelo de innovación tecnológica, y DOMINGO JEANS proveerá de los recursos necesarios para la implementación de esta propuesta, sea de fuentes propias o de financiamiento en una institución bancaria.

6.6. Fundamentación

6.6.1 INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

6.6.1.1 Definición de innovación tecnológica

La innovación tecnológica es la creación de la tecnología nueva o significativamente mejorada, en la creación de un nuevo producto, sea éste un bien, un servicio o un proceso. Tal como se evidencia en las referencias bibliográficas, la innovación tecnológica se define como la creación y aplicación de nuevos elementos, sea en bienes, servicios y procesos, entre otros elementos con tecnología incorporada, que se introducen en el mercado. Estas creaciones son realizadas por los diferentes actores en una economía (Mentz, 1999), (García y Calantone, 2001), (OCDE, 2002, 2008) y

(Padilla, 2013) En las diversas aportaciones relacionadas a la IT se encuentran diversos enfoques como por ejemplo, el punto de vista en donde se define a la IT como la creación de la tecnología, así como su “*desarrollo y la introducción en el mercado*” Betz (1998) en Mentz (1999, p. 20). Bajo este contexto, la tecnología deberá ser nueva y se la debe elaborar a fin de que sea aplicable, accesible y utilizable en el mercado. Cabe indicar que la IT es una rama de la innovación, que además de enfocarse en la creación de algo nuevo, se enfoca en la incorporación de la tecnología en dicha creación. En adición, se explica a la IT como una incorporación de las tecnologías ideadas, diseñadas y creadas en múltiples industrias y sectores económicos tales como el de “*la ingeniería, las ciencias aplicadas y/o de las ciencias puras*” (García y Calantone, 2001, p. 112). En otras palabras, la IT se basa en los conocimientos creados en los diferentes sectores productivos, resultado de las distintas actividades económicas, tales como sistemas de electrónica, aeroespacial, productos farmacéuticos e información, entre otros.

6.6.2 Sistema de innovación tecnológica

El sistema de innovación tecnológica (en adelante sistema de innovación tecnológica o SIT) se define como la creación de tecnologías aplicadas en la economía por medio de productos, procesos, servicios, entre otros elementos que se ofrece en el mercado, resultado de la interacción entre los distintos agentes económicos (Markard y Worch, 2012), (Kuramoto, 2007) y (Hekkert, Negro, Heimeriks y Harmsen, 2011).

6.6.3 Beneficios de la innovación tecnológica

Diferentes autores indican que la innovación tecnológica determina la rentabilidad, expansión y competencia de las firmas de una industria determinada, Padilla (2013), Galindo, Ribeiro y Méndez (2012) y Porta (2010).

6.6.4 Proceso de la innovación

La innovación es un proceso, por tanto presenta entradas, transformaciones y salidas. Para describir o estudiar el proceso que tiene lugar hasta llevar una invención al

mercado se han aportado varios modelos por disímiles autores que permiten entender el camino seguido y las fases que intervienen en el mismo.

El acelerado desarrollo científico-técnico y social hace que se torne muy complejo para mundo empresarial lograr ventajas competitivas en los mercados y es la innovación un medio mediante el cual las empresas tratan de adaptarse a las incertidumbres en la evolución del entorno (Kodama 1992, citado por Castro Díaz-Balart).

Esto hace que la conceptualización de los modelos de innovación haya transitado por diferentes cambios y enfoques. Así se han identificado varias generaciones de modelos. En algunas literaturas aparecen referenciados tres y en otras aparecen los estudios de Rothwell (1994) quien los agrupó en lo que se denominan los cinco modelos o generaciones del proceso de innovación. Siendo esta clasificación una de las más completas.

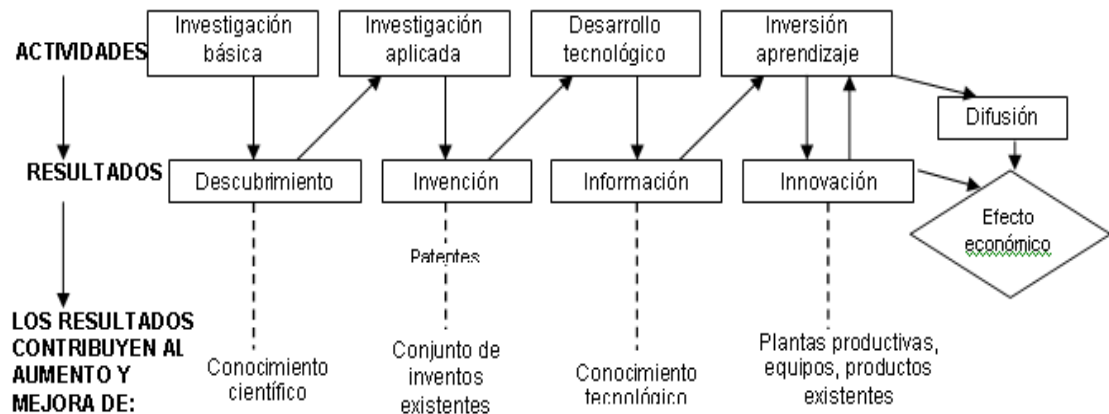
Primera generación: Empujada por la tecnología (*technology-Push*)

Este modelo (Fig.1) fue predominante entre los años 1950-1965. Su principal característica es la linealidad que asume con un escalonamiento progresivo desde el descubrimiento científico, principal impulsor de la innovación, hasta la investigación aplicada, el desarrollo tecnológico y la fabricación.

No es un modelo que explique con veracidad la realidad, por lo que ha sido objeto de múltiples críticas. Su planteamiento presupone que el proceso debe empezar por la investigación aplicada y el mercado es solo el lugar donde se van a incorporar los resultados obtenidos. Sin embargo no necesariamente este es el camino que conduce a la innovación.

No obstante en su momento significó una primera aproximación al fenómeno descrito y proporcionó un vocabulario para nombrar y precisar los pasos que llevan a una innovación.

Gráfico N° 19 Modelo technology-Push. Fuente: Rosseger (1980)



Fuente: Rosseger, 1980
Citado por Castro (2001)

Entre las condiciones que propician la transición hacia una segunda generación, se pueden señalar los cambios originados en el mercado mundial donde la oferta comienza a exceder la demanda y, como consecuencia, nuevas estructuras de poder en cuanto a la relación que establecen organizaciones y consumidores, paralelamente a importantes avances en la revolución científico técnica.

Segunda generación: Halada por el mercado (*Market-Pull*)

La segunda década de los sesenta se caracterizó por la reconsideración sobre el papel del mercado en el proceso innovador, lo que generó la necesidad de un nuevo modelo, también lineal, cuya principal característica, según afirma Castro (2001), es el reconocimiento de que las innovaciones se derivan básicamente de las necesidades de los consumidores.

Los mercados eran vistos como la principal fuente de ideas para desencadenar el proceso de innovación y el empresario acudía después al stok de conocimientos para tratar de satisfacer las necesidades de los consumidores.

Este modelo, aunque explicó de una manera más real la innovación en su época y valoró el poder que tiene el mercado para impulsarla, continuó siendo insuficiente y sus principales limitaciones están enmarcadas en dos elementos fundamentales; la naturaleza del proceso innovador sigue siendo explicada a través de un análisis que no

refleja su complejidad; así como, una posición absoluta en cuanto a la fuerza que lo impulsan.

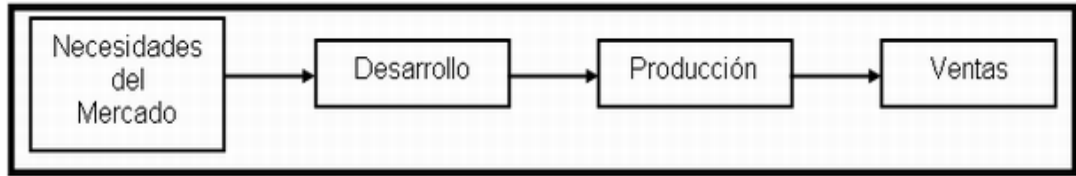


Gráfico N° 20 Modelo Market-Pull.
Fuente: Pavón & Hidalgo (1997)

Tercera generación: Modelo Mixto

Diversos estudios realizados por Myers y Marquis (1969), Rothwell (1977) y Cooper (1979), muestran que los modelos lineales para gestionar la innovación son en exceso simplificados constituyendo a su vez ejemplo atípicos de lo que en realidad constituye un proceso más complejo donde interviene la tecnología, el mercado y la capacidad innovadora interna de las organizaciones. Este proceso es modelado por Kline y Rosenberg (1985) representando una secuencia lógica, no necesariamente continua, que puede ser dividida en series funcionalmente distintas pero con etapas interdependientes e interactivas. (Castro, 2001).

Según el análisis realizado en la literatura, el modelo más complejo es adjudicado a Kline, como su principal exponente).

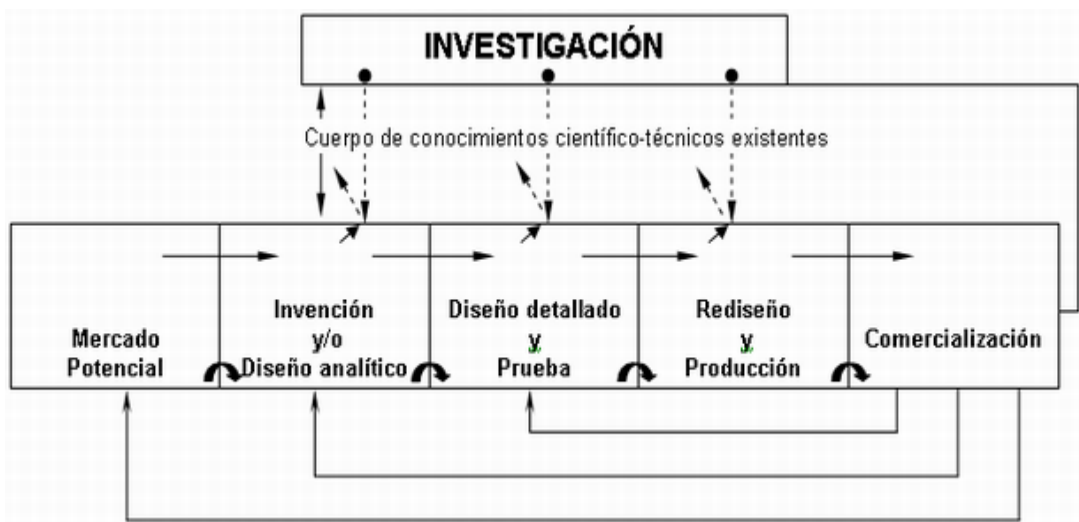


Gráfico N° 21 Modelo Mixto del proceso innovador.
Fuente: Kline (1985)

Este modelo cobra vigencia entre la segunda mitad de los años setenta y los primeros de la década del ochenta, representa una compleja red de canales de comunicación, intra y extra organizativos, que unen las diferentes fases del proceso entre sí y con el mercado, y el conjunto de la comunidad científica.

Los principales aportes de esta nueva generación se resumen a partir de la consideración de que el camino central de la innovación responde a las necesidades del mercado, la existencia de diversos momentos de retroalimentación durante el proceso, que permite la creación de nuevos valores a lo largo del ciclo de innovación y como contribución de gran relevancia es la inclusión de la relación entre la ciencia y la tecnología en todas las partes del modelo. Esacorsa & Valls (1997) y Castro (2001) respectivamente destacan que la innovación a partir del análisis realizado por Kline, es una manera de encontrar y solucionar problemas, no como algo totalmente nuevo, como se expresa en los modelos de naturaleza lineal.

Cuarta generación: Modelo integrado

Aunque el modelo mixto (Fig. 4) incorpora procesos retroactivos de comunicación, esencialmente es un modelo secuencial. A partir de la segunda mitad de la década de los ochenta se comienza a considerar que las fases de la innovación, sobre todo desde el punto de vista operativo o de gestión, deben ser consideradas mediante procesos no secuenciales, es decir de procesos solapados o incluso simultáneos o concurrentes como consecuencia de la necesidad de acortar el tiempo de desarrollo del producto para introducirlo al mercado.

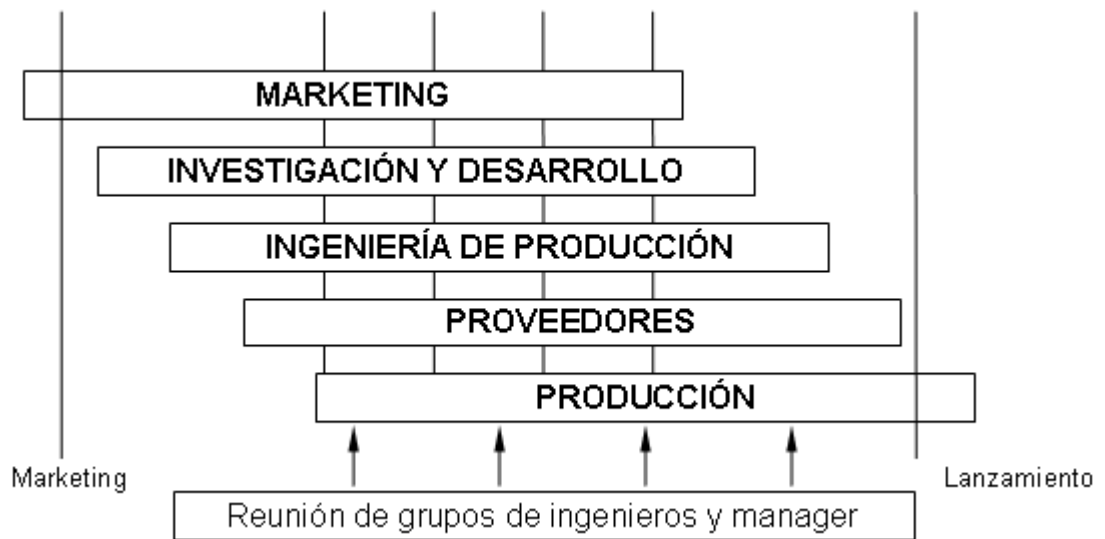


Gráfico N° 22 Modelo integrado del proceso innovador.
Fuente: Pavón & Hidalgo (1997)

Este modelo persigue una mayor integración de las fases del proceso de innovación, lo que implica un elevado nivel de coordinación y control. Se sustenta sobre los criterios planteados por la ingeniería simultánea o concurrente; integración interna con el desarrollo de una estructura participativa en todos los departamentos y la integración externa, con la colaboración de proveedores para conseguir la reducción del costo.

Quinta generación: Modelo en red

En 1994 Rothwell señala que el modelo de fin de siglo para la innovación será el de la integración de sistemas en el que el proceso innovador se convierte en un proceso de redes y mallas de cooperación (Fig.5). Muchos autores (Haklisch, Fusfeld (1987), Hagedoorn (1990), Dogson (1994) destacaron que en la segunda mitad de la década del ochenta se incrementó de forma importante el número de alianzas estratégicas de carácter horizontal, basadas en la colaboración interempresarial para el desarrollo de la innovación.

Un aspecto importante que a juicio del autor contribuyó a la necesidad de un cambio en la concepción de la innovación está dado por una tendencia, señalada por Klein (1999), que cobró auge a mediados de los años 80, defendida por varios teóricos de la gestión de empresas: las empresa de éxito deben producir ante todo marcas y no productos.

Esto propició que las relaciones de carácter vertical con los proveedores hayan llegado a alcanzar un carácter estratégico al lograr que las pequeñas y medianas empresas establecieran una amplia variedad de relaciones con las grandes empresas en los procesos de innovación. Así han surgido nuevas fórmulas como el llamado “truco asiático” del Keiretsu (palabra japonesa que significa una red de empresas relacionadas entre si). Las grandes marcas asiáticas evocan la calidad, precio e innovación, pero no en un producto específico sino en un conjunto de valores tal como se expone en la revista Business Magazine World (1997). (Citado por Klein).

Diversos estudios realizados demuestran que el modelo en red exige total apoyo por parte de la alta dirección, adoptar estilos de dirección horizontal delegando mayor nivel de decisión y de control de los trabajadores, una alta preparación del capital humano, creación de grupos multidisciplinarios, sistemas que permitan compartir una eficiente información interna y externa, así como involucramiento de clientes especializados en el proceso.

Si se realiza un resumen de las cinco generaciones de modelos por las que ha transitado la innovación podemos decir que el modelo mixto se convirtió en un punto de giro en la concepción de la innovación y aunque mantenía un enfoque primordialmente lineal dio una visión de la multidimensionalidad del proceso innovador. Los modelos solapado y en red tienen en cuenta un nuevo grupo de factores presentes en los procesos innovativos tales como la competitividad, la integración interdepartamental e interempresarial, la competencia del personal, el liderazgo, las estructuras participativas, los estilos de dirección horizontales y la inclusión de clientes especializados, elementos estos que delimitan un amplio campo de investigación para el análisis del proceso de innovación.

1.5 Sistemas de Innovación Tecnológica

La gran complejidad de los procesos innovativos, y los disímiles factores que intervienen en el mismo, enmarcados en cambios sociales, económicos y medio

ambientales que se han suscitado a escala mundial, ha dado lugar a que un creciente número de países haya extendido la noción del tradicional Sistema de Ciencia y Tecnología hacia la conceptualización de nuevos sistemas que no sólo comprenden el alcance de los anteriores, sino que amplían sus fronteras y campo de acción a otros entornos y actores de la vida económica y social, cuya participación explícita hace más efectivo el proceso de innovación. Estos nuevos enfoques han traído consigo la introducción de la denominación, en numerosos países, de Sistema Nacional de Innovación (SNI). (Escobar 2000)

Lundvall (1992), fue uno de los primeros en emplear el término SNI y lo plasma en un libro, que edita al respecto. En el mismo hace un análisis y plantea que la idea se remonta a 1841 cuando Friederich List introdujo el concepto de “Sistema Nacional de Economía Política”, el cual en su interpretación actual bien pudiera ser SIN.

La Reunión Regional de Consulta de América Latina y el Caribe previa a la Conferencia Mundial sobre la Ciencia (1999) en la Declaración de Santo Domingo, reconoció que el conocimiento por sí mismo no transforma las economías o la sociedad, sino que puede hacerlo en el marco de sistemas sociales/nacionales de ciencia, tecnología e innovación, que posibiliten su incorporación al sector productor de bienes y servicios.

En ese evento también se declaró que: "Los sistemas sociales/nacionales de ciencia, tecnología e innovación constituyen redes de instituciones, recursos, interacciones y relaciones, mecanismos e instrumentos de política, y actividades científicas y tecnológicas que promueven, articulan y materializan los procesos de innovación y difusión tecnológica en la sociedad (generación, importación, adaptación y difusión de tecnologías)".

Un Sistema Nacional de Innovación cubre un amplio espacio que va desde la generación y acumulación de conocimientos hasta la producción de bienes y servicios y su comercialización.

La especialista venezolana Carlota Pérez plantea, en cuanto a los sistemas de innovación: "En su sentido más amplio, un Sistema Nacional de Innovación abarca todo lo que afecta la innovatividad en un espacio nacional. Incluye, por supuesto, todo el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, pero también todos los otros elementos – legales, institucionales, actitudinales, etc.– que influyen sobre la facilidad o la dificultad para introducir el cambio técnico en las unidades productivas..., el punto focal de un SNI es la firma y sus interacciones... entendiendo por innovaciones, ...tanto las grandes como las pequeñas; los productos, los procesos o los sistemas; las radicales o las incrementales; las técnicas o las organizativas".

Por su parte Castro (2001) enfatiza que un SNI abarca desde las investigaciones básicas, aplicadas, los trabajos de desarrollo tecnológico, la protección legal de los resultados, las acciones de desarrollo asociadas a los estudios de carácter social, las diversas actividades de interface, los servicios científico-técnicos conexos, la transferencia vertical u horizontal de conocimientos y tecnologías, la actividad de mercadotecnia, hasta el empleo de modernas técnicas gerenciales.

Muchos autores coinciden en que el SNI es un sistema social o sociosistema, ya que involucra la interacción entre las personas en la actividad de obtener conocimientos y, sobre todo, de aplicarlos con éxito. También es un sistema dinámico caracterizado por la retroalimentación positiva y la reproducción. Los nuevos enfoques de innovación tratan de contextualizar la política científica para que sirva a los intereses de la nación y ayude a generar riqueza y bienestar. (Escobar 2000).

Los SNI son sistemas abiertos y heterogéneos. Los procesos de innovación traspasan las fronteras nacionales y algunas veces tienen un carácter más local que regional.

Los SIN presentan variación de un país a otro. Nelson (1993), realiza un estudio comparativo entre más de una docena de SNI donde constata que existen grandes diferencias entre países vecinos que a primera vista parecen muy similares en muchos aspectos.

Porter (1990) señala que las diferencias en estructuras económicas, culturas, instituciones e historias nacionales contribuyen al éxito competitivo.

El objetivo general de los Sistemas Nacionales de Innovación es el desarrollo sostenible y equitativo, dentro de una estrategia que combina la territorialidad de la nación y sus regiones con las posibilidades que brinda el concierto internacional, centrando, más que nunca, el éxito del fenómeno innovativo en el quehacer de la empresa productora de bienes y servicios. (Escobar 2000).

Castro (2001) señala que en el ámbito del país el SIN abarca los siguientes niveles: macro institucional, meso sectorial, regional o local y micro empresarial (Fig. 5)

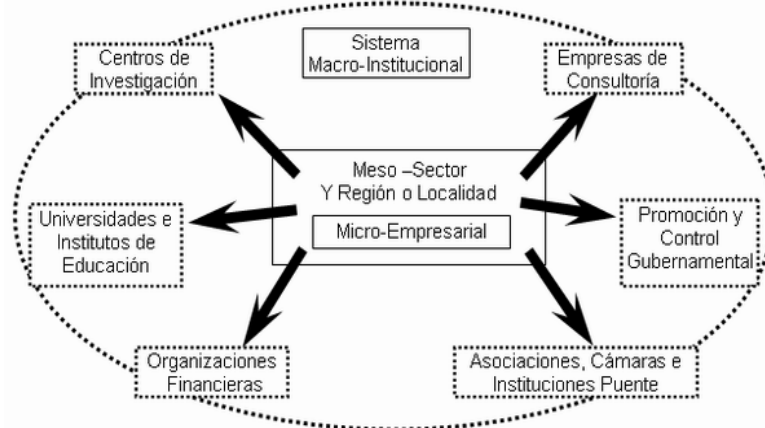


Gráfico N° 23 Sistema de Innovación Nacional Macro-Institucional

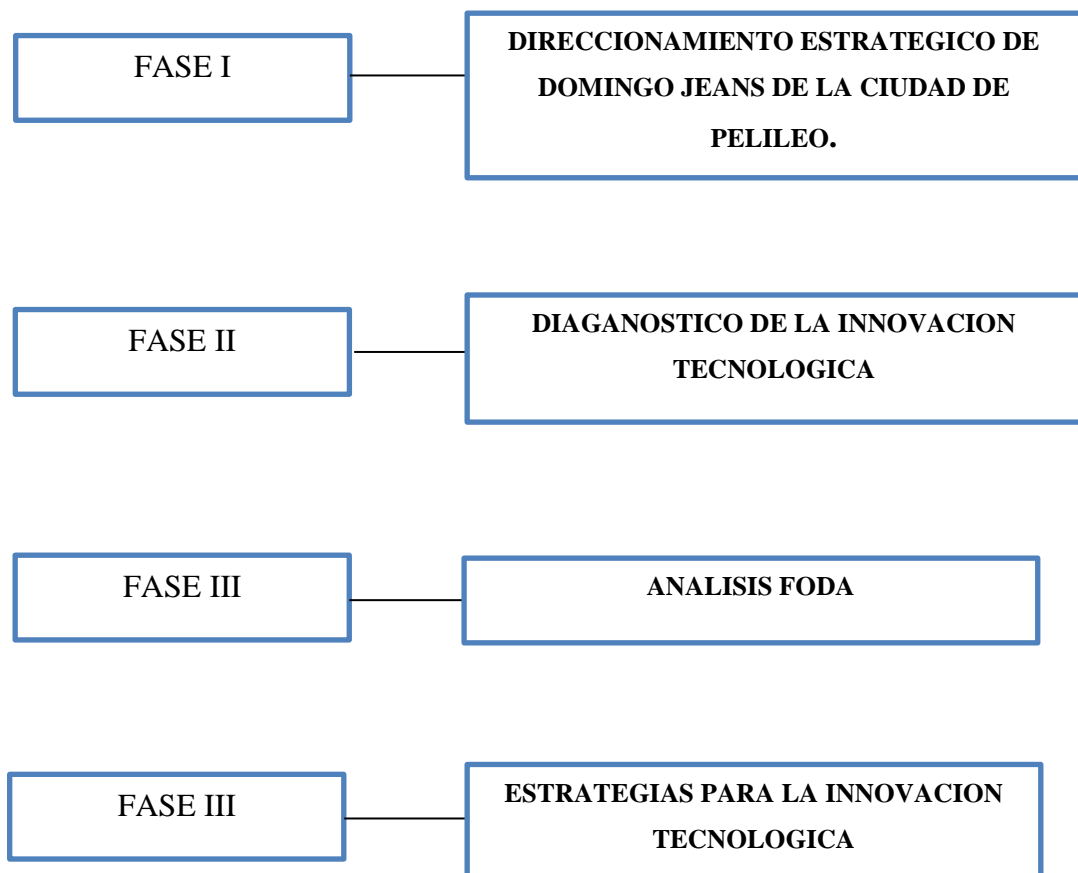
Fuente: Freeman, 1992. Citado por Castro, 2001.

El sistema Macro institucional abarca las instituciones de apoyo al sistema total. El sistema Meso sectorial abarca la industria o sector conformado por empresas que compiten con productos similares y homogéneos.

En el sistema Regional o Local intervienen un grupo de factores que están condicionados con las características específicas de cada lugar. Abarca, según señala Fernández (2002), un espacio natural de identidad en lo cultural y de operación y relación en lo socioeconómico más homogéneo, y en el que la innovación puede encontrar su mejor medio de cultivo.

El sistema Micro empresarial está formado por las empresas o conglomerados donde se definen las estrategias y tácticas corporativas relacionadas con la innovación y la competitividad. La empresa es el agente más activo e importante que realiza la innovación tecnológica y se nutre de las universidades y centros de investigación para su desarrollo.

6.7. Metodología Modelo Operativo

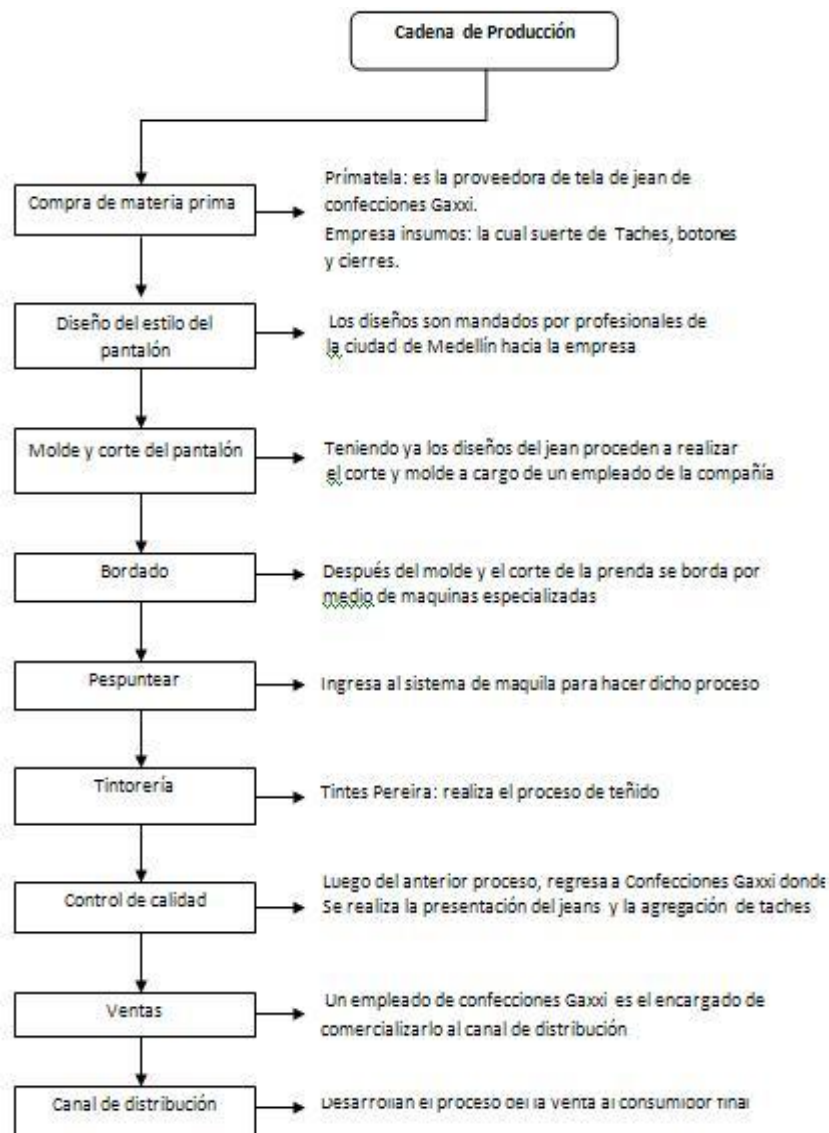


FASE I: DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO DE DOMINGO JEANS DE LA CIUDAD DE PELILEO.

RESEÑA HISTORICA

DOMINGO`S JEAN`S es una fábrica de participación familiar, la misma que fue creada hace 10 años por el Sr. Segundo Domingo Sánchez Morales y sus hijos en la ciudad Pelileo y está ubicada en el Tambo las Morcillas en donde están funcionando actualmente.

PROSESO DE PRODUCCION DE DOMINGO JEANS



FASE 2: DIAGNÓSTICO DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Cuadro N° 23 Diagnóstico de Innovación Tecnológica

PREGUNTAS	SI	NO
ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN		
a) ¿La estrategia de su empresa tiene en cuenta la innovación y la considera como un factor clave para su éxito?	x	
b) ¿La estrategia de su organización es proactiva en materia de innovación y se anticipa a los cambios que se producen en el mercado y en el entorno?	x	
c) ¿La dirección de la empresa está comprometida y ofrece pleno apoyo a las actividades de innovación?	x	
d) ¿Su organización dispone de un plan formal donde estén definidos los objetivos, las acciones a llevar a cabo, los recursos Y el presupuesto necesario para el desarrollo de las actividades de innovación?		x
2. DESPLIEGUE DE LA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN		
a) ¿Dispone de un directivo a quien han sido asignadas las responsabilidades en materia de innovación?		x
b) ¿Dedica recursos humanos, financieros y materiales significativos al apartado de innovación?		x
c) ¿La innovación en su empresa contempla no sólo el desarrollo de nuevos productos o servicios, sino también la mejora de los procesos del negocio?	x	
d) ¿El diseño y desarrollo de nuevos productos (o servicios) se lleva a cabo en función de las necesidades reales del mercado y de los clientes de la empresa?		x
3. CULTURA DE LA INNOVACIÓN		
a) ¿Fomenta la creatividad y aprovecha todo el potencial de sus directivos y trabajadores?	x	
b) ¿Evalúa todas las ideas generadas dentro de la organización y las aprovecha de forma sistemática para potenciar su desarrollo?		x
c) ¿Aprovecha de forma sistemática las sugerencias y los conocimientos de sus proveedores para generar mejoras e innovaciones de producto o de proceso?		x
d) ¿Aprovecha de forma sistemática las sugerencias y las quejas de sus clientes para generar mejoras e Innovaciones de producto o de proceso?		x
4. INNOVACIÓN EN LA CADENA DE VALOR		
a) ¿Desarrolla de forma sistemática nuevos productos y/o servicios?		x
b) ¿Introduce de forma sistemática innovaciones y mejoras en los procesos de producción?		x
c) ¿Introduce de forma sistemática innovaciones y mejoras en la cadena de suministros (aprovisionamientos /Distribución) y en la logística?		x
d) ¿Introduce de forma sistemática innovaciones y mejoras en las áreas de marketing y ventas?		x
e) ¿Introduce de forma sistemática innovaciones y mejoras en las áreas de servicios post-venta y soporte a clientes?		x
f) ¿Invierte regularmente en tecnología (maquinaria, bienes De equipo, ordenadores...) para conseguir ventajas competitivas?	X	
5. RESULTADOS DE LA INNOVACIÓN		
a) ¿Considera que su empresa es más innovadora que la competencia?		x
b) ¿Los ingresos actuales generados por los productos desarrollados (o mejorados) en los 3 últimos años son significativos?		x

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

RESULTADOS DEL TEST DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Cuadro N° 24 Resultados del test de innovación Tecnológica

RESULTADO	CALIFICACION	OBSERVACIONES
16 a 20	EXCELENTE	Su empresa se puede considerar muy innovadora, porque probablemente dispone de una estrategia de innovación, la despliega a toda la organización, tiene una cultura que la fomenta y genera innovaciones en toda (o casi toda) la cadena de valor.
11 a 15	BUENA	Su empresa se puede considerar innovadora, en términos generales, ya que presenta aspectos que demuestran su preocupación por la innovación. No obstante, puede mejorar todavía en aquellos temas del cuestionario en los cuales la respuesta haya sido negativa.
6 a 10	INSUFICIENTE	Su empresa no se puede considerar innovadora y presenta numerosos aspectos en los cuales debe mejorar. Es preciso que preste atención a aquellos temas del test en los cuales su respuesta haya sido negativa. De hecho constituyen sus puntos débiles en materia de innovación.
1 a 5	MUY BAJA	Su empresa está anquilosada y no tan sólo no es nada innovadora, sino que presenta síntomas preocupantes en lo que se refiere a su actitud frente a la innovación. Se imponen cambios radicales en esta materia si se desea que sea competitiva y subsista a largo plazo.

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

El resultado del test de innovación tecnológica de Domingo Jeans es el siguiente:

Cuadro N° 25 Resultados del test de innovación Tecnológica Domingo Jeans

RESULTADO	CALIFICACION	OBSERVACIONES
6 a 10	INSUFICIENTE	Su empresa no se puede considerar innovadora y presenta numerosos aspectos en los cuales debe mejorar. Es preciso que preste atención a aquellos temas del test en los cuales su respuesta haya sido negativa. De hecho constituyen sus puntos débiles en materia de innovación.

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

FASE 3: ANALISIS FODA DE LA INNOVACION TECNOLOGICA

Cuadro N° 26 ANALISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Producción continua • Ventas constantes • Suficiente personal 	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliación de volúmenes de producción • Rentabilidad económica para la empresa • Eficiencia en el proceso de producción.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de capacitación del personal • Innovación tecnológica insuficiente • Plan estratégico no existe • No posee cultura de innovación 	<ul style="list-style-type: none"> • Nueva tecnología utilizada por la competencia • Altos costos en la fabricación del jean. • Clientes insatisfechos por los productos. • Entrega tardía de los pedidos que los clientes

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

FASE 4: ESTRATEGIAS PARA LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

- **Medir la innovación tecnológica de tu industria.** Esto te permitirá determinar el riesgo de sucumbir ante una innovación disruptiva y orientar tus esfuerzos en la dirección correcta llegada el caso.
- **Tener claro el origen de las barreras a la innovación** en tu industria. Estas pueden ser de naturaleza económica o técnica.
- **Evaluar los posibles problemas al pasar a una estrategia de innovación.** En estos casos es mejor prevenir que curar y es bueno anticipar las posibles barreras físicas y psicológicas que podemos encontrarnos internamente a la hora de transitar hacia la creación de una empresa innovadora
- Crea un plan de contingencia para vender internamente la nueva estrategia de innovación. De esta forma evitarás fricciones y conseguirás gestionar más aliados hacia tu causa
- Ser pionero de diseño de producto de menor costo, bajando el costo del producto o de las actividades de valor, aprendiendo de las experiencias del líder.
- Evitar costos de investigación y desarrollo a través de imitaciones

PLAN DE ACCIÓN

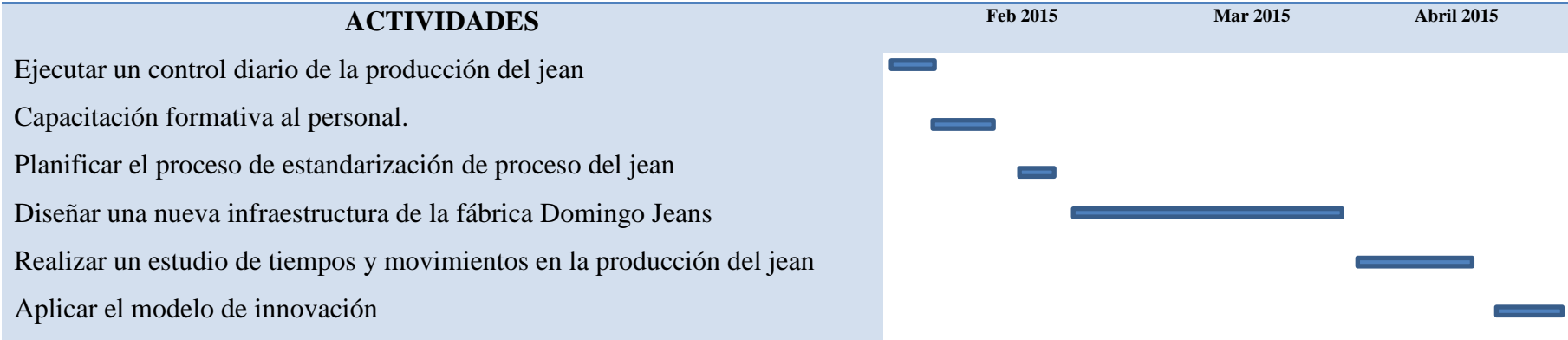
Cuadro N° 27 Plan de Acción

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	CRONOGRAMA		RESPONSABLES	RECURSOS	RESULTADOS ESPERADOS
Incrementar la eficiencia, eficacia en la producción	Control del Proceso de producción del jean	Elaborar un plan de control de la producción del jean	01/02/2015	31/10/2015	Jefe de Producción	Humanos	Excelente calidad. del jean
Optimizar las actividades del personal	Entrenamiento del personal operativo y administrativo	Capacitación formativa al personal.	09/02/2015	09/03/2015	Jefe de Recursos Humanos	Humanos Financieros	Formación en nuevos conocimientos sobre innovación.
Mejorar los métodos de trabajo en el área de producción	Estandarización de los procesos de producción	Planificar el proceso de estandarización de proceso del jean	10/03/2015	30/03/2015	Jefe de Producción	Humanos Tecnológicos	Cumplimiento de plan de producción
Ocupación efectiva de la planta de producción	Optimización del espacio físico en la planta de producción	Diseñar una nueva infraestructura de la fábrica domingo jeans	01/04/2015	30/06/2015	Jefe de Producción	Materiales Financieros	Redistribución adecuada de los áreas de producción
Reprogramar las actividades en los procesos de producción.	Estudio de tiempos y movimientos en la producción del jean	Realizar un estudio de tiempos y movimientos en la producción del jean	01/07/2015	31/07/2015	Ing. Procesos de Producción	Humanos	Mayor eficiencia del personal en la elaboración del jean
Contar con maquinaria de óptima calidad para la producción.	Innovación tecnológica de la maquinaria en la	Aplicar el modelo de innovación	01/08/2015	31/10/2015	Jefe de Producción	Humanos Tecnológicos	Correcto funcionamiento en la producción

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cuadro N° 28 Cronograma de Actividades



Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

PRESUPUESTO

Cuadro N° 29 Presupuesto

ACTIVIDADES	COSTOS
Elaborar un plan de control de la producción del jean	\$ 140,00
Capacitación formativa al personal.	\$800,00
Planificar el proceso de estandarización de proceso del jean	\$ 400,00
Diseñar una nueva infraestructura de la fábrica domingo jeans	\$ 1000,00
Realizar un estudio de tiempos y movimientos en la producción del jean	\$400,00
Aplicar el modelo de innovación	\$ 1500,00
TOTAL	\$ 4.240,00

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

6.8 Administración

La administración mantendrá un control adecuado de la ejecución y evaluación, del cumplimiento de cada una de las actividades del modelo de innovación tecnológica.

Para la administración de la propuesta se utilizara el siguiente personal:

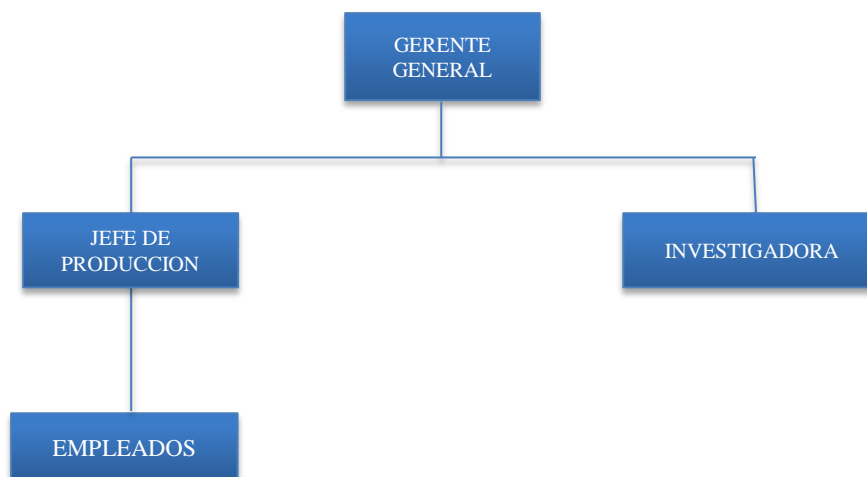


Gráfico N° 24 Organigrama de la administración de la propuesta

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

6.9 Previsión de la Evaluación

El Modelo de Innovación Tecnológica será sujeto a evaluación por el gerente de DOMINGO JEANS identificando las necesidades y requerimientos del proceso productivo y tomar decisiones direccionadas a la aprobación o no del modelo de innovación tecnológica.

Cuadro N° 30 Matriz de Monitoreo y Evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Quiénes solicitan evaluar?	Gerente
¿Por qué Evaluar?	Para verificar si se está cumpliendo con la propuesta y los objetivos
¿Para qué Evaluar?	Para medir el grado de factibilidad que ha tenido la propuesta.
¿Con qué criterios?	Teniendo en cuenta la eficacia, eficiencia, calidad y desarrollo de la empresa.
Indicadores	Cuantitativos y Cualitativos.
¿Qué evaluar?	Los objetivos establecidos dentro de la propuesta.
¿Quién evalúa?	Gerente
¿Cuándo evaluar?	Al final de la aplicación del modelo
¿Cómo evaluar?	Proceso metodológico.
¿Con qué evaluar?	Encuesta e investigación de campo.

Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

BIBLIOGRAFÍA

- www.recursos-empresariales-erp.* (2012). Recuperado el 21 de Agosto de 2013, de www.tranquisoft.com/productos-/recursos-empresariales-erp:
<http://www.tranquisoft.com/productos-/recursos-empresariales-erp>
- Amoroso Garcés, S. M. (2013). *El marketing de servicios y su impacto en el desarrollo organizacional en la Casa de la Cultura de la ciudad de Ambato* . Ambato: UTA, Facultad de Ciencias Administrativas.
- ARANA. (2007). *www.scribd.com*. Obtenido de www.scribd.com
- Arraut, L. C. (2010). Gestión de calidad de innovación. *Escuela de Administración de Negocios*, 8.
- Bernardez, M. (2007). *conceptos y herramientas para la mejora, creacion e incubacion de nuevas organizaciones*. Indiana: authorHouse .
- Blanch, J. M., Espuny, M. j., Gala, C., & Artilles, A. M. (2003). *Teoria de las relaciones laborales*. Barcelona: UOC.
- Camino, R. d. (1999). *La Definicion de Sostenibilidad, Las Variables Principales Y Bases Para Establecer Indicadores*. España: CATIE. .
- Campos Freire, F. (2011). *El nuevo escenario mediatico* . España: comunicacion social.
- Centeno, M. (10 de Octubre de 2011). *sistemas-de-planificacin-de-recursos-empresariales*. Recuperado el 21 de Agosto de 2013, de [sistemas-de-planificacin-de-recursos-empresariales](http://www.slideshare.net/maykelcenteno/sistemas-de-planificacin-de-recursos-empresariales):
<http://www.slideshare.net/maykelcenteno/sistemas-de-planificacin-de-recursos-empresariales>
- Cobo Escobar, J. X. (2012). *El desarrollo del Talento Humano por Competencias y la Productividad de Carrocerías Pérez en la ciudad de Ambato* . . Ambato: UTA, Facultad de Ciencias Administrativas.
- CORIDEAS. (6 de Mayo de 2011). *www.lahora.com.ec*. Recuperado el 8 de Agosto de 2013, de [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101205712/-1/%C3%A2%E2%82%AC%CB%9CCreatividad%20para%20la%20innovaci%](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101205712/-1/%C3%A2%E2%82%AC%CB%9CCreatividad%20para%20la%20innovaci%20)

C3%83%C2%B3n%C3%A2%E2%82%AC%E2%84%A2%20.html#.Ug5hUZI
3uAk

demonhhhem. (Octubre de 2012). *www.definicionABC*. Recuperado el 14 de Agosto
de 2013, de *www.definicionABC*:
<http://www.definicionabc.com/economia/gestion-empresarial.php>

Dias de santos. (1995). *Diagnostico de la empresa*. madrid: MAPCAL.

Duro, A. M. (01 de Marzo de 2006). *calidad de vida laboral*. Recuperado el 16 de
Agosto de 2013, de *calidad de vida laboral*:
http://www.fcjs.urjc.es/geap/Web_Alumnos/Informaci%C3%B3n%20Alumnos/Programas%20URJC/programas_antteriores/LICENCIATURA%20EN%20CIENCIAS%20DEL%20TRABAJO/5%C2%BA%20curso/Calidad%20de%20Vida%20Laboral/2005-2006/CalidadVidaLaboral.2%C2%BA.06-5.pdf

Empresas, G. d. (28 de Noviembre de 2011). *gestion.tvinnovacion-empresarial*.
Recuperado el 16 de Agosto de 2013, de *gestion.tvinnovacion-empresarial*:
<http://gestion.tv/innovacion-empresarial/>

Fernández López, S., & Rodríguez Sandías, A. (2007). *La práctica de las finanzas de empresa*. España: Delta.

Gámez, R. (2006). *Comunicacion y cultura organizacional en empresas*. UAS.

García, S., & Núñez, T. d. (2001). *Cultura corporativa y y competitividadde la empresa española*. madrid.

Gimon, A. (09 de Septiembre de 2006). *www.gestiopolis.com/*. Recuperado el 14 de
Agosto de 2013, de *www.gestiopolis.com/*: <http://www.gestiopolis.com/>.

Gonzalez, J. M. (23 de Febrero de 2007). *www.elsiglodetorreon.com*. Recuperado el 20
de Agosto de 2013, de *www.elsiglodetorreon.com*:
<http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/261534.html>

Horngren, C. T., Foster, G., & Datar, S. M. (2007). *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial*. México: Pearsoned.

- Internacional, S. (Febrero de 2011). *www.seminarium.com*. Recuperado el Agosto de 2013, de <http://www.seminarium.com/ec/noticias/la-innovacion-es-clave-para-una-empresa-destaque-ante-el-resto/>
- Jaramillo, J. (16 de Junio de 2013). *www.andes.info.ec*. Recuperado el 7 de Agosto de 2013, de <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/ecuador-apunta-aplicacion-innovacion-ciencia-tecnologia-sector-empresarial.html>
- lahora. (16 de Enero de 2011). *www.lahora.com.ec*. Recuperado el 10 de Agosto de 2013, de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101079646/-1/M%C3%A1s_productos_innovadores_para_rama_de_construcci%C3%B3n_.html#.Ug5gb5I3uAk
- Lugo, r., Hernández, J., Yolanda, N., & ZuloagaYurexi. (08 de Junio de 2008). *Creatividad-empresarial*. Recuperado el 16 de Agosto de 2013, de *Creatividad-empresarial*: <http://es.scribd.com/doc/3381141/Creatividad-empresarial>
- Mariño, J. O. (2010). *Efecto mediador de la innovación organizacional en la relación entre el entorno y el desempeño organizacional en empresas de servicios*. . ESADE.
- Martínez, E. R. (2007). *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones españolas*. BBVA.
- Martínez, L. (2006). *Gestión del cambio y la innovación en la empresa*. España: Ideaspropias.
- Moenaert, R., Robben, H., Gouw, P., & León. (s.f.). *Marketing con vision de futuro* . Madrid: ESIC.
- Montenegro, S. (20 de Agosto de 2010). *creatividad-empresarial*. Recuperado el 16 de Agosto de 2013, de *creatividad-empresarial*: <http://www.slideshare.net/silviayjuanda/la-creatividad-empresarial>
- Porter, H. B. (2006). *Administracion*. mexico: Cámara nacional de la industria.
- Ramírez, C. (2007). *Fundamentos de administración*. colombia: Ecoe.

- Ramos, C. P. (28 de Junio de 2011). *www.degerencia.com/*. Recuperado el 21 de Agosto de 2013, de *www.degerencia.com/...*: http://www.degerencia.com/articulo/competitividad_empresarial_un_nuevo_concepto
- Render, B. (2004). *Principios de administración de operaciones*. México: personed.
- Rodríguez, L. G. (2013). *www.nodo50.org/cubasigloXXI/congreso06/conf3_grodriguez.pdf*. Recuperado el 16 de Agosto de 2013, de *www.nodo50.org/cubasigloXXI/congreso06/conf3_grodriguez.pdf*: https://www.nodo50.org/cubasigloXXI/congreso06/conf3_grodriguez.pdf
- Rojas, J. P. (s.f.). *Principios de ética empresarial*. México: Selector.
- Sanchez Martorelli, J. R. (2013). *Indicadores de Gestión Empresarial: De La Estrategia a Los Resultados*. USA: palibrio.
- Schumpeter, J. A. (2007). *ministerio de la produccion*. Recuperado el 16 de Agosto de 2013, de *www.cadenasproductivas.org.pe/?q=node/91*: <http://www.cadenasproductivas.org.pe/?q=node/91>
- secretarias.com.ec. (Julio de 2013). *mitecnologico.com/igestion/Main/ConceptoEImportanciaDeGestionEmpresarial*. Recuperado el 14 de Agosto de 2013, de *mitecnologico.com*: <http://mitecnologico.com/igestion/Main/ConceptoEImportanciaDeGestionEmpresarial>
- SEGOVIA. (2010). *www.scrind.com*. Obtenido de *www.scrind.com*
- Tejada, B. D. (2007). *Administración de servicios de alimentación. Calidad, nutrición, productividad y beneficios*. Colombia: Universidad de Antioquia.
- Torrens, J. A. (2012). *upcommons.upc.edu/e-prints/.../500/.../Eficacia%20Empresarial%20.pdf*. Recuperado el 20 de Agosto de 2013, de *upcommons.upc.edu/e-*

prints/.../500/.../Eficacia%20Empresarial%20.pdf: <http://upcommons.upc.edu/e-prints/bitstream/2117/500/1/Eficacia%20Empresarial%20.pdf>

Torres, R. (22 de Noviembre de 2006). *cambio-e-innovacion-organizacional*. Recuperado el 14 de Agosto de 2013, de www.cambio-e-innovacion-organizacional: <http://www.slideshare.net/rosana271/cambio-e-innovacion-organizacional>

Vásquez Blömer, B., Escudero Serrano, M. J., & Gabín, M. A. (2010). *Administración y Gestión*. madrid: Nobel.

VAUTE, A. (2012). *ww.dspace.com*. Obtenido de ww.dspace.com

vega, r. (2012). *tuspreguntas.misrespuestas.com*. Recuperado el 21 de Agosto de 2013, de tuspreguntas.misrespuestas.com: <http://tuspreguntas.misrespuestas.com/preg.php?idPregunta=7832>

ANEXOS
Encuesta Clientes Internos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES INTERNO DE DOMINGO JEANS
DE LA CIUDAD DE AMBATO

OBJETIVO: Determinar la incidencia del desarrollo de innovación tecnológica en la productividad de DOMINGO JEANS.

Instructivo: Al ser anónima la encuesta se ruega contestarla con la mayor sinceridad. Ponga una x en la respuesta que crea conveniente.

1. **¿Los directivos de DOMINGO JEANS son promotores del cambio empresarial?**

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

2. **¿Existe un manejo adecuado de los recursos dentro de DOMINGO JEANS?**

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

3. **¿Las políticas empresariales de DOMINGO JEANS son adecuadas?**

Totalmente Adecuado	
Adecuado	
Casi Adecuado	
Casi Inadecuado	
Inadecuado	
Totalmente Inadecuado	

4. **¿El gerente promueve un adecuado desarrollo tecnológico en DOMINGO JEANS?**

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

5. **¿El recurso Humano en la empresa es participe de la innovación en DOMINGO JEANS?**

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

6. **¿Son administrados adecuadamente los recursos financieros de DOMINGO JEANS?**

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

7. **¿Con qué frecuencia se innovan los recursos tecnológicos en DOMINGO JEANS?**

Cada 6 meses	
De 1 a 2 años	
De 3 a 4 años	
De 5 a 6 años	
Nunca	

8. **¿Existe innovación empresarial en DOMINGO JEANS?**

Si	
No	
No sé	

9. **¿Se han aplicado la integración de conocimientos en DOMINGO JEANS?**

Si	
No	
No sé	

10. ¿DOMINGO JEANS posee eficiencia empresarial?

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

11. ¿Cómo calificaría usted el comportamiento empresarial de DOMINGO JEANS en el mercado?

Excelente	
Muy Buena	
Buena	
Regular	
Mala	

12. ¿Cómo calificaría Ud. la calidad de los productos ofertados en DOMINGO JEANS?

Excelente	
Muy Buena	
Buena	
Regular	
Mala	

13. ¿Con qué frecuencia existe innovación en los productos de DOMINGO JEANS?

Cada 6 meses	
De 1 a 2 años	
De 3 a 4 años	
De 5 a 6 años	
Nunca	

14. ¿Qué tan efectivo es la distribución de los productos de DOMINGO JEANS?

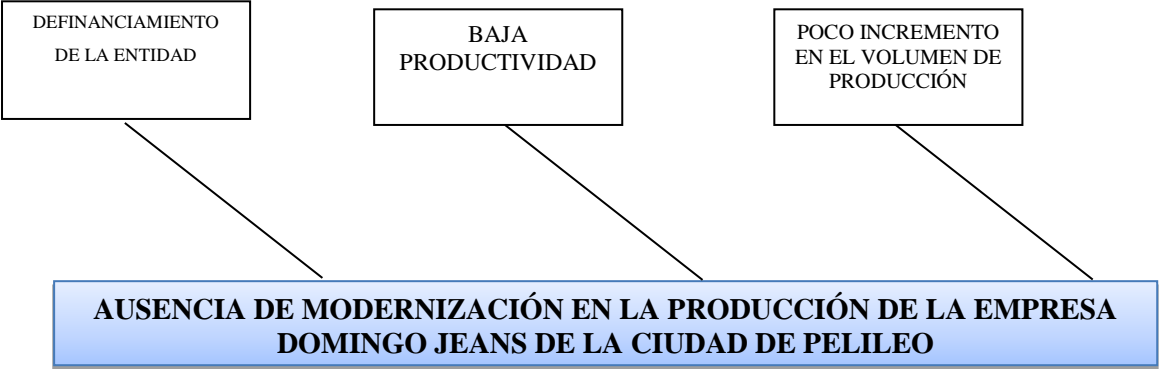
Muy efectivo	
Efectivo	
Casi efectivo	
Casi Inefectivo	
Inefectivo	
Muy inefectivo	

15. ¿Cómo calificaría usted a los precios de los productos de DOMINGO JEANS?

Excelente	
Muy Buena	
Buena	
Regular	
Mala	

ARBOL DE PROBLEMAS

EFFECTOS



PROBLEMA

CAUSAS

Gráfico N° 25 ARBOL DE PROBLEMAS
Elaborado por: Margarita Paulina Masaquiza Masaquiza (2014)

PROCESO DE PRODUCCION DE LA PRENDA JEANS

➤ CORTE



➤ DISEÑO





➤ AREA DE MAQUILADO







➤ UNION DE PIEZAS





➤ REPOCICION DE MATERIALES



➤ TERMINADO





➤ BODEGA



