

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS**



Facultad de
**Ciencias Sociales
y Humanísticas**



**“ANÁLISIS DE LA RELACIÓN DE LA CULTURA
ORGANIZACIONAL Y LA CAPACIDAD DE ABSORCIÓN DE
CONOCIMIENTO DE LAS PYMES DEL SECTOR PANIFICADOR DE
GUAYAQUIL”**

SEMINARIO DE GRADUACIÓN

Previa a la Obtención del Título de:
INGENIERO COMERCIAL Y EMPRESARIAL

Presentado por:
**STALIN GONZALO SANCHEZ PEREZ
MIRIAM RAQUEL FREIRE SANCHEZ**

Director:
Ph.D. DAVID SABANDO VERA

Guayaquil – Ecuador

2015

AGRADECIMIENTO

A Dios, porque de él depende cada logro alcanzado. A mis padres, por ser mi apoyo y ayuda diaria, son ellos quienes han sabido guiar mi camino desde niño. A mi amiga y compañera, por el trabajo en equipo y perseverancia impuesta durante la tesis y todo aquel que puso un granito en la elaboración de este trabajo.

Stalin Sánchez Pérez

Agradezco a Dios por haberme guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi compañía y fortaleza en los momentos de debilidad; por darme una vida llena de aprendizajes y experiencias. A mi mamá y abuelita por su apoyo incondicional, por los valores que me han inculcado y por darme la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. A Stalin por haber sido un buen amigo y compañero de tesis, por haber tenido la paciencia necesaria y por motivarme constantemente en la elaboración del proyecto.

Raquel Freire Sánchez

DEDICATORIA

En primer lugar a Dios por la perseverancia que ha impuesto en mí. A mis padres por todos sus consejos y apoyo incondicional, a ellos les debo todo, fueron los primeros en formarme como persona y también proveedores de recursos necesarios para mi estudio. Y en general a todos los que han aportado a finalizar esta etapa de mi vida.

Stalin Sánchez Pérez

Dedico este trabajo principalmente a Dios por haberme dado la vida, por permitirme llegar hasta este momento importante para mi formación profesional y mostrarme día a día que con paciencia y sabiduría todo es posible. A mi mamá y abuelita que son los dos pilares más importantes y mi razón para seguir superándome día a día; quienes con su amor y apoyo incondicional estuvieron conmigo en el transcurso de mi vida estudiantil. Y a mis compañeros y amigos porque sin el equipo que formamos no habiéramos alcanzado esta meta.

Raquel Freire Sánchez

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

M.B.A. Jenny Tola Cisneros

Presidente

Ph.D. David Sabando Vera

Director

Ph.D. Pedro Fabricio Zanzzi Díaz

Vocal

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad del contenido de este Trabajo de Titulación, corresponde exclusivamente a los autores; y al patrimonio intelectual de la misma Escuela Superior Politécnica del Litoral".

Stalin Sánchez Pérez

Raquel Freire Sánchez

RESUMEN

El presente análisis se desarrolló con el propósito de estudiar la estructura de las PYMES del sector panificador en la ciudad de Guayaquil, con el fin de determinar factores importantes de la capacidad de absorción de conocimiento de las mismas y la influencia de la cultura organizacional en las empresas. Actualmente, las PYMES que lideran en este sector y todas en general tienen previsto que el conocimiento es esencial para lograr una buena conexión con sus clientes. Es necesario realizar cambios significativos o innovar productos, procesos productivos, comercialización y estructura organizacional. Pese a que las PYMES del sector de panadero- pastelero se ha detectado un enfoque solo en el producto ofertado; dándole una menor importancia a la cultura organizacional. El conocimiento es uno de los recursos con mayor demanda e importancia en la economía, dado que genera ventaja frente a los competidores. Por lo tanto, para adquirir datos e información para nuestro estudio se inició con una investigación cuantitativa basada en la lectura de algunos proyectos sobre cultura organizacional y capacidad de absorción. Se realizó un estudio exploratorio como descriptivo, para obtener información acerca del mercado objetivo, características del sector, perfiles; aplicando las encuestas como parte de la metodología del proyecto. Se utilizó el Modelo Logit con el objetivo de proporcionar como resultado un índice, donde los determinantes son conocidos, lo que permite generar ordenaciones y facilitan, con algún método de estratificación, crear clasificaciones en las que se le relaciona a cada elemento una calificación. De igual manera como soporte al proyecto se presentará el análisis descriptivo de la información recopilada. Por esto, los resultados de la ardua investigación demuestran que la capacidad de absorción depende significativamente del nivel de importancia que le den al factor innovación comercial, al gasto en la formación del personal y alianza con sujetos de estudio, más específicamente con centro de educación superior.

ABSTRACT

This analysis was developed with the purpose of studying the structure of SMEs in the bread industry in the city of Guayaquil, in order to determine important factors absorptive capacity of knowledge of them and the influence of organizational culture on companies. Currently, SMEs leading in this area and all generally have foreseen that knowledge is essential for a good connection with your customers. You need to make significant changes or innovative products, production processes, marketing and organizational structure. Although the SMEs in baker pastry sector has detected a focus only on the product offered; giving less importance to organizational culture. Knowledge is one of the most demanded resources and importance in the economy, since it generates advantage over competitors. Therefore, to acquire data and information for our study began with a quantitative research based on reading some projects on organizational culture and absorbency. An exploratory and descriptive study was conducted to obtain information about the target, industry characteristics, market profiles; applying surveys as part of the project methodology. Where logit model with the aim of providing an index as a result, where the determinants are known was used, thereby generating and facilitate arrangements, with some stratification method in which create classifications is associated to each item a rating. Similarly as project support descriptive analysis of the information collected will be presented. Therefore, the results of painstaking research show that absorptive capacity depends significantly on the level of importance they give to commercial innovation factor, expenditure on staff training and alliance with study subjects, more specifically higher education center .

CONTENIDO

AGRADECIMIENTO	I
DEDICATORIA	III
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN	IV
DECLARACIÓN EXPRESA	V
CONTENIDO	VIII
RESUMEN	VI
ABSTRACT	VII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
ÍNDICE DE CUADROS	XV
ABREVIATURAS/ SIGLAS	XVI
CAPITULO I	1
1.1 ANTECEDENTES.....	1
1.2 DEFINICION DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1 Planteamiento del Problema.....	3
1.2.3 Descripción del Problema.....	4
1.3 OBJETIVOS.....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
1.4 JUSTIFICACION.....	5
1.5 ALCANCE DEL ESTUDIO.....	6
1.5.1 Alcances.....	6

CAPITULO II	7
2.1 IMPORTANCIA DEL CONOCIMIENTO.....	7
2.1.1 Sociedades de la Información del Conocimiento.....	7
2.1.2 Definiciones de Innovación	8
2.1.3 Importancia de la Información.....	9
2.2 CAPACIDAD DE ABSORCIÓN DE CONOCIMIENTO DE LAS EMPRESAS	10
2.2.1 Otras Definiciones de Capacidad de Absorción.....	10
2.2.2 Factores de la Capacidad de Absorción.....	11
2.2.3 Estudios sobre la Capacidad de Absorción.....	13
2.3 CULTURA ORGANIZACIONAL.....	15
2.3.1 El desarrollo del concepto de la cultura organizacional	15
2.3.2 Funciones de la cultura organizacional	17
2.3.3 Importancia del estudio de la cultura organizacional	18
2.3.4 Tipos de cultura organizacional	19
2.4 LAS PYMES Y SU DESARROLLO.....	21
2.4.1 Definición de PYMES.....	21
2.4.2 PYMES a nivel Mundial.....	22
2.4.3 PYMES y su desarrollo en Ecuador	23
2.5 El sector panificador guayaquileño.....	27
CAPITULO III.....	32
3.1.1 TAMAÑO.....	33
3.1.2 Carácter familiar	34
3.2 DESCRIPCION DE LA MUESTRA.....	34
3.3 INFORMACIÓN PRIMARIA.....	36
3.3.1 Encuesta y estructura.....	36

3.4	INFORMACIÓN SECUNDARIA.....	45
3.5	DESCRIPCIÓN DEL MODELO.....	45
3.5.1	Descripción del modelo Logit dicotómico.....	46
3.5.2	Aplicación del modelo.....	46
3.5.3	Modelo Propio	50
	CAPITULO IV	51
4.1	ANÁLISIS DESCRIPTIVO	51
4.1.1	Introducción.....	51
4.1.2	Adquisición.....	56
4.1.3	Asimilación.....	58
4.1.4	Explotación.....	67
4.2	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DEL MODELO LOGIT	68
4.2.1	MODELO 1: Con variables asociadas a la cultura organizacional.	68
4.2.2	MODELO 2: Conjunto total de variables sobre la capacidad de absorción	70
	CAPITULO V.....	76
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	76
	REFERENCIAS	80
	ANEXOS.....	88
	ANEXO 1. FORMATO DE ENCUESTA	88
	ANEXO 2. FORMATO DE ENCUESTA	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Era de las sociedades	2
Gráfico 2: Panaderías - Pastelerías	3
Gráfico 3: Funciones de la cultura organizacional.....	18
Gráfico 4: Tipo de Cultura Organizacional.....	19
Gráfico 5: Concentración de PYMES por provincias.....	23
Gráfico 6: Concentración de PYMES diferencias entre pequeñas y medianas empresas	24
Gráfico 7: Composición de las PYMES y sus ingresos por sector económico, año 2012	25
Gráfico 8 Crecimiento real de los ingresos de las PYMES por sector, año 2012.....	25
Gráfico 9. Empresas Innovadoras por actividades económicas, año 2009-2011	27
Gráfico 10: Panaderías a Nivel Nacional, Año 2009	33
Gráfico 11: Categorías de Empresas Panificadoras en porcentajes	35
Gráfico 12 Comparación entre Reclutamiento y Selección.....	42
Gráfico 13: Importancia de innovación en general	52
Gráfico 14: Innovación en producto.....	53
Gráfico 15: Innovación comercial	54
Gráfico 16: Importancia de la Capacidad de absorción.....	55
Gráfico 17: Importancia de Investigación y desarrollo	56
Gráfico 18: Gasto significativo en formación del personal	58
Gráfico 19: Formación del gerente o tomador de decisiones	59
Gráfico 20: Grado de Planificación del Personal.....	61
Gráfico 21: Grado de Diseño del puesto de trabajo	62

Gráfico 22: Grado de formación del personal	63
Gráfico 23: Grado de Evaluación del desempeño del personal	65
Gráfico 24: Tipología de la empresa	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Algunas variables relacionadas con la capacidad de absorción	12
Tabla 2: Gasto en Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación-Ecuador.....	14
Tabla 3: DUMMY de frecuencia	47
Tabla 4: DUMMY de frecuencia	47
Tabla 5: DUMMY de variable alianza	48
Tabla 6: DUMMY del máximo tomador de decisiones	48
Tabla 7: DUMMY del porcentaje del personal con estudios universitarios terminados.....	49
Tabla 8: DUMMY de años de actividad de la empresa	49
Tabla 9: DUMMY de tipología de la empresa.....	50
Tabla 10: Importancia de innovación en general	52
Tabla 11: Innovación de producto.....	52
Tabla 12: Consideración de innovación en procesos	53
Tabla 13: Innovación comercial.....	54
Tabla 14: Innovación organizativa	54
Tabla 15: Importancia de la Capacidad de absorción.....	55
Tabla 16: Importancia de Investigación y desarrollo	56
Tabla 17: Gasto significativo en compra de maquinarias.....	57
Tabla 18: Gasto significativo en compra de tecnología	57
Tabla 19: Gasto significativo en formación del personal	57
Tabla 20: Formación del gerente o tomador de decisiones	58

Tabla 21: Personal con estudios de tercer nivel terminado	59
Tabla 22: Años de Actividad empresarial	60
Tabla 23: Cuenta con departamento Técnico	60
Tabla 24: Algún empleado realiza publicaciones	60
Tabla 25: Grado de Planificación del Personal.....	61
Tabla 26: Grado de Diseño del puesto de trabajo	62
Tabla 27: Grado de Reclutamiento y selección del personal.....	63
Tabla 28: Grado de formación del personal	63
Tabla 29: Grado de incentivo de carreras profesionales	64
Tabla 30: Grado de Evaluación del desempeño del personal	64
Tabla 31: Grado de Desarrollo de actividades de relaciones laborales.....	65
Tabla 32: Grado de desarrollo de la gestión de riesgo	66
Tabla 33: Desarrollo tecnológico protegido con patentes	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 34: Tipología de la empresa	67

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Resumen del procesamiento de los casos (modelo 1).....	68
Cuadro 2: Variables que no están en la ecuación (modelo 1).....	69
Cuadro 3: Pruebas ómnibus sobre los coeficientes del modelo 1	69
Cuadro 4: Matriz de correlaciones (modelo 1)	70
Cuadro 5: Prueba de omnibus para cada una de las variables	71
Cuadro 6: Resumen del procesamiento de los casos (modelo 2).....	72
Cuadro 7: Variables utilizadas en el modelo 2	72
Cuadro 8: Pruebas ómnibus sobre los coeficientes del modelo 2	73
Cuadro 9: Resumen del modelo	73
Cuadro 10: Tabla de clasificación.....	73
Cuadro 11: Variables en la ecuación.....	74
Cuadro 12: Análisis de signos.....	74

ABREVIATURAS/ SIGLAS

UNESCO	Organización Mundial de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
TIC	Tecnologías de la Información y la Comunicación
EEES	Espacio Europeo de Educación Superior
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censo
CIS	Centro de Investigaciones Sociológicas
Senescyt	Secretaría de Educación Superior, Ciencia y Tecnología
SRI	Servicio de Rentas Interna
NIIF	Normas Internacionales de Información Financiera
SIGWEB	División Difusión y comunicación
BPM	Buenas Prácticas de Manufactura
WIPO	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 ANTECEDENTES

A nivel mundial los mercados han presentado cambios a lo largo del tiempo. La dinámica de mercados ha obligado a los entornos económicos y sus componentes a realizar transformaciones orientadas al progreso. Todo entorno económico es principalmente formado por empresas, estas empresas tienen la obligación de reajustarse inmediatamente a las nuevas necesidades que presentan los mercados. (Vermuelen , 2004, págs. 43-50)

Las empresas deben lograr un correcto acoplamiento a las necesidades de los clientes, por tanto es necesario realizar cambios que representen mejoras significativas en todo el ámbito empresarial; es decir: en el producto que ofrecen, en los procesos productivos, en la comercialización y estructura organizacional. (Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, 1911, pág. 1)

A este fenómeno se le denomina innovación. A breves rasgos resulta fácil de conseguir en por lo menos una de las partes antes indicadas. Sin embargo, los tiempos han cambiado y su nivel de complejidad va en aumento, al igual que los requerimientos de los clientes. Esto ha ocasionado que en la actualidad mientras mayor conocimiento del mercado se posea, la precisión de las decisiones y estrategias tomadas sea más efectiva.

En décadas anteriores el entorno económico se situaba en una sociedad agrícola donde el elemento más importante era la tierra. Luego, los avances tecnológicos y la

revolución industrial provocaron un desarrollo importante en la economía a nivel mundial, al impulsar la producción en masa y con esto abarcar toda la demanda del mercado a un menor costo de producción. No obstante, hoy en día esto no es suficiente debido al cambio generacional encaminado hacia la sociedad de la información y del conocimiento, donde el factor más importante en esta sociedad es el hombre como tal, con su capacidad de análisis y su talento para generar conocimiento. (Cabero & Llorente, 2011, 1-2)

Gráfico 1.1: Era de las sociedades



Fuente: (Cabero & Llorente, 2011.)

En la actualidad para las empresas líderes y todas en general el conocimiento y la información que dispongan es esencial y por tanto el análisis sobre este tema toma mayor relevancia dando lugar a nuevos términos. Precisamente relacionado a este tema Cohen y Levinthal fueron quienes introdujeron el término “Capacidad de absorción del conocimiento”.

Lo anterior se acuña explicando que indica el nivel de conocimiento que aprovechan las empresas, a través de un cumulo de variables asociadas a la misma y sus vínculos.

Todas las variables son valiosas de analizar, sin embargo la importancia del conocimiento y de su interpretación tiene un peso fundamental en los empleados y la forma institucional de la empresa, en pocas palabras en sus capacidades organizacionales.

En Ecuador se ha minimizado la trascendental importancia de las estrategias organizacionales y siempre el enfoque se ha orientado hacia el producto o servicio.

Guayaquil es la ciudad más poblada del país, provocando un incremento en la cantidad de productos o servicios demandados en la localidad, lo que a su vez ayuda al incremento de negocios con productos de primera necesidad. De forma interesante uno de los negocios que predomina en el sector manufacturero es el panadero-pastelero, que concentra en tal ciudad su base más importante: un 22,47% del total existente en territorio ecuatoriano. (<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/una-ciudad-de-las-panaderias-500357.html>)

Este estudio tiene como finalidad evaluar el nivel de capacidad de absorción del conocimiento en la PYMES panaderas-pasteleras de la ciudad de Guayaquil a través de sus capacidades organizacionales y los factores que la afectan o afecten, con el propósito de informar a este sector de sus falencias y fortalezas de actual estrategia organizacional.

Gráfico 1.2: Panaderías - Pastelerías



Fuente: (www.urdesa.com)

1.2 DEFINICION DEL PROBLEMA

1.2.1 Planteamiento del Problema

Existe deficiencia en la capacidad de absorción por la falta de estrategias organizacionales en la PYMES panaderas-pasteleras de la ciudad de Guayaquil.

1.2.2 Pregunta de Investigación

¿Cómo afectan las capacidades organizacionales en la capacidad de absorción de las PYMES panaderas-pasteleras de Guayaquil?

1.2.3 Descripción del Problema

El problema está en la falta de estudios sobre la capacidad de absorción y las determinantes que ayudan a impulsar o disminuir su nivel, aun sabiendo que proporciona una mayor ventaja competitiva. (Fernández Alarcón, 2005, pág. 7)

En las PYMES del sector panadero-pastelero de Guayaquil ha existido un mayor enfoque en el producto que ofrecen, dejando a un costado la cultura organizacional e impidiendo un mayor nivel de identificación, adquisición, y explotación del conocimiento. (Marco & Giovanni, 2011, pág. 22)

El enfoque actual de la sociedad se centra en la información y el conocimiento pues proporciona pautas para estrategias valiosas, sin embargo, esta dependerá de la idoneidad del personal y estrategias institucionales; componentes de la cultura organizacional.

Las PYMES panaderas-pasteleras presentan dificultad en la falta de conocimiento en cultura organizacional y sus elementos, ignorando de sus falencias en esta área. (Delgado Viteri, 2007, pág. 67)

Por tanto, este estudio plantea identificar e informar sobre las fortalezas y falencias en la cultura organizacional de las PYMES del sector panadero-pastelero evidenciando su nivel de capacidad de absorción.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Determinar los factores relevantes de la capacidad de absorción de conocimiento de las PYMES del sector de panificación y la influencia de la cultura organizacional en el desarrollo de la capacidad de absorción.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar revisión de la literatura sobre capacidad de absorción y cultura organizacional de las empresas.
- Analizar la estructura de las PYMES del sector panificador en Guayaquil.

- Establecer la situación actual de la capacidad de absorción de las empresas del sector panificador.
- Realizar levantamiento de información primaria y secundaria del sector panificador sobre aspectos de la capacidad de absorción y la cultura organizacional.
- Realizar las variables involucradas en el desarrollo de la capacidad de absorción y la cultura organizacional del sector.

1.4 JUSTIFICACION

A continuación, se detalla los siguientes motivos para justificar que este estudio deba efectuarse:

- **Justificación Teórica**

La presente investigación busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos relacionados a la cultura organizacional dentro de una empresa (PYME), encontrar explicaciones tanto a situaciones internas de la misma, como las de su entorno (tecnología, competencia, entre otras), que se vean afectadas por las capacidades de la misma índole (organizacionales) y de absorción de conocimiento que involucran a la empresa local. Ello permitirá contrastar diferentes conceptos de la administración a una realidad más concreta: la empresa (PYME) panadero-pastelero de Guayaquil. Si bien existen trabajos que abordan la temática de estas mencionadas relaciones y la absorción de conocimiento, no hay registro de aquellos que se enfoquen en este aspecto en particular

- **Justificación Práctica**

Teniendo en cuenta los objetivos del presente estudio, su resultado permite encontrar soluciones a los problemas de cultura organizacional y estructura interna, que intervienen claramente en los resultados de la empresa mediante una mejora en la absorción de conocimiento.

Con dichos resultados sería posible proponer cambios en estos cimientos que regulan los procesos empresariales de las PYMES (extrapolación de los resultados a PYMES o empresas de otro rubro o sector económico).

- **Justificación Metodológica**

Con el propósito de cumplir los objetivos de estudio, se han empleado técnicas de investigación como las encuestas para poder medir la capacidad de absorción de conocimiento de las organizaciones empresariales del ámbito panadero-pastelero de Guayaquil. Con ello se pretende conocer la realidad de las relaciones organizacionales actuales de la empresa (PYME) y como se ven afectadas por el tema de estudio.

- **Justificación Económico-Social**

El presente estudio tiene un fuerte motivo económico-social, ya que se basa en la empresa del sector panadero-pastelero de Guayaquil, la ciudad más poblada de Ecuador y que abarca un 22,47% del total existente en territorio ecuatoriano. (<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/una-ciudad-de-las-panaderias-500357.html>)

Por tanto, mejoras en este sector empresarial podrían ayudar a un crecimiento económico tanto local como a nivel nacional y poder extrapolar el modelo a otros tipos de empresas u organizaciones.

1.5 ALCANCE DEL ESTUDIO

1.5.1 Alcances

- El presente estudio explorará el mercado panadero-pastelero de Guayaquil, localidad donde se concentra el mayor porcentaje de este mercado a nivel nacional y es tema de cómo una mejora en la absorción del conocimiento puede mejorar las relaciones organizacionales dentro de la misma, su rendimiento y estructura interna, la que hoy en día sólo se centra en el producto final y no en estos puntos ya mencionados.
- La investigación abarca únicamente a las empresas dedicadas al rubro de alimentos de origen panadero-pastelero en Guayaquil.

CAPITULO II

REVISION DE TRABAJO PREVIOS

2.1 IMPORTANCIA DEL CONOCIMIENTO

Por la gran dinámica de los mercados se ha generado una elevada competitividad entre las empresas en estas últimas décadas. Son las empresas las que tienen que cambiar y acoplarse para suplir las necesidades bajo las condiciones que presente el mercado. (González y Hurtado, 2014, págs. 277-286)

Antiguamente el entorno económico se desarrollaba en una sociedad industrial, donde las empresas se enfocaban única y exclusivamente en generar productos en gran volumen (Instituto Bachiller Sabuco Albacete, s.f., pág. 1). Mientras en la actualidad se habla de la sociedad de la información y del conocimiento, dando de esta manera mayor relevancia a estudios e investigaciones y más específicamente a los resultados e información que se pudieren generar de estos. (<http://profvillafane.blogspot.com/2008/05/la-importancia-del-conocimiento-en.html>)

2.1.1 Sociedades de la Información del Conocimiento

Las sociedades del conocimiento abarcan mucho más que sólo información de hecho engloban transformaciones sociales y culturales que fomenten un desarrollo sostenible, que es donde se fundamentan las bases de dichas sociedades del conocimiento y el libre acceso a la información. (UNESCO, 2005, págs. 17-24)

En las sociedades del conocimiento no existen marginados, la información es de carácter público y de libre acceso para todos quienes la conforman. Estas sociedades se distinguen de cualquier otra porque gozan de características integradoras y participativas entre jóvenes y personas ya bastante adultas. (UNESCO, 2005, págs. 17-24)

Peter Druker refiriéndose a las sociedades del conocimiento dijo que se ha reemplazado el trabajo por conocimiento. (The Age of Social Transformation, 1994, pág. 55)

Es esencial el aprovechamiento de este tipo de sociedad porque en consecuencia todo tipo de información resulta de vital importancia para la toma de decisiones en cualquier ámbito o entorno, debido a ello para los principales tomadores de decisiones el libre acceso a la información juega un papel esencial. En este mundo de constante cambio, el poder entender e interpretar el conocimiento presente en el entorno puede ayudar a determinar la capacidad de innovación de las compañías.

Sin lugar a dudas la presencia de innovación en cualquier empresa transmite seguridad hacia el mercado, sin embargo por falta de información y conocimiento se puede ver diluida.

2.1.2 Definiciones de Innovación

El austro-americano Joseph Schumpeter propuso que innovación no es solo la creación de un invento, este concepto también corresponde a las invenciones y modificaciones pro mejoras en las características técnicas y organizaciones de los procesos de producción. Por tanto a Joseph Schumpeter se lo considera como uno de los principales formadores del concepto de innovación. (Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, 1911, pág. 1) Sin embargo para tener una noción más amplia sobre la innovación será definida según varios autores a través del tiempo, donde se apreciaran los cambios significativos que han presentado las definiciones en este campo.

Freeman definía a la innovación como sumar la tecnología que existía en aquel momento para mejorar o crear nuevos productos o procesos. En aquella época solo se evaluaba el factor tecnología lo cual contrasta con los conceptos actuales de innovación. (Unemployment and Technical Innovation: a Study of Long Waves in Economic, 1982, pág. 8)

En tiempos actuales Alfredo Villafañe, señala que partiendo del nuevo concepto de innovación, dice que está estrechamente relacionada a la creatividad del actual estado político-económico para incorporar y dominar nuevos enfoques o tendencias de los actores que en conjunto componen la economía. (<http://profvillafane.blogspot.com/2008/05/la-importancia-del-conocimiento-en.html>)

Entonces la importancia de la innovación radica en que posibilita a las organizaciones hacer frente a las variantes que presenta el mercado de manera oportuna, con el único objetivo de obtener ventajas frente a la competencia. (Vermuelen , 2004, págs. 43-50)

Si se sigue el patrón de los elementos relaciones hasta ahora, se puede percibir que la innovación depende directamente del conocimiento y la ventaja competitiva depende de la innovación. Entonces a simple vista se percibe que un individuo u organización que desea tener una amplia ventaja frente a su competencia deberá tener una mayor cantidad de información que pueda transformar en conocimiento aplicable.

2.1.3 Importancia de la Información

Referente a la importancia de la información en la economía, esta ha jugado un papel fundamental esencialmente a partir de 1970, cuando finalizaba la era industrial. Kruster Krüger (El concepto de 'Sociedad del conocimiento', 2006, pág. 3) puso en relevancia tres puntos por los cuales se detectó la importancia de la información, estos son:

- Se incrementaron los gastos en investigación y desarrollo por parte de las entidades públicas y a su vez de las entidades privadas.
- Se propagaron las empresas de servicios, cabe recalcar que a este sector pertenecen las empresas que prestan en servicios sus conocimientos.
- Se incrementó en el número de profesionales.

Además González y Hurtado (Influencia de la capacidad de absorción sobre la innovación: un análisis empírico en las mipymes colombianas, 2014, págs. 277-286) expresaron que la propagación del conocimiento aumenta la productividad empresarial, lográndose esta propagación por acuerdos entre instituciones y cooperación entre las mismas.

2.2 CAPACIDAD DE ABSORCIÓN DE CONOCIMIENTO DE LAS EMPRESAS

Teniendo en cuenta que antes se habló de las sociedades del conocimiento y encontrándose en todo su apogeo, se deduce que en la actualidad el conocimiento es un recurso altamente demandado y de suma importancia en todas las economías.

Dado que el conocimiento proporciona una fuerte ventaja frente a los competidores, se ha llegado a convertir en un recurso de extrema importancia. Sin lugar a dudas esta relevancia ha dado origen a la definición de un nuevo concepto denominado capacidad de absorción.

Los principales formadores de este concepto Cohen y Levinthal ("Absorptive Capacity: A new perspective on learning and innovation", 1990, págs. 128-152), definieron la capacidad de absorción del conocimiento como la habilidad que tienen las empresas para identificar, asimilar y aplicar la información que se encuentra disponible, utilizándola con propósitos comerciales. En caso de que una empresa o institución lleve a cabo todos los puntos que componen ese proceso, lograra impulsar en mayor medida la capacidad de innovación de esta institución. Es así que se encuentran relacionados la capacidad de absorción del conocimiento con la capacidad de innovación, que puede ser de cualquier tipo: productos o procesos.

2.2.1 Otras Definiciones de Capacidad de Absorción

Existen otras definiciones e interpretaciones sobre la capacidad de absorción, una de estas fue propuesta por los autores (Mowery & Oxley, 1995), para quienes es un conjunto de cualidades y destrezas útiles para saber administrar la parte del conocimiento que no se encuentra totalmente lista para ser asimilado. En otras palabras es la capacidad de identificación y extracción de conocimiento a partir de información bruta proveniente del entorno.

Mientras que otros autores dividieron a la capacidad de absorción en dos partes: capacidad potencial y capacidad realizada. La capacidad potencia abarca la obtención y comprensión, la capacidad realizada engloba la transformación y explotación del conocimiento. (Zahra & George, Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension, 2002, págs. 185-203)

Todas estas definiciones reflejan que la capacidad de absorción dependerá de un proceso cognitivo e investigaciones sobre el progreso de la memoria han demostrado que con gran cantidad de conocimientos previos se desarrolla una mayor capacidad generar conocimiento nuevo o entender el ya existente. Por esta razón se debe aclarar que todas las empresas tendrán diferente capacidad de absorción aunque se desarrollen en un mismo sector. “las capacidad de absorción son específicas de cada empresa”. (Heterogeneity in Knowledge Spillovers: Evidence From Firm Location Decision, 2003, pág. 3)

2.2.2 Factores de la Capacidad de Absorción

El hecho de que la capacidad de absorción sea específica de cada empresa indica que depende de algunos factores. Estos factores se dividen en tres grandes grupos que son: sus bases en conocimiento, capacidades tecnológicas y capacidades organizacionales. Estos factores se definirán a continuación:

- **Las bases de conocimiento** apuntan a toda la información que la empresa es capaz de convertir en conocimiento y a su capacidad para encontrar soluciones innovadoras. (Technological paradigms and technological trajectories. A suggested interpretation of the determinant and direction of technical change, 1982, págs. 147-162) Estas bases del conocimiento son propias de cada empresa, producto de su dependencia en la trayectoria de la compañía y de su proceso de aprendizaje continuo.
- **La capacidad tecnológica** es la cualidad de las empresas para usar de manera efectiva del conocimiento asociado a las tecnologías, dicho de otra manera es la capacidad para acoplarse a nueva tecnología o incluso crearla. Con el propósito de elaborar nuevos productos o mejorar procesos, como respuesta a los constantes cambios del ambiente económico. (Imitation to Innovation: The Dynamics of Korea's Technological Learning, 1997, pág. 4)
- **Las capacidades organizacionales** se relacionan con la facilidad de adaptar y utilizar conocimiento nuevo, esencialmente a la habilidad de coordinar los procesos de la empresa a nivel horizontal y vertical, las cuales son dinámicas debido a la competencia que enfrentan las empresas. (Lazonick, 1993, pág. 8)

Vale tener claro que de la misma forma en que diferentes autores definieron el término capacidad de absorción, también han mostrado ciertas diferencias en la división de los factores que componen dicho término.

Tabla 2.1: Algunas variables relacionadas con la capacidad de absorción

FACTOR DE PRIMER ORDEN	VARIABLES MANIFIESTAS
Movilidad del propietario	<ul style="list-style-type: none"> Años de experiencia del propietario Experiencia en EG Experiencia en cargos de gerencia Número de cursos externos
Movilidad y capacitación de los empleados en EG	<ul style="list-style-type: none"> N° de empleados de PYMES capacitados por EG Importancia de la capacitación de los empleados por EG N° de empleados con experiencia en EG
Formalización de los vínculos establecidos con clientes	<ul style="list-style-type: none"> Años de la relación con clientes Establecen contratos formales Establecen relaciones informales
Tipo de vínculos establecidos con clientes	<ul style="list-style-type: none"> Calibran los equipos Certifican los productos Comparten capacidades de producción Comparten capacidades de diseño Apoyan la incorporación de sus tecnologías Apoyan en el diseño de su planta Han proporcionado equipos Permiten el acceso a su planta Proporcionan asesoría técnica Desarrollan proyectos conjuntos Comparten conocimiento para exportar Muestran apertura a recomendaciones del proveedor Ventajas por proximidad de clientes

Fuente: (Sistemas regionales de innovación: un espacio para el desarrollo de las PYMES, Cap.7, Claudia de Fuentes, 2008).

Sin embargo todos estos factores pueden ser encasillados dentro de alguno de los grandes grupos propuestos por Claudia de Fuentes en su artículo, “Sistemas regionales de innovación: un espacio para el desarrollo de las PYMES”. En el artículo se detallan cuatro grandes grupos, y estos divididos en otras variables que estudiadas en conjunto permiten determinar los niveles de capacidad de absorción de dicho gran grupo. Así por ejemplo la movilidad del propietario es explicada por factores como: sus años de experiencia, experiencia en cargos de gerencia, número de capacitaciones externas que haya realizado. (Véase la tabla 2.1.).

2.2.3 Estudios sobre la Capacidad de Absorción

Según Cohen y Levinthal ("Absorptive Capacity: A new perspective on learning and innovation", 1990, págs. 128-152), una empresa con una alta capacidad de absorción tendrá una mayor capacidad para innovar. Esta afirmación fue corroborada a partir de varias investigaciones.

Escribano, Fosfuri y Tribo (Managing External Knowledge flows: The moderating role of absorptive capacity, 2009, págs. 96-105), realizaron un estudio de tipo cuantitativo, donde investigaban si la capacidad de absorción ayudaba a una mejor administración del conocimiento externo, intentando demostrar que la innovación no es independiente de la capacidad de absorción.

El estudio parte desde una muestra de 2.265 entidades españolas extraídas de la base del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) del año 2000 y 2002. Los resultados que arrojó indicaron una mayor ventaja competitiva en empresas con mayor capacidad de absorción, esencialmente en sectores donde la constante renovación del conocimiento es imprescindible. (Escribano, Fosfuri, & Tribó, 2009, págs. 96-105)

Cabe recalcar que los análisis sobre este tema son relativamente pocos, y más aún en el ambiente ecuatoriano.

No obstante en Ecuador en los próximos años probablemente se verá impulsada la capacidad de absorción de las empresas poseedoras de una base de conocimientos estables, debido al cambio de estrategias de la matriz productiva que comprende el conocimiento, la innovación, la tecnología y la ciencia. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014) Aun notándose que estos factores son esenciales para un mayor crecimiento

económico se han visto opacados en años anteriores, recibiendo una baja e insuficiente inversión opacando su desarrollo.

(<http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/invencion-e-innovacion-ganan-terreno-en-el-ecuador.html>)

Entiéndase por matriz productiva al total de interacciones realizadas por los elementos de la sociedad que intervienen en la generación de proceso productivo, con la utilización de todos y cada uno de los recursos a su disposición. (Perspectiva Económica del Ecuador: La Matriz Productiva 2014, 2014, págs. 1-3)

A continuación en la tabla 2.2 se exponen los de gastos de ciencia, tecnología e innovación. Del Ecuador para el año 2011:

Tabla 2.2: Gasto en Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación-Ecuador

TIPO DE GASTO	2011 (MILLONES DE DÓLARES)	% DEL PIB
Investigación y desarrollo	269,47	0,35%
Otras actividades de ciencia y tecnología	42,66	0,06%
Otras actividades de Innovación	898,4	1,17%
Total	1210,53	1,58%

Fuente: (INEC, Senescyt, Encuesta de actividades de ciencia, tecnología e innovación 2009-2011)

En Ecuador referente a la inversión en investigación y desarrollo (I+D) se destinaron US \$ 269,47 millones o lo que representa el 0,35% del PIB, según una encuesta aplicada entre el año 2009 y 2011 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y la Secretaría de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (Senescyt). Pero una de las metas fijadas por el actual Gobierno es que el gasto en I+D ascienda a 1,5% del PIB en los próximos años. (El Telégrafo, 2014)

Sin embargo la investigación y desarrollo es solo uno de los factores que componen la capacidad de absorción y por la falta de una sólida estructura organizacional pueden estar indispuestas de obtener de forma óptima el conocimiento.

2.3 CULTURA ORGANIZACIONAL

2.3.1 El desarrollo del concepto de la cultura organizacional

El estudio de la cultura organizacional nace de la antropología desde el siglo XIX. Ciertos autores han definido la cultura organizacional de la siguiente manera (Joyas, pág. 7):

“Todo ese complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otras capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembros de una sociedad”. (Taylor, 1871, citado por Joyas y Aguilar, pág. 7)

“Y no es algo que se hereda en su totalidad, pues la cultura es dinámica y transformada día a día por las decisiones que se toman”. (Schneider Bem, 2007, pág. 251)

Siguiendo con el desarrollo de la conceptualización de cultura organizacional se destaca que Roethlisberger y Dickson y Mayo, fundadores de una escuela de relaciones humanas en administración, uno de los temas que profundizaron en sus investigaciones son las normas de los grupos de trabajo en el desempeño de sus actividades. (Anabella Dávila, 1999, pág. 18)

Luego, en el año 1948 se destacó la importancia de las estructuras informales en organizaciones. De cualquier manera, estos estudios formaron parte de la base para una investigación de los elementos culturales en las organizaciones. Sin embargo, en la década de los ochenta el concepto de cultura organizacional fue descubierto y conocido a nivel empresarial.

La mayoría de los autores o investigadores relacionan la cultura organizacional con la ciencia social y ciencia de conducta, en el año de 1993 Davis manifestó: “La cultura es la conducta convencional de una sociedad, e influye en todas sus acciones a pesar de que rara vez ésta realidad penetra en sus pensamientos conscientes”. (Davis, 1993; citado por Luna & Pezo, 2005, pág. 67)

El autor se basa en que las personas asumen fácilmente su cultura, dándoles seguridad y posición en cualquier lugar que se encuentren. Siendo de esta manera que las definiciones de cultura están reconocidas por los sistemas dinámicos de las empresas, debido a que los valores se pueden modificar según el aprendizaje continuo de las personas.

Delgado (1990) mantiene que: “La cultura es como configuración de una conducta aprendida, cuyos elementos son compartidos y transmitidos por los miembros de una comunidad”. (Delgado, 1990; citado por Luna & Pezo, 2005, pág. 67)

Existen diversas etapas que atravesó la aplicación del concepto de cultura organizacional según Amador en el año 1999 (Gómez, 2003; Bernabeu, 2003, pág. 134):

- Enamoramiento: muchos de los académicos relataron acerca de la relevancia de la cultura para comprender la vida organizacional e importancia dentro del rendimiento de la empresa.
- Desencanto: En la relación entre cultura y rendimiento financiero causa una limitación conceptual, científica y metodológica.

Pese a la segunda etapa, el concepto de cultura organizacional sigue siendo punto importante para entender a las empresas, heredando algunas conceptualizaciones procedentes de la antropología, con ellas, las diversas metodologías y elementos teóricos en los que se basan.

En el año 1985 se establecen tres niveles de la cultura según Schein (Anabella Dávila, 1999, pág. 18):

- Artefactos y creaciones: Está conformado por la tecnología, el arte y conducta visible. Es decir que son aspectos visibles y tangibles que identifican a la cultura.
- Valores: Lo que “debe ser” a diferencia de lo que es, son actitudes que pueden identificarse con facilidad. Es decir, que son los principios sociales, metas, filosofías. (Anabella Dávila, 1999, pág. 18)
- Presunciones básicas: la relación de la humanidad con la naturaleza, la naturaleza del género humano, la naturaleza de la actividad humana, la naturaleza de las relaciones humanas, la naturaleza de la realidad y la verdad. (Anabella Dávila, 1999, pág. 18)

Estos elementos son de carácter jerárquico porque al momento de modificar los artefactos inmediatamente cambian los valores y a largo plazo las presunciones básicas. Este procedimiento se puede efectuar de manera contraria, es decir, modificando las presunciones básicas que a su vez cambian los valores y después los artefactos. (Anabella Dávila, 1999, pág. 18)

En el año 1996 Hoy y Miskel definieron estos tres mismos niveles de cultura pero en lugar de artefactos lo denominaron normas. Estos niveles culturales son los siguientes (Anabella Dávila, 1999, pág. 18):

1. Normas Compartidas: Expectativas informales no escritas, es decir, los participantes comunican las normas mediante historias que aportan ejemplos de lo que representa la organización. A nivel de abstracción y profundidad con respecto a concepto es de menor grado.
2. Valores compartidos: Definen el carácter de la organizacional dándole un sentido de identidad.

Según los autores Hofstede, Neuijen, Daval Ohayv y Sanders en el año de 1990 mencionan que los valores compartidos no son los mismos que los valores aceptados. Los valores aceptados se generan de las organizaciones, mientras que los valores compartidos surgen de los aspectos demográficos que posee cada persona de la organización. (Anabella Dávila, 1999, pág. 18)

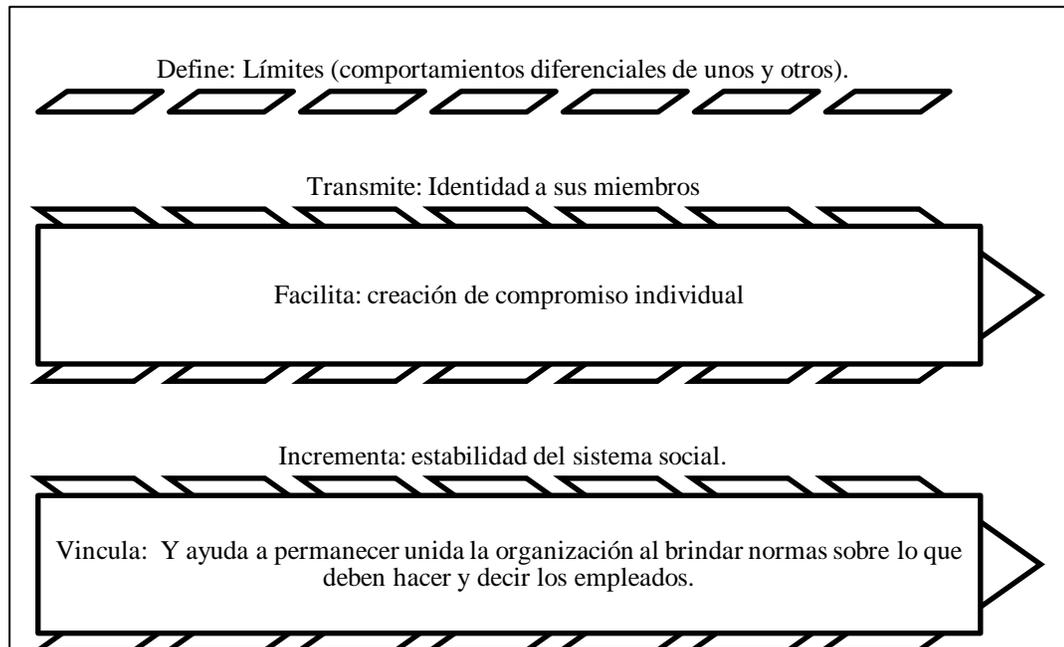
3. Cultura como supuestos tácitos: Se basa a la visión del mundo que es compartida con los participantes de la organización. Representa la forma de percibir, pensar y sentir que surge del contexto en la empresa.

Los tres niveles culturales forman parte del concepto de cultura, lo que es relevante conocer es que existen niveles que se expresan de manera “observable” y otros de “no observable” lo que conlleva a definir la cultura de una organización. (Anabella Dávila, 1999, pág. 18)

2.3.2 Funciones de la cultura organizacional

La cultura organizacional está relacionada con el comportamiento empresarial. Para lo que cumple con varias funciones a nivel de organización (Luna & Pezo, 2005, pág. 67):

Gráfico 2.1. Funciones de la cultura organizacional



Fuente: (Cultura de la innovación y la gestión tecnológica para el desarrollo de los pueblos, Luna y Pezo, 2005, pág.67)

La cultura organizacional tiene aspectos interrelacionados, se podría considerar la idea de que es un reflejo del equilibrio dinámico y relaciones armónicas del conjunto de subsistemas. Es decir, que pueden existir subculturas dentro de una misma cultura. (Luna & Pezo, 2005, pág. 67)

2.3.3 Importancia del estudio de la cultura organizacional

El estudio de la cultura organizacional es importante porque ofrece a cada uno de los colaboradores de la empresa la oportunidad de reforzar el liderazgo y de alguna manera planear el desarrollo de las áreas por medio de quienes conforman los equipos de las mismas. (Culturas organizacionales: su origen, consolidación y desarrollo, 2005, pág. 17)

Es la médula de la organización la cual está siempre presente en las acciones que realizan los miembros de las empresas. Se considera que la cultura surge de la sociedad, se conduce mediante recursos que ésta le proporciona, determinando como es el funcionamiento de una empresa y se refleja en las estrategias, sistemas y estructuras.

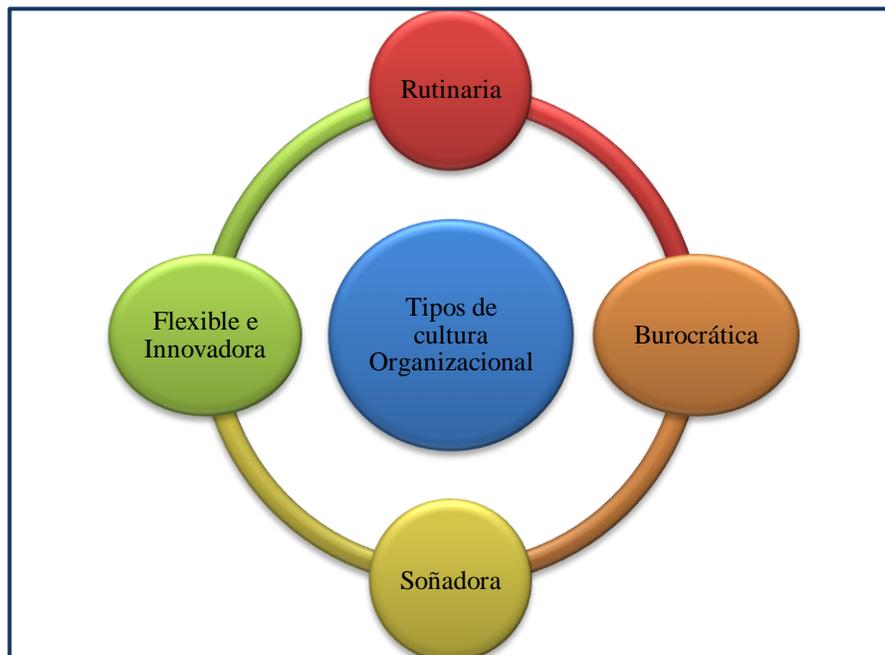
Los proyectos de transformación tienen éxito cuando el interior de la empresa se basa en el talento y la aptitud de gerencia para transformar la cultura de la organización en las exigencias del ambiente exterior. (Luna & Pezo, 2005, pág. 67)

Por otro lado, el comportamiento de cada uno depende de la relación entre las características personales y el entorno que los rodean. Básicamente parte de este ambiente es la cultura social, la cual facilita ideas de cómo debe conducirse o comportarse una persona dentro de un medio. La originalidad del individuo se expresa por medio del comportamiento; y la individualidad de las empresas se trasmite en términos de cultura. (Luna & Pezo, 2005, pág. 67)

2.3.4 Tipos de cultura organizacional

Existen diferentes tipos de cultura organizacional y han caracterizado las entidades económicas en relación con el modelo predominante en ellas.

Gráfico 2.2: Tipo de Cultura Organizacional



Fuente: (Cultura de la innovación y la gestión tecnológica para el desarrollo de los pueblos, Luna y Pezo, 2005)

- **Cultura Rutinaria:** Decisiones la toma el directivo, máxima centralización y control directo, los gerentes trabajan bajo presión.

- Cultura Burocrática: Se presenta a las empresas que han alcanzado un crecimiento desmedido. El objetivo es hacer lo de siempre y encontrar las fallas de las personas.
- Cultura Soñadora: No desarrolla proceso de planeamiento, no desarrolla análisis estratégico, desarrollar modelos externos, falta de programas de mejoramiento.
- Cultura Innovadora: Programas de mejoramiento continuo, Colocar políticas claras sobre los incentivos, capacidad innovadora, alta implementación tecnológica, preocupación por el desarrollo humano.

Uno de los aspectos fundamentales para el crecimiento de la PYMES es la cultura organizacional, la cual es un componente complejo del liderazgo, crea pertenencia al empleado y genera compromiso con la organización, sin embargo, mucho de los líderes no consideran la importancia de la misma. (Espino Barranco & García Hernández, 2011, pág. 4)

La falta de capacidad organizacional se debe a los pocos años de la institución acarreado la ausencia de conocimiento y la falta de experiencia en la toma de decisiones, así como el desarrollo de técnicas efectivas para la toma de decisiones.

La capacidad organizacional de una empresa gestiona los recursos con eficacia para obtener una ventaja competitiva frente a los competidores, creando nuevas capacidades y desarrollando las existentes. Se debe fomentar y cultivar las capacidades organizativas que ayude a los propietarios de las PYMES a tener ventaja competitiva frente a las demás empresas del mismo sector. (<http://pyme.lavoztx.com/la-importancia-de-la-capacidad-de-una-organizacin-9764.html>)

Es importante diseñar la cultura organizacional e influenciar en la transformación emprendedora para generar una cultura basada en el compromiso, y saber delegar responsabilidades que conlleve a la coordinación de un equipo y sobretodo de nuevas oportunidades.

Para el desarrollo de la cultura organizacional debe considerar dos tipos de ambientes, interno y externo. El ambiente interno se basa en las opiniones y lo que cree el personal de la organización; en cambio el ambiente externo es la adaptación de la empresa en el entorno y la imagen que proyecta hacia sus competidores, además la misión, visión,

valores y objetivos son los que orientan al empleado durante el tiempo que permanece en la empresa. (Espino Barranco & García Hernández, 2011, pág. 4)

Por otro lado, el clima de una organización es un elemento clave que fortalece la cultura organizacional debido a que el personal comparte ideologías, valores, creencias y otros factores, lo cual le permite percibir diferentes situaciones que afecten de manera positiva o negativa la toma de decisiones, lo que crea un ambiente organizacional y desarrollo en la cultura organizacional.

Por ende, tener el personal motivado y generar identidad con la empresa son la base para armar la estructura de la misma organización. Además, la cultura debe ser evaluada periódicamente para analizar los cambios externos y a su vez como ésta se adapta o no.

2.4 LAS PYMES Y SU DESARROLLO

En Ecuador, las grandes empresas solo representan el 0,2% de todas las empresas existentes. (<http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/pequenos-negocios-gran-potencial-las-claves-de-las-mipymes.html>) En efecto existe una mayor concentración en las entidades económicas denominadas PYMES.

No existe una definición exacta sobre las PYMES, su concepto varía dependiendo de los autores y el ambiente económico tratado. Además el concepto estará sujeto a un parámetro específico, generalmente los más usados son: el número de empleados asalariados, el tamaño de la empresa, el volumen de ventas o su margen de utilidad.

2.4.1 Definición de PYMES

Para este estudio se tomara la definición expuesta por el Servicio de Rentas Internas (SRI) la cual es una institución pública encargada de la recaudación de los impuestos en el Ecuador.

Las PYMES son el conjunto de pequeñas y medianas organizaciones económicas con relación a su nivel de ventas, número de trabajadores, capital social y su producción o activos demuestran características presentes solo en este tipo de empresas. Las PYMES son parte del valor agregado dentro de la economía del país, estimulan actividades

emprendedoras, generan fuentes de trabajo y competitividad en el mercado. (<http://www.sri.gob.ec/de/32>)

Sin embargo esta definición no especifica alguna característica en particular, pero tras la Resolución No. SC.Q.ICI.CPAIFRS.11.01 del Reglamento NIIF emitida por la Superintendencia de Compañías del Ecuador (2011) especifica las características de las PYMES, estas son:

- Total de activos menores a Cuatro Millones de Dólares.
- Ventas brutas anuales menores a Cinco Millones de Dólares.
- Tener menos de 200 trabajadores.

Cuentan con una estructura más sencilla en comparación con las grandes empresas, presentando una mejor adaptación a las demandas que presente el mercado, consecuencia del trato más cercano a sus clientes. Pero a pesar de todo el éxito de las PYMES no todo es positivo, deben afrontar ciertas dificultades como lo son: la falta de financiamiento por medio de créditos y menor disponibilidad de los recursos ocasionado restricción de la capacidad de mejora tecnológica y otros problemas (Unidad de Análisis Económico e Investigación Ekos Negocios, 2012, págs. 34-119).

2.4.2 PYMES a nivel Mundial

Las PYMES a nivel mundial representan el 80% de los negocios de las economías, la economía ecuatoriana no es la excepción y simbolizan el 90% de las unidades productivas; de las cuales el 60% se basa en el empleo y por otro lado el 50% se refiere a producción y hacen alrededor del 100% de servicios que un ecuatoriano utiliza en un día común, por ejemplo: tienda, almuerzos, copias, cybers, buses, etc (Enroke). En este sentido se presenta la gran importancia de la PYMES dentro de la economía, siendo fundamentales en la generación de empleos, el desarrollo de la producción y con ello el sostenimiento de la economía.

Sin lugar a dudas las PYMES son un eje de vital importancia no solo en el entorno ecuatoriano también son protagonistas en economías altamente desarrolladas, es el caso de la Unión Europea constituida por 25 países donde existen 23 millones de PYMES

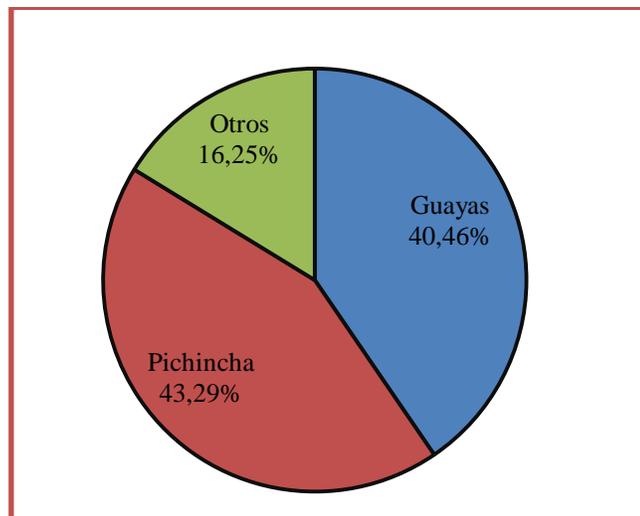
representando el 99% de todas las empresas que componen esa economía, además de generar 75 millones de puestos de trabajo. (Günter Verheugen, 2006, págs. 1-51)

En América Latina las PYMES representan cerca del 70% de los empleos por ser una fuente de ingresos al ser una fuente importante de producción. (Unidad de Análisis Económico e Investigación Ekos Negocios, 2012, págs. 34-119)

2.4.3 PYMES y su desarrollo en Ecuador

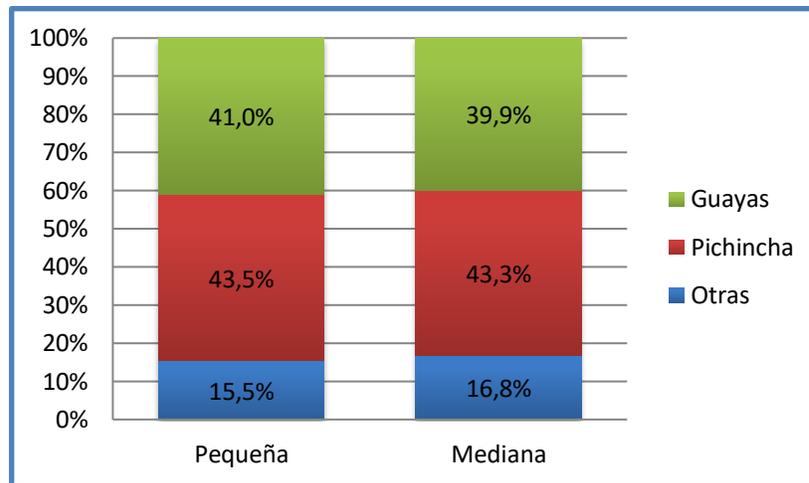
Regresando a Ecuador Según datos del SRI para el año 2011 existían 27,647 PYMES, cuya mayor concentración está en las provincias Guayas y Pichincha. Los porcentajes sobre la cantidad de estas entidades se muestran en el gráfico 2.3 y el gráfico 2.4.

Gráfico 2.3: Concentración de PYMES por provincias



Fuente: (SRI, Ekos, PYMES: Contribución clave para una economía, 2012)

Gráfico 2.4: Concentración de PYMES diferencias entre pequeñas y medianas empresas



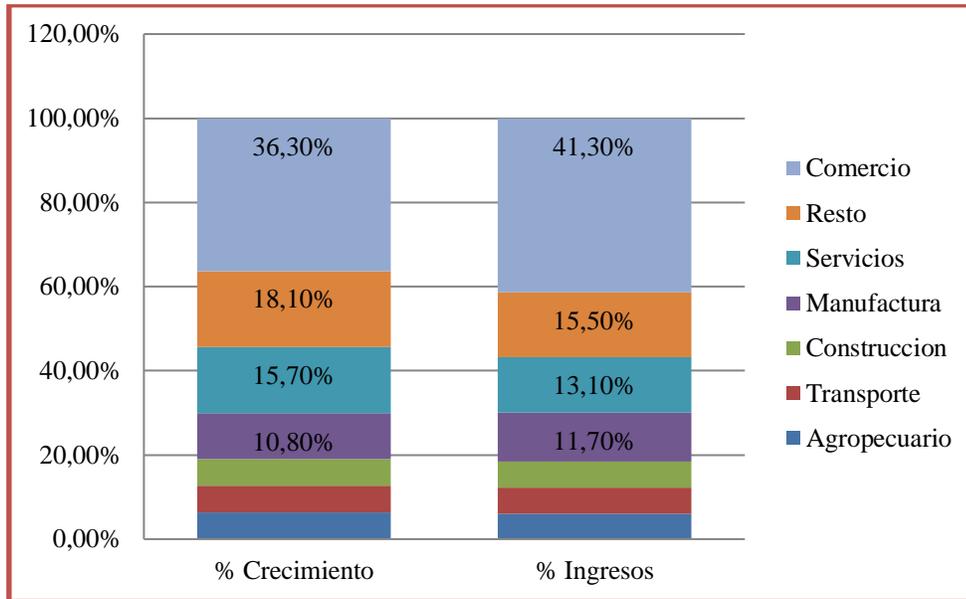
Fuente: (SRI, Ekos, PYMES: Contribución clave para una economía, 2012)

Esta aglomeración es producto de la demanda insatisfecha y las oportunidades que presentan estas dos provincias, Pichincha y Guayas, al acoger a las dos grandes metrópolis y centros económicos del Ecuador, Quito y Guayaquil. Según el gráfico 2.3 para el año 2011 en la provincia del Guayas se concentra el 40,46% del total de PYMES del país, lo que en número se traduce en 11,186 PYMES. Mientras según el gráfico 2.4 las 11,186 PYMES están compuestas por 41% de pequeñas y el 39,9% de medianas empresas de todo el país.

En la provincia del Pichincha los datos son similares, agrupa el 43,29% del total de PYMES ecuatorianas, ese porcentaje conformado por el 43,5% de pequeñas empresas y el 43,3% de medianas empresas del Ecuador. (Unidad de Análisis Económico e Investigación Ekos Negocios, 2012)

Para ver la distribución de las PYMES por sectores según el crecimiento y los ingresos percibidos observar el gráfico 2.5.

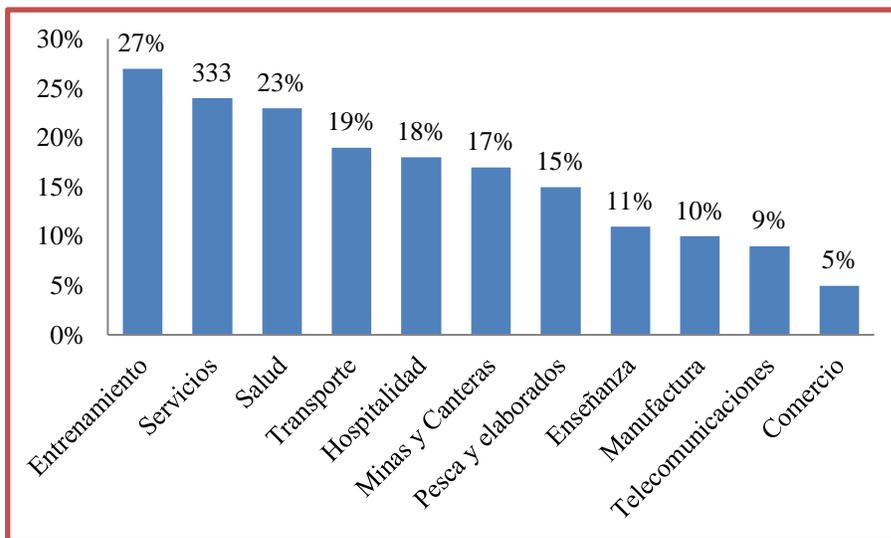
Gráfico 2.5: Composición de las PYMES y sus ingresos por sector económico, año 2012



Fuente: (SRI, CEVACONSULT, PYMES 2013 las mayores pequeñas y medianas empresas en Ecuador, 2013)

Se visualiza que el mayor número de PYMES se encuentra en el sector comercio e incluso este sector es donde se genera la mayor cantidad de ingresos dentro de la economía Ecuatoriana.

Gráfico 2.6 Crecimiento real de los ingresos de las PYMES por sector, año 2012



Fuente: SRI. CEVACONSULT, PYMES 2013 las mayores pequeñas y medianas empresas en Ecuador, 2013.

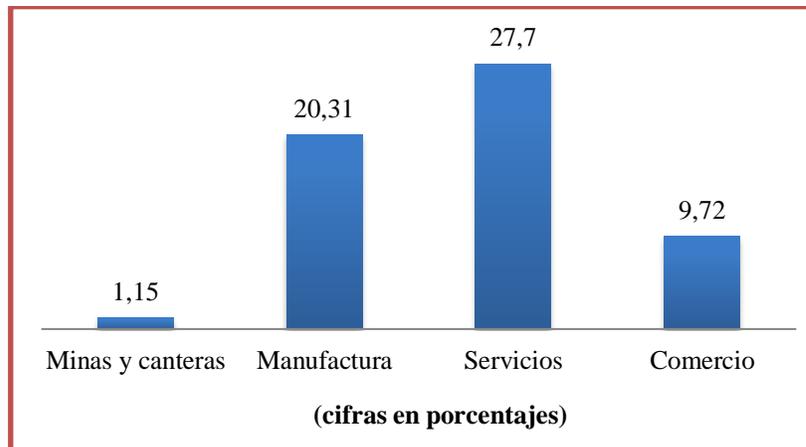
Existen aumentos significativos en los ingresos de PYMES de algunos sectores mientras otros quedan estancados, los de mayor crecimiento de ingresos son parte del sector entretenimiento con un 27% más que el año 2011, seguido por las PYMES de los sectores servicios, salud y transporte; mientras que las PYMES que no presentaron mejora fueron las del sector agropecuario, en este sector disminuyeron las ventas. Curiosamente el sector comercio tiene un crecimiento de apenas el 5%, sin embargo son lo que más ingresos ostentan. <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/invencion-e-innovacion-ganan-terreno-en-el-ecuador.html>

Sin duda este es un país de emprendedores, pues se incrementó de la cantidad de PYMES entre los años 2010 y 2011 de un poco más del 2%. (Unidad de Análisis Económico e Investigación Ekos Negocios, 2012) Consecuencia de las visiones innovadoras de los emprendedores ecuatorianos.

Theher (2002) explica que aun en un mundo globalizado son pocas las empresas capaces de innovar solas. Y aquello es más apreciable en las pequeñas y medianas empresas, capaces de lograrlo bajo la condición de poseer una amplia base de conocimiento, basada en todo en mayor parte a las capacidades de sus empleados.

Sin embargo en estudios realizados por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) y Secretaría de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (Senescyt) en el periodo del 2009 al 2011, mencionan que existen empresas consideradas innovadoras, estas son las de servicios con un 27,7%, manufactura el 20,31%, Comercio 9,72% y minas y canteras con 1,15%. La innovación implementada se aplica en mayor medida a los procesos de producción de productos. (INEC & Senescyt, 2012)

**Gráfico 2.7. Empresas Innovadoras por actividades económicas,
año 2009-2011**



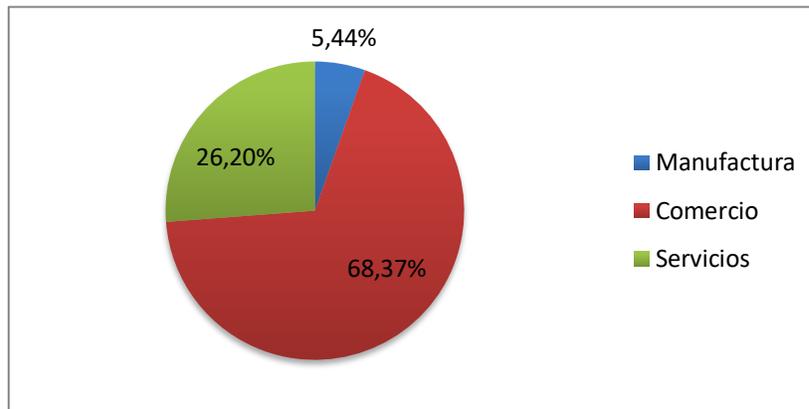
Fuente: INEC, Senescyt, Encuesta de Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (2009-2011)

Por lo tanto es importante el desarrollo de la capacidad de absorción en las PYMES, fundamentando su adaptación en recibir nuevos procesos tecnológicos y nuevos márgenes en su estructura organizacional.

2.5 EL SECTOR PANIFICADOR GUAYAQUILEÑO

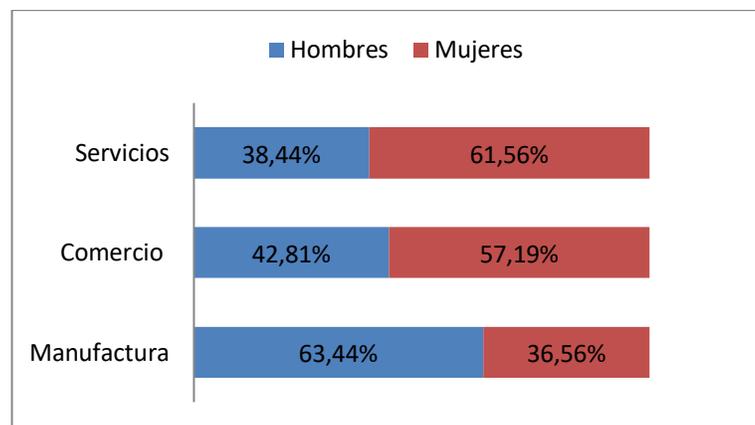
La elaboración de productos de categoría en alimentos y bebidas presenta el 7,7% del valor agregado Bruto dentro del Producto Interno Bruto (PIB). Lo que representa el 54,5% del sector manufacturero, según datos a las previsiones macroeconómicas del año 2010. (Análisis y redacción Económica, 2012, págs. 4-6)

Del total de establecimientos económicos que declararon sus actividades, se obtiene que el 36,9% se dedica a la actividad de alimentos y bebidas, 5,4% en la elaboración de productos alimenticios, 68,4% se concentra en el comercio al por mayor y menor y 26,2% a actividades de servicios de alimentos y bebidas. (Análisis y redacción Económica, 2012, págs. 4-6)

Gráfico 2.8. Porcentaje de establecimientos por actividades

Fuente: Análisis y redacción Económica, Dirección de Estadísticas Económicas INEC (2012)

De la misma manera, se puede observar que en la actividad de manufactura los hombres poseen un porcentaje superior al de las mujeres siendo este el 63,44% y el género femenino un 36,56%, en cambio en la actividad de comercio es todo lo contrario, siendo las mujeres con un porcentaje mayor que los hombres, es decir 57,19% del total y en servicios con un 61,56%.

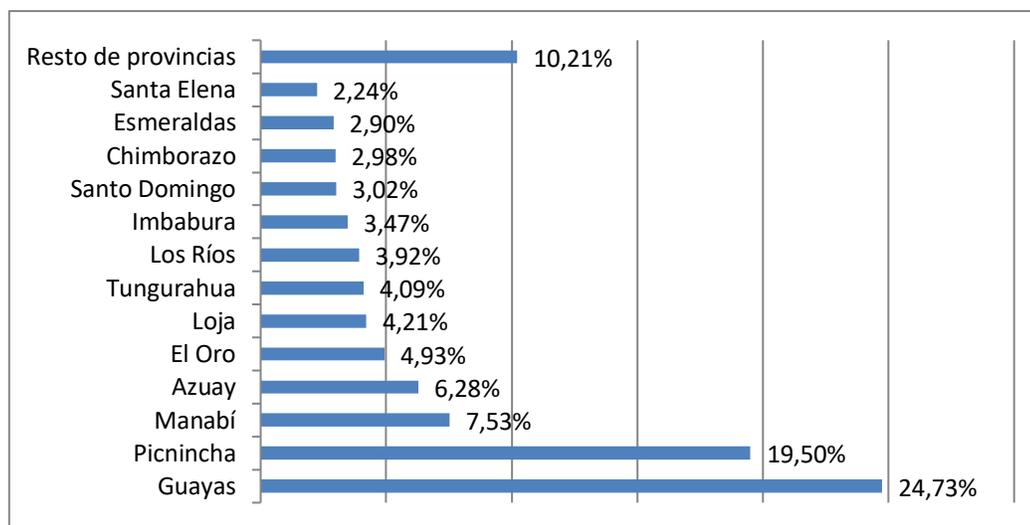
Gráfico 2.9. Actividades económicas por segmentos

Fuente: Análisis y redacción Económica, Dirección de Estadísticas Económicas, INEC (2012)

La actividad de manufactura está integrada por la elaboración de productos de panadería y en las de servicio prevalece los locales destinados a restaurantes y servicio móvil de comida. (Análisis y redacción Económica, 2012, págs. 4-6)

Por otro lado, a escala provincial se puede mencionar que Guayas posee un mayor número de establecimientos económicos con un 24,7%, seguido de Pichincha con 19,5% y Manabí con 7,5%, siendo estas tres provincias con mayor participación en la economía ecuatoriana.

Gráfico 2.10. Actividades económicas por segmentos



Fuente: Análisis y redacción Económica, Dirección de Estadísticas Económicas, INEC (Agosto, 2012)

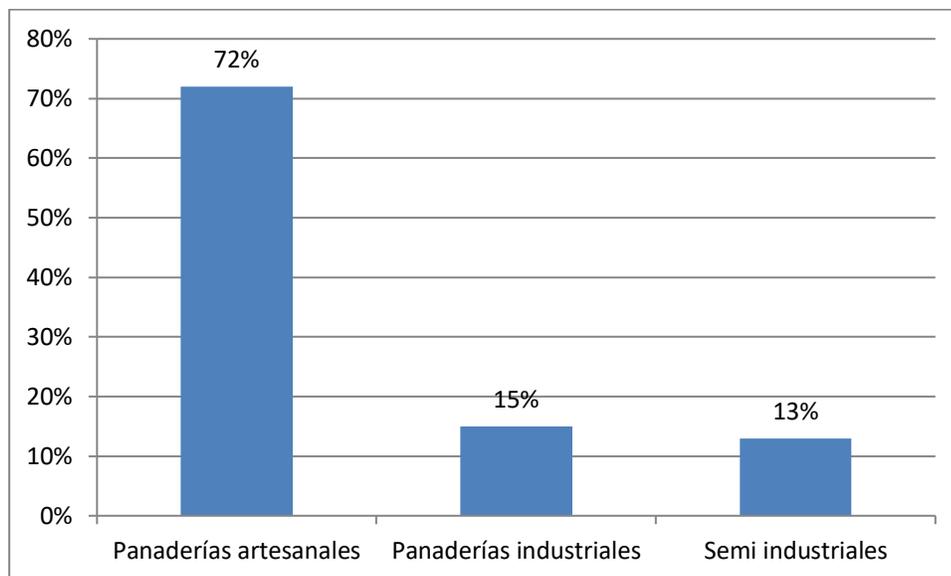
Con respecto a la derivación de manufactura que se refiere a la producción de productos de panadería, existen molineros y panificadores ecuatorianos que están divididos por su gran número de profesionales dando como origen a distintos enlaces de la cadena Trigo- Pan como: Molinos, panificadoras artesanales e industriales, materias grasas y materias primas no farináceas. (Formulación de un plan estratégico, manual de funciones y manual de procedimientos, políticos para el área de crédito y cartera de grupo Moderna S.A., 2011, pág. 5)

La industria molinera en nuestro país depende de la oferta extranjera especialmente de su principal insumo. Esto se debe a que muchas de las ofertas de este tipo de cereal a nivel nacional no es competitiva o no cumple con los estándares de calidad que

busca la empresa. (Formulación de un plan estratégico , manual de funciones y manual de procedimientos, políticos para el área de crédito y cartera de grupo Moderna S.A., 2011, pág. 5)

Por otro lado, el segmento de panificadores artesanales ocupa participación de mercado, acercándose a las 9000 panaderías a nivel nacional, dando como resultado el 50% de las mismas en la provincia del Guayas y Pichincha. Este mismo tipo de panificadores representa el 72% del sector de panificación seguido de panaderías industriales que equivale el 15% y el 13% semi-industriales. (Formulación de un plan estratégico , manual de funciones y manual de procedimientos, políticos para el área de crédito y cartera de grupo Moderna S.A., 2011, pág. 21)

Gráfico 2.11. Sector Panificación



Fuente: Formulación de un plan estratégico, manual de funciones y manual de procedimientos, políticos para el área de crédito y cartera de grupo Moderna S.A, Muñoz, Germán Navarrete, 2011

En el año 2012 se realizó una capacitación a panificadores en la ciudad de Guayaquil, sobre Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), que está incluido dentro del Plan Ronova-Panadería. (Gobierno brindó capacitación a panificadores de Guayaquil, 2012)

El taller teórico-práctico consistía en que los panificadores hacían renovación de sus equipos y maquinarias obsoletas, por medio del crédito otorgado por el Banco Nacional de Fomento (BNF).

La principal función de dicho taller fue convertir a panaderías populares en empresas de buena categoría, así mismo reducir el porcentaje de importaciones de los bienes y fomentar el desarrollo de exportación del propio sector. Además no solo abarcó el sector panificador sino también el sector manufacturero, debido a que se pretende mejora la productividad de máquinas y desarrollo tecnológico. (Gobierno brindó capacitación a panificadores de Guayaquil, 2012) Se estima que alrededor de 40 panaderos de diversos sectores de la ciudad de Guayaquil participaron en el taller, con el objetivo de conocer a profundidad el Plan Renova-Panadería por las nuevas oportunidades que ofrece al sector panificador. (<http://www.industrias.gob.ec/gobierno-brindo-capacitacion-a-panificadores-de-guayaquil/>)

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Para alcanzar el objetivo propuesto se diseñó una investigación cuantitativa basada en la revisión de la literatura realizada de las variables cultura organizacional y capacidad de absorción.

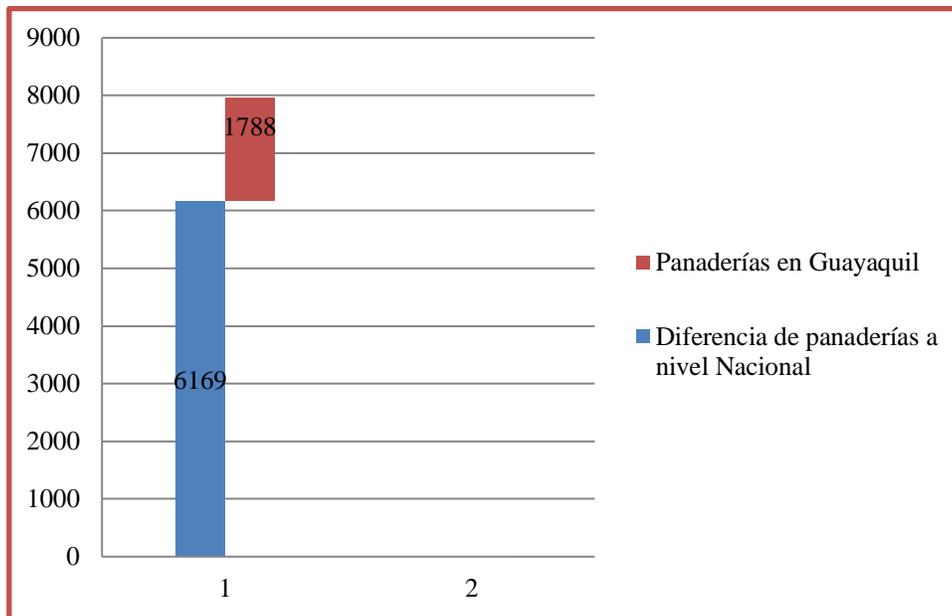
El estudio se desarrolló en empresas participantes ubicadas en las ciudades de Guayaquil, Ecuador. La muestra fue de tipo no probabilística, la cual incluyó sujetos que laborasen como gerentes o directores de empresa. Como técnica para recolectar la información se utilizó la encuesta, la cual se realizó a través de un cuestionario aplicado a los dueños o propietarios de locales panificadores sean grandes, medianos o pequeños.

Además teniendo en cuenta que el objetivo de esta investigación es analizar la relación entre capacidad de absorción y la cultura organizacional de las empresas, más adelante se describen cada una de las variables utilizadas para validar empíricamente esta relación, mostrando el concepto de capacidad de absorción utilizado y su forma de medición; y, la definición de cultura organizacional y sus variables de medición.

3.1 POBLACIÓN

La población objeto del proyecto está formada por las pequeñas, medianas y grandes empresas del sector de panificación de la ciudad de Guayaquil.

Los datos obtenidos de la base del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del año 2009 señalan que existen 7.957 panaderías a nivel nacional. Sin embargo, la ciudad de Guayaquil cuenta con un 22,47% del total de estos establecimientos; dando como resultado 1.788 panaderías. (www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/una-ciudad-de-las-panaderias-500357.html)

Gráfico 3.1: Panaderías a Nivel Nacional, Año 2009

Fuente: Censo del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), año 2009

A continuación se detallan algunas características de las empresas que se consideran importantes para tener una visión más completa de la población de empresas objeto de esta investigación:

3.1.1 Tamaño

Muchas de las empresas encuestadas tienen menos de 100 empleados, lo que representan que son PYMES, de acuerdo a uno de los criterios que identifican este tipo de entidades económicas. La estructura de este sector está formada por una gran cantidad de microempresas y pequeñas empresas, asimismo de unas pocas medianas (Bernabeu, 2003, pág. 134)

Una de las principales características de las pequeñas y medianas empresas es la estructura organizativa poco burocratizada, donde recae en el propietario con una limitación de recursos humanos, materiales y financieros. (Bernabeu, 2003, pág. 134)

Por otro lado, están las características productivas como el “batch production”, de las cuales muchas de las empresas llevan a cabo un lote de productos con diversas operaciones antes de pasar a la otra etapa de producción, estas están orientadas a mercados

especializados, su cercanía a clientes y al mercado les permite gran capacidad de adaptación a los cambios del entorno, señalando que el entorno competitivo actual más las características de las PYMES pueden darles ventaja competitiva generando cumplimiento de los objetivos de las mismas. (Bernabeu, 2003, pág. 134)

3.1.2 Carácter familiar

La mayoría de las empresas del sector continúan perteneciendo a su fundador, aunque se ha producido la compra de algunas de ellas por multinacionales (FUNDESA, 2013, págs. 1-33). Estas empresas familiares conllevan un conjunto de problemáticas que son agregadas a los problemas estructurales del propio sector, como en el relevo generacional.

Las características de la empresa familiar, según Generalitat Valenciana en el año 1999 fueron: Permanencia a largo plazo, motivación, mayor compromiso, dedicación, independencia en la toma de decisiones, falta de una buena estructura organizacional, problemas de financiación para proyectos, clima laboral, resistencia a cambio, difícil adaptación al entorno, conflictos familiares, entre otros. (Bernabeu, 2003, pág. 134)

3.2 DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

La muestra utilizada en el presente trabajo de investigación corresponde a partir de la ejecución de una encuesta realizada por estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la Escuela Superior, en la cual se consideró a 21 locales y empresas panificadoras de la ciudad de Guayaquil en el periodo de Septiembre a Octubre del 2014. Se estratificó por el tipo de empresa, definido por la cantidad de trabajadores.

Un hecho importante es la no utilización de una fórmula para el cálculo del número de empresas a investigar, consecuencia de que la población de estas entidades en la ciudad de Guayaquil es muy reducido, por tanto se intentaba cubrir con toda la población, un total de 33 empresas panaderas-pasteleras. Sin embargo debido a la falta de apertura y negativa de entrega de información no fue viable cubrir con las 33 empresas, abarcando de esta manera un total de 21 empresas.

Para la obtención de la muestra utilizada en esta investigación se partió de diferentes fuentes, del directorio de la Superintendencia de Compañías y de la base de datos que proporciona el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC).

Sin embargo debido a la limitada información que proporcionaba la Superintendencia de Compañías y sumado a que la mayor parte de esta información se encuentra dentro de la obtenida por el INEC se optó por descartar la primera opción.

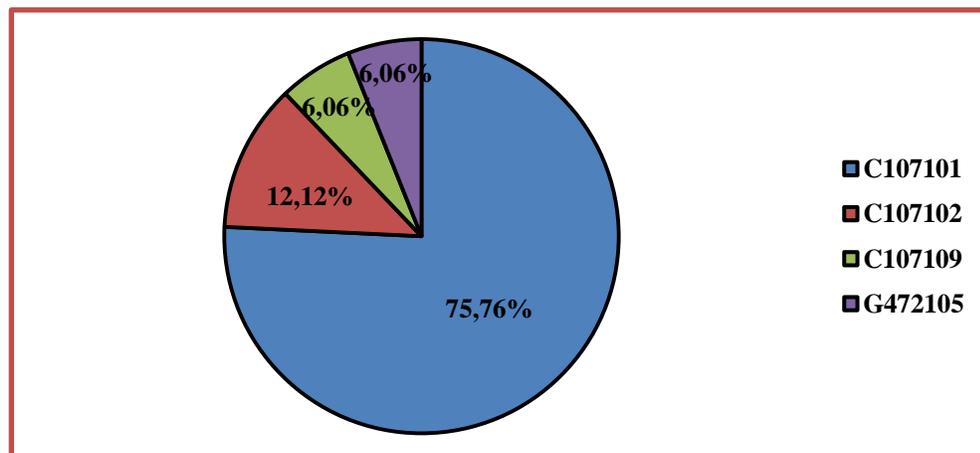
Datos interesantes revelan que Guayaquil es cuna de las panaderías a nivel nacional, al contar con un total de 1,788 panaderías en el 2009; a pesar de esto, este gran número no se ve reflejado dentro de ningún directorio de empresas como consecuencia de que en su mayor parte se concentra en panaderías de barrio y las mismas no se encuentran registradas como una empresa. (<http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/invencion-e-innovacion-ganan-terreno-en-el-ecuador.html>)

Se tomó el directorio de empresas del INEC del año 2011, de donde se obtuvo un total de 33 empresas que cumplen con nuestro perfil en la ciudad de Guayaquil. Para satisfacer con nuestro perfil simplemente debía contar en la base de datos y estar encasillas en alguna de estas cuatro categorías:

- C107101, elaboración de productos de panadería secos
- C107102, elaboración de pasteles y otros productos de pastelería: pasteles de frutas, tortas, pasteles, tartas, etcétera, churros, buñuelos, aperitivos (bocadillos), etcétera
- C107109, elaboración de otros productos de panadería, incluso congelados: tortillas de maíz o trigo, conos de helado, obleas, waffles, panqueques, etcétera.
- G472105, venta al por menor de productos de panadería, confitería y repostería en establecimientos especializados.

Distribuidas en números de forma presentada en el gráfico 3.2:

Gráfico 3.2: Categorías de Empresas Panificadoras en porcentajes



Estas cuatro subcategorías componen el conjunto de empresas panificadoras, existiendo una mayor concentración en C107101 con un 75.76 % dedicadas a la elaboración del pan y productos semejantes; mientras que en menor porcentaje se encuentran las encasilladas en C107102 con un 12,12%, estas dedicadas mayormente a la elaboración de pasteles.

Hasta este punto es fácil deducir porque incluir estas subcategorías (C107101 y C107102), entretanto las subcategorías C107109 y G472105 podría no estar tan claro por qué incluirlas; ambas fueron incorporadas porque en la revisión se encontraron empresas que el mercado son reconocidas o asociadas a la panadería, por ejemplo: Dulcería Dolupa y Panadería la Selecta.

3.3 INFORMACIÓN PRIMARIA

Para evaluar las variables de interés se implementó la elaboración de una encuesta para la medición de variables de tipo cualitativas, a través de preguntas cerradas, con opciones múltiples así como también con preguntas en escala de Likert.

En la creación del formulario final se incorporaron preguntas sobre todos los factores que componen la capacidad de absorción como ayuda a posteriores análisis. Aunque para este estudio en particular solo se tomaran en cuenta las preguntas que ayuden a identificar la capacidad de absorción dependiendo desde las capacidades organizacionales.

3.3.1 Encuesta y estructura

Se elaboró el cuestionario (Cuestionario para encuesta sobre Capacidad de Absorción PYMES), donde se han integrado instrumentos de medición propios y también tomados de otros autores que han utilizado en trabajos previos.

Para hacer de forma sencilla el proceso de recolección de la información tanto para el encuestador y el encuestado se diseñó el formulario solo con preguntar cerradas, coherentes y fáciles de contestar, la escala de respuestas es limitada a tres tipos:

- 1) Escalas de Likert de 5 puntos que dependiendo del factor a evaluar podía indicar:
 - i) La importancia sobre un determinado factor (1: Nada importante; 2: Poco Importante; 3: Indiferente; 4: Importante; 5: Muy importante).

- ii) La frecuencia con que desarrollaba un proceder (1: Nunca; 2: Rara vez; 3: Indiferente; 4: Frecuentemente; 5: Siempre).
- 2) Dicotómicas (1: Si; 0: No).
- 3) Opciones múltiples.

El cuestionario se ha constituido por las mejores preguntas de 22 personas que tienen por objetivo estudiar la capacidad de absorción en diferentes sectores, las preguntas se obtuvieron realizando la revisión de la literatura sobre trabajos previos, tomando como base más importante el artículo “Influencia de la capacidad de absorción sobre la innovación: un análisis empírico en las miPYMES colombianas” (González y Hurtado, 2014, págs. 277-286).

El cuestionario intenta medir todas las variables de la capacidad de absorción (bases de conocimiento, capacidades tecnológicas y capacidades organizacionales) en cada una de sus fases. En el formulario se incluyen todas las variables pues está siendo aplicado en otros estudios de grado donde se evalúan otros factores; diferenciándose de este estudio que trata sobre las capacidades organizaciones en las empresas del sector panadero-pastelero.

Y la estructura aplicada en el formulario final de la encuesta es la siguiente:

- Innovación e investigación y desarrollo
- Fase de identificación
- Fase de asimilación
- Fase de explotación

Aquí se incluyeron no sólo las fases que constituye la capacidad de absorción, también se introdujeron preguntas relacionadas a la innovación y la investigación y desarrollo (I+D) como especie de introducción.

3.3.1.1 Innovación e Investigación y Desarrollo

Antes de ingresar a las fases de la capacidad de absorción en el cuestionario se agregaron preguntas vinculadas a la Innovación y la I+D. Esta sección cuenta de siete preguntas; cuatro de las cuales son de tipo dicotómicas y tres en escala de Likert. Las variables que se evalúan son:

- **Importancia de la innovación:** Se evalúa la apreciación del encuestado sobre el concepto que se proporciona de la innovación, donde se especifica que la innovación es la creación de un producto (bien o servicio) o la mejora significativa tanto de productos, procesos o forma de comercialización., para medir esta importancia se utilizó la escala una Likert con 5 opciones de respuesta: 1: Nada importante; 2: Poco Importante; 3: Indiferente; 4: Importante; 5: Muy importante.

- **Innovación en productos:** Este tipo de innovación es la que posee mayor facilidad de apreciación pues entra en contacto directo con el cliente por ser el producto o servicio recibido.

Entonces la innovación en producto se define como la incorporación de un nuevo bien o servicio o una considerable mejora en sus propiedades o prestaciones; estas mejoras de sus propiedades abarcan los elementos o materia prima usada, la tecnología incorporada o incluso su ergonomía (García Bertrán, 2004).

Partiendo de este concepto el sujeto de estudio debe responder si en su empresa en los últimos tres años han realizado algún tipo de innovación en productos, con una opción de respuesta dicotómica: 1: Si; 2: No.

- **Innovación en procesos:** De la misma forma se proporciona al sujeto de estudio la definición de innovación y este debe responder si su empresa en los últimos tres años a realizado ese tipo de innovación, con opciones simples de: 1: Si; 2: No.

El concepto proporcionado referente a la innovación en procesos explica que es la incorporación de nuevos métodos productivos o una mejora importante; estas mejoras pueden incluir cambio de equipos, software o de técnicas (García Bertrán, 2004).

- **Innovación comercial:** El encuestado debe responder con dos opciones 1: Si; 2: No según su institución haya realizado en los últimos tres años la innovación comercial después de haber escuchado su concepto.

Definida como la implementación de una nueva manera de ofertar un producto o servicio, mostrándose más atractivo en el diseño, promoción o presentación (Pastor & Guisasola, 2012).

- **Innovación organizativa:** La importancia en la distribución del factor humano en la organización del trabajo y las relaciones entre organizaciones obliga a que se apliquen nuevos métodos de negocio. Las campo de respuestas para esta variable es de tipo dicotómica cuyas posibles respuestas son: 1: Si; 2: No.
- **Capacidad de absorción:** Para la medición de esta variable se aplicó la escala de Likert de 5 puntos donde debe especificar el nivel de importancia de la capacidad de absorción según el criterio del elemento de estudio. Antes se debió suministrar el concepto de Cohen y Levinthal (Cohen & Levinthal, 1990, págs. 128-152), donde definieron la capacidad de absorción del conocimiento como la habilidad que tienen las empresas para identificar, asimilar y aplicar la información que se encuentra disponible, utilizándola con propósitos comerciales.
- **Investigación y desarrollo (I+D):** El hecho de estar directamente relacionada a la capacidad de absorción, provoca que sea una variable de analizar. Definida como un estudio sistemático y organizado realizado con el propósito de incrementar el conocimiento del hombre y este usarlo en nuevas aplicaciones. Debe ser respondida en una escala de importancia del 1: Nada importante; 2: Poco Importante; 3: Indiferente; 4: Importante; 5: Muy importante; según el juicio del elemento de estudio.

3.3.1.2 Fase de Identificación

La fase de adquisición o identificación se encuentra limitada dependiendo de las relaciones que posea con otras instituciones ajenas a ella. Esta fase será medida por un grupo de variables en su mayoría dicotómicas y una de tipo opción múltiple. Esta fase de adquisición dependerá de:

- **La compra de maquinaria:** el encuestado debe responde si realizó o no un gasto significativo correspondiente a más de 30% del gasto operacional en la compra de maquinaria (1: Si; 2: No).
- **La compra de tecnología:** si realizó o no un gasto significativo correspondiente a más de 30% del gasto operacional en la compra de tecnología (1: Si; 2: No).

- **Inversión en formación del personal:** si realizó o no un gasto significativo correspondiente a más de 10% del gasto operacional en la formación o capacitación del personal (1: Si; 2: No).
- **Alianzas o cooperaciones:** Se pide identificar las instituciones ajenas a la empresa encuestada con la cual mantienen acuerdos. Con cuatro opciones de respuesta: 1: Universidades, 2: institutos técnicos o tecnológicos-proveedores, 3: clientes y 4: gremios empresariales.

3.3.1.3 Fase de asimilación

En la fase de asimilación se busca indicar el grado o capacidad de su recurso humano, se utilizaron distintas preguntas opciones múltiples, en la escala de Likert y dicotómicas.

- **Nivel del máximo tomador de decisiones:** en toda compañía el máximo tomador de decisiones o gerente posee un papel de vital importancia pues de él depende la orientación que tome la institución, mientras su instrucción académica sea más alta tendrán mayores posibilidades de acertar en las decisiones, pues estas se fundamentaran en estudios y no de forma empírica. Esta es una pregunta con opciones múltiples empezado por: 1: Ninguna; 2: Primaria; 3: Secundaria 4: Tercer Nivel (grado); 5: Cuarto Nivel (Maestría o doctorado).
- **Personal con estudios universitarios terminados:** hoy en día se vive en una sociedad del conocimiento y por esto uno de los recursos más importantes en toda compañía son los empleados. Son estos los que absorben conocimiento como una esponja y dependiendo en que sector se desarrolle la empresa su nivel de formación y aprendizaje se vuelve más importante. La pregunta utilizada tiene una escala con tres opciones: 1: menor a 60%; 2: menor a 80% y mayor a 60%; 3: Mayor a 80%.
- **Cuantos años de actividad tiene la empresa:** La edad institucional de la empresa ayuda a demostrar su solidez en el mercado, el prestigio y de esto depende las mejores relaciones que pueda generar. La pregunta para esta variable tiene una escala de tres opciones donde: 1: Menor a 10 años; 2: Menor a 20 y mayor a 10 años; 3: Mayor a 20 años.

- **Departamento técnico:** Para que una empresa cuente con departamento técnico deberá contar con gente especializada en determinada área y contar con una inversión considerable para el desarrollo de estudios. La medición de esta variable se la hace de tipo dicotómica: Si: 1; No: 0.
- **Personal con publicaciones:** el hecho de que un miembro de una entidad realice artículos técnicos que sean publicados genera cierta confianza, en el formulario la medición se la realiza de tipo dicotómica: Si: 1; No: 0.
- **Planificación del personal:** Según nuestro criterio en la capacidad organizativa la planificación del personal es un pilar fundamental, pues con un correcto aprovechamiento se utilizaran de forma eficiente el recurso humano y se puede establecer estrategias en caso de una expansión o reducción de la empresa (Wikipedia). se aplicó una escala de Likert con 5 puntos de frecuencia donde: (1: Nunca; 2: Rara vez; 3: Indiferente; 4: Frecuentemente; 5: Siempre).
- **Diseño del puesto de trabajo:** El libro de William B. Wether (2008), titulado ADMINISTRACION DE PERSONAL DE RECURSOS HUMANOS enseña que para que un trabajador funcione de forma proactiva es necesario proporcionarle la información de los requerimientos que le demande la organización. El diseño de un puesto de trabajo dependerá de la complejidad que exista en la organización, si bien probablemente en los primeros años de una pequeña empresa podrían omitirse, a medida que la empresa va creciendo la complejidad institucional hace que se deba aplicar el diseño del puesto.

El objetivo del diseño de los puestos de trabajo es:

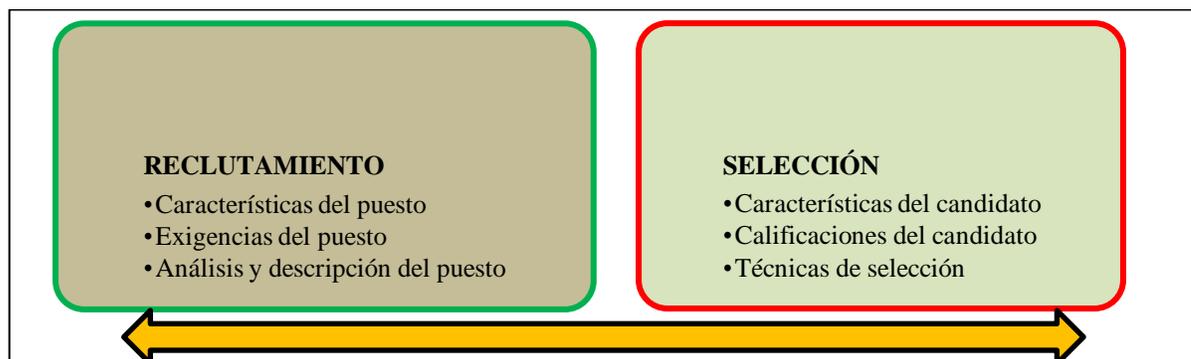
- ✓ Dividir de forma justa las cargas laborales.
- ✓ Correcta ubicación de los empleados, encontrando el puesto más acorde a su perfil laboral.
- ✓ Identificación del correcto perfil para una vacante.
- ✓ Fácil determinación del desempeño.
- ✓ Identificación de capacitaciones específicas para cada puesto.

Se aplicó una escala de Likert con 5 puntos de frecuencia donde: (1: Nunca; 2: Rara vez; 3: Indiferente; 4: Frecuentemente; 5: Siempre).

- **Reclutamiento y selección del personal:** Es fundamental considerar que este factor es la raíz para correcta elección de un empleado, donde el reclutamiento nos proporciona de los lineamientos y en la selección se comparan las mejores opciones según las cualidades que proporcionan.

Se aplicó una escala de Likert con 5 puntos de frecuencia donde: (1: Nunca; 2: Rara vez; 3: Indiferente; 4: Frecuentemente; 5: Siempre).

Gráfico 3.3 Comparación entre Reclutamiento y Selección



Fuente: Selección del Personal, Autor anónimo, s.f.

- **Formación del personal:** Respecto de la formación del personal se pide a los encuestados responder con qué frecuencia su empresa ha realizado por ejemplo capacitaciones o seminarios. Solé y Mirabet (1997) definieron a la formación del personal como un método sistemático y organizado empleado en la mejora de las habilidades personales para encargarse de un puesto de trabajo. En la recolección de la información se aplicó una escala de Likert con 5 puntos de frecuencia donde: (1: Nunca; 2: Rara vez; 3: Indiferente; 4: Frecuentemente; 5: Siempre).
- **Incentivo de carreras profesionales:** Los encuestados deben responder con qué frecuencia el empleador orienta o impulsa a alguno o algunos de sus empleados a culminar estudios de tercer nivel. Sin duda el contar con profesionales proporciona una mayor confiabilidad debido a contar con bases fundamentadas en estudios y en teoremas correctamente demostrados, para la recopilación de esta información se utilizó una escala de Likert con 5 puntos de frecuencia donde: (1: Nunca; 2: Rara vez; 3: Indiferente; 4: Frecuentemente; 5: Siempre).

- **Evaluación del desempeño del personal:** Todos los empleados necesitan de la retroalimentación, refiriéndose a la contribución que generan a la compañía. Entonces la evaluación del desempeño es una técnica mediante la cual se estima o intenta calcular el rendimiento y aporte de los empleados. Las principales características son:
 - ✓ Mejorar el rendimiento aceptando las observaciones y críticas constructivas.
 - ✓ Favorece para el conocimiento de quienes merecen aumentos incremento salarial.
 - ✓ Ayuda a determinar quiénes merecen ascensos.
 - ✓ Indica las falencias que presenta el empleado.

En la recopilación de esta información se utilizó una escala de Likert con 5 puntos de frecuencia donde: (1: Nunca; 2: Rara vez; 3: Indiferente; 4: Frecuentemente; 5: Siempre).

- **Actividades de relaciones laborales: Las actividades de integración laboral** proporcionan en las empresas la empatía entre el personal, alcanzando una comunicación efectiva. En esta variable se implementó una escala de Likert con 5 puntos de frecuencia donde: (1: Nunca; 2: Rara vez; 3: Indiferente; 4: Frecuentemente; 5: Siempre).
- **Gestión del Riesgos laborales:** Debido a la importancia del factor humano en la sociedad y en las empresas es primordial velar por su seguridad. Sin embargo el riesgo está presente en todas las actividades de la empresa, funcionando como un sistema que permite identificar, evaluar y controlar los riesgos laborales. En esta variable se implementó una escala de Likert con 5 puntos de frecuencia donde: (1: Nunca; 2: Rara vez; 3: Indiferente; 4: Frecuentemente; 5: Siempre). Según la División Difusión y comunicación (SIGWEB) existen 4 elementos para la gestión de Riesgo.
 - ✓ Identificación del riesgo
 - ✓ Evaluación del riesgo
 - ✓ Control de riesgo

- ✓ Seguimiento del riesgo

3.3.1.4 Fase de explotación

Esta fase busca expresar el nivel de aplicación del conocimiento adquirido, será medida por dos variables donde se consideran el poseer derechos de autor y la tipología de la empresa.

- **Patentes o derechos de autor:** Sin lugar a dudas el poseer derechos de autor o patentes proporcionan una mayor ventaja competitiva, pues se protegen las invenciones, obras e interpretaciones. (Valerio & Botticelli , 2011, págs. 1-172) El organismo encargado de haber cumplir estos derechos es la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO).

Para la obtención de la información se realizó una pregunta dicotómica donde el encuestado debía responder si gozan o no de patentes o derechos de autor, las opciones disponibles son: 1: Si; 2: no.

- **Tipología de la empresa:** Como ya se ha señalado en el capítulo 2 de la revisión de la literatura la innovación es primordial para el desarrollo de toda empresa sin embargo, esta va a depender de las estrategias que toman las empresas en relación al conocimiento que se está generando, existen cuatro tipos de estrategias:

- ✓ **Estrategia exploradora:** Corresponde a las empresas que siempre intenta incorporar cambios en sus productos o servicios con el propósito de ser líderes en el mercado, son las empresas que asumen los riesgos.
- ✓ **Estrategia analizadora:** Las empresas que aplican esta estrategia visualizan lo que sucede en el mercado, he imitan a productos exitosos puestos en el mercado por otras empresas.
- ✓ **Estrategia defensiva:** Esta estrategia es aplica por empresas dedicadas específicamente a un segmento del mercado, especializándose en los mis productos pero mejorando sus procesos y la calidad.
- ✓ **Estrategia reactiva:** en este tipo de empresas están forzadas a realizar cambios solo si lo amerita el mercado y competidores, no poseen un mercado estable.

El encuestado debía responder según su criterio como define el tipo de estrategia utilizado: 1: Exploradora; 2: Defensora; 3: Analizadora; 4: Reactiva.

3.4 INFORMACIÓN SECUNDARIA

Para el proyecto se recurrió a información de datos, hechos y cifras de encuestas realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) o estudios elaborados por personas cuya información sirve como base para otros investigadores, evitando de esta manera gastos de tiempo y dinero.

La información secundaria se divide en interna y externa. Los datos secundarios internos los obtuvimos de la investigación extensa de empresas grandes de este sector, quienes nos proporcionaron información de estudios de mercado anteriores, entrevistas a empleados y evaluación al personal. (La Información secundaria, Mc Graw Hill, Pg. 69)

Los datos secundarios externos fueron recopilados de fuentes propiamente externas de las empresas, es decir, en organismos o instituciones privados o estatales. Así como también proyectos publicados en libros o libros digitalizados.

3.5 DESCRIPCIÓN DEL MODELO

El modelo a aplicar en el proyecto es “Modelo Logit”, el cual permite obtener estimaciones de probabilidad de un hecho o suceso, poder identificar los factores de riesgos que establecen dichas probabilidades, así como el peso relativo que posee cada una. (Laura Llano Díaz, 2006, Pg. 13)

Este modelo da como resultado un índice, cuyos determinantes son conocidos, permitiendo realizar ordenaciones que posibilitan con un método de estratificación genere una calificación a cada elemento. Sin embargo, existen algunos criterios con el fin de asociar los índices-calificación, basándose en índices de muestreo; criterio puramente estadístico.

Se asimila a la regresión tradicional salvo se utilice la función logística en reemplazo de la lineal considerando como función de estimación. El resultado del modelo es estimación de la posibilidad de que un nuevo sujeto se integre a un grupo u otro, pese al tratarse de un análisis de regresión, también identifica las variables más relevantes que exponen las diferencias entre grupos. (Laura Llano Díaz, 2006, Pg. 13)

Existen diferentes tipos de modelos Logit según características que presenten las variables endógenas.

- ¾ Logit dicotómico: Son dos alternativas y excluyentes entre sí.
- Logit de respuesta múltiple: Las alternativas a modelizar es mayor a dos.
- ¾ Logit con datos no ordenados: Alternativas de la variable endógena no demuestra ningún orden.
- ¾ Logit multinomial: Regresores del modelo cambian entre observaciones pero no entre alternativas.
- ¾ Logit condicional: Regresores del modelo cambian entre alternativas pudiendo ser o no entre observaciones.
- ¾ Logit con datos ordenados: Las alternativas de la variable endógena figura un orden entre las mismas.

Por eso, la importancia y la utilidad de aplicar modelos de regresión permite ver la posibilidad de estudiar variables nominales u ordinales en base a variables cuantitativas y considerando las variables cualitativas.

3.5.1 Descripción del modelo Logit dicotómico

El modelo de regresión con variable dependiente binomial permite estudiar si esta variable depende o no de otras variables discretas. Por tanto el modelo se materializa cuando la probabilidad de una variable dependiente binomial está en función de una variable dependiente X. (Pérez C. , 2005)

La función de distribución para este modelo es:

$$F(x_i\beta) = \frac{e^{x_i\beta}}{1 + e^{x_i\beta}}$$

3.5.2 Aplicación del modelo

El hecho de que este modelo utilice variables solo del tipo dicotómicas (variables que tomen entre dos valores) obliga a transformar las variables originales de la encuesta que no sean de este tipo por unas del tipo dicotómicas.

A esta nueva reconfiguración de las variables se la conoce como la creación de variables artificiales o Dummy.

La forma de transformar las múltiples respuestas en dicotómicas es la siguiente:

- ***Preguntas en escala de Likert***

- ***Likert de frecuencia***

Tabla 3.1: DUMMY de frecuencia

ORIGINAL			DUMMY	
ABREVIATURA	SIGNIFICADO	TABULACION	SIGNIFICADO	TABULACION
S	Siempre	5	SIEMPRE	1
F	Frecuentemente	4		
I	Indiferente	3		
RV	Rara vez	2	NUNCA	0
N	Nunca	1		

- ***Likert de importancia***

Tabla 3.2: DUMMY de frecuencia

ORIGINAL			DUMMY	
ABREVIATURA	SIGNIFICADO	TABULACION	SIGNIFICADO	TABULACION
MI	Muy importante	5	Muy importante	1
I	Importante	4		
IND	Indiferente	3	Poco Importante	0
PI	Poco importante	2		
NI	Nada importante	1		

▪ *Preguntas de opciones múltiples*

○ *Alianzas o cooperación*

Tabla 3.3: DUMMY de variable alianza

ORIGINAL		DUMMY	
		Universidad	
Universidad	1	Si	No
		1	0
		Institutos técnicos o tecnológicos	
Institutos técnicos o tecnológicos	2	Si	No
		1	0
		Proveedores	
Proveedores	3	Si	No
		1	0
		Clientes	
Clientes	4	Si	No
		1	0
		Gremios empresariales	
Gremios empresariales	5	Si	No
		1	0

○ *Máximo tomador de decisiones*

Tabla 3.4: DUMMY del máximo tomador de decisiones

ORIGINAL		DUMMY	
		Ninguna	
Ninguna	1	Si	No
		1	0
		Primaria	
Primaria	2	Si	No
		1	0
		Secundaria	
Secundaria	3	Si	No
		1	0
		Tercer nivel (grado)	
Tercer nivel (grado)	4	Si	No
		1	0
		Cuarto nivel (maestría o doctorado)	
Cuarto nivel (maestría o doctorado)	5	Si	No
		1	0

- *Porcentaje del personal con estudios universitarios terminados*

Tabla 3.5: DUMMY del porcentaje del personal con estudios universitarios terminados

ORIGINAL		DUMMY	
		Menor a 60%	
Menor a 60%	1	Si	No
		1	0
		Menor a 80% y mayor a 60%	
Menor a 80% y mayor a 60%	2	Si	No
		1	0
		Mayor a 80%	
Mayor a 80%	3	Si	No
		1	0

- *Años de actividad de la empresa*

Tabla 3.6: DUMMY de años de actividad de la empresa

ORIGINAL		DUMMY	
		Menor a 10 años	
Menor a 10 años	1	Si	No
		1	0
		Menor a 20 y mayor a 10 años	
Menor a 20 y mayor a 10 años	2	Si	No
		1	0
		Mayor a 20 años	
Mayor a 20 años	3	Si	No
		1	0

○ *Tipología de la empresa*

Tabla 3.7: DUMMY de tipología de la empresa

ORIGINAL		DUMMY	
		exploradora	
exploradora	1	Si 1	No 0
		defensora	
defensora	2	Si 1	No 0
		analizadora	
analizadora	3	Si 1	No 0
		reactiva	
reactiva	4	Si 1	No 0

3.5.3 Modelo Propio

En el modelo propio se incluyen todas las variables que ayudan a explicar el modelo de regresión logística, para el caso específico de este análisis. Las variables sujetas al alcance del estudio únicamente serán las relacionadas a las capacidades organizaciones de las empresas y no la totalidad de las variables que conforman el formulario de la encuesta.

$$p = \frac{1}{e^{\alpha + \beta_1 V_1 + \beta_2 V_2 + \beta_3 V_3 + \beta_4 V_4 + \dots + \beta_n V_n}}$$

Dónde:

- **p**: es la probabilidad de existir o no capacidad de absorción
- **α** : es la constante
- **$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_n$** : son los beta de cada una de las variables
- **$V_1, V_2, V_3, \dots, V_n$** : son las variables incluidas en el modelo de regresión logística.

CAPITULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para llevar a cabo este proceso y con la base de datos, se logró tener una gran cantidad de información, la cual fue estudiada cuidadosamente, a fin de establecer cuál de ellas podría tener incidencia para determinar variaciones en la capacidad de absorción de una empresa.

Con base en los resultados anteriores, se definieron las variables explicativas que fueron tenidas en cuenta en el modelo. La variable explicada es de tipo dicotómico o dummy, definida así:

- 1 si la empresa tiene capacidad de absorción
- 0 si la empresa no tiene capacidad de absorción

Definidas las variables explicada y explicativas, se procedió a definir los elementos, a observar y al hacer una depuración de la información.

4.1 ANALISIS DESCRIPTIVO

Análisis básico de cada pregunta que consta en el cuestionario, el análisis se realiza en sobre las respuestas originales que proporcionan los encuestados.

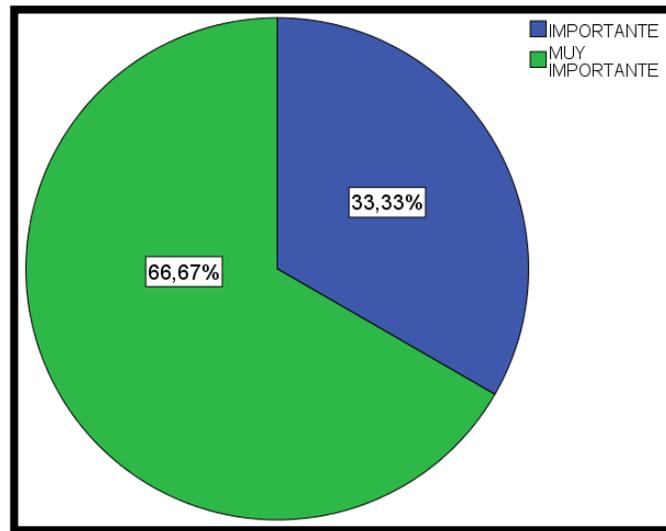
4.1.1 Introducción

4.1.1.1 Tomando en cuenta la siguiente definición de innovación valore la importancia que usted le da para el desarrollo de su actividad empresarial.

De las 21 empresas encuestadas pertenecientes a la muestra, el 33,3% consideran a la innovación como importante y el 66,7% dicen que es muy importante. Para todas las empresas que componen la muestra la innovación resulta por lo menos importante.

Tabla 4.1: Importancia de innovación en general

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	IMPORTANTE	7	33,3	33,3	33,3
	MUY IMPORTANTE	14	66,7	66,7	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

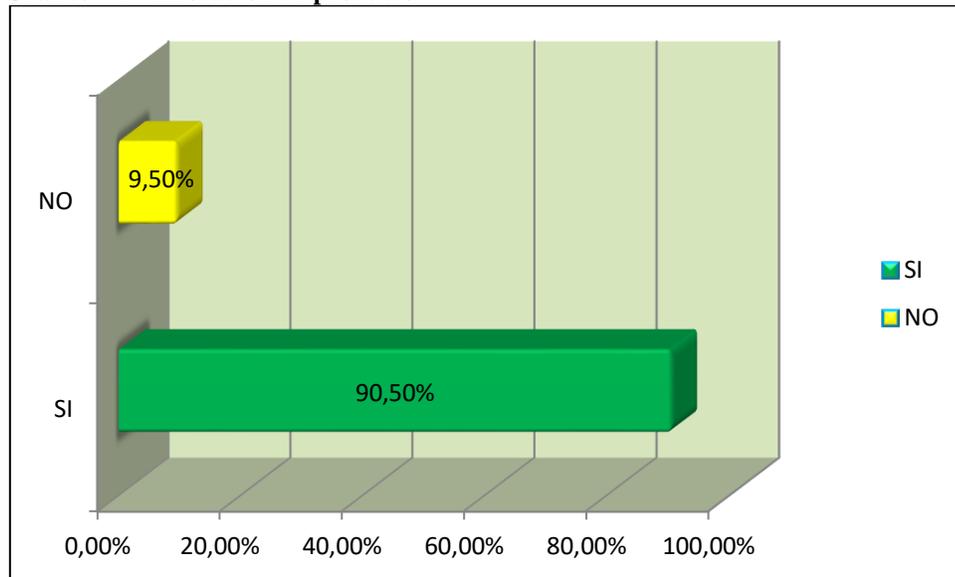
Gráfico 4.1: Importancia de innovación en general

4.1.1.2 Tomando en cuenta la siguiente definición de innovación de producto, en los últimos 3 años de actividad empresarial, considera usted que la ha realizado?.

De las 21 empresas encuestadas pertenecientes a la muestra, el 90,5% de las empresas consideran que han realizado algún tipo de innovación en producto en los últimos 3 años, y el 9,5% considera que no innovado en productos.

Tabla 4.2: Innovación de producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	19	90,5	100,0	100,0
Perdidos	NO	2	9,5		
Total		21	100,0		

Gráfico 4.2: Innovación en producto

4.1.1.3 Tomando en cuenta la siguiente definición de innovación de procesos, en los últimos 3 años de actividad empresarial, considera usted que la ha realizado?.

De las 21 empresas encuestadas pertenecientes a la muestra, el 90,5% de las empresas consideran haber realizado algún tipo de innovación en procesos productivos en los últimos 3 años, y el 9,5% considera que no ha realizado este tipo de innovación.

Tabla 4.3: Consideración de innovación en procesos

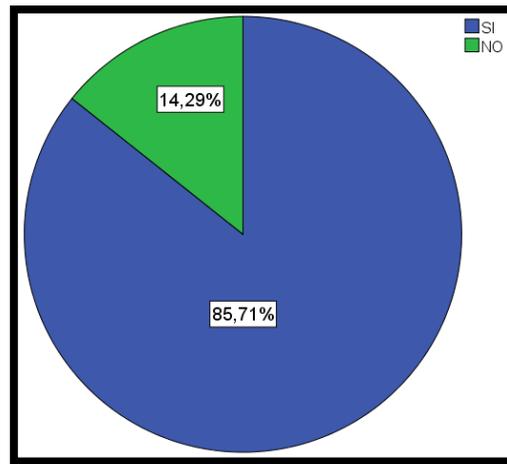
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	19	90,5	100,0	100,0
Perdidos	NO	2	9,5		
Total		21	100,0		

4.1.1.4 Tomando en cuenta la siguiente definición de innovación comercial, en los últimos 3 años de actividad empresarial, considera usted que la ha realizado?.

De las 21 empresas encuestadas pertenecientes a la muestra, el 85,7% de las empresas consideran haber realizado innovación comercial en los últimos 3 años, y el 14,3% considera que no ha realizado este tipo de innovación.

Tabla 4.4: Innovación comercial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	18	85,7	100,0	100,0
Perdidos	NO	3	14,3		
Total		21	100,0		

Gráfico 4.3: Innovación comercial

4.1.1.5 Tomando en cuenta la siguiente definición de innovación organizativa, en los últimos 3 años de actividad empresarial, considera usted que la ha realizado?.

De las 21 empresas encuestadas pertenecientes a la muestra, el 85,7% de las empresas consideran haber realizado innovación organizativa en los últimos 3 años, y el 14,3% considera que no ha realizado este tipo de innovación.

Tabla 4.5: Innovación organizativa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	18	85,7	100,0	100,0
Perdidos	NO	3	14,3		
Total		21	100,0		

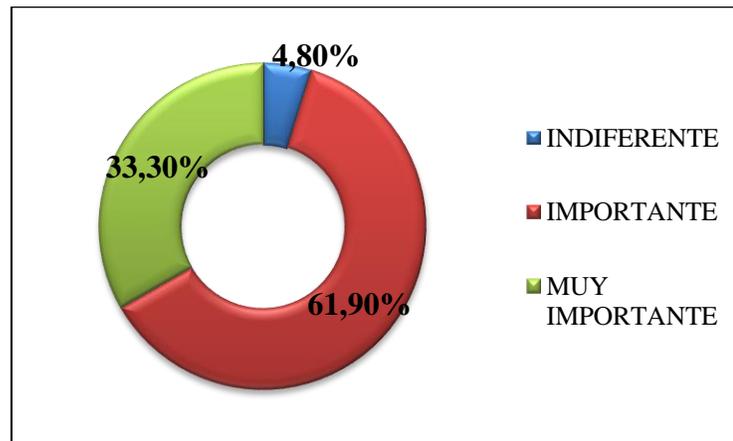
4.1.1.6 Tomando en cuenta la siguiente definición de capacidad de absorción valore la importancia que usted le da para el desarrollo de su actividad empresarial.

Del total de empresas encuestadas para el 33,3% la capacidad de absorción es muy importante, para el 61,9% de las empresas es importante y para el 4,8% les parece de indiferente el tener o no capacidad de absorción.

Tabla 4.6: Importancia de la Capacidad de absorción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
INDIFERENTE	1	4,8	4,8	4,8
IMPORTANTE	13	61,9	61,9	66,7
MUY IMPORTANTE	7	33,3	33,3	100,0
Total	21	100,0	100,0	

Gráfico 4.4: Importancia de la Capacidad de absorción

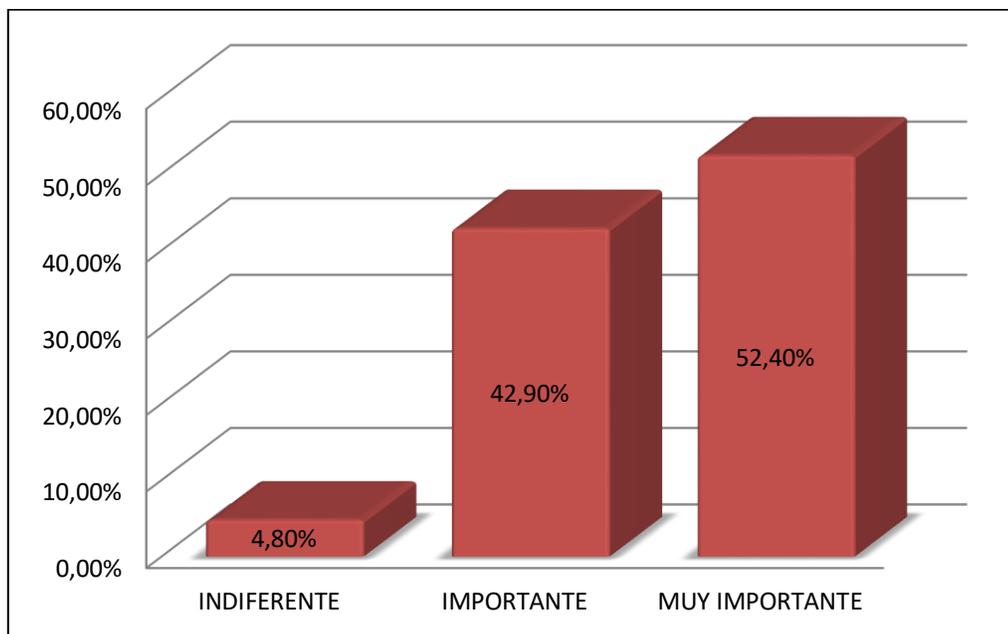


4.1.1.7 Tomando en cuenta la siguiente definición de I+D valore la importancia que usted le da para el desarrollo de su actividad empresarial.

Del total de empresas encuestadas para el 52,4% la investigación y desarrollo es muy importante, para el 42,9% de las empresas es importante y para el 4,8% les parece de indiferente el realizar o no investigación y desarrollo.

Tabla 4.7: Importancia de Investigación y desarrollo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	INDIFERENTE	1	4,8	4,8
	IMPORTANTE	9	42,9	47,6
	MUY IMPORTANTE	11	52,4	100,0
	Total	21	100,0	100,0

Gráfico 4.5: Importancia de Investigación y desarrollo

4.1.2 Adquisición

4.1.2.1 ¿Ha realizado en los últimos 3 años un gasto significativo (que supere el 30 % de gasto operacional) en la compra de maquinaria?

De las 21 empresas encuestadas pertenecientes a la muestra, el 71,4% de las empresas consideran haber realizado un gasto significativo en la compra de maquinaria en los últimos 3 años, y el 28,6% considera que no ha realizado este gasto.

Tabla 4.8: Gasto significativo en compra de maquinarias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	15	71,4	100,0	100,0
Perdidos	NO	6	28,6		
Total		21	100,0		

4.1.2.2 ¿Ha realizado en los últimos 3 años un gasto significativo (que supere el 30 % de gasto operacional) en la compra de tecnología?

De las 21 empresas encuestadas pertenecientes a la muestra, el 81% de las empresas consideran haber realizado un gasto significativo en la compra de tecnología en los últimos 3 años, y el 19% considera que no ha realizado este gasto para la obtención de tecnología.

Tabla 4.9: Gasto significativo en compra de tecnología

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	17	81,0	100,0	100,0
Perdidos	NO	4	19,0		
Total		21	100,0		

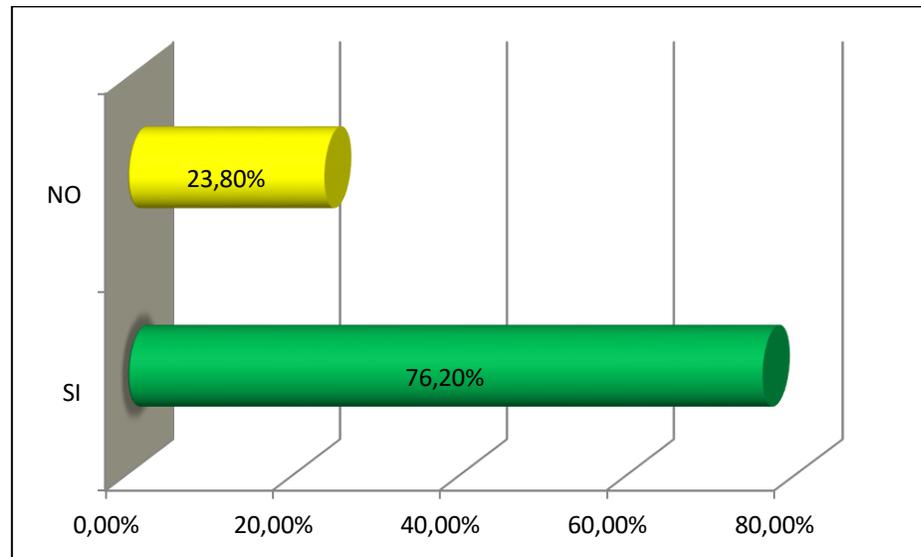
4.1.2.3 ¿Ha realizado en los últimos 3 años un gasto significativo (que supere el 10 % de gasto operacional) en la formación de personal?

Del total de empresas encuestadas, el 76,2% de las empresas consideran haber realizado un gasto significativo en la formación del personal dentro de los últimos 3 años, y el 23,8% considera que no ha realizado gastos superiores al 10% del gasto operativo en la formación del personal.

Tabla 4.10: Gasto significativo en formación del personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	16	76,2	100,0	100,0
Perdidos	NO	5	23,8		
Total		21	100,0		

Gráfico 4.6: Gasto significativo en formación del personal



4.1.3 Asimilación

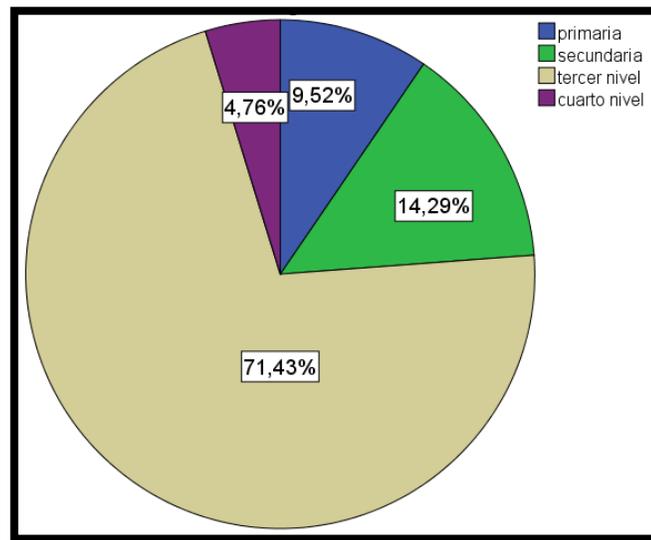
4.1.3.1 ¿El gerente o máximo tomador de decisiones en la empresa que nivel de formación posee?

Del total de empresas encuestadas, el 9,5% de los gerentes posee solo instrucción primaria, el 14,3% de los máximos tomadores de decisiones tiene instrucción secundaria, el 71,4% de los gerentes alcanzó título de tercer nivel y solo el 4,8% logro conseguir título de cuarto nivel.

Tabla 4.11: Formación del gerente o tomador de decisiones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	2	9,5	9,5	9,5
Secundaria	3	14,3	14,3	23,8
Válidos tercer nivel	15	71,4	71,4	95,2
cuarto nivel	1	4,8	4,8	100,0
Total	21	100,0	100,0	

Gráfico 4.7: Formación del gerente o tomador de decisiones



4.1.3.2 ¿Qué porcentaje del personal tiene estudios universitarios terminados?

Del total de empresas encuestadas, el 71,4% de las empresas del sector panificador tienen un porcentaje menor al 60% de empleados con estudios de tercer nivel, el 14,3% de las empresas cuentan con entre el 60% y 80% de empleados con estudios de tercer nivel y así mismo el 14,3% de las empresas tienen más del 80% de empleados con estudios de tercer nivel terminados

Tabla 4.12: Personal con estudios de tercer nivel terminado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menor 60%	15	71,4	71,4
	Menor a 80% y mayor de 60%	3	14,3	85,7
	Mayor a 80%	3	14,3	100,0
	Total	21	100,0	100,0

4.1.3.3 ¿Cuántos años de actividad tiene su empresa?

Del total de empresas encuestadas, el 19% de las empresas del sector panificador tienen más de 20 años de actividad, el 28,6% de empresas tienen en 10 y 20 años de funcionamiento y el 52,4% tienen menos de 10 años de abrir sus puertas.

Tabla 4.13: Años de Actividad empresarial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mayor a 20 años	4	19,0	19,0	19,0
	Menor a 20 años y mayor a 10 años	6	28,6	28,6	47,6
	Menor de 10 años	11	52,4	52,4	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

4.1.3.4 ¿La empresa tiene departamento técnico?

De las 21 empresas encuestadas, el 61,9% de estas entidades cuentan con departamento técnico y el 38,1% de las empresas no cuenta con este departamento.

Tabla 4.14: Cuenta con departamento Técnico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	13	61,9	100,0	100,0
Perdidos	NO	8	38,1		
Total		21	100,0		

4.1.3.5 ¿Alguna persona del personal escribe artículos de carácter técnicos publicables?

De todas las empresas encuestadas se pudo conocer que en ninguna se entraba algún empleado que realice publicaciones de carácter técnico.

Tabla 4.15: Algún empleado realiza publicaciones

		Frecuencia	Porcentaje
Perdidos	NO	21	100,0

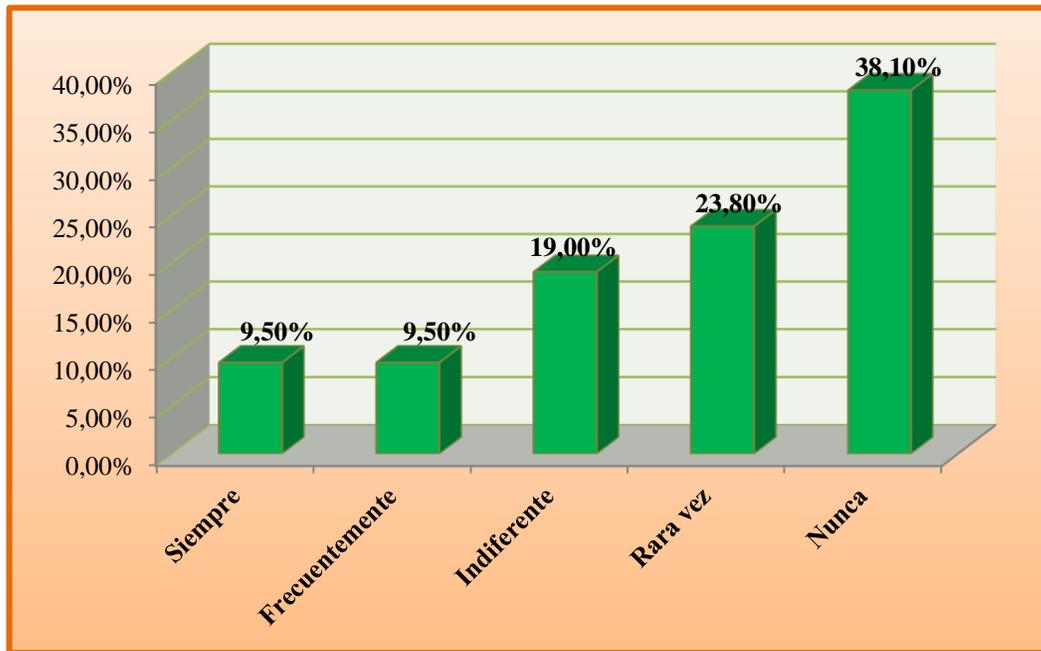
4.1.3.6 ¿En qué grado su empresa ha realizado una planificación del personal?

De las 21 empresas encuestadas pertenecientes a la muestra, el 9,5% de las empresas Siempre ha realizado planificación del personal, el 9,5% Frecuentemente cuenta con una planificación del personal, para el 19% les resulta Indiferente realizar o no la planificación del personal, el 23,8% rara vez realiza planificación del personal y el 38,1% Nunca lo ha realizado.

Tabla 4.16: Grado de Planificación del Personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	2	9,5	9,5
	Frecuentemente	2	9,5	19,0
	Indiferente	4	19,0	38,1
	Rara vez	5	23,8	61,9
	Nunca	8	38,1	100,0
	Total	21	100,0	100,0

Gráfico 4.8: Grado de Planificación del Personal



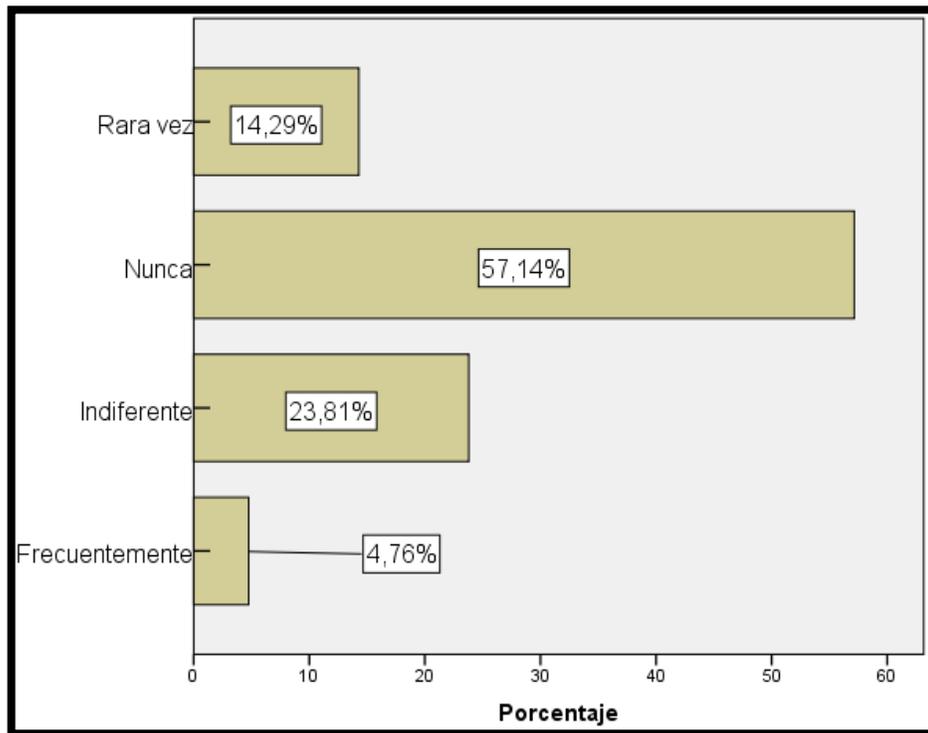
4.1.3.7 ¿En qué grado su empresa ha realizado un diseño del puesto de trabajo?

De las 21 empresas encuestadas pertenecientes a la muestra, el 4,8% Frecuentemente cuenta diseño de los puesto de trabajo, para el 23,8% les resulta indiferente diseñar o no los puestos de trabajo, el 14,3% rara vez ha diseñado un puesto de trabajo y el 57,1% Nunca se ha planteado diseñar los puestos de trabajo.

Tabla 4.17: Grado de Diseño del puesto de trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Frecuentemente	1	4,8	4,8
	Indiferente	5	23,8	28,6
Válidos	Rara vez	3	14,3	42,9
	Nunca	12	57,1	100,0
	Total	21	100,0	100,0

Gráfico 4.9: Grado de Diseño del puesto de trabajo



4.1.3.8 ¿En qué grado su empresa ha realizado reclutamiento y selección de personal?

Del total de empresas encuestadas, el 4,8% Frecuentemente realiza reclutamiento y selección de personal, el 23,8% de las empresas Indiferentemente cuentan o no con un el proceso de reclutamiento y selección, el 14,3% Rara Vez realiza el proceso de reclutamiento y selección, y el 57,1% Nunca lo realiza.

Tabla 4.18: Grado de Reclutamiento y selección del personal

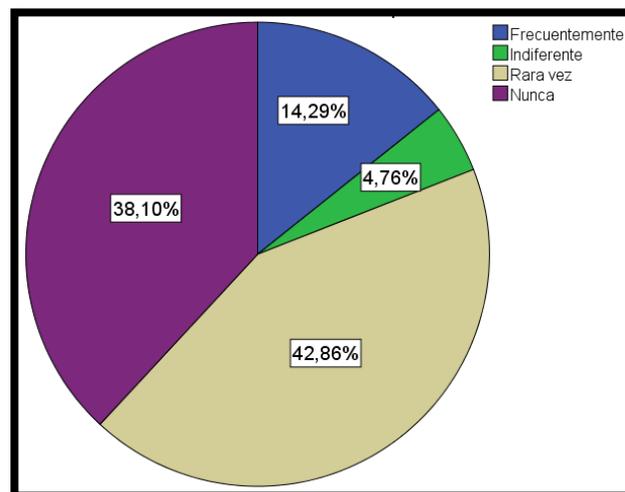
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Frecuentemente	1	4,8	4,8
	Indiferente	1	4,8	9,5
Válidos	Rara vez	8	38,1	47,6
	Nunca	11	52,4	100,0
	Total	21	100,0	100,0

4.1.3.9 ¿En qué grado su empresa ha realizado formación del personal?

Del total de empresas encuestadas, el 14,3% cuenta Frecuentemente con un proceso de formación para el personal, para el 4,8% de las empresas les parece Indiferente contar o no con un proceso de formación para el personal, el 42,9% Rara Vez cuenta con un proceso de formación de personal, y el 38,1% Nunca ha elaborado un proceso de formación de personal.

Tabla 4.19: Grado de formación del personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Frecuentemente	3	14,3	14,3
	Indiferente	1	4,8	19,0
Válidos	Rara vez	9	42,9	61,9
	Nunca	8	38,1	100,0
	Total	21	100,0	100,0

Gráfico 4.10: Grado de formación del personal

4.1.3.10 *¿En qué grado su empresa ha incentivado al desarrollo de carreras profesionales a su personal?*

Del total de empresas encuestadas, el 38,1% siempre incentiva el desarrollo de carreras profesionales en su personal, el 19% frecuentemente los incentiva, otro 19% de empresas les da igual el progreso de su personal, y el 23,8% rara vez incentiva al personal en su crecimiento profesional.

Tabla 4.20: Grado de incentivo de carreras profesionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	8	38,1	38,1	38,1
	Frecuentemente	4	19,0	19,0	57,1
	Indiferente	4	19,0	19,0	76,2
	Rara vez	5	23,8	23,8	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

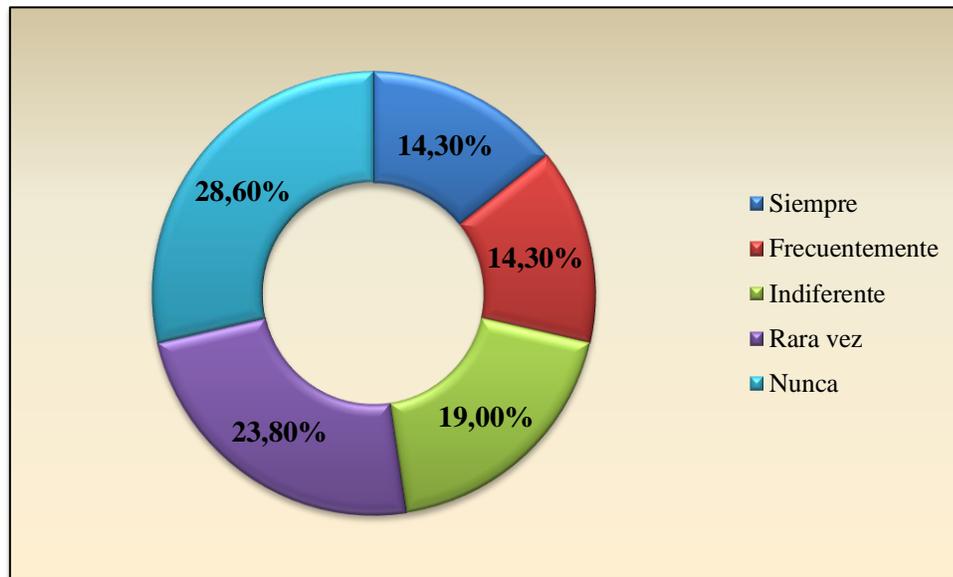
4.1.3.11 *¿En qué grado su empresa ha realizado evaluación de desempeño del personal?*

De las 21 empresas encuestadas pertenecientes a la muestra, el 14,3% Siempre cuenta con un proceso de evaluación para el personal, 14,3% Frecuentemente cuenta con un proceso de evaluación para el personal, para el 19% les resulta indiferente realizar o no la evaluación del personal, el 23,8% rara vez ha elaborado un proceso de evaluación de personal y el 28,6% Nunca ha elaborado un proceso de evaluación para el personal.

Tabla 4.21: Grado de Evaluación del desempeño del personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	3	14,3	14,3	14,3
	Frecuentemente	3	14,3	14,3	28,6
	Indiferente	4	19,0	19,0	47,6
	Rara vez	5	23,8	23,8	71,4
	Nunca	6	28,6	28,6	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

Gráfico 4.11: Grado de Evaluación del desempeño del personal



4.1.3.12 ¿En qué grado su empresa ha desarrollado actividades de relaciones laborales?

De las 21 empresas encuestadas pertenecientes a la muestra, el 9,5% Siempre realiza actividades de relaciones laborales, el 4,8% Frecuentemente cuenta con estas actividades, para el 28,6% de las empresas les parece indiferente, el 33,3% Rara vez organiza actividades de relaciones laborales y el 23,8% nunca ha realizado dichas actividades.

Tabla 4.22: Grado de Desarrollo de actividades de relaciones laborales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	2	9,5	9,5
	Frecuentemente	1	4,8	14,3
	Indiferente	6	28,6	42,9
	Rara vez	7	33,3	76,2
	Nunca	5	23,8	100,0
	Total	21	100,0	100,0

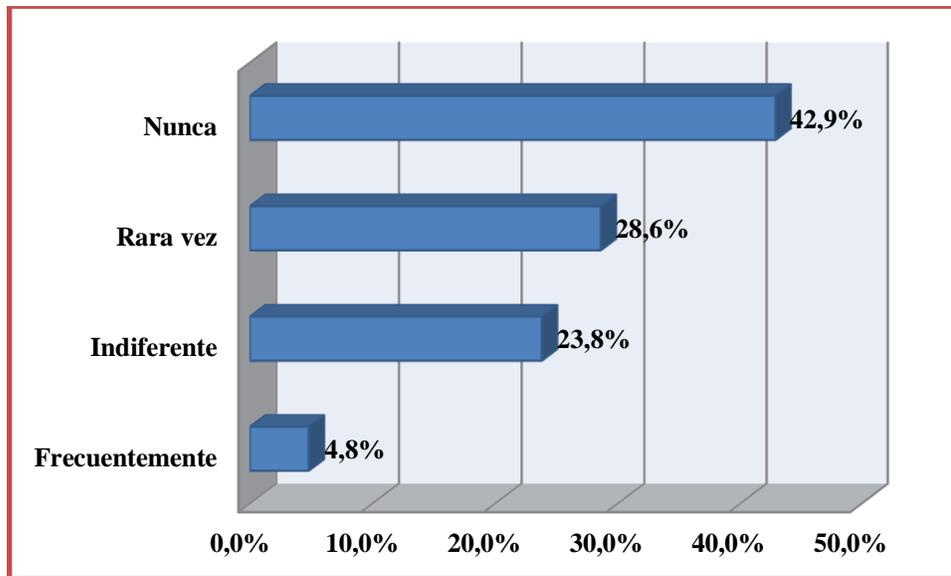
4.1.3.13 ¿En qué grado su empresa ha desarrollado la gestión de riesgos laborales?

De las 21 empresas encuestadas pertenecientes a la muestra, el 4,8% Frecuentemente ha desarrollado la gestión de riesgos laborales, para el 23,8% de las empresas les parece indiferente el desarrollar la gestión de riesgos, el 28,6% Rara vez lo aplica y el 42,9% nunca realiza esta actividad.

Tabla 4.23: Grado de desarrollo de la gestión de riesgo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Frecuentemente	1	4,8	4,8
	Indiferente	5	23,8	28,6
Válidos	Rara vez	6	28,6	57,1
	Nunca	9	42,9	100,0
	Total	21	100,0	100,0

Gráfico 4.12: Grado de desarrollo de la gestión de riesgo



4.1.4 Explotación

4.1.4.1 ¿La empresa tiene algún desarrollo tecnológico protegido con patente, derechos de autor o propiedad industrial?

Del total de empresas encuestadas ninguna posee desarrollo protegido tecnológicos protegidos con patentes o derechos de autor.

Tabla 4.24: Desarrollo tecnológico protegido con patentes

		Frecuencia	Porcentaje
Perdidos	NO	21	100,0

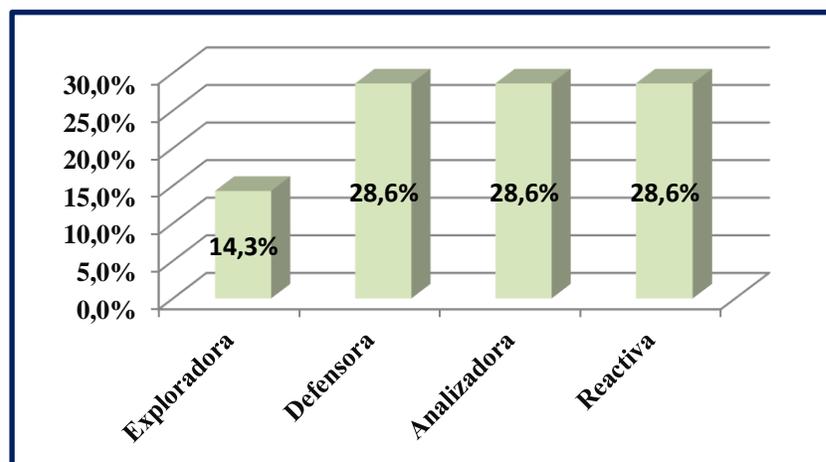
4.1.4.2 Tomando en cuenta la siguiente tipología de empresas cómo definiría a su empresa.

De las 21 empresas encuestadas pertenecientes a la muestra, las estrategias reactiva, analizadora y defensora son las más utilizadas con 28,6% cada una. Mientras la estrategia exploradora se presenta en el 14,3% de las empresas del sector.

Tabla 4.25: Tipología de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Exploradora	3	14,3	14,3	14,3
	Defensora	6	28,6	28,6	42,9
	Analizadora	6	28,6	28,6	71,4
	Reactiva	6	28,6	28,6	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

Gráfico 4.13: Tipología de la empresa



4.2 PRESENTACION Y ANALISIS DEL MODELO LOGIT

A continuación se muestra los resultados del modelo final y la interpretación de sus principales coeficientes.

Principalmente el estudio está enfocado en evaluar, si las capacidades organizacionales influyen o no en la capacidad de absorción de las empresas del sector panadero-pastelero.

Por esta razón los primeros intentos de modelos creados incluyeron únicamente como variables independientes a aquellas estrictamente relacionadas a la cultura organizacional y como variables dependientes a la IMPORTANCIA DE LA CAPACIDAD DE ABSORCION.

Sin embargo también se crearon modelos que incluyeron todas las variables en general para estudiar de manera más amplia la capacidad de absorción de las empresas panaderas-pasteleras de la ciudad de Guayaquil.

4.2.1 MODELO 1: Con variables asociadas a la cultura organizacional.

Este primer modelo incluye las variables asociadas a la cultura organizacional de las empresas, estas variables fueron identificadas en el capítulo 2 donde se habló sobre los factores que influyen la capacidad de absorción.

Se intentó creando varios posibles modelos, sin embargo no se tuvo éxito en la creación de alguno consistente, respecto únicamente de los elementos que conforman las capacidades organizacionales.

A continuación se presentan los resultados y análisis de uno de los modelos creados:

Cuadro 4. 1: Resumen del procesamiento de los casos (modelo 1)

Casos no ponderados		N	Porcentaje
Casos seleccionados	Incluidos en el análisis	21	100,0
	Casos perdidos	0	,0
	Total	21	100,0
Casos no seleccionados		0	,0
Total		21	100,0

El cuadro # 4.1 nos indica el total de datos incluidos en el análisis, siendo en este caso su totalidad (100%). No se tienen casos perdidos.

Cuadro 4. 2: Variables que no están en la ecuación (modelo 1)

			Puntuación	gl	Sig.
Paso 0	Variables	ART_PLAN_PERSONAL(1)	,646	1	,421
		ART_DESARR_CARR_PROF(1)	,328	1	,567
		ART_EVALUAC_DESEMPEÑ(1)	,955	1	,329
		ART_GESTION_RIESGO(1)	,420	1	,517
		INNOV_ORGANIZATIVA(1)	,175	1	,676
		ART_DISEÑO_PUESTO(1)	,420	1	,517
		ART_SELEC_PERSONAL(1)	,111	1	,740
	Estadísticos globales		5,354	7	,617

El cuadro # 4.2 indica las variables que fueron incluidas en el modelo de regresión logística y la significancia de estas para el modelo. Las variables que presentan una menor significación son aquellas que ayudaran a mejorar los resultados del modelo.

Cuadro 4. 3: Pruebas ómnibus sobre los coeficientes del modelo

		Chi cuadrado	Gl	Sig.
Paso 1	Paso	4,221	7	,754
	Bloque	4,221	7	,754
	Modelo	4,221	7	,754

La prueba de ómnibus ayuda a identificar la bondad de ajuste y por medio del chi-cuadrado determinar si, introduciendo una nueva variable independiente estoy mejorando la predicción respecto de la variable capacidad de absorción. Para este caso la significancia es de 0,754 con lo cual podemos indicar que estas variables independientes, relacionadas a las capacidades organizacionales no ayudan a identificar la capacidad de absorción del conocimiento de las empresas panaderas-pasteleras.

Cabe recalcar que para que un modelo sea aceptable la prueba de ómnibus deberá tener una significancia menor a 0,05 por tanto se rechaza este modelo, y continuar con el análisis de este se hace innecesario.

Cuadro 4. 4: Matriz de correlaciones (modelo 1)

	CONSTANTE	INNOV_ORGANIZATIVA (1)	ART_PLAN_PERSONAL(1)	ART_DISEÑO_PUESTO(1)	ART_SELECCION_PERSONAL(1)	ART_DESARROLLO_CARRERA_PROF(1)	ART_EVALUACION_DESEMPEÑO(1)	ART_GESTION_RIESGO(1)
Constante	1,000	-,627	,002	,031	-,606	,000	,000	-,031
INNOV_ORGANIZATIVA	-,627	1,000	-,003	-,049	,001	-,001	,000	,049
ART_PLAN_PERSONAL	,002	-,003	1,000	-,064	,002	-,001	-,001	-,064
ART_DISEÑO_PUESTO	,031	-,049	-,064	1,000	-,031	,012	,010	-,986
ART_SELECCION_PERSONAL	-,606	,001	,002	-,031	1,000	-,150	-,122	-,022
ART_DESARROLLO_CARRERA_PROF	,000	-,001	-,001	,012	-,150	1,000	-,167	,025
ART_EVALUACION_DESEMPEÑO	,000	,000	-,001	,010	-,122	-,167	1,000	-,068
ART_GESTION_RIESGO	-,031	,049	-,064	-,986	-,022	,025	-,068	1,000

En la matriz de correlaciones se identifica el análisis de fiabilidad con el valor del determinante de la matriz de correlación, donde su valor es mayor al 0 lo que significa que existe una intercorrelación entre variables muy baja. Y es una de las razones por las cuales no existe un modelo con variables de cultura organizacional que se ajuste correctamente.

4.2.2 Modelo 2: Conjunto total de variables sobre la capacidad de absorción

Este segundo modelo fue elegido después de varias posibles combinaciones entre variables en general.

Para una mejor elección de las variables que pudieran explicar LA CAPACIDAD DE ABSORCION se determinó correr el modelo de regresión logística binaria con cada una de las variables independiente por separado y de esta manera identificar cuáles eran más significativas para el estudio.

Cuadro 4. 5: Prueba de omnibus para cada una de las variables

VARIABLES	OMNIBUS
INNOV_PRODUCTO	0,65
INNOV_PROCESOS	0,65
INNOV_COMERCIAL	0,04
INNOV_ORGANIZATIVA	0,574
G_COMP_MAQ	0,405
G_COMP_TECN	0,619
G_FORM_PERSONAL	0,064
ALIANZA_UNIVERSIDAD	0,022
ALIANZA_PROVEEDORES	0,361
ALIANZA_CLIENTES	0,215
ALIANZA_GREMIOS	0,752
DEP_TECNICO	0,083
PATENTES	0,405
ART_INNOVACION	0,361
ART_I_D	0,752
ART_PLAN_PERSONAL	0,32
ART_DISEÑO_PUESTO	0,402
ART_SELEC_PERSONAL	0,65
ART_FORM_PERSONAL	0,064
ART_DESARR_CARR_PROF	0,455
ART_EVALUAC_DESEMPEÑ	0,247
ART_ACTIV_RELAC_LABORAL	0,282
ART_GESTION_RIESGO	0,282
GERENT_FORM_NINGUNA	0,65
GERENT_FORM_PRIMARIA	0,65
GERENT_FORM_SECUNDARIA	0,047
GERENT_FORM_3ER_NIVEL	0,405
GERENT_FORM_4TO_NIVEL	0,752
ART_PERS_3ER_NIVEL_MENOS_60	0,405
ART_PERS_3ER_NIVEL_ENTRE_80y60	0,574
ART_PERS_3ER_NIVEL_MAYOR_80	0,574
AÑOS_EMPRESA_MENOS_10	0,51
AÑOS_EMPRESA_ENTRE_20y10	0,405
AÑOS_EMPRESA_MENOS_20	0,215
ART_EMPRESA_EXPLORADORA	0,082
ART_EMPRESA_DEFENSORA	0,402
ART_EMPRESA_ANALIZADORA	0,406
ART_EMPRESA_REACTIVA	0,574

En el cuadro 4.5 resaltan de color amarillo las variables con una menor significancia según la prueba de Ómnibus. Después de haber realizado estas pruebas para cada una de las variables se realizó el modelo en conjunto con todas las variables resaltadas, pero aun de esta manera no se tuvo éxito y la prueba de ómnibus dio como resultado 0,235, lo cual sobrepasa la significancia de 0,05 que es requerida para la aceptación del modelo.

Como el primer resultado no fue el esperado se procedió a realizar una depuración entre las variables pre-seleccionadas, quedando como resultado las siguientes variables independientes:

- Innovación comercial
- Gastos en formación del personal
- Alianza con universidades

Los resultados y análisis que expreso este modelo son los siguientes:

Cuadro 4. 6: Resumen del procesamiento de los casos (modelo 2)

Casos no ponderados		N	Porcentaje
Casos seleccionados	Incluidos en el análisis	21	100,0
	Casos perdidos	0	,0
	Total	21	100,0
Casos no seleccionados		0	,0
Total		21	100,0

El cuadro # 4.6 nos indica el total de datos incluidos en el análisis para el modelo 2, para este estudio se incluyeron la totalidad de los casos por ende no se tienen casos perdidos.

Seguidamente en el cuadro # 4.7 se muestran las variables que serán incluidas en la ecuación de regresión logística binaria que tiene como variable dependiente a la Capacidad de absorción a las empresas panaderas-pasteleras de la ciudad de Guayaquil.

Cuadro 4. 7: Variables utilizadas en el modelo 2

		Puntuación	gl	Sig.	
Paso 0	Variables	INNOV_COMERCIAL(1)	6,300	1	,012
		G_FORM_PERSONAL(1)	,328	1	,567
		ALIANZA_UNIVERSIDAD(1)	9,975	1	,002
	Estadísticos globales	12,465	3	,006	

En el cuadro # 4.8 sobre la prueba de Ómnibus, la cual ayuda a identificar la bondad de ajuste y por medio del chi-cuadrado determinar si las variables introducidas ayudan a mejorar la predicción referente a la capacidad de absorción. Los resultados son un chi-cuadrado de 8,041 con 3 grados de libertad y una significancia de 0,045 (8.041, 3,

0.045), un porcentaje menor al 0,05 por tanto estas variables ayudan a explicar la variable dependiente.

Cuadro 4. 7: Pruebas ómnibus sobre los coeficientes del modelo 2

		Chi cuadrado	gl	Sig.
Paso 1	Paso	8,041	3	,045
	Bloque	8,041	3	,045
	Modelo	8,041	3	,045

4.2.2.1 Pruebas de bondad de ajuste

Cuadro 4. 8: Resumen del modelo

Paso	-2 log de la verosimilitud	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	3,820 ^a	,318	,572

Del cuadro # 4.9 sobre el resumen del modelo se presenta un resultado que es el equivalente al R², valga destacar que no se puede obtener un R² propiamente porque la variable dependiente es categórica.

El valor de R cuadrado de Nagelkerke indica que el modelo propuesto explica el 57,2% de la varianza de la variable dependiente, para este caso en particular es la capacidad de absorción. Cabe recalcar que para este análisis siempre es necesario escoger el R cuadrado que represente un mayor porcentaje visto desde el cuadro # 4.9.

Cuadro 4. 9: Tabla de clasificación

	Observado		Pronosticado		
			VARIABLE ARTIFICIAL CAPACIDAD DE ABSORCION		Porcentaje correcto
			No importante	Importante	
Paso 1	VARIABLE ARTIFICIAL CAPACIDAD DE ABSORCION	No importante	0	1	,0
		Importante	0	20	100,0
	Porcentaje global				95,2

En el cuadro 4,10: tabla de clasificación podemos identificar que el modelo clasifica correctamente el 95,2% de los datos que comprende el estudio. El modelo expuesto es aceptable puesto que las variables independientes explican entre el 31,8% y el 57,2% de la variable dependiente.

4.2.2.2 Estimación de los parámetros y modelo propio estimado

Cuadro 4. 10: Variables en la ecuación

	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
INNOV_COMERCIAL	-36,242	12173,942	,000	1	,998	,000
G_FORM_PERSONAL	-33,794	23262,015	,000	1	,999	,000
ALIANZA_UNIVERSIDA D	36,876	11996,829	,000	1	,998	10347883173997 270,000
Constante	18,121	8608,277	,000	1	,998	74102433,461

Los resultados entregados por el modelo muestran la siguiente ecuación de ajuste sobre el estudio de la capacidad de absorción en este sector de Guayaquil.

$$P = \frac{1}{e^{18,121 - 36,242 \text{ INNOV_COMERCIAL} - 33,794 \text{ G_FORM_PERSONAL} + 36,876 \text{ ALIANZ_UNIVERSIDAD}}}$$

$$p = \frac{1}{e^{18,121 - 36,242 \text{ INNOV_COMERCIAL} - 33,794 \text{ G_FORM_PERSONAL} + 36,876 \text{ ALIANZ_UNIVERSIDAD}}}$$

4.2.2.3 Análisis de Signos

Cuadro 4. 11: Análisis de signos

Covariable	Código	Signo	B	Significado
Innovación comercial	1 Siempre	Negativo	-36,242	Si se mantienen los demás parámetros constantes, se puede decir que la falta de Innovación comercial disminuye en -36,242 en la capacidad de absorción.
	0 Nunca			
Formación del personal	1 Siempre	Negativo	-33,794	Si se mantienen los demás parámetros constantes, se puede decir que a una reducción en los gastos en formación del personal provocara una disminución de 33,794 en la capacidad de absorción.
	0 Nunca			
Alianza con universidades	1 Siempre	Positivo	36,876	Si se mantienen los demás parámetros constantes, se puede decir que una mayor cantidad de alianzas con universidades provocara un incremento de 36,876 puntos en la capacidad de absorción.
	0 Nunca			

Por tanto, tras el análisis de los resultados otorgados por SPSS 20 una vez corrido el modelo de regresión logística binaria se determina que la capacidad de absorción en las empresas panaderas-pasteleras está en función de que tanta importancia les den estas a la innovación comercial, al gasto en la formación del personal y a la alianza con entidades de estudio, más específicamente con universidades.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Actualmente el conocimiento es un recurso netamente demandado en todos los sectores económicos, debido a que genera gran ventaja competitiva entre los competidores; dando como base la definición de la capacidad de absorción de conocimiento.

Muchas de las empresas buscan aumentar su capacidad de identificar, asimilar y aplicar la información obtenido del entorno con el fin de crecer ampliamente en el sector que se desempeñan.

Por ende, uno de los factores importantes de estudio es la cultura organizacional que de una forma directa o indirecta afecta a la capacidad de absorción de conocimiento de las empresas, por lo tanto se ha realizado un estudio en donde hemos llegado a obtener una respuesta por cada una de las interrogantes que nos hemos planteado durante el proyecto, basado en la revisión de trabajos, informes, revistas, libros, entre otras fuentes; con el propósito de alcanzar nuestro objetivo general que es determinar los factores relevantes de la capacidad de absorción de conocimiento de las PYMES del sector de panificación y la influencia de la cultura organizacional en el desarrollo de la capacidad de absorción, hemos establecido objetivos específicos que se detalla a continuación:

El primer objetivo específico es la revisión de la literatura sobre capacidad de absorción y cultura organizacional de las empresas, se encuentra información mucho más amplia en el capítulo 2.

En este capítulo constan información de temas generales que complementa al tema de estudio como es el conocimiento, la importancia de la información, innovación, la evolución histórica de la capacidad de absorción de conocimiento de las empresas, se detalla factores comunes que desarrollan las empresas para lograr un alto nivel de

capacidad de absorción, estudios realizados anteriormente sobre el tema que estamos investigando, conceptualización de la cultura organizacional y su evolución en el tiempo, sus funciones e importancia dentro de la empresa, definición y desarrollo de las Pymes en Ecuador. En estos últimos contextos hemos concluido que ambos conceptos son pilares fundamentales para apoyar a las organizaciones a ser más competitivos, reflejando una realidad cultural en donde juega un papel importante la conducta de las personas. Desde un punto de vista general, las empresas comprometidas con el éxito están dispuestas a nuevos cambios económicos, tecnológicos y legales. Lo que implica crear condiciones para mantener un aprendizaje continuo.

En el segundo objetivo específico se basa en el análisis de la estructura de las PYMES del sector panificador en la ciudad de Guayaquil, la información se encuentra en el capítulo 2, en donde se describe el sector de estudio de una manera más general. Actualmente el sector está recibiendo capacitaciones con el fin de fomentar el crecimiento en la economía del país. Muchas de las empresas panificadoras son familiares y conlleva tipos de problemas estructurales propios del sector, como el relevo generacional e incluyendo otros factores relevantes que influyen en la capacidad de absorción de conocimiento.

El tercer objetivo específico es establecer la situación actual de la capacidad de absorción de las empresas del sector panificador, el cual los resultados reflejan que la mayoría de estos establecimientos encuestados tienden a innovar en la actividad empresarial, procesos, productos o servicios, entre otros; lo que busca es identificarse entre sus competidores y lograr obtener mayor ventaja competitiva debido a que existe mayor oferta versus demanda. Por ende, va de la mano con el concepto de capacidad de absorción; lo cual estas empresas consideran que es un factor importante para el desarrollo de las mismas; aunque se debería considerar que una parte de la muestra le es indiferente por falta de limitantes internos propios de la organización.

Por lo tanto, para cumplir las necesidades del consumidor la mayoría de estas empresas invierten en maquinaria y nueva tecnología, con el objetivo de brindar un buen producto o servicio a sus clientes. Sin embargo, como se menciona en el párrafo anterior una de las limitantes es tener personal sin estudios terminados debido a que es más tardía la

comprensión de sus actividades generando paralización de procesos; por lo general este personal se encuentra en el área de producción. Así mismo, otra de las limitantes es que no hay una estructura organizacional definida en la mayoría de estas empresas por ende se tiene un personal inconforme y desmotivado, en conclusión tienen un bajo nivel de asimilación de información.

El cuarto objetivo específico se basa en el levantamiento de información primaria y secundaria del sector panificador sobre aspectos de la capacidad de absorción y cultura organizacional la información se ve reflejada en el capítulo 3 la cual se obtuvo mediante una encuesta; los resultados indica que tienen un alto nivel de innovación e investigación y desarrollo, así mismo la fase de identificación o adquisición. Sin embargo, la fase de asimilación fue baja por el poco interés en el recurso humano y un nivel medio en fase de explotación.

Se aplicó el modelo logit para obtener estimaciones de probabilidades en donde incluimos todas las variables relacionadas con la capacidad de absorción de las organizaciones.

El quinto objetivo específico está basado en las variables involucradas en el desarrollo de la capacidad de absorción y la cultura organizacional del sector, los resultados de manera amplia se encuentran en el capítulo 4.

En base a las empresas encuestadas se define que las variables que fueron incorporadas en el primer intento de modelo logit donde solo existían variables de cultura organizacional, el resultado obtenido fue una baja significancia y por esto una falencia de capacidad de absorción en este sector originado por las variables que responden a la cultura organizacional. Es decir las empresas de este sector no se enfocan en el desarrollo del factor humano como una fuente de ventaja competitiva.

Por ejemplo de la Evaluación de desempeño, ya anteriormente se concluyó que uno de los factores que afectan a la fase de asimilación es la formación del personal que va de la mano con la evaluación de desempeño que la mayoría de las PYMES nunca la ha realizado.

Refiriéndonos al modelo 2, donde se estudia a la capacidad de absorción en general se obtuvo un modelo consistente donde se incluyen las variables: innovación

comercial, gastos en formación del personal, alianza con universidades. es decir las empresas panaderas-pasteleras enfocadas en estos tres factores poseen capacidad de absorción, pero a pesar de ello son muy pocos los puntos en los cuales actualmente están enfocados.

Además el modelo 2 expuesto es aceptable puesto que las variables independientes explican al menos un porcentaje aceptable entre el R cuadrado de Cox y Snell y R cuadrado de Nagelkerke de la variable dependiente.

En el análisis de signos nos podemos dar cuenta que existe una variables que forman parte o relativamente compone la cultura organizacional y que está afectando directamente a la capacidad de absorción de conocimiento de las PYMES.

Es importante mantener una constante interacción con el recurso humano de las empresas debido a que todos forman parte de la organización la cual busca de una manera u otra cumplir con las necesidades de los clientes. Por ello es necesario estar continuamente actualizándonos y abriendo a nuevos cambios que se dé a futuro en los mercados.

REFERENCIAS

- Alcácer, J., & Chung, W. (2003). *Heterogeneity in Knowledge Spillovers: Evidence From Firm Location Decision*. New York University.
- Anabella Dávila, N. H. (1999). *Cultura en organizaciones latinas*. En N. H. Anabella Dávila, *Cultura en organizaciones latinas* (pág. 18). Monterrey: Siglo XXI.
- Araque, W. J. (2012). *Las Pymes y su situación actual*. Recuperado el Agosto de 2014, de http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Las_PyME_y_su.pdf
- Bernabeu, A. M. (2003). *Cultura en las pymes del sector de juguete y auxiliares: Implicaciones para implementación de sistema de calidad*. 134.
- Bittencourt, P. F., & Giglio, R. (Diciembre de 2013). *Un análisis empírico sobre la capacidad de absorción tecnológica de la industria brasileña*. *Revista Cepal*(111), 183-199.
- Bolivar, A., Batista, R., & Garcia, D. (2007). *La influencia de la capacidad de absorción en la transferencia de conocimiento interorganizativa*. Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Cabanelas Lorenzo, P., Cabanelas Omil, J., & González Vásquez, E. (2008). *La creación, integración, transferencia y asimilación eficiente de conocimiento en redes: Una propuesta para incrementar la confianza y vinculación con los prescriptores*. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 14(3), 151-156.
- Carrillo, D. (2010). *Diagnóstico del sector textil y de la Confección Junio 2010*. Recuperado el Septiembre de 2014, de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/TEXTIL.pdf>
- Cohen, W., & Levinthal, D. (1990). *"Absorptive Capacity: A new perspective on learning and innovation"*. *Administrative Science Quarterly*, 128-152.
- Cohen, W., & Levinthal, D. (1990). *Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation*. *Administrative Science Quarterly*, 128-152.
- Cohen, W., & Levinthal, D. (1990). *Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation*. *Administrative Science Quarterly*, 128-152.

- Delgado Viteri, D. (2007). *Analisis y propuesta del mejoramiento de proceso de despacho de panadería y pastelería en la empresa Moderna Alimentos S.A. Quito-Ecuador. UTE.*
- Dosi, G. (1982). *Technological paradigms and technological trajectories. A suggested interpretation of the determinant and direction of technical change. Science Policy Research Unit, 147-162.*
- Drucker, P. (1994). *The Age of Social Transformation. The Atlantic Monthly .*
- El Telégrafo. (2 de Diciembre de 2013). *Pequeños Negocios, Gran Potencial. Las Claves de las Mipymes.*
- El Telégrafo. (17 de Febrero de 2014). *Invención e Innovación Ganan Terreno en el Ecuador.*
- El Telegrafo. (17 de Febrero de 2014). *Telegrafo. Recuperado el 25 de Agosto de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/invencion-e-innovacion-ganan-terreno-en-el-ecuador.html>*
- Enroke. (s.f.). *Proyecto Pymes. Grupo Enroke.*
- Escribano, A., Fosfuri, A., & Tribó, J. (2009). *Managing External Knowledge flows:The moderating role of absorptive capacity. Research Policy, 96-105.*
- Espino Barranco , L. E., & García Hernández, B. J. (2011). *Los Recursos Humanos como factores de competitividad en las Pymes. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.*
- Estrada, S., & Dutrenit, G. (2007). *Gestión Del conocimiento en Pymes y Desempeño Competitivo. Entrevista, 2, 129-148.*
- Explored-Noticias de Ecuador. (14 de Septiembre de 2011). *Obtenido de www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/una-ciudad-de-las-panaderias-500357.html*
- Fernández Alarcón, V. (2005). *Consideraciones sobre la investigación del constructo capacidad de absorción. Intangible Capital .*
- FLACSO-MIPRO. (2011). *Boletín mensual de analisis sectorial de MIPYMES-Ropa deportiva de algodón y polialgodón(R1). Recuperado el Septiembre de 2014, de Centro de Investigaciones y de la Micro,Pequeña y Mediana empresa:*

[//www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/bc0c28zhw1qd44db7yor1ux67pdzje.pdf](http://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/bc0c28zhw1qd44db7yor1ux67pdzje.pdf)

- Flatten, T., Engelen, A., Zhara, S., & Brettel, M. (2011). *A measure of absorptive capacity: Scale of development and validation*. *European Management Journal*, 29(2), 98-116.
- Foréz, B., & Camisón, C. (2008). *La capacidad de absorción de conocimientos: Factores determinantes intenos y externos*. *Dirección y Organización*, 36, 35-50.
- Freeman, C. (1982). *Unemployment and Technical Innovation: a Study of Long Waves in Economic*. Greenwood Press.
- FUNDESA. (2013). *Guía Sectorial Orientación Económico Comercial, Sector Panadería y Pastelería*. FUNDESA: fundacion para el desarrollo socioeconomico de alto Aragón; INAEM: Instituto aragones de empleo.
- García Bertrán, A. (2004). *Desarrollar la gestión de la creatividad y de la innovación*. Boston: Deusto.
- Gassman, O., & Enkel, E. (2004). *Towards a Theory of Open Innovation: Three Core Process Archetypes*. *R&D management conference*, 6, 1-18.
- Gómez, A. M. (2003).
- González y Hurtado. (2014). *Influencia de la capacidad de absorción sobre la innovación: un análisis empírico en las mipymes colombianas*. *EG Estudios Gerenciales*, 277-286.
- González, I. (2013). *Modelo Teórico de Capacidad de Absorción, Innovación Organizacional y Emprendimiento*. *Informe de Investigaciones Educativas*, 27(1), 290-340.
- González, R., & García, F. (Diciembre de 2011). *Conceptuación y medición del constructo capacidad de absorción: Hacia un marco de integración*. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, 1(18), 43-65.
- Guadarrama, V. H., & Lopez, J. D. (2010). *La importancia de la capacidad de absorción para las pequeñas y medianas empresas*. *SINNCO 2010*, 1-25.
- Guadarrama, V. H., & López, J. D. (2010). *La importancia de la capacidad de absorción para las pequeñas y medianas empresas*.

- Günter Verheugen. (2006). *La Nueva Definición de Pyme: Guía del usuario y ejemplo de declaración*. *Empresa e Industria*, 1-51.
- Hernandez, A. J., & Provis, J. A. (2012). *Monte Sinai: La Herencia de los Vulnerados*. **Guayaquil: Hogar de Cristo**.
- Huselid, M. A. (1995). *The impact of human resource management practices on turnover, productivity, and corporate financial performance*. *Academy of Management Journal*, 38(3), 635-872.
- INEC & Senescyt. (2012). *Principales Indicadores de Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación*. Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.
- INEC. (14 de Septiembre de 2011). *Explored*. Recuperado el 2014 de 9 de 25, de <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/una-ciudad-de-las-panaderias-500357.html>
- INEC, D. d. (Agosto de 2012). *Análisis y redacción Económica*.
- Instituto Bachiller Sabuco Albacete. (s.f.). *El desarrollo industrial en la Europa del siglo XIX*. Departamento de Geografía e Historia I.E.S.
- Instituto De Promoción De Exportaciones e Inversiones. (2012). *ANALISIS SECTORIAL DE TEXTILES Y CONFECCIONES*. Recuperado el Octubre de 2014, de PROECUADOR: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf
- Jansen, J., Vand de Bosh, F., Volberda, H., & Erasmus University, R. (2005). *Managing potential and realized absorptive capacity: how do organizational antecedents matter?* *Academy of Management Journal*, 48(6), 999–1015.
- Jaramillo, J. P. (2014). *Perspectiva Económica del Ecuador: La Matriz Productiva 2014*. **Perspectiva**.
- Jiménez, M. M. (2009). *Influencia de la capacidad de absorber conocimiento en la capacidad estratégica intraempresarial: un modelo causal de empresas españolas*. Granada: Editorial de la Universidad de Granada.
- Joyas, J. C. (s.f.). *Cultura organizacional y la toma de decisiones. Caso para empresas Pymes de Cali*. 7.

- Kelchner, L., & Media, D. (s.f.). *La importancia de la capacidad de una organización*. Recuperado el 2014 de 11 de 12, de La Voz de Houston: <http://pyme.lavoztx.com/la-importancia-de-la-capacidad-de-una-organizacin-9764.html>
- Kim, L. (1997). *Imitation to Innovation: The Dynamics of Korea's Technological Learning*. Harvard Business School Press.
- Krüger, K. (2006). *El concepto de 'Sociedad del conocimiento'*. Universidad de Barcelona.
- Lazonick, W. (1993). *Industrial Clusters versus Global: Organizational Capabilities in the American Economy*. *Industrial and Corporate Change*, 1-24.
- López, J., & Garcia, A. (2010). *Innovación abierta: Desafíos organizacionales de este modelo de gestión de la innovación para las empresas*. *Revista Galena de Economía*, 19, 1-13.
- Luna, R., & Pezo, A. (2005). En A. P. Raúl Luna Rodríguez, *Cultura de la innovación y la gestión tecnológica para el desarrollo de los pueblos* (pág. 67). Bogota: Convenio Andrés Bello.
- Macias, C., & Aguilera, A. (2012). *Contribución de la gestión de recursos humanos a la gestión del conocimiento*. *Estudios Gerenciales*, 28(123), 133-148.
- Marco, D., & Giovanni, S. (2011). *Políticas para la innovación en las pequeñas y medianas empresas en America Latina*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Merchan, K. (2009). *Analisis de competencias y habilidades para que un usuario utilice herramientas de negocios en las pymes del Ecuador(Doctoral Disertation)*. Recuperado el 20 de Agosto de 2014, de <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/7537>
- Miles, R. E., & Snow, C. C. (1978). *Organizational strategy, Structure, and Process*. New York: McGraw-Hill.
- Miles, R., & Snow, C. (1978). *Organizational strategy, structure, and process*. New York: McGraw-Hill.
- (2012). *Gobierno brindó capacitación a panificadores de Guayaquil*. En Ministerio de Industrias y Productividad.

- Mowery, D., & Oxley, J. (1995). *Inward Technology Transfer and Competitiveness: The Role of National Innovation Systems*. Cambridge Journal of Economics.
- Muñoz, G. N. (2011). *Formulacion de un plan estratégico , manual de funciones y manual de procedimientos, políticos para el área de crédito y cartera de grupo Moderna S.A. Ibarra.*
- (2005). En A. Nosnik, *Culturas organizacionales: su origen, consolidación y desarrollo* (pág. 17).
- OCDE, & CEPAL. (2013). *Perpectivas económicas de América Latina: Políticas de PYMES para el cambio estructural .*
- Ouchi. (1981).
- Pastor, J., & Guisasola, E. (2012). *Innovacion y Creatividad. EOI: Escuela de Organizacion Industrial, 1-79.*
- Pérez. (2001). *Técnicas Estadísticas con SPSS*. Pearson.
- Pérez, C. (2005). *Técnicas estadísticas con SPSS 12: Aplicaciones al análisis de datos*. Pearson Education.
- Perrow. (1986).
- Raúl Luna Rodríguez, A. P. (2005).
- Rodriguez, A., & Landeta, J. (2004). *Capacidad empresarial para la absorción de I+D. Cuadernos de Gestión, 4(1), 11-34.*
- San Martin, N., & Rodriguez, C. (2012). *Un marco marco conceptual para los procesos de innovación abierta: Integracion, difusion y cooperacion en el conocimiento. Telos, 14(1), 83-101.*
- Schein. (1996).
- Schneider Bem, R. (2007). *Resiliencia*. 251.
- Schumpeter, J. (1911). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Duncker & Humbolt.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (4 de agosto de 2014). *Desarrollo sostenible y transformación productiva se promueve respetando el territorio, tradiciones y ambiente*. Recuperado el 3 de octubre de 2014, de <http://www.planificacion.gob.ec/tag/productiva/>
- SEQC. (s.f.). Recuperado el 01 de 11 de 2014, de www.seqc.es

- Solé, & Mirabet. (1997). *Proceso de formación y desarrollo del personal*. Universidad de Huelva.
- SRI. (s.f.). Servicio de Rentas Interna. Recuperado el 3 de Septiembre de 2014, de <http://www.sri.gob.ec/de/32>
- Taylor, S. E. (1871). *Cultura organizacional estado del arte*. 7.
- UNESCO. (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento*. Ediciones UNESCO, 17-24.
- Unidad de Análisis Económico e Investigación Ekos Negocios. (2012). *Pymes, Contribución Clave en la Economía*. Ekos Negocios , 34-119.
- Valerio , L., & Botticelli , D. (2011). *La clave de la Propiedad Intelectual La clave de la Propiedad Intelectual*. Camera di Commercio Italo-Argentina, 1-172.
- Vanhaverbeke, W., Cloudt, M., & Van de Vrande, V. (2008). *Connecting Absorptive Capacity and Open Innovation*. Recuperado el 15 de Julio de 2014, de <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/SSRN-id1091265.pdf>
- Vermuelen , P. (2004). *Managing Product Innovation in Financial Services Firms*. *European Management Journal*, 43-50.
- Viding. (2000).
- Villafañe, A. E. (31 de 05 de 2008). Profesor Villafañe Blog. Recuperado el 11 de 9 de 2014, de Sitio web del profesor Alfredo Villafañe: <http://profvillafane.blogspot.com/2008/05/la-importancia-del-conocimiento-en.html>
- Wether, W. (2008). *Administración de personal de recursos humanos*. México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE MEXICO.
- Wilson, F. y. (1985).
- Zack, M. H. (1999). *Managing codified knowledge*. *Sloan management review*, 40(4), 45-58.
- Zahra , S., & George, G. (2002). *Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension*. *Academy of Management Review*, 185-203.
- Zahra, S., & George, G. (April de 2002). *Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension*. *The Academy of Management Review*, 27(2), 185-203.

Zahra, S., & George, G. (2002). Absortive capacity:A review,reconceptualization,and extension. Academademy of Management Review.Vol.27(2), 185-203.

ANEXOS

ANEXO 1. FORMATO DE ENCUESTA

	Escuela Superior Politécnica del Litoral Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas
---	---

Cuestionario para el estudio de la capacidad de absorción de las PYMES del sector Panadero-Pastelero

<p>Tomando en cuenta la siguiente definición de innovación valore la importancia que usted le da para el desarrollo de su actividad empresarial.</p> <p>Innovación es la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas.</p>	<table border="1" style="margin: auto; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">MI</td> <td style="padding: 5px;">I</td> <td style="padding: 5px;">IND</td> <td style="padding: 5px;">PI</td> <td style="padding: 5px;">NI</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	MI	I	IND	PI	NI					
MI	I	IND	PI	NI							
<p>Tomando en cuenta la siguiente definición de innovación de producto, en los últimos 3 años de actividad empresarial, considera usted que la ha realizado?</p> <p>Innovación de producto es la introducción de un bien o servicio nuevo o significativamente mejorado en sus características o en sus usos posibles. Este tipo de innovación incluye mejoras significativas en las especificaciones técnicas, los componentes o materiales, el software incorporado, la ergonomía u otras características funcionales.</p>	<table border="1" style="margin: auto; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">sí</td> <td style="padding: 5px;">no</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> </tr> </table>	sí	no								
sí	no										
<p>Tomando en cuenta la siguiente definición de innovación de procesos, en los últimos 3 años de actividad empresarial, considera usted que la ha realizado?.</p> <p>Innovación de procesos es la introducción de un método de producción o de distribución nuevo o significativamente mejorado. Incluye mejoras significativas en técnicas, equipo o software.</p>	<table border="1" style="margin: auto; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">sí</td> <td style="padding: 5px;">no</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> </tr> </table>	sí	no								
sí	no										
<p>Tomando en cuenta la siguiente definición de innovación comercial, en los últimos 3 años de actividad empresarial, considera usted que la ha realizado?.</p> <p>Innovación comercial es la introducción de un nuevo método de comercialización que entrañe importantes mejoras en el diseño o presentación del producto, en su posicionamiento, en su promoción o en su precio.</p>	<table border="1" style="margin: auto; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">sí</td> <td style="padding: 5px;">no</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> </tr> </table>	sí	no								
sí	no										

<p>Tomando en cuenta la siguiente definición de innovación organizativa, en los últimos 3 años de actividad empresarial, considera usted que la ha realizado?.</p> <p>Innovación organizativa es la introducción de un nuevo método de organización aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas de la empresa.</p>	<table border="1"> <tr> <td>si</td> <td>no</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	si	no								
si	no										
<p>Tomando en cuenta la siguiente definición de capacidad de absorción valore la importancia que usted le da para el desarrollo de su actividad empresarial.</p> <p>Capacidad de absorción: Capacidad de las empresas para identificar, adsorber, asimilar, transformar y aplicar o explotar comercialmente conocimiento obtenido de fuentes externas a la organización (Cohen y Levinthal, 1990)</p>	<table border="1"> <tr> <td>MI</td> <td>I</td> <td>IND</td> <td>PI</td> <td>NI</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	MI	I	IND	PI	NI					
MI	I	IND	PI	NI							
<p>Tomando en cuenta la siguiente definición de I+D valore la importancia que usted le da para el desarrollo de su actividad empresarial.</p> <p>La investigación y el desarrollo experimental (I+D) comprenden el trabajo creativo llevado a cabo de forma sistemática para incrementar el volumen de conocimientos, incluido el conocimiento del hombre, la cultura y la sociedad, y el uso de esos conocimientos para crear nuevas aplicaciones.</p>	<table border="1"> <tr> <td>MI</td> <td>I</td> <td>IND</td> <td>PI</td> <td>NI</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	MI	I	IND	PI	NI					
MI	I	IND	PI	NI							
Adquisición											
<p>¿Ha realizado en los últimos 3 años un gasto significativo (que supere el 30 % de gasto operacional) en la compra de maquinaria?</p>	<table border="1"> <tr> <td>si</td> <td>no</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	si	no								
si	no										
<p>¿Ha realizado en los últimos 3 años un gasto significativo (que supere el 30 % de gasto operacional) en la compra de tecnología?</p>	<table border="1"> <tr> <td>si</td> <td>no</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	si	no								
si	no										
<p>¿Ha realizado en los últimos 3 años un gasto significativo (que supere el 10 % de gasto operacional) en la formación de personal?</p>	<table border="1"> <tr> <td>si</td> <td>no</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	si	no								
si	no										
<p>De los siguientes agentes con cuáles ha tenido en los últimos 3 años o tiene actualmente alguna alianza o cooperación.</p>	<table border="1"> <tr> <td>Universidad</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Institutos técnicos o tecnológicos</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Proveedores</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Clientes</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Gremios empresariales</td> <td></td> </tr> </table>	Universidad		Institutos técnicos o tecnológicos		Proveedores		Clientes		Gremios empresariales	
Universidad											
Institutos técnicos o tecnológicos											
Proveedores											
Clientes											
Gremios empresariales											

Asimilación					
¿El gerente o máximo tomador de decisiones en la empresa que nivel de formación posee?	Ninguna				
	Primaria				
	Secundaria				
	Tercer nivel (grado)				
	Cuarto nivel (maestría o doctorado)				
¿qué porcentaje del personal tiene estudios universitarios terminados?	Mayor 80 %	Menor a 80 % y mayor a 60 %	Menor a 60 %		
¿Cuántos años de actividad tiene su empresa?	Mayor a 20 años	Menor a 20 y mayor a 10 años	Menor a 10 años		
¿La empresa tiene departamento técnico?	si	no			
¿Alguna persona del personal escribe artículos de carácter técnicos publicables?	si	no			
¿En qué grado su empresa ha realizado una planificación del personal?	S	F	I	RV	N
¿En qué grado su empresa ha realizado un diseño del puesto de trabajo?	S	F	I	RV	N
¿En qué grado su empresa ha realizado reclutamiento y selección de personal?	S	F	I	RV	N
¿En qué grado su empresa ha realizado formación del personal?	S	F	I	RV	N

¿En qué grado su empresa ha incentivado al desarrollo de carreras profesionales a su personal?	S	F	I	RV	N			
¿En qué grado su empresa ha realizado evaluación de desempeño del personal?	S	F	I	RV	N			
¿En qué grado su empresa ha desarrollado actividades de relacionales laborales?	S	F	I	RV	N			
¿En qué grado su empresa ha desarrollado la gestión de riesgos laborales?	S	F	I	RV	N			
Explotación								
¿La empresa tiene algún desarrollo tecnológico protegido con patente, derechos de autor o propiedad industrial?	si		no					
Tomando en cuenta la siguiente tipología de empresas cómo definiría a su empresa. Las empresas exploradoras se caracterizan por liderar el cambio en sus industrias y buscar continuamente nuevos productos y mercados. Las empresas defensoras se sitúan en el extremo opuesto y tratan de ofrecer un conjunto estable de productos a un segmento de mercado en el que se especializan, centrándose más en la eficiencia y mejorar los procesos para reducir los costes de fabricación. Las empresas analizadoras tienen a ocupar una posición intermedia entre exploradora y defensoras. Las empresas reactivas no tienen una estrategia consistente, lo que las conduce a reaccionar cuando las presiones del entorno las fuerzan a ello y suelen presentar resultados inferiores a los de los otros tipos. (Miles y Snow, 1978)	exploradora		defensora		analizadora		reactiva	

MI	I	IND	PI	NI
Muy Importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante

S	F	I	RV	N
Siempre	Frecuentemente	Indiferente	Rara vez	Nunca

ANEXO 2. FORMATO DE ENCUESTA

#	Nombre de Panadería/Pastelería
1	PANADERÍA IRLANDESA
2	PANADERÍA NACIONAL
3	PANADERÍA PINKI PAN
4	PANADERÍA LLERENA
5	INALECSA
6	TIOSA-SUPAN
7	INDUSTRIA DULCERA C. LTDA
8	LA ESPAÑOLA
9	GALLETA PECOSA
10	PANADERÍA CALIFORNIA
11	PASTELES Y COMPANIA PASTELICON SA
12	PAN BAGUETTE SA
13	PUNTO CALIENTE S.A. PUNCALSA
14	PASTELO SA
15	LA CHILENITA LAMINCHILE S.A.
16	LABRA QUE LABRA
17	PANADERIA SABROPAN
18	FUENTE DE SODA Y PANADERIA LA SELECTA
19	PASTELERIA ADRIANA
20	DOREMI
21	BOMBON