

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS



CARRERA NEGOCIOS INTERNACIONALES

TRABAJO DE TITULACIÓN

**CAPACIDAD DE ABSORCIÓN DE CONOCIMIENTO DE LAS PYMES
DEL SECTOR GANADERO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR:

**STEFANIA ELIZABETH BORBOR VERA
DANNY JOSÍAS VÁSQUEZ VILLÓN**

DIRECTOR: DR. DAVID SABANDO VERA

Guayaquil-Ecuador
2015

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme dado la sabiduría necesaria para avanzar durante todo el ciclo de mi carrera profesional.

Por haberme permitido terminar mis estudios universitarios. En segundo lugar a mis padres por no haber perdido la fe en mí, porque gracias a su ejemplo soy la persona que soy ahora. (Stefania Borbor)

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme dado la oportunidad de poder culminar con bendición un escalón más hacia el éxito profesional.

En segundo lugar a mi familia por ser un ejemplo de superación y de constante valor. (Danny Vásquez).

DEDICATORIA

Dedico esta tesis en primer lugar a Dios, porque sin él no lo hubiera hecho posible, ya que me dio la constancia necesaria para terminarla de la mejor manera

De igual manera agradezco a mis padres por estar siempre a mi lado apoyándome en cada paso que he dado. (Stefania Borbor).

Dedico esta tesis en primer lugar a Dios por darme la gran alegría de vivir y culminar con éxito esta etapa estudiantil y de la responsabilidad que conlleva la misma.

A mis familiares por estar conmigo durante todo el tiempo que ha significado lograr este escalón hacia el éxito profesional. (Danny Vásquez).

TRIBUNAL DE TITULACIÓN

MBA. Jenny Tola Cisneros

Ph.D Washington Martínez

Ph. D David Sabando Vera

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo de Titulación, corresponde
Exclusivamente al autor, y al patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA
SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Stefania Elizabeth Borbor Vera

Danny Josías Vásquez Villón

INDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	I
DEDICATORIA	II
TRIBUNAL DE TITULARIZACION.....	III
DECLARACIÓN EXPRESA	IV
INDICEGENERAL.....	V
RESUMEN.....	VI
INDICE DE LISTRACIONES.....	IX
INDICE DE TABLAS.....	IX
ABREVIATURAS.....	X
1. CAPITULO 1 INTRODUCCIÓN	1
1.1 ANTECEDENTES	1
1.1.1Antecedentes de las pymes	1
1.1.2Antecedentes de las pymes del sector ganadero	3
1.1.3Antecedentes de la capacidad de absorcion	3
1.1.4Antecedentes de la innovacion	4
1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	4
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1Objetivo general.....	5
1.3.2Objetivos específicos.....	5
1.4 ALCANCE.....	5
1.5 LIMITACIONES	5
2. CAPITULO 2 CAPACIDAD DE ABSORCIÓN	6
2.1 DEFINICIÓN DE CAPACIDAD DE ABSORCIÓN.....	6
2.2 FACTORES DETERMINANTES	7
2.2.1Factores internos	7
2.2.2Factores externos	8
2.3 FORTALEZA DE LA CAPACIDAD DE ABSORCIÓN:.....	10
2.4 DERRAMAS DE CONOCIMIENTO.....	10
2.4.1Mecanismos para las derramas de conocimiento.....	11
3. CAPITULO 3 PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS	12

3.1	DEFINICIÓN DE UNA PYME	12
3.2	VENTAJAS DE LAS PYME.....	12
3.3	DESVENTAJAS DE LAS PYMES.....	12
3.4	PYMES EN EL ECUADOR.....	13
3.4.1	Indicadores de las pymes en ecuador	13
3.4.2	Foda de las pymes en el ecuador	14
3.4.3	Potencialidades de las pymes en ecuador	15
3.4.4	Financiamiento para pymes en ecuador.....	15
3.4.5	Las pymes en el ecuador y los retos gubernamentales	16
3.5	LA GLOBALIZACIÓN Y SUS CONSECUENCIAS PARA LAS PYMES.....	17
4.	CAPITULO 4 INNOVACION.....	18
4.1	INTRODUCCIÓN A LA INNOVACIÓN	18
4.2	DEFINICION DE INNOVACIÓN.....	18
4.3	CONDICIONES NECESARIAS PARA LA INNOVACIÓN.....	18
4.3.1	Equipo humano.....	18
4.3.2	Herramientas de apoyo para la generación de conocimiento	18
4.3.3	Bi-direccionalidad de la comunicación	19
4.3.4	Acciones de seguimiento y evaluación del impacto.....	19
4.3.5	Estructuras organizativas horizontales	19
4.4	TIPOS DE INNOVACIÓN.....	19
4.4.1	Innovación tecnológica.....	19
4.4.2	Innovación de producto	19
4.4.3	Innovación de proceso.....	20
4.4.4	Innovación en la gestión de las re. con el cliente.....	20
4.4.5	Innovación de servicios	20
4.4.6	Innovación organizacional	21
4.5	BARRERAS QUE LIMITAN LA CAPACIDAD DE INNOVAR.....	21
4.5.1	Escasa convicción de la innovación como elemento estratégico.....	21
4.5.2	Falta de predisposición al cambio.....	21
4.5.3	Personal técnico de apoyo insuficiente.....	21
4.5.4	Canales de comunicación no habilitados	21
4.5.5	Capacidades financieras.....	21

4.5.6 Intolerancia a los errores.....	22
5. CAPTULO 5 SECTOR GANADERO	23
5.1 ANTECEDENTES DEL SECTOR GANADERO	23
5.2 GANADERÍA EN EL ECUADOR	23
5.2.1 Producción y consumo de carne y leche.....	24
5.2.2 Análisis del sector ganadero en los últimos años.....	25
5.2.3 Importancia del sector en la economía del país	26
6. CAPITULO 6 MARCO METODOLÓGICO	28
6.1 INVESTIGACION DE MERCADO	28
6.1.1 Antecedentes	28
6.1.2 Proposito y objetivo de la investigacion	28
6.2 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	28
6.2.1 Tipo de investigacion	28
6.2.2 Nivel de investigacion	28
6.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	28
6.3.1 Poblacion	28
6.3.2 Muestra.....	29
6.4 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS.....	29
6.5 ENCUESTA Y ANALISIS DE RESULTADO	29
6.5.1 Metodo de encuesta.....	29
6.5.2 Diseño de la encuesta	29
6.5.3 Analisis de las encuestas.....	30
6.5.4 Analisis de resultados.....	43
6.5.5 Interpretacion del modelo	46

RESUMEN

Se realizó un estudio de las pymes del sector ganadero en la ciudad de Guayaquil, el objetivo principal era determinar si hay capacidad de absorción en dicho sector, se estudió sobre el tema de capacidad de absorción a través de lecturas de papers del tema, luego se elaboró un cuestionario con los principales puntos que se deberían analizar, se procedió a realizar las encuestas a las 36 pymes ganaderas ubicadas en diferentes partes de la ciudad de Guayaquil, una vez recopilada toda la información de las encuestas, se procedió a escoger el programa estadístico Spss, se tabularon los datos y luego se procedió a correr el programa para que arrojara los resultados, a través de las correlaciones se determinó cuales variables eran convenientes para crear un modelo logit, estas son; tecnología, tipo de empresa analizadoras, planificación del personal, nivel de educación de los empleados, alianza con proveedores y clientes, investigación. Luego se procedió en el spss a correr la opción logit binaria donde obtuvimos las tablas de las diferentes pruebas estadísticas y los betas que serán introducidos en el modelo para saber a través de ellos si existe capacidad de absorción, conociendo que como estamos frente a un modelo binario (Y), capacidad de absorción tomara valores de 0 si no existe capacidad de absorción y 1 si existe capacidad de absorción. se observó entonces a través de las coeficientes que las pymes en la ciudad de Guayaquil deben tomar más en cuenta la educación de los empleados que entran en la organización, la planificación de la organización, debe ser frecuente, esto ayudara a llevar un mejor control y por último la adquisición de nueva tecnología, es primordial para que las pymes innoven y crezcan. A través de las probabilidades se obtuvo entonces que existe un 44% de capacidad de absorción en las pymes ganaderas

INDICE DE ILUSTRACIONES

Figura 6.1: Concepto de Innovación.....	30
Figura 6.2: Innovación de producto.....	31
Figura 6.3: Innovación de producto.....	31
Figura 6.4: Innovación de comercialización.....	32
Figura 6.5: Innovación organizativa.....	32
Figura 6.6: Importancia “Capacidad de absorción”.....	33
Figura 6.7: Definición de investigación y desarrollo.....	33
Figura 6.8: Gasto significativo en compra de maquinaria.....	34
Figura 6.9: Gasto significativo en compra de tecnología.....	34
Figura 6.10: Gastos en formación.....	35
Figura 6.11: Alianza o cooperación.....	35
Figura 6.12: Formación del gerente.....	36
Figura 6.13: Nivel de estudios.....	36
Figura 6.14: Años de actividad.....	37
Figura 6.15: Departamento técnico.....	37
Figura 6.16: Artículos publicados.....	38
Figura 6.17: Planificación de personal.....	38
Figura 6.18: Diseño de puesto de trabajo.....	39
Figura 6.19: Selección del personal.....	39
Figura 6.20: formación del personal.....	40
Figura 6.21: Carreras profesionales.....	40
Figura 6.22: Desempeño de personal.....	41
Figura 6.23: Actividades de relaciones laborales.....	41
Figura 6.24: Gestión de riesgos laborales.....	42
Figura 6.25: Patente y propiedad intelectual.....	42
Figura 6.26: Tipo de empresa.....	43

INDICE DE CUADROS

Cuadro 6.1: Historial de iteraciones.....	45
Cuadro 6.2: Tabla pronosticada.....	46
Cuadro 6.3: Variables en la ecuación.....	46
Cuadro 6.4: Omnibus sobre los coeficientes del modelo.....	47
Cuadro 6.5: Coeficiente de Determinación.....	47
Cuadro 6.6: Prueba de Hosmer y Lesmeshow.....	48
Cuadro 6.7: Tabla pronostico	48
Cuadro 6.8: Variables de la Ecuación.....	49
Cuadro 6.9: probabilidades Econometricas.....	52

ABREVIATURAS

CFN	Corporación Financiera Nacional
FG	Fondo de Garantía
AF	Activos Fijos
CR	Capital de Riesgo
AGSO	Asociación de Ganaderos de la Sierra y Oriente
MAGAP	Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

CAPITULO 1 INTRODUCCIÓN

Las pymes son pequeños surgimientos o están inspiradas en las grandes compañías, sean estas nacionales o internacionales, como sabemos el tiempo transcurre y las pymes no pueden quedarse estancadas solo con el conocimiento primario, por eso en los últimos años se ha estudiado el tema de la capacidad de absorción, que nos muestra como ciertos factores que no lo ven tan importantes las organizaciones influyen mucho en su crecimiento.

Esos factores son la capacitación del gerente, los niveles de estudios de los empleados, la planificación de las actividades de los empleados, incentivar a los empleados a estudiar carreras profesionales aparte de las universitarias que deberían tener todos los empleados, más aun ahora que la competitividad va en aumento un empleado con buenas bases de estudio podrá desempeñarse de mejor manera en la organización.

El análisis de las pymes se la realizo en la ciudad de Guayaquil, en diferentes lugares de la ciudad, dándonos ciertos parámetros para saber su estado actual

Podemos decir que las pymes en la ciudad de Guayaquil tienen muchas falencias en innovación, ya que muy pocas de las estudiadas adquieren nuevas tecnologías o maquinarias, esto es parte también de un mal financiamiento por parte del estado, el estado debe tener presente que estas pequeñas empresas pueden a largo plazo ayudar a la economía del país, con un buen crecimiento interno y exportando a diferentes países, si se les diera la oportunidad, por eso es obligación de ellos ayudarlas en su financiamiento.

1.1 ANTECEDENTES

1.1.1 ANTECEDENTES DE LAS PYMES

Las pymes son unidades productivas de pequeña y mediana escala que surgieron de dos formas:

- Las que se originan propiamente como empresas, es decir, existe una estructura organizacional, gestión empresarial y se da una remuneración por el trabajo realizado.
- Y están aquellas que se originaron como negocios familiares en las que su misión es su supervivencia, evitando la atención en costos de oportunidad del capital, proyecciones de demanda e inversiones, aunque se daban limitaciones en temas de volumen de la organización: de escala, de capacitación, de información, entre otros.

En la década de los 70 inicio la caída del modelo de desarrollo industrial que tanta productividad les había dado durante largos años debido a que el precio del barril del petróleo

cayó a niveles records, también se dio la expansión económica de los países llamados desarrollados y el ingreso de nuevos países al mercado global de exportaciones.

Frente a esta crisis las grandes empresas tuvieron que re direccionarse para evitar desaparecer. Algunos de sus cambios estructurales y profundos fueron:

- Nuevas formas de procesos industriales e inclusión de tecnologías que aumenten la eficiencia de la producción.

- Políticas estrictas de racionalización del empleo.

- Ampliación del portafolio de mercados de demanda.

En este ciclo las Pymes vieron una tierra fértil, donde podían sembrar y ganaron el espacio adecuado para generar productos y empleos, y ser una parte importante dentro del proceso de crecimiento económico de los países.

Las pymes en la actualidad son responsables de alrededor del 70% de la fuerza de trabajo, dentro de los diferentes sectores del mercado de demanda, regularmente las pymes al crecer dan surgimiento y expansión a nuevas industrias de gran escala. (monografias)

En Nueva Zelanda a las pymes se les permitió progresar económicamente en el sector agroindustrial, con mejoras tecnológicas y capacitaciones de personal, se logró una capacidad de absorción adecuada que les ha permitido ser eficiente y eficaz en sus procesos productivos, llegando a ser un exportador confiable y de alta calidad. (Sedoglavich, 2008)

En España el sector de manufactura con cooperación tecnológica de Universidades y Organismos Públicos de Investigación, incrementaron su capacidad tecnológica para mejorar su competitividad, además de consolidar el pensamiento estratégico en los empresarios e introducir procesos y procedimientos sistemáticos en la gestión de las empresas, con el objetivo de mejoras sustanciales en su desarrollo. (Riunet, 2009)

En Irlanda se aplicó totalmente el concepto de capacidad de absorción a las Pymes y un derrame de conocimiento de las grandes empresas, en sus sectores productivos, donde su alta capacidad para reconocer el valor de la información externa nueva, asimilar y aplicarla a fines comerciales ayudo para su crecimiento.

Actualmente posee un sistema educativo muy alto, que les permite tener un recurso humano preparado, para poder generar innovaciones constantes en los diferentes sectores productivos. (Forfas, 2005)

En México se realizaron encuestas a diferentes empresas para saber cómo se encuentran, con respecto a la capacidad de absorción. El análisis de las empresas encuestadas,

permitió identificar que los factores que impactan en la capacidad de absorción de las empresas, están relacionados con las actividades de aprendizaje, tanto interno como externo, la vinculación académica, la estructura organizacional, las competencias del personal y de la empresa, y la calidad. (Guadarrama, 2013)

1.1.2 ANTECEDENTES DE LAS PYMES DEL SECTOR GANADERO

El sector ganadero nace por la necesidad de los seres humanos de poder satisfacer el hambre con la carne y leche, la vestimenta con el cuero, y otros derivados.

Las sociedades primitivas cazaban a este ganado y lo convertían en alimento o en otras ocasiones los capturaban, domesticaban y mantenían para que se mantengan a través del tiempo y poder utilizarlos cuando el momento sea el adecuado.

Este sector estuvo unido al inicio de las prácticas agrícolas, en que se vinculaban al hombre con la tierra.

Estos animales sirvieron y hasta la actualidad cumplen funciones de brindarnos carne, además también como animales de carga de mercancía, tiro de arado, son suministros de pieles, así como también la leche y sus principales derivados. Hasta el estiércol de las vacas es altamente usado como abono para los cultivos.

La ganadería y la agricultura han brindado al ser humano una mayor probabilidad de poder conseguir un sustento sostenible a través del tiempo, en lo que respecta a los alimentos (Carne y Leche) ya que con ellos podía sostener una familia.

Pero al pasar los años el ser humano evoluciono y mejoro prácticas de ganadería y de agricultura, adquiriendo conocimientos, permitiéndole tener una visión más de empresario.

Actualmente, el área de extensión del ganado con respecto al de la agricultura es superior, ya que tiene ventajas como por ejemplo: pueden ser criados en áreas muy afectadas por el clima donde la agricultura no puede ser sembrado. (Montañas, zonas con aridez extrema). (monografías)

1.1.3 ANTECEDENTES DE LA CAPACIDAD DE ABSORCION

Dado que en los últimos años la competitividad en los distintos mercados es bastante fuerte, ha generado que muchas empresas transformen y adapten sus recursos y activos según dicta las leyes de donde se encuentren, es aquí que nace el concepto de capacidad de absorción.

Las Pymes buscan captar conocimiento de las grandes compañías que son las inversoras de Investigación y desarrollo, debido a sus limitantes de tecnología y de

financiamiento, por lo cual deben ser certeros en extraer información de procesos, métodos de desarrollo de productos o servicios, formas de ventas, mejoras en procesos organizacionales, entre otros, para poder adaptarlas en sus compañías esperando que genere réditos y eficiencias con un bajo nivel de inversión. (Zornoza & Fóres)

1.1.4 ANTECEDENTES DE LA INNOVACION

Al hablar de innovación, seguramente todos convergemos en que significa cambio, invento, descubrimiento, progreso. En las empresas desde hace tiempo atrás resulta inexcusable que la innovación nos indica elaboración de nuevos productos o servicios, mejoras de procesos industriales, entre otros. Que sin lugar a dudas tiene un toque de avance tecnológico. Entre los ejemplos más claros de innovación tenemos: el ferrocarril, la electricidad, el automóvil, el teléfono, la aviación, dinero electrónico, internet, el PC.

El innovar en años pasados como en la actualidad, lo que se busca es el triunfo en la competitividad, mayor poder de mercado y que nuestros clientes sean fieles a nuestra marca.

1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Las Pymes a nivel mundial enfrentan barreras para poder crecer institucionalmente, debido a factores entre los cuales podemos nombrar al: Talento humano no calificado, deficiencias administrativas, nula inversión en tecnología y desarrollo, deficientes estrategias de desarrollo, diversidad de culturas, sistemas económicos, legales y políticos, mínima capacitaciones al recurso humano, entre otras. (Fernández, 2010)

Al observar estas barreras se deben de tomar decisiones ya sea de enfrentar estos problemas o ignorarlos, es aquí donde se encuentran muchas de las Pymes ya que enfrentar los problemas significa planificación, investigación, desarrollo y por supuesto inversión es entonces donde todas estas variables se pondrán en la balanza y se generara una decisión por parte del directorio.

En el Ecuador existen centenares de Pymes en los diferentes sectores industriales y productivos del país, con procesos industriales, administrativos, comerciales obsoletos, con equipos industriales y tecnologías depreciadas y donde sus planificaciones de estrategias administrativas, comerciales e incluso logísticas no son eficientes, por este motivo no se pueden obtener resultados altamente productivos aun cuando tales empresas se encuentran trabajando y proveyendo de productos en la cadena de suministros.

Es decir, podemos ver empresas que son eficaces ya que cumplen con su trabajo con un determinado uso de capital, tierra y recurso humano pero no están alcanzando la

efectividad deseada ya que podría producir mucho más con el mismo o menor uso capital, tierra y recuso humano.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar y Analizar la capacidad de absorción de las pymes, en el sector ganadero en la producción de carne y leche en la ciudad de Guayaquil.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar revisión de la literatura acerca de la capacidad de absorción.
- Identificar los factores relevantes de la capacidad de absorción.
- Especificar un modelo estadístico que nos ayude a explicar la capacidad de absorción.
- Realizar un estudio empírico en el sector ganadero de la ciudad de Guayaquil.
- Describir la relación de las variables organizacionales con la capacidad de absorción

1.4 ALCANCE

- El presente estudio explorará empíricamente el sector Ganadero en la ciudad de Guayaquil, de parte de los estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, para su trabajo de grado.
- La investigación abarca únicamente las pymes del sector ganadero en la ciudad de Guayaquil y sus derivados como lo son leche, y la carne.
- Lograr que las variables escogidas satisfagan al modelo de regresión establecido para el estudio de la capacidad de absorción de las Pymes en el sector ganadero en la ciudad de Guayaquil.

1.5 LIMITACIONES

- Poca apertura por parte de las empresas para el análisis de las compañías, y por ende tendremos menos datos para la realización del estudio.
- La falta de actualización de los registros de las pymes en la Súper de Compañías, con respecto al sector ganadero en la ciudad de Guayaquil.
- Poco interés por parte de las pymes de crecer en función de la investigación y desarrollo captando conocimiento de empresas grandes y multinacionales.
- Limitada información de fuentes primarias y secundarias acerca de las Pymes del Sector Ganadero.

CAPITULO 2 CAPACIDAD DE ABSORCIÓN

2.1 DEFINICIÓN DE CAPACIDAD DE ABSORCIÓN

Cohen y Levhintal, (1989, pag.2) sostuvo que “La capacidad de absorción es definida por primera vez como la capacidad para obtener conocimiento externo a través de los procesos de identificación, asimilación y explotación del mismo” Entonces, la capacidad de absorción es adquirir conocimiento intangible en el exterior de la empresa (de empresas del mismo sector o de otro diferente) explorando, investigando, realizando alianzas, que nos permitan aportes a nuestra empresa, con el fin de poder implementar ese conocimiento en nuestra organización, pero para aquello debemos ser capaces de poder sacar el mejor lucro con un equipo preparado para poder desarrollar este proyecto y que signifique un crecimiento sostenible a través del tiempo.

El poder desarrollar una capacidad de absorción incluye varios factores: saber identificar una información, es importante, pero también saber cómo aplicarla a nuestra empresa, es por eso que, si bien es relevante saber reconocer el valor de una información también es vital contar con personas preparadas que se encarguen de implementarla de manera interna con evaluaciones antes y después de imponer un nuevo proceso, con periodos de prueba antes de poder asentarlo de forma definitiva en nuestra empresa.

2.2 FACTORES DETERMINANTES

2.2.1 FACTORES INTERNOS

INVERSION EN INVESTIGACION Y DESARROLLO

Un autor sostuvo que “Los cambios tecnológicos en un sector están relacionados con la actividad de investigación y desarrollo (I+D)” (Cohen y Levinthal, 1990, pag. 4) Entonces, a partir de la argumentación dada, la organización tiene dos funciones principales que son: generar conocimiento (Interno o Externo) para posteriormente darle a la organización capacidad de absorción, mientras mayores sean las actividades en las áreas de investigación y desarrollo, la organización tendrá más posibilidad para adquirir conocimiento (Interno o Externo), debido a que existirá todo un programa, un personal capacitado que se enfocara exclusivamente a esta área y que tendrá metas fijas, claras y concisas de los objetivos que tiene que cumplir para sustentar este tipo de programas, que tiene como línea de llegada aumentar la capacidad de absorción de la nuestra empresa.

NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LA EMPRESA

Un autor sostuvo que “las habilidades de los empleados, su educación, su experiencia, su entrenamiento y sus destrezas adquiridas en el trabajo representan el conocimiento previo que la organización necesita para facilitar la absorción del nuevo conocimiento” (Nonaka y Takeuchi, 1995, pag.5)

Los conocimientos que posee cada empleado en la organización son muy importantes, debido a que la suma de todos, forma lo que se denomina el conocimiento actual de la empresa.

Una empresa con personal altamente capacitado, tecnólogos, ingenieros, investigadores, empleados con masterados, doctorados, personas con seminarios en investigación y desarrollo, significa un equipo con alta probabilidad de poder absorber conocimiento exterior y poder usar sus herramientas, para poder implementarlas en su lugar de trabajo.

Ahora si además de eso la empresa toma la decisión de capacitar a los empleados, eso aumentará más el conocimiento individual y colectivo, ayudando al crecimiento de la compañía en lo que ha capacidad de absorción se refiere.

DIVERSIDAD DE CONOCIMIENTO O BACKGROUND DE LA EMPRESA.

Un autor sostuvo que “Cuanto más diverso sea el conocimiento de la empresa, mayor será la oportunidad de que el nuevo conocimiento esté relacionado con el ya existente, facilitando su absorción. Además la diversidad de backgrounds, proporciona una variedad de perspectiva para procesar el conocimiento nuevo adquirido, conduciendo a nuevas asociaciones y a la innovación” (Cohen y Levinthal, 1990, pag.5)

Mientras mayor sea el conocimiento que posee la compañía, mayor será su capacidad de absorción, debido a que permitirá a la empresa asimilar de una manera más espontánea el conocimiento complejo de las grandes compañías, ya que tiene una amplia perspectiva en diversidad de campos, lo que evitara futuros errores y disminuirá la probabilidad de pérdidas de tiempo en periodos de prueba e implementaciones.

LOS SISTEMAS DE RECOMPENSA E INCENTIVOS

Un autor sostuvo que “La intensidad del esfuerzo de los empleados como determinante de la capacidad de absorción” (Kim, 1998 Pag. 6)

Los empleados de las organizaciones ven su sacrificio recompensado en incentivos económicos y esto está íntimamente ligado a su nivel de entusiasmo y esfuerzo en la organización, entonces se tendrá una mayor capacidad de absorción gracias a su predisposición para adquirir conocimiento, siempre y cuando ellos cuenten con un programa de incentivos, ya que si un trabajador no es retribuido en la misma medida de su empeño, su nivel productivo en su lugar de trabajo irá disminuyendo y esto podría perjudicar a la capacidad de absorción y al crecimiento de la compañía.

DISEÑO ORGANIZATIVO ABIERTO AL APRENDIZAJE

Cohen y Levinthal (1990 pag.8) sostuvo que “la capacidad de absorción de una organización no depende únicamente del interfaz entre ella y el entorno, sino que también depende de la transferencia de información de conocimiento entre y dentro cada una de las subunidades de la organización”.

La compañía debe tener buena conexión entre los departamentos que lo conforman, de esa manera la información se transmitirá de manera fluida, ayudando a que la compañía se mantenga informada en todos los sentidos, lo cual mejorara la capacidad de absorción ya que existirá una relación entre el interior y el exterior, una buena relación entre las subunidades y una buena relación de los individuos en la subunidad.

No debe existir una diferencia tan marcada entre cada uno de los niveles de la empresa, debido a que es una familia que busca un mismo porvenir entonces cuando tenemos muchas desigualdades de estratos en la organización, no habrá un solo puño por el cual debamos luchar y eso será una barrera muy marcada y difícil de superar para la organización, quizás logremos la eficacia pero no seremos eficientes.

2.2.2 FACTORES EXTERNOS

GRADO DE VARIABILIDAD DEL ENTORNO

Un autor sostuvo que “El grado de variabilidad es definido por la existencia de altos niveles de cambios en las variables del entorno claves como las preferencias de los consumidores, el número de nuevos consumidores, el número de nuevos productos entre otros” (Glazer y Weiss, 1993, pag. 9). La variabilidad del entorno es un papel muy importante para la empresa, que deben ser flexibles a los cambios del entorno, para poder así obtener una alta calificación de capacidad de absorción, como sabemos muchas veces es complicado la adaptación a nuevos entornos, debido a sus riesgos aunque también puede ser beneficioso por las oportunidades que se pueden presentar pero la estabilidad y seguridad que les proporciona su establecido mercado, les genera ya ventajas competitivas, que salir a un mercado desconocido y con inseguridad de lo que podría pasar.

Pero como el entorno cambia, se debe entonces tomar medidas que busquen minimizar las amenazas y pérdidas, entonces, se aumentan las capacidades de adquisición, asimilación y por consiguiente se obtiene un discernimiento del nuevo conocimiento adquirido de manera que ayude a la empresa.

EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES TECNOLÓGICAS

Según Cohen y Levinthal (1990, pág.10) “la oportunidad tecnológica representa como de costoso es para alguna empresa lograr alguna unidad normalizada de ventaja técnica en un sector determinado” Para unas

compañías es mucho más fácil conseguir tecnologías, que para otras, debido a los desniveles tecnológicos que existen entre los diferentes sectores del mercado de demanda.

Se debe buscar siempre que la adquisición de conocimiento tecnológico, ayude en los procesos de producción o que represente mejoras sustanciales en la elaboración de los productos y por consiguiente esto ayudará al crecimiento de la compañía.

Un crecimiento en información externa, incentiva a que las empresas inviertan en I+D y esto ayudará al crecimiento en la capacidad de absorción de la empresa, consiguiendo así una ventaja competitiva.

DIVERSIDAD CULTURAL

Un autor sostuvo que “La diversidad cultural da lugar a dificultades y retos adicionales para los agentes que quieran observar y transferir conocimiento, dado que deben dedicar más tiempo a la comunicación, al diseño de rutinas compatibles y al desarrollo de enfoques de gestión comunes Mowery, Oxley, y Silverman” (1996, pag.11)

Este factor externo es muy importante debido a que las empresas deben tener conocimiento de las diversidades culturales de las empresas de su sector, más aún si se está enfocando en la exportación y en los negocios internacionales, ya que esto les genera una ventaja frente a otras compañías, cuando se desee realizar alianzas tendrían un punto a favor para desnivelar la balanza frente a otros competidores, se trabaja mejor cuando existe compatibilidad, o conocimientos comunes entre ambas.

Mientras mayores sean la diferencia de culturas en el proceso de transferencia de información, más difícil será la capacidad de absorción, pero será ganancia para aquellas empresas que tengan amplia cultura organizacional

DISTANCIA GEOGRÁFICA

La distancia geográfica es un factor que influye en el eficiencia de la transferencia de información y por consiguiente, influye también en la capacidad de absorción de la empresa, mientras más sea la distancia mayor serán los costes de transporte y el tiempo para establecer contactos con las demás empresas u organizaciones con las que se desea obtener conocimiento.

Por eso se debe buscar ubicar la empresa en un lugar estratégico, para no tener problemas con las distancias y así poder lograr una mejor adquisición de conocimientos externos.

2.3 FORTALEZA DE LA CAPACIDAD DE ABSORCIÓN

- La inversión directa en capacidades de absorción por medio del entrenamiento de los empleados ayuda a mejorar el nivel de recurso humano de la compañía para su crecimiento en el mercado.

- Establecimiento de vínculos con otros agentes estratégicos que beneficie a la empresa a llegar al mercado a través de ellos, además de que se gana conocimiento con ellos debido al lazo que tienen ellos con otras fuentes, es decir, existe un enriquecimiento en esta alianza que amplía nuestro conocimiento.

- La capacidad de absorción nace de un subproducto de la investigación y desarrollo (I+D) ayudando de esa manera al crecimiento de la compañía y a su vez a la economía del país debido a que generan un desarrollo sustentable en el país.

2.4 DERRAMAS DE CONOCIMIENTO

Las derramas de conocimiento se las define como flujos involuntarios que se dan, por parte de una organización a otra, generando su conocimiento hacia las organizaciones, podemos agregar a esto, la transferencia de tecnología que ayudará a las compañías a mejorar en sus procesos ayudando así con el tiempo al crecimiento y éxito de la organización. (Martinez, 2008)

Debemos tener muy en claro que existen empresas transnacionales (ETN), empresas grandes (EG) y locales (EL), las empresas transnacionales proporcionan conocimiento a las empresas locales, ayudando a su incremento en la productividad, pero las derramas de conocimiento no solamente se da de empresas transnacionales a locales, también existen empresas ubicadas en el mismo sector, que transmiten conocimiento unas a otras a través de indicadores directos. (Redalyc, 2008)

También encontramos que las empresas locales obtienen beneficios, derivados de los flujos de conocimiento proporcionado por las grandes empresas (EG), obteniendo de esa manera derramas de conocimiento.

Jordaan (2005, Pag. 21) sostuvo que “el hecho de que las derramas de conocimiento no pueden ser difundidas homogéneamente, sino que las empresas deben contar con cierto nivel de capacidades de absorción que son específicas a cada empresa, ya que reflejan sus bases de conocimiento y estas deben estar relacionadas con su desempeño individual”.

2.4.1 MECANISMOS PARA LAS DERRAMAS DE CONOCIMIENTO.

DEMOSTRACIÓN-IMITACIÓN

En este mecanismo se adoptan nuevos productos, nuevos procesos de producción, esto puede ocurrir cuando las empresas locales copian procesos de las Empresas Transnacionales, introduciendo su nuevo Know-how.

MOVILIDAD DEL CAPITAL HUMANO

Este mecanismo hace referencia a las rotaciones de los empleados de las diferentes empresas, por lo general más las realizan las empresas transnacionales y locales, cuando se realizan este tipo de mecanismo, las empresas ganan nuevos empleados debido a que ellos obtienen nuevos conocimientos y tecnologías.

TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA DIRECTA

Este tipo de mecanismo se da cuando las empresas transnacionales otorgan sus conocimientos tecnológicos a las empresas locales, ayudándolas de esta manera a poder mejorar sus procesos, productos y así lograr el crecimiento de las organizaciones.

CAPITULO 3 PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

3.1 DEFINICIÓN DE UNA PYME

Una Pyme se define a aquellas pequeñas y medianas empresas con características específicas, que se distinguen de las grandes empresas, dado a los parámetros que se encuentran declarados formalmente por cada uno de los países a nivel mundial. Entre los parámetros podemos nombrar al volumen de capital fijo y de personal. (Wikipedia, 2014)

Una Pyme son aquellos agentes con culturas organizacionales (Estructura Organizacional Horizontal) muy distinto al de las empresas grandes, además sus intereses se encuentran fijados y establecidos en mercados más accesibles, en cuanto a inversión económica y tecnológica se refiere (mercado de comercio), tienen una piedra angular, que es su fortaleza y que les permite ser representativas en la economía de un país, el espíritu emprendedor y su flexibilidad organizacional para adaptarse a nuevas tendencias, algo que les favorece grandemente.

Las Pyme tienen una alta predominancia en el mercado de comercio, este sector les genera una demanda representativa, que les permite manejar sus operaciones con utilidades y crecer en experiencia, en activos y demás. Quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias y por las limitaciones que impone la legislación, en cuanto al volumen de personal y de capital fijo.

3.2 VENTAJAS DE LAS PYME

- Capacidad de especializarse en productos o servicios; una vez logrado ese pequeño escalón, las pymes deben buscar su crecimiento innovando.
- Se encuentran en la mayoría de mercados de demanda.
- Brindan respaldo a grandes empresas, y de la misma manera reciben derramas de conocimiento de empresas transnacionales.
- Tienen una gran capacidad para generar empleo, debido a que recién empiezan, y en futuro podrán crecer, por eso también deben escoger personal que sea capaz de absorber conocimiento.

3.3 DESVENTAJAS DE LAS PYMES

FINANCIACIÓN

Las pymes por sí mismas no poseen un acceso libre con entidades financieras (bancos, cooperativas de ahorros y créditos), dado que son empresas que tienen un alto riesgo de operación y poca garantía que los respalde para acceder a un préstamo, entonces a lo que

se recurre son las formas de financiación SGR, capital riesgo y bolsa de valores, que les permite tener su respaldo y garantía o recibir el financiamiento de forma directa frente a las entidades financieras.

EMPLEO

Las pymes tienen un límite de recursos humanos que no puede verse excedido por ningún motivo, por lo que conlleva a tener mano de obra especializada, y que en muchos casos puede ser costosa.

Las características de las personas que trabajan en una Pyme debe ser sobresalientes dado que se ocupan de puestos de mucha particularidad para lograr objetivos específicos.

TECNOLOGÍA.

La tecnología es una rama de la productividad laboral, muy importante ya que nos ayuda a tener eficiencia en procesos productivos con mejoras de tiempo, de procesos, de calidad, etc.

Pero en gran manera la tecnología es costosa y una Pyme no tiene esta capacidad financiera, por lo que se busca nuevas formas de generar tecnología a un menor costo, es ahí donde las pequeñas y medianas empresas generan alianzas con universidades, centros tecnológicos y con otras empresas, buscando la sinergia en sus actividades.

3.4 PYMES EN EL ECUADOR

3.4.1 INDICADORES DE LAS PYMES EN ECUADOR

Entre los indicadores podemos mencionar los siguientes:

- Escases en el aspecto de tecnología.
- Producción con bajos niveles de calidad, por la falta de normas adecuadas además de los altos costos de materia prima.
- Empleados sin una buena base de conocimiento.
- Ausencia total de apoyo por parte del estado y de buenas estrategias para el desarrollo del sector.
- No existe un financiamiento sustentable a través del tiempo por parte del gobierno para el crecimiento de las pymes.
- La producción va orientada más al interior del país, no hay oportunidad de expansión. (Aladi, 2012)

3.4.2 FODA DE LAS PYMES EN EL ECUADOR

FORTALEZAS

- Capacidad para especializarse en productos o servicios.
- Velocidad y mayor probabilidad certeza en toma de decisiones.
- Ecuador tiene una tasa de emprendimiento de 26,61%. (una de las más altas de la región)
- El volumen del personas promedia 35 trabajadores con 2 ocasionales (se permite el know How) (Ekosnegocios, 2013)

AMENAZAS

- Para exportar, los niveles de calidad son más altos, los mismo que se encuentran en lejanas posibilidades de las Pymes Ecuatorianas.
- Poca o nula capacitaciones técnicas y transmisión de información para operaciones internas del negocio.
- La pymes tienen temor a invertir por la inseguridad del País, el 33,54% lo avala.
- Inestabilidad de relaciones internacionales del jefe de estado, lo cual dificulta las relaciones internacionales. (Inestabilidad Política).

OPORTUNIDADES

- Programa exportar fácil comercializa hasta 5000 FOB, es un mecanismo para ayudar a las pymes.
- PRODUCEPYME, un programa que tiene como enfoque principal su productividad y competitividad de las empresas productivas relacionadas con el desarrollo de la actividad económica del país.
- El tener una moneda fuerte, y que se maneje en muchísimos países donde se negocia.
- Existe información disponible de los pasos para exportar y el 63% lo avala.
- El gobierno central y local soportaran el 50%

DEBILIDADES

- El 8% de las Pymes exporta sus productos.
- Los proveedores de materia prima se encuentran en el extranjero en un 30,4% de Pymes.
- Nulo acceso a créditos otorgados

- No hay canales de comunicación con los clientes establecidos, para unir a la organización.

- El comercio mueve un 33,60 del total de las Pymes.
- No se ofrecen sueldos astronómicos.

3.4.3 POTENCIALIDADES DE LAS PYMES EN ECUADOR

Las pymes ecuatorianas tienen una serie de potencialidades que podrían ayudar a la economía del país como las siguientes:

- Generan riqueza y empleo.
- Las Pymes requieren menores costos de inversión que en las grandes empresas
- Generalmente las Pymes utilizan materia de Pymes nacionales, haciendo valer lo nuestro.
- Posibilidades en el área de exportaciones para bienes no tradicionales generados en cada sector.
- las Pymes son conocidas como factores claves para mejorar las provincias y regiones deprimidas económicamente.

3.4.4 FINANCIAMIENTO PARA PYMES EN ECUADOR

Hemos mencionado que el financiamiento para las Pymes es uno de sus puntos débiles debido a su alto riesgo en el mercado, por lo que no existe un respaldo para que las entidades financieras puedan brindar su financiación, además de las pocas garantías que las empresas presentan.

El vicepresidente de la República, Jorge Glas, calificó de “un mensaje al sistema financiero nacional” (Telégrafo, 2014) la decisión del Gobierno de impulsar el crédito productivo en favor de los pequeños y medianos emprendedores, quienes no disponen de las garantías necesarias que solicitan las entidades. La Vicepresidencia y la Corporación Financiera Nacional (CFN) impulsan el programa ‘Progresar’.

La iniciativa está integrada por 3 productos financieros: Fondo de Garantía (FG), Activos Fijos (AF) y Capital de Riesgo (CR).

El Fondo de Garantía, que está orientado a la pequeña y mediana empresa, dispone de \$ 170 millones, para que a través de la banca y cooperativas de ahorro y crédito, aliadas al programa Pacífico y Rumiñahui, se concedan créditos hasta por \$ 1.100 millones.

Debido a esto se han creado mecanismos que puedan ser de ayuda para estas compañías, como ya lo hemos detallado, está el SGR, que consiste en que esta sociedad de

garantía recíproca genera un aval, un respaldo a la producción, para que los bancos y entidades financieras tengan más confianza y brinden el préstamo requerido con mejores tarifas y plazos de pago.

También está la financiación capital riesgo, que son compañías que invierten en empresas con una probabilidad alta de beneficios futuros, pero el convenio consiste en ser partícipe de acciones, entonces ahí los inversionistas pasan a ser dueños de una porción de la compañía a la que respaldan financieramente.

Barrera dijo que en este segmento, el préstamo lo otorga la CFN y va desde \$ 50.000 hasta \$ 25 millones por sujeto de crédito y \$ 50 millones por grupo económico, con un plazo de hasta 15 años, con un período de gracia de 2 años y una tasa de interés del 6,9% anual.

3.4.5 LAS PYMES EN EL ECUADOR Y LOS RETOS GUBERNAMENTALES

El gobierno como objetivo económico, se ha determinado en incentivar a ser más participes de la economía nacional a las pymes, haciendo propagandas, masificando. Como economista el señor presidente Rafael Correa, entiende que este sector de las pymes es de real importancia en la generación de empleos, desarrollo alternativo de la producción nacional, la productividad y la competitividad, que permita seguir dando pasos por el tan hablado y escuchado cambio de la matriz productiva y economía de mayor valor agregado.

Según el Ministerio de Coordinación de la Producción, las Pymes representaron en el año 2013 aproximadamente el 80% de los negocios de la economía local, el 60% de los empleos, el 25% del PIB No Petrolero y un 8% de la recaudación del IR.

Aun conociéndose que las Pymes tienen problemas de tecnología, maquinaria, financiamiento, calidad de talento humano, entre otros, podemos ver que son de vital importancia en la economía de un país, es por eso que se estudia mucho estos casos, debido a que cuando una Pyme se propone puede crecer rápidamente, solo es cuestión de poder tener una estructura organizacional eficiente, un visionario que tenga metas y objetivos claros y que pueda empujar a la empresa a un mejor porvenir.

Entonces, aunque el gobierno quiere impulsar este sector y dar un apoyo incondicional a las Pymes, no es posible en su totalidad ya que este sector no se encuentra desarrollado y aún faltan muchos años hasta lograr estar en una etapa de madurez empresarial, es por eso que el estado en orden de prioridades ubica al sector de las Pymes un peldaño debajo de las grandes empresas.

Con la constitución como respaldo a su gestión el estado concluye que deberá impulsar y velar un comercio justo y equitativo, como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, vigilando y promoviendo la reducción de distorsiones de intermediaciones y promoción de sustentabilidad, asegurando un trabajo transparente de los mercados y siendo eficientes a la vez. Fomentara también la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades. (pymes-y-retos gubernamentales)

3.5 LA GLOBALIZACIÓN Y SUS CONSECUENCIAS PARA LAS PYMES.

En lo que respecta al sector Pyme, existe una nueva filosofía para el tercer milenio: Pensamiento global – Acción local.

En este siglo XXI podemos decir que la globalización ha dado pasos agigantados, llegando a mercados de muy difícil acceso, se han abierto fronteras de países para ampliar el mercado de oferta y demanda, esto si bien es cierto está muy encaminado aún sigue siendo un proceso que continuará evolucionando en los postreros años.

La globalización además de presentar oportunidades inmejorables para todas las empresas y sin duda alguna para las pymes, también permitirá accesos a nuevos avances tecnológicos, de información, de procesos, de modelos administrativos, entre otros. Permitiéndole ser eficientes en los procesos, en la estructura organizacional, en nuevos métodos de ventas, nuevas formas de producción, mejoras en características de determinados productos o servicios.

Pero entendemos que con nuevas oportunidades en un mercado más amplio, también conlleva nuevos riesgos y amenazas, que pueden verse aumentados, dados a las grandes multinacionales que se encuentran alrededor del mundo.

Existe una diferencia marcada entre países desarrollados y en vías de desarrollo, es ahí donde el riesgo se ve elevado y donde las pequeñas y medianas empresas prefieren ser cautelosas y enfocarse en sus mercados nacionales, ya que competir con una multinacional y toda la potencia productiva, de marketing, de distribución, y todo lo demás, es una pelea perdida. (Orlandi, s.f.)

CAPITULO 4 INNOVACION

4.1 INTRODUCCIÓN A LA INNOVACIÓN

Innovar es un proceso de nunca acabar, debido a que debemos de ser eternos innovadores, pero esta innovación debe estar sustentada por una metodología de conocimiento, sin olvidar que existen agentes externos a la empresa que van a favorecernos o nos van a dificultar en la capacidad de innovar.

Las empresas inician muchos proyectos de innovación, pero deben saber detectar los puntos fuertes y débiles de dicho proyecto, aquellas barreras que nos reducen la capacidad de generar conocimiento y aquellas fortalezas que se presentan y que deben ser la punta de lanza del proyecto.

Una de las fortalezas que deben presentarse en una empresa innovadora, es su cultura hacia la innovación, ya que esta va a determinar su organización estructural que permitirá motivar en todos los niveles comportamientos innovadores. (Málaga, 2010)

4.2 DEFINICION DE INNOVACIÓN

- Crear un nuevo producto o uno existente con mejores características
- Implementar un nuevo proceso o mejorado.
- Nuevas formas de generar ventas.
- Aperturas de nuevos mercados.
- Implementación de mejoras en la estructura organizacional.

4.3 CONDICIONES NECESARIAS PARA LA INNOVACIÓN

4.3.1 EQUIPO HUMANO

Contar con un equipo humano altamente calificado, es una condición necesaria, que nos permitirá la capacidad de generar conocimiento de innovación sustentable a través del tiempo.

Equipo humano dotado con técnicos, expertos en estructura organización, marketing y ventas, en investigación, etc.

Va a permitirnos compenetrarnos en conocimiento de innovación, que nos facilitará la detección de oportunidades, para poder implementar soluciones innovadoras.

4.3.2 HERRAMIENTAS DE APOYO PARA LA GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO

Al tener un recurso humano con altas capacidades en nuestro equipo de trabajo, debemos brindarles herramientas que permitan plasmar en realidad las ideas innovadoras,

entre aquellas herramientas primordiales tenemos; creación de grupos de trabajo, sesiones que permitan el trabajo en equipo, creatividad, lluvia de ideas innovadoras.

Además de las herramientas también debemos preocuparnos por brindar los recursos necesarios para implementar una idea innovadora tales como: tiempo, competencia y presupuesto

4.3.3 BI-DIRECCIONALIDAD DE LA COMUNICACIÓN

Este punto tiene un significado importante porque nos indica que una de las formas más confiable de que la innovación tenga un éxito es tomar muy en cuenta las señales del entorno, del ambiente que rodea a la idea innovadora.

Poder determinar cómo va a ser su inclusión en el mercado dicho producto o servicio innovador, observando el exterior, esto nos va a dar una idea de cómo se debe manejar el producto o servicio y de lo que se espera de él.

4.3.4 ACCIONES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL IMPACTO

La inclusión de una idea innovadora al mercado no es tarea tan sencilla como lo hemos imaginado en el principio, dado que existe un proceso que seguir y por el cual debemos de estar firmes en realizarlo, entre los puntos más relevantes que seguir esta: el periodo de adaptación, rutinas de seguimiento sesiones de formación, análisis de impacto y evaluaciones.

4.3.5 ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS HORIZONTALES

Este tipo de estructura, fomenta la idea de somos un equipo de trabajo donde existe libertad y compromiso por la misión a realizar, se augura éxito a la compañía ya que existe mejor comunicación de la parte productiva con la alta gerencia, donde se podrán tomar decisiones acorde a los reportes presentados para poder ser evaluados y mejorados.

4.4 TIPOS DE INNOVACIÓN

4.4.1 INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Es la innovación considerada más importante, ya que tiene como resultado final un elemento tangible, y es determinado como la relación estrecha entre los logros de la ciencia y la tecnología.

4.4.2 INNOVACIÓN DE PRODUCTO

La innovación de producto puede ser considerada aquella que busca mejorar un producto o crear uno inexistente en el mercado, satisfaciendo una nueva demanda. Existen dos puntos relevantes a tomar en cuenta en la innovación de producto:

- Si nos centramos en la innovación de producto, se encuentran muchos elementos que pueden ser objeto de una mejora tales como: estilo del producto, características físicas, químicas, de calidad, packaging, medidas entre otros.

- Si nos enfocamos en el cliente, podemos orientarnos hacia el uso del producto, la percepción del producto e incluso de la empresa, nivel de precio, promociones, entre otros.

4.4.3 INNOVACIÓN DE PROCESO

En la innovación de procesos se busca que se implemente una reconsideración y un rediseño de los procesos y mecanismos de producción de las empresas, que les permita alcanzar mejoras en sus resultados, tales como: costos, servicio, calidad, capacidad de respuesta, capacidad de adaptabilidad, entre otros.

Con la innovación de procesos la efectividad y eficiencia empresarial se ven optimizados permitiéndoles obtener un rendimiento exitoso.

4.4.4 INNOVACIÓN EN LA GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON EL CLIENTE

El cliente es la piedra angular de toda innovación ya que se procura satisfacer sus necesidades.

Entre los puntos que pueden considerarse innovación en relación al cliente tenemos; gestión de oportunidades, ventas, servicio postventa, tratamiento de incidencias, capacitaciones, entre otros).

En la actualidad existen muchas herramientas que tiene como enfoque la atención eficiente y eficaz hacia los clientes uno de ellos es: CRM (Customer Relationship Management).

4.4.5 INNOVACIÓN DE SERVICIOS

La innovación de servicio es de gran relevancia, la mayor parte de la actividad económica se concentra en este sector.

La adquisición de bienes o uso de servicios estandarizados no se ajusta al consumo solamente, sino que el cliente tiene necesidad de experiencias de consumo integrales, no solo transacción de compras y ventas.

Innovar en servicios significa enriquecer la experiencia que tiene un determinado cliente con un producto o marca específica.

4.4.6 INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL

La innovación organizacional añade de forma sistemática nuevos o mejorados métodos de dirigir la actividad empresarial, para un mejor rendimiento de la compañía y de forma constante.

Los elementos relevantes en este tipo de innovación son: modelo y estructura organizacional, procesos internos, sistemas y cultura empresarial, entre otros.

4.5 BARRERAS QUE LIMITAN LA CAPACIDAD DE INNOVAR

4.5.1 ESCASA CONVICCIÓN DE LA INNOVACIÓN COMO ELEMENTO ESTRATÉGICO

La innovación debe estar fundamentada en un proceso de análisis exhaustivo de viabilidad, previo que debe de implicar a toda la organización, comunicando los beneficios y desventajas de cada proceso y del riesgo del mismo.

4.5.2 FALTA DE PREDISPOSICIÓN AL CAMBIO

La falta de ambición y apertura a nuevas metas se encuentran sustentando en frases como, tenemos mucho tiempo haciéndolo de tal forma, no sería propicio intentar de otra forma porque existe mucho riesgo, tenemos la fidelidad de nuestros clientes hacia nuestra forma de trabajo, entre otras. Dificultan que la verdadera innovación pueda tomar fuerza en una organización.

4.5.3 PERSONAL TÉCNICO DE APOYO INSUFICIENTE O INEXISTENTE

El querer innovar tiene varios requisitos de mucha importancia entre los más importantes tenemos el nivel técnico y capacitación de los integrantes de los equipos que conforman los proyectos de innovación de una organización.

4.5.4 CANALES DE COMUNICACIÓN NO HABILITADOS

El mercado siempre tiene nuevas demandas que deben ser satisfechas es por lo cual las empresas deben de tener canales de comunicación con el mismo, para poder ser sensibles a potenciales innovaciones.

4.5.5 CAPACIDADES FINANCIERAS

Es la barrera más explícita a la que enfrentan las Pymes ya que cualquiera que sea e proyecto de innovación pequeño, mediano o grande va a requerir una inversión económica que solo va a verse respaldada en mediano y largo plazo.

4.5.6 INTOLERANCIA A LOS ERRORES

Debido a que la innovación es un proceso largo existirán muchos riesgos en su tiempo de formación por lo cual es relevante que tengamos en cuenta que en el camino pueden presentarse muchos errores pero debemos ser capaces de asimilar los resultados del mismo como un aprendizaje y no permitir que este disminuya la capacidad de innovar ni la voluntad de terminar el proceso iniciado.

CAPITULO 5 SECTOR GANADERO

5.1 ANTECEDENTES DEL SECTOR GANADERO

A nivel macroeconómico más de 1 billón de personas a nivel mundial depende directa e indirectamente del sector y el 70% de los 880 millones de personas con un nivel socioeconómico bajo vive con menos \$1 por día y dependen al menos parcialmente de la ganadería para subsistir.

La ganadería en la producción de leche y de carne son considerados como la estrategia social, económica y cultural más apropiada para la sostenibilidad y el bienestar de la comunidad, debido a que es una actividad que promueve seguridad en el sustento diario, conserva ecosistemas, la vida silvestre, satisface los valores culturales y tradicionales.

El sector ganadero en América Latina tiene factores ambientales muy favorables en comparación con otras partes del mundo, entre los cuales podemos indicar: régimen climático favorable, extensas áreas de pasturas, tierras fértiles y aptas para el ganado.

Podemos indicar también que el sector pecuario en América Latina ha crecido a una tasa anual de 3,7% siendo superior a la tasa de crecimiento global de 2,1%. Las exportaciones de carne de res crecieron a una tasa de 2,75%. Siendo considerada a América Latina quien más exporta carne bovina a nivel mundial.

Esta realidad sin embargo va acompañada de una alta preocupación por niveles altos de costos de producción (entre 60% y 70%), debido a los cuidados que se deben de tener del ganado por el aumento de plagas y enfermedades transfronterizas, amenazas a la degradación de recursos naturales y del hábitat propicio para el ganado, además del impacto negativo que significa los constante cambios climáticos.

El hogar promedio de América Latina gasta un 19% de su presupuesto en alimentos en carne y productos lácteos. (Food and Agriculture Organizations of the United Nations, 2015)

5.2 GANADERÍA EN EL ECUADOR

La ganadería en producción de leche es uno de los baluartes de mayor importancia del sector agropecuario, ya que exhiben con gran orgullo el ahorro por \$500 millones que generan al país, el no tener que exportar el producto.

Juan Pablo Grijalva, gerente general de la Asociación de Ganaderos de la Sierra y Oriente (AGSO), manifestó que la realidad del sector lechero de hace diez años no es la misma que la actual. “Antes se importaba leche al país y perjudicaba a la producción nacional, había

productos lácteos dudosos y la comercialización de leche del productor a las industrias era deficiente”, explicó Grijalva. (El Telegrafo, 2013)

En Ecuador se producen alrededor de 5'100.000 litros de leche diarios que abastecen la demanda local. Los ganaderos poseen en su propia asociación una procesadora que evita desperdicios de leche y las convierte en leche de polvo, siendo eficientes con el producto, eludiendo pérdidas, también existen convenios con empresas transnacionales donde se procesan los restos de leche y se obtiene la transformación en leche polvo.

Inclusive existe un proyecto social donde los ganaderos han llegado a un acuerdo con las procesadoras y el gobierno central, donde entregan el 3% de su producción de leche a un precio de \$0,20 ctvs.

La leche para su pulverización, se destina exclusivamente a programas sociales de alimentación (desayuno escolar, papillas, entre otros). De esta manera se atiende a un grupo de 425.000 niños y niñas en todo el país. (blog sector-silvicola.html)

Podemos destacar que desde el año 1990 hasta la actualidad ha tenido un crecimiento en casi 25%, que tuvo una precipitación descendente en el año 1998 donde la presencia de El niño afectó a las regiones del país batiendo record pluviales de 6.000 centímetros cúbicos en el invierno, hecho que provocó desbordamiento de cauces de ríos y por ende muchas pérdidas de cabezas de ganados.

En cambio, la ganadería en producción de carne tiene un aproximado de 485 millones de libras de carne anualmente, que se sustentan en una población de 970 mil reses.

La demanda de carne de res generada por este mercado se logra satisfacer en su totalidad en el Ecuador, sin embargo, existe un inconveniente con el sector productivo del mismo, los ganaderos exigen un precio base por la libra de res sin alterar el precio al consumidor final.

El precio de comercialización de la libra de carne es en promedio de \$2,50 la libra pero el productor ganadero recibe entre \$ 0,65 a \$1 dólar por la misma. (americaeconomia)

5.2.1 PRODUCCIÓN, INDUSTRIALIZACIÓN Y CONSUMO DE CARNE Y LECHE.

El 70% aproximadamente de la producción nacional de leche se realiza en la Sierra y un 19% en la Costa, el porcentaje restante se reparte entre las regiones Oriental e Insular.

El uso y destino de la producción lechera tiene el siguiente comportamiento según el Ministerio de Agricultura y Ganadería:

32% se destina al consumo de terneros.

76% de leche cruda para los consumos humano e industrial.

25% para la elaboración industrial (19% para leche pasteurizada y 6% para lácteos).

En cuanto a los derivados, en los últimos tiempos se ha recibido asesoramiento de los Países bajos y Suiza. (Orozco, 2011)

Grijalva destacó que en este año se invertirán aproximadamente 4 millones de dólares en tecnología traída directamente desde Nueva Zelanda. “Este país produce y controla el 40% de la leche que se genera en el mundo”, manifestó. (El Telegrafo, 2013)

5.2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR GANADERO ECUATORIANO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

La ganadería del Ecuador ha sido uno de los sectores más afectados en diferentes áreas: inestabilidad del mercado, precios, clima, delincuencia y ciertas políticas que según los ganaderos deben mejorarse.

El sector ganadero en años atrás había dejado de ser rentable. “De aproximadamente 290.000 ganaderos que hay en el país, cerca de 30.000 han dejado la actividad, por no tener como sostenerla”. Existe una falta de rentabilidad en este negocio que ha generado este cese de actividad.

El sector ganadero como mucho de los sectores de la economía nacional, necesitan un respaldo para poder ser sostenibles a largo plazo, debido a que deberán hacerse inversiones para lograr una producción con un crecimiento constante a lo largo del tiempo

Pero en los últimos años el sector ganadero en el Ecuador ha venido recuperándose y evolucionando favorablemente, tanto en su población bovina como en la producción de carne y leche, se ha obtenido la eficiencia y la efectividad con procesos que han permitido obtener mayor productividad, esto ha permitido junto con otros puntos importantes (eliminación de fiebre aftosa), poder generar excedentes de alrededor de 200.000 litros diarios que son comercializados en países vecinos como; Colombia, Perú, Venezuela, entre otros. (blog sector-silvicola.html)

La población bovina de Ecuador es de 4,5 millones de cabezas de ganado, según el último censo agropecuario, se logra clasificar que la región sierra en un 70% es productora de leche y un 30% de carne, sucede a la inversa con la región costa.

5.2.3 IMPORTANCIA DEL SECTOR EN LA ECONOMÍA DEL PAÍS

MEDIDAS PARA FORTALECER EL SECTOR

RENTABILIDAD:

Fijar un porcentaje de indexación del precio de la carne no menor al 46% para cubrir los costos de producción y generar una pequeña utilidad.

Para mejorar la comercialización de las reses, los ganaderos han venido proponiendo al ministerio de agricultura, la creación de pequeñas naves de faenamiento en todas las zonas ganaderas más notables del país, especialmente en Chone, El Carmen, Santo Domingo de Tsáchilas, Esmeraldas, en Guayas: en Balzar y Daule; (Ministerio del Interior, 2014)

TRIBUTARIO:

- Exoneración del pago del impuesto a la tierra en las zonas rurales.
- Exoneración del pago del Anticipo del Impuesto a la Renta (El sector pecuario está trabajando a pérdida, es inaudito que cobren anticipadamente el impuesto a una supuesta rentabilidad que no existe).

COMPROMISO DE LOS MINISTERIOS

Los ganaderos del país insisten en que se cumplan los precios acordados entre el sector y las autoridades del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap). Expresan que es imposible seguir trabajando a pérdida. (Arellano)

CAMPAÑAS DE VACUNACIÓN

Desde el 2007, el Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap) inició una agresiva campaña de vacunación que permitió que en los últimos 30 meses no se haya registrado ningún rebrote de la enfermedad.

Ecuador, una vez que sea declarado libre de aftosa en 2016, tendrá las certificaciones necesarias para exportar carne a la región. (Federacion de Ganderos del Ecuador, 2014)

FINANCIACIÓN

El Gobierno, a través del Proyecto Nacional de Ganadería Sostenible del Magap implementará 150 centros a nivel nacional, con una inversión de más de dos millones de dólares.

Estos centros se convertirán en sitios de servicios para los ganaderos, con acceso a tecnología para mejorar la genética animal, entrega de insumos (semillas, fertilizantes). (Arellano)

ENTES REGULADORES

“El compromiso nuestro es que tenemos que facturar para así cumplir con la ley, donde se pueda justificar y sustentar el pago; nosotros facturamos, pero igual no hay un control. Por ejemplo, en la feria de Santo Domingo, que es el centro de mercadeo donde se comercializan entre 8 a 10 mil cabezas de ganado semanal, he solicitado que haya un control de la Intendencia y la Gobernación, para que se verifique el precio de venta al público”, reclamó Zambrano.

SEGURIDAD

Implementación de más de 40 mil botones de seguridad que ya han sido instalados en el sector rural, donde se encuentran ubicadas las haciendas y fincas.

En este marco, el vicepresidente de la Asociación de Ganaderos, Carlos Neira, reconoció el esfuerzo del Ministerio del Interior en dotar a la Policía Nacional de infraestructura, tecnología y logística, que le permiten cumplir de mejor manera sus acciones contra el hampa.

Sin embargo, insistió en el pedido de que les sean renovados los permisos de porte de armas de fuego. (Ministerio del Interior, 2014)

CAPITULO 6 MARCO METODOLÓGICO

6.1 INVESTIGACION DE MERCADO

6.1.1 ANTECEDENTES

Se conoce a la investigación de mercado como identificar, recopilación de información, analizar los datos obtenidos y por ultimo lograr cumplir con los objetivos de la investigación que se está realizando con respecto a la capacidad de Absorción de las pymes.

Con la investigación de mercado se esperar poder obtener información suficiente para poder resolver la incógnita a nuestro estudio de capacidad de absorción, por eso motivo se debe recopilar información relevante al estudio.

La investigación de mercado nos ayudara a cumplir con el objetivo específico que es el de conocer si en la ciudad de Guayaquil existe capacidad de absorción en el sector ganadero.

6.1.2 PROPOSITO Y OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

Con la investigación de mercado se busca determinar a través de la obtención de datos, si existe capacidad de absorción en las empresas ganaderas de la ciudad de Guayaquil, cuáles serían los aspectos más relevantes que hace que exista o no capacidad de absorción.

6.2 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

6.2.1 TIPO DE INVESTIGACION

Con respecto al tipo de investigación podemos decir que se realiza una investigación correlacional, ya que se quiere analizar el grado de relación existente entre dos o más variables, en el estudio de la capacidad de absorción de las pymes ganaderas.

6.2.2 NIVEL DE INVESTIGACION

El nivel de estudio se refiere al grado de profundidad con que se aborda un objeto o fenómeno, los niveles de investigación se clasifican en; exploratoria, descriptivos y explicativos.

Entonces podemos decir que según las características nos encontramos frente a un nivel de investigación descriptiva.

6.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

6.3.1 POBLACION

La población representa todas las unidades de la investigación, de acuerdo a la naturaleza que se estudia, toda la unidades de la población debe poseer las misma características que dan origen a la investigación.

Para este estudio se escogió como población a las pymes ganaderas de la ciudad de Guayaquil, queriendo conocer la capacidad que tienen para absorber conocimiento a través de diversas variables que serán estudiadas más adelante.

6.3.2 MUESTRA

Se define muestra a una parte de la población, seleccionados de manera científica, cada uno de ellos pertenece al universo

Como muestra se escogió a la ciudad de Guayaquil constituida por 46 pymes ganaderas, escogiendo para nuestro estudio solamente 36 pymes, de diferentes partes de Guayaquil, debido a que no todas estaban disponibles para atenderlos.

6.4 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

Para la recolección de datos, se realiza una encuesta, con diferentes preguntas, referentes al tema escogido, para a través de ella poder tener un conocimiento más amplio para nuestra investigación.

La encuesta contiene solamente preguntas cerradas, debido a que necesitamos obtener datos concretos que nos permiten analizar de manera estadística la situación de las pymes.

La encuesta se la realiza exclusivamente con el gerente o el dueño de la compañía quien este con aptos conocimientos para responder de manera precisa a cada una de las preguntas.

6.5 ENCUESTA Y ANALISIS DE RESULTADO

6.5.1 METODO DE ENCUESTA

Existen diferentes tipos de encuestas como las encuestas telefónicas, encuestas vía internet y las encuestas personales; para nuestro estudio hemos decidido optar por las encuestas personales, debido a que es mejor tener contacto directo con el encuestado, para así saber cuál es el conocimiento que posee y no llenara las encuestas por llenar, en nuestro caso mantenemos contacto con los empresarios de las pymes ganaderas de Guayaquil.

6.5.2 DISEÑO DE LA ENCUESTA

Para cumplir con el objetivo de obtener información relevante a nuestra investigación de la capacidad de absorción, se estructuro un formulario de 26 preguntas (ANEXO 1) tomando los puntos que necesitamos conocer en diversas preguntas, todas estas preguntas van enfocadas en los objetivos específicos

Tenemos una muestra de 36 empresas en diferentes partes de la ciudad a las cuales se les elabora el cuestionario de manera muy minuciosa para saber el conocimiento de cada uno de los encuestados, con respecto a las preguntas que se les realiza.

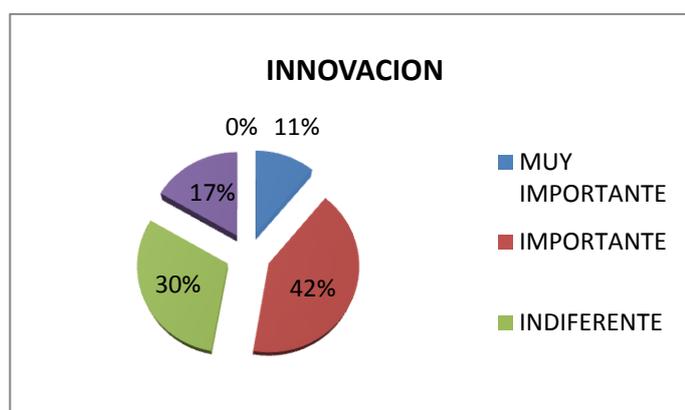
El cuestionario elaborado se hizo en base a los siguientes criterios:

- Especificar la información que se desea obtener.
- Se les permitirá saber ciertos conceptos relacionadas con las preguntas para que puedan responder en base a esos conceptos
- La relación con el empleado debe ser de forma amigable para que la encuesta realizada se de en un ambiente ameno.

6.5.3 ANALISIS DE LAS ENCUESTAS

Se realizara el análisis de las encuestas, en Excel, introduciremos la información obtenida en cada pregunta realizada obteniendo la tabulación de los datos a través de la estadística descriptiva.

Figura 6.1: Concepto de Innovación



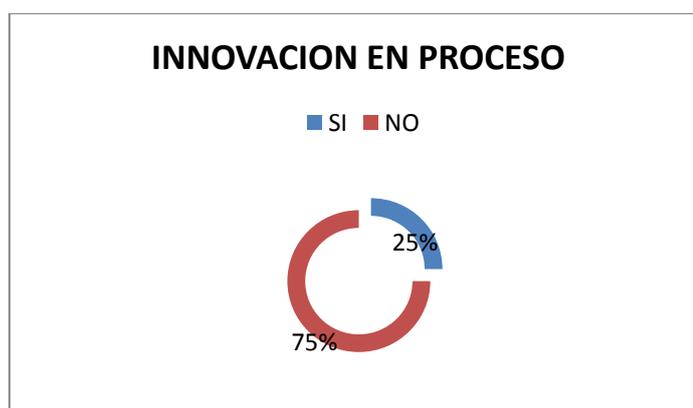
Podemos observar que de las 36 empresas encuestadas el 11% respondieron que es muy importante el tema de la innovación, 42% respondieron que es importante, 30% respondieron que le es indiferente y 17% que es poco importante, podemos concluir que si existe un número superior de microempresarios que tienen presentes que la innovación es importante.

Figura 6.2: Innovación de producto



Como podemos observar de 36 empresas solamente el 6% de las pymes han innovado en sus productos y el 94% no lo han hecho, esto puede darnos a conocer que las microempresas no han seguido avanzando sino que se han mantenido con el mismo producto y esto no ayuda a que la microempresa se desarrolle y crezca.

Figura 6.3: Innovación de producto



Como podemos observar de 36 pymes solamente el 25% han tomado en cuenta en innovar sus procesos en los últimos 3 años, mientras que el 75% han decidido no innovar en proceso, este aspecto de la innovación de procesos ayuda a la compañía a conocer que existen otras maneras de obtener un buen producto aplicando nuevos métodos que podrían reducir costos de producción como el tiempo y la mano de obra.

Figura 6.4: Innovación de comercialización



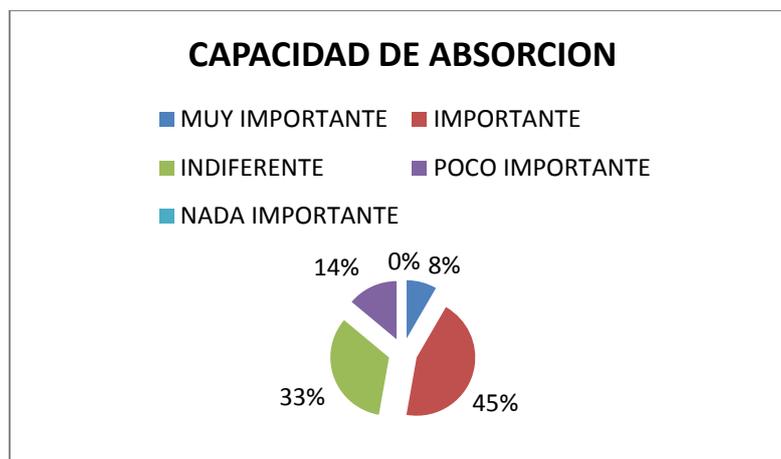
Como podemos observar de 36 microempresas 58% si han optado por innovar en su comercialización y el 42% han decidido quedarse con la forma de comercializar su producto actual. Esto es muy bueno porque han buscado nuevas vías para proporcionar sus productos a diferentes partes, llevándoles a disminuir su tiempo de entrega.

Figura 6.5: Innovación organizativa



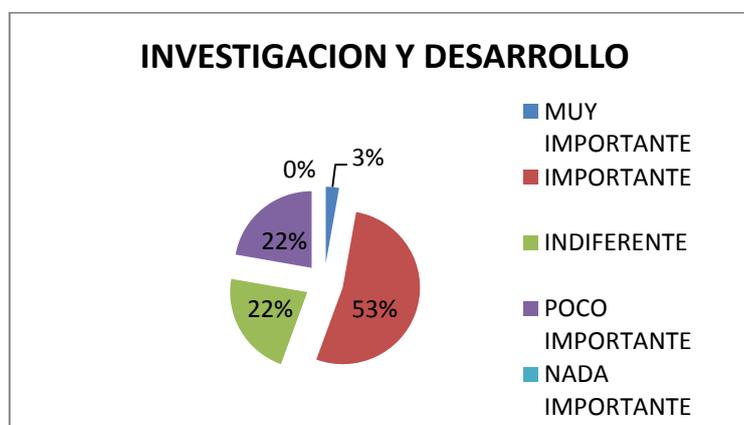
Como podemos observar de las 36 empresas un 44% han innovado en su organización, mientras que el 56% han optado por no hacerlo, este puede ser un aspecto muy importante debido que si la organización no tiene una buena estructura no avanzara de manera eficiente, por este motivo las pymes deben saber que una buena organización también es la base del crecimiento.

Figura 6.6: Importancia “Capacidad de absorción”



Como podemos observar hay un cierto número de personas que creen que si es importante la capacidad de absorción para su microempresa, y otras que simplemente no se han dado cuenta o no tienen conocimiento de esto, por este motivo es muy importante que estén informados de todo lo nuevo que pueda ayudar a su mejora continua, podrían buscar apoyo del estado con capacitaciones acerca del tema de capacidad de absorción.

Figura 6.7: Definición de investigación y desarrollo



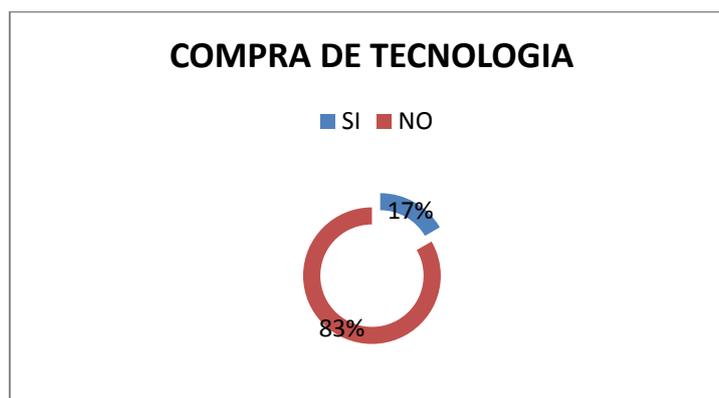
Como podemos observar el 53% de las pymes si tienen conocimiento de la importancia de la innovación y el desarrollo, mientras que un 22% de las pymes no le dan la importancia que se merece, y vemos que a un 3% no le es nada importante, la investigación y el desarrollo, es un aspecto verdaderamente importante para el crecimiento de las pymes, mientras las pymes investiguen mas acerca de los diferentes vías que podrían ayudar en su crecimiento, mayor será la posibilidad de su éxito.

Figura 6.8: Gasto significativo en compra de maquinaria



Como podemos observar solamente el 11% de las pymes han realizado compra de maquinarias, mientras que el 89% no han realizado compras en maquinaria, esto es un aspecto negativo, debido a que se debe tener conocimiento que hay nuevas maquinarias que podrían reducir los costos de producción y tiempos.

Figura 6.9: Gasto significativo en compra de tecnología



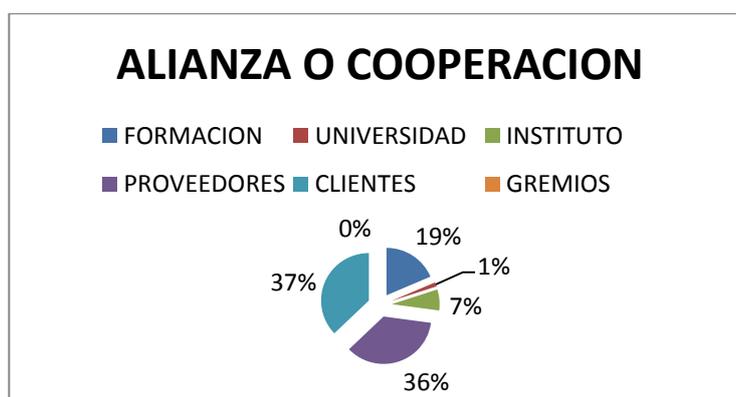
Como podemos observar solamente un 17% de las pymes han adquirido nuevas tecnologías mientras que el 83% no lo ha hecho, las empresas deben buscar siempre estar al margen de las nuevas tecnologías que ayudan en el desarrollo de la producción de sus productos de una manera más rápida, dándole así una ventaja competitiva a la empresa.

Figura 6 10: Gastos en formación



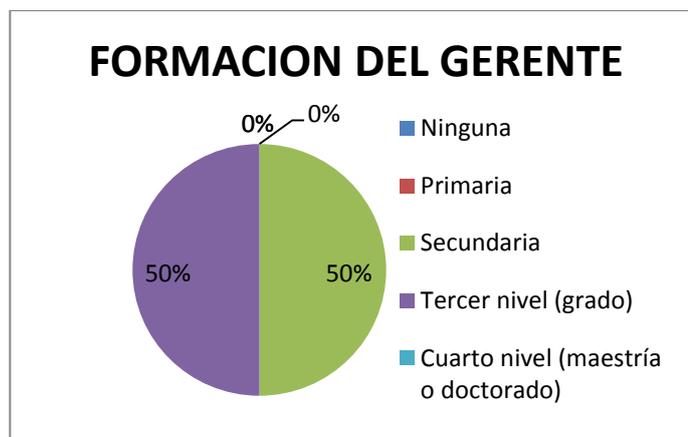
Como podemos observar aquí solamente un 36 % gastan en formar al personal de su organización y el 64% no lo hace, esto es algo negativo debido que mientras menos capacitado este su personal menos conocimiento podrá atribuir al crecimiento de las microempresas.

Figura 6.11: Alianza o cooperación



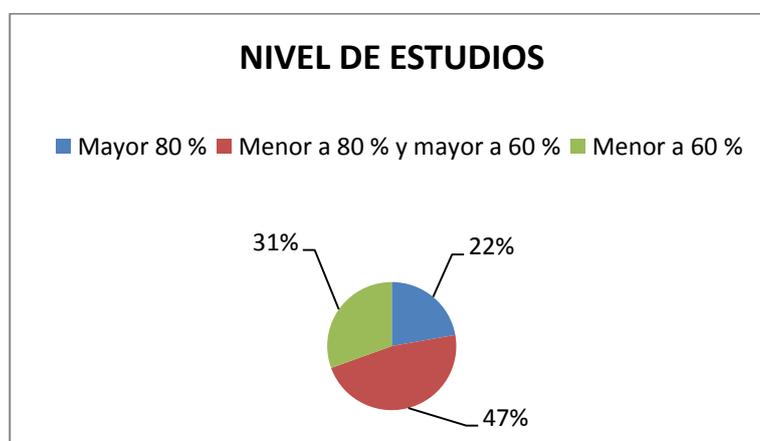
Como podemos observar un 37%, 36%, 19% han tenido alianzas con universidades, proveedores y clientes, debido a que son los medios más comunes de cooperación, esta es una herramienta muy buena para el crecimiento de la pymes, ya que a través de estas alianzas se gana mucho conocimiento y también ayuda a que la pyme sea conocida por otras organizaciones. Solamente un 5% han tenido alianzas con más de uno de estos medios.

Figura 6.12: Formación del gerente



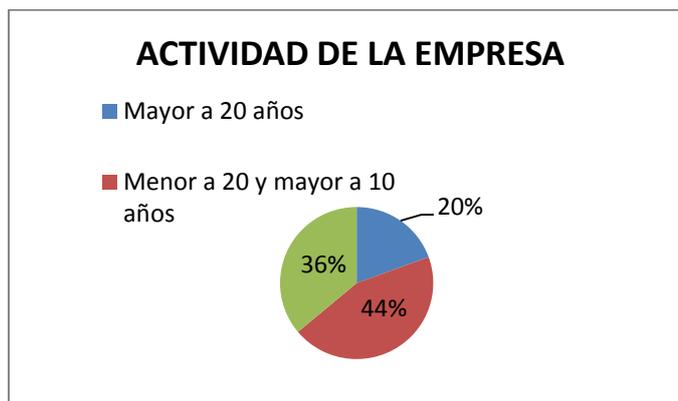
Como podemos observar que existe un 50% de las pymes en donde los gerentes tienen estudios universitarios y otro 50% donde el gerente tiene solamente estudios secundarios, es algo negativo para las pymes en donde el gerente solamente posee estudios secundarios porque él siempre debe tener amplios conocimientos para poder ayudar a la empresa a su crecimiento.

Figura 6.13: Nivel de estudios



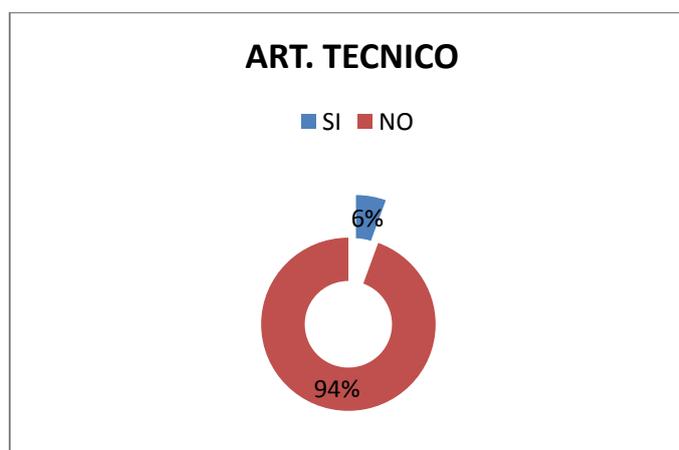
Como podemos observar un 22% de las microempresas tienen el 80% de los empleados con estudios superiores terminados, un 47% de las pymes tienen un rango de empleados entre el 80% y el 60% que poseen estudios superiores y por último un 31% de las pymes estudiadas tienen un rango menor de 60% de empleados con estudios superiores, las empresas deben enfocarse en contratar empleados que cuenten con sus estudios superiores terminados

Figura 6.14: Años de actividad



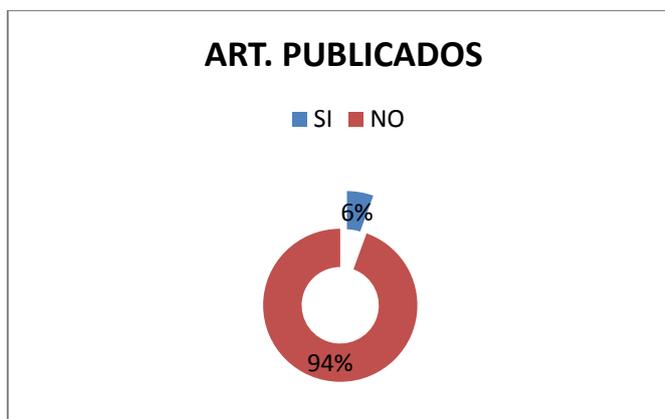
Vemos que un 20% de las pymes tiene más de 20 años de actividad organizacional. Un 44% de las pymes están entre un rango de 10-20 años de actividad organizacional, y un 20% de las pymes tienen menos de 10 de actividad organizacional, con estos datos podemos observar que las pymes no han desaparecido con los años, se han mantenido activas y pueden mejorar a través de la capacidad de absorción obtenida de las grandes empresas.

Figura 6.15: Departamento técnico



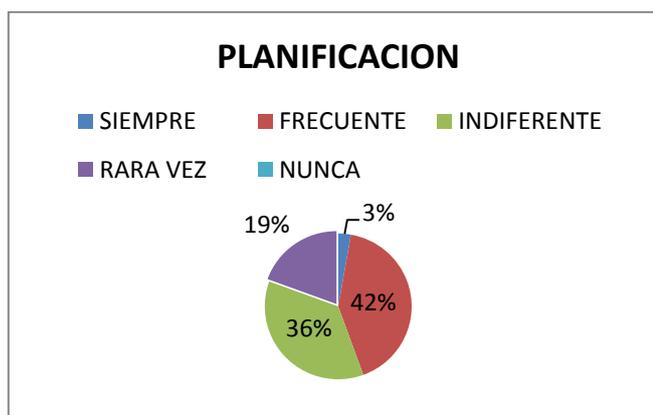
Como podemos observar solo un 6% de las pymes estudiadas tienen un departamento técnico y un 94% no lo tienen, es de esperarse que muy pocas posean departamento técnico debido al poco financiamiento y además porque carecen del conocimiento de la importancia de un departamento técnico.

Figura 6.16: Artículos publicados



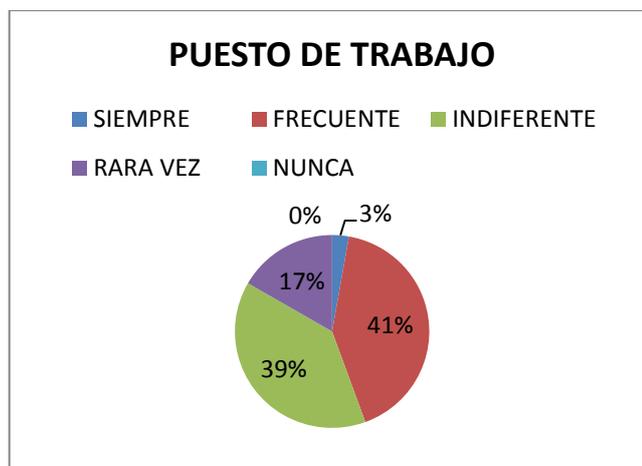
De la misma manera podemos observar que solamente un 6% de las pymes estudiadas crean artículos técnicos, y el 94% no los crean, debido a que no lo ven muy importante, además que sería un gasto para la pyme, la publicación de artículos podrían ayudarlos dándose a conocer en el mercado.

Figura 6.17: Planificación de personal



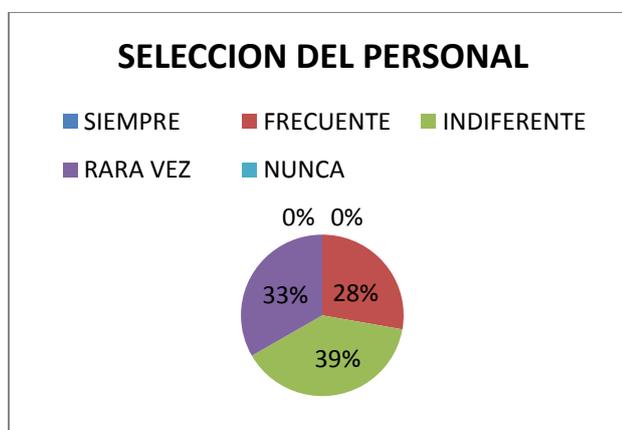
Observamos que solamente un 3% realiza siempre una planificación de personal, que un 42% lo realiza frecuentemente, que un 36% de las empresas no le dan la importancia necesaria, y un 19% rara vez lo hace, el hecho de hacer las planificaciones del personal ayuda a llevar la organización más ordenada, además de que se trabaja en equipo ayudando a cumplir las tareas más rápido.

Figura 6.18: Diseño de puesto de trabajo



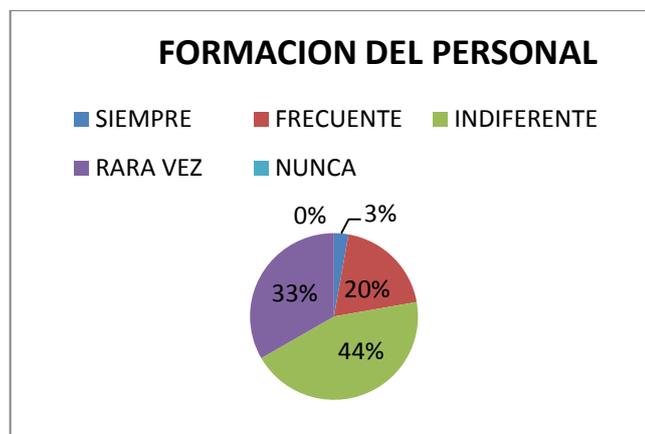
Como podemos observar un 3% de las pymes siempre realizan diseño de puesto de trabajo, un 41% de las pymes realizan frecuentemente un diseño de puesto de trabajo, un 39% de las pymes no le toman importancia a realizar diseño de puesto de trabajo, y por ultimo un 17% de las pymes rara vez realizan diseño de puesto de trabajo, diseñar los puestos de trabajo pueden ayudar a la organización a llevarla de mejor manera cada vez.

Figura 6.19: Selección del personal



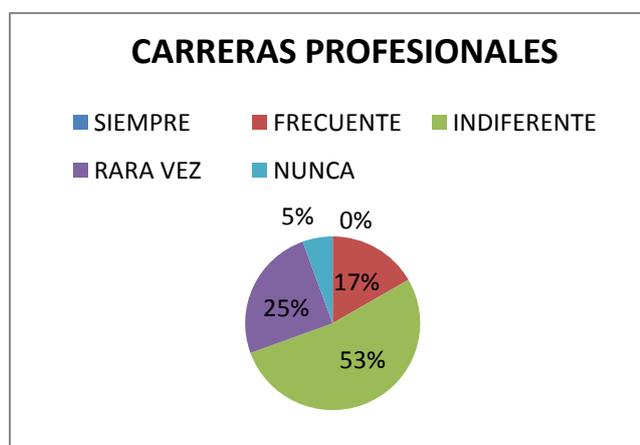
Con respecto a reclutamiento y selección de personal un 28% la realiza de manera frecuente, un 39% no lo ve tan necesario, y un 33% lo realiza rara vez, podemos decir que muchas veces depende de la organización y su posición económica debido a que no pueden darse el lujo de estar contratando personal

Figura 6.20: formación del personal



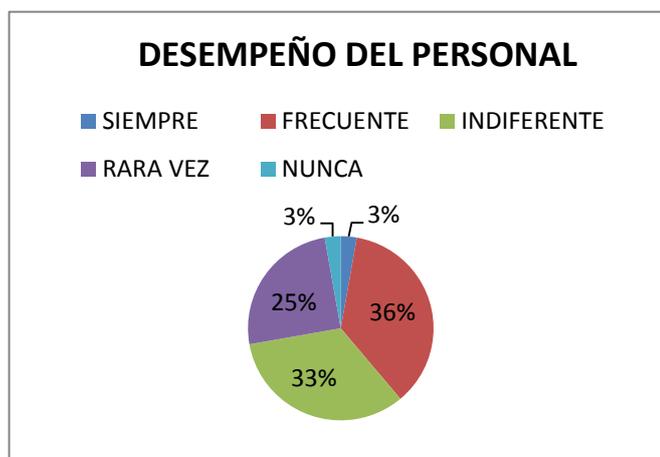
Como podemos observar solo un 3% de las pymes realizan siempre formación de personal, un 20% la realiza frecuentemente, un 44% no lo ve necesario, y un 33% lo hace rara vez, quizá uno de los motivos sea la falta de financiamiento, pero esto es un aspecto negativo debido a que es muy importante que el personal esté capacitado para nuevos proyectos que la organización desee emprender.

Figura 6.21: Carreras profesionales



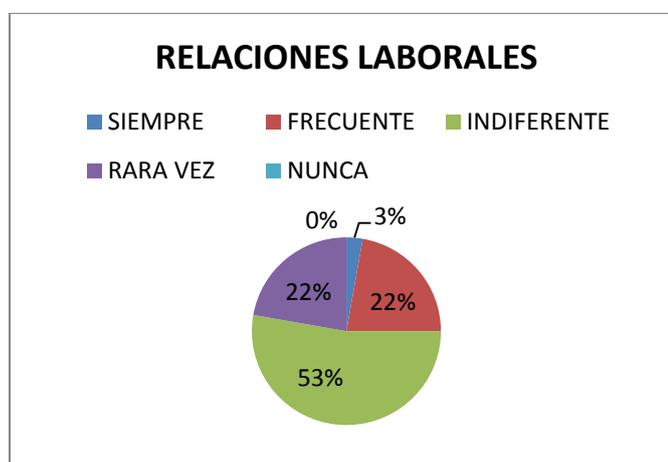
Podemos notar que solamente un 5% siempre incentiva a los empleados a tener carreras profesionales, un 17% lo hace frecuentemente, un 53% no lo ve importante, y un 25% rara vez lo realiza, esto es un aspecto negativo debido a que mientras más conocimiento adquiera a través de las carreras profesionales mayor será su desenvolvimiento en la organización.

Figura 6.22: Desempeño de personal



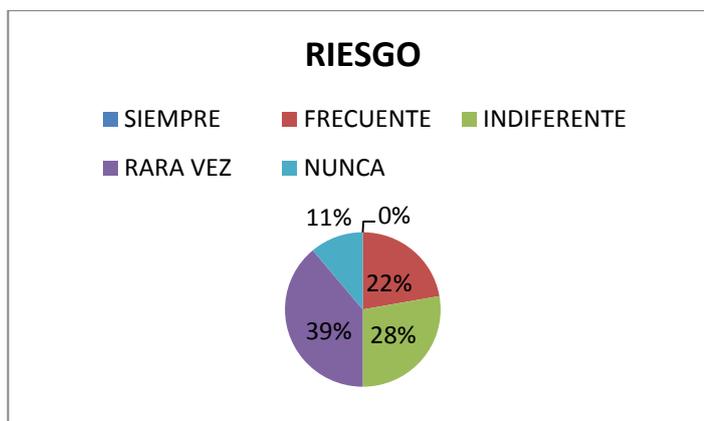
Observamos que solo un 3% de las pymes siempre realizan evaluación de desempeño a su personal, un 36% de las pymes las realizan frecuentemente, un 33% de las pymes no le dan importancia a realizar evaluación de desempeño, un 25% de las pymes rara vez realizan evaluación de desempeño, y un 3% nunca las realizan, esto es muy importante para su mejora y crecimiento, debido a que a través de las evaluaciones se pueden ver las falencias existentes y corregirlas a tiempo.

Figura 6.23: Actividades de relaciones laborales



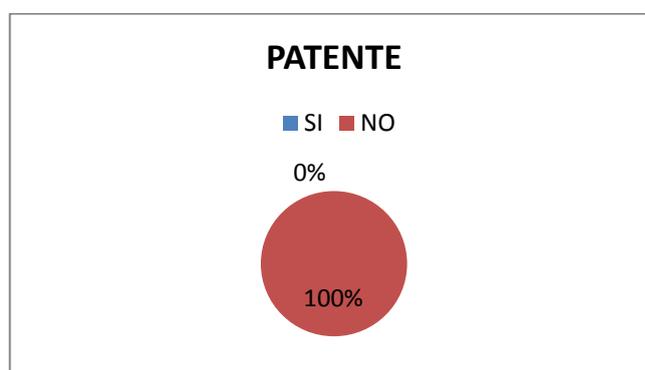
Podemos observar que la mayoría de las pymes no toman muy en cuenta el desarrollo de actividades laborales, Solamente un 22% la realizan siempre y frecuentemente un 53% no las consideran importantes, y un 3% rara vez las realizan, quizá porque no han descubierto que muchas veces los empleados necesitan relacionarse con su jefe y viceversa, esto hace que una organización sea comunicativa, ayudando a que la información que se lleve entre las partes sea más clara dando un resultado favorable en el momento de procesarla y por ende exitosa

Figura 6.24: Gestión de riesgos laborales



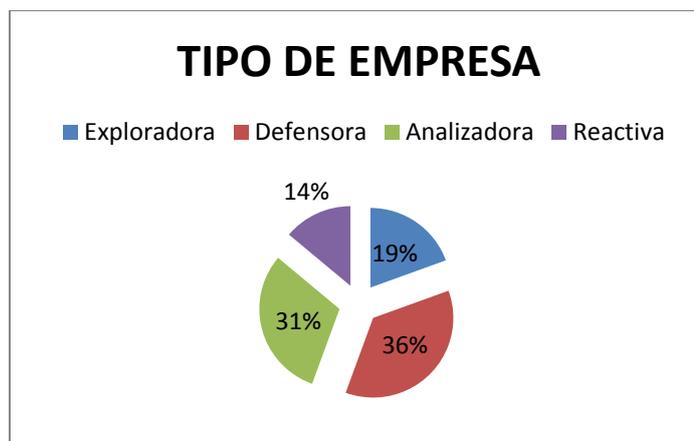
Como podemos observar la mayor parte de las microempresas no ven relevante el desarrollo de la gestión de riesgo, solamente un 22% las realizan frecuentemente, un 28% no le da importancia, 39% rara vez la realiza, y un 11% nunca la realiza, este es un factor necesario porque todas las organizaciones deben poseer una para poder tener noción de que hacer en caso de algún problema o riesgo en la microempresa

Figura 6.25: Patente y propiedad intelectual



Como podemos observar ninguna microempresa de las que se realizó el estudio tiene patentes o propiedad industrial, creo que esto es lo que hace a una organización diferente de la demás, debido que uno debe tener sus propias creaciones las cuales son las que darán buena presentación a la organización y ventaja competitiva.

Figura 6.26: Tipo de empresa



Como podemos observar un 19% de las pymes estudiadas son exploradoras, un 36% son defensoras, un 31% son analizadoras, y un 14% son reactivas, la mayor parte de las microempresas son defensoras y analizadoras no buscan innovación simplemente realizan las mismas actividades claro de manera eficiente pero no buscan experimentar cosas nuevas por temor un entorno nuevo que no acepte sus productos innovados, lo que le hace falta a la mayoría de pymes, es explorar y no solamente quedarse en su entorno.

6.5.4 ANALISIS DE RESULTADOS

El modelo logit te permite, obtener información de las estimaciones de las probabilidades de un acontecimiento, también identifica los diferentes factores de riesgos que determinan dichas probabilidades, así como su peso relativo sobre ellas.

Se debe tener ciertos aspectos importantes para poder crear un modelo óptimo para nuestro estudio como:

- Los parámetros del modelo se calculan usando la máxima verosimilitud
- Ninguna variable relevante debe ser excluida
- Hay que tener mucho cuidado con la colinealidad ya que esto puede perjudicar al modelo

6.5.5 INTERPRETACION DEL MODELO

El modelo consta de dos partes; variable dependiente y las variables independientes, con el modelo se desea explicar éxito o fracaso a las cuales se le asignan valores de 1 y 0, entonces utilizando el método logit binario tenemos:

$$(\text{dicotómica}) = \begin{cases} 1 \rightarrow \text{si existe capacidad de absorción} \\ 0 \rightarrow \text{no existe capacidad de absorción} \end{cases}$$

Variables independientes: factores de riesgo

$$(x_1, x_2, x_3, x_4, x_n)$$

$$y = f(x_1, x_2, \dots, x_n)$$

La ecuación de regresión del libro “estadísticas para administración y economía de Levin y Rubin” se la establece de la siguiente manera:

$$Y = (\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 \dots \dots \dots \beta_i X_i) \quad (6.1)$$

Si el evento se presenta: (6.2)

$$pi = \frac{e^y}{1 + e^y}$$

Si el evento no se presenta: (6.3)

$$1 - pi = \frac{1}{1 + e^y}$$

La razón de probabilidades a favor del evento bajo estudio es:

(6.4)

$$\frac{pi}{1 - pi} = \frac{\frac{e^y}{1 + e^y}}{\frac{1}{1 + e^y}} = e^y$$

$$\ln \frac{pi}{1 - pi} = \ln e^y = y = (\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \dots \dots \beta_i X_i)$$

Utilizamos SPSS para poder analizar los resultados una vez tabulados los datos de las encuestas.

Lo primero que realizaremos será una correlación entre todas las variables para poder determinar cuáles son las que irán incluidas en el análisis del modelo.

Contando con aproximadamente 33 variables, obtuvimos a través de las correlaciones realizadas con el SPSS que solo serán incluidas las variables cuyo nivel de significancia sea menor que 0,05.

Se establece que las variables que entrarían para el análisis son:

- Concepto de investigación y desarrollo
- Alianzas con proveedores y clientes

- Nivel de formación de los empleados
- Planificación del personal
- Incentivos de carreras profesionales
- Tipo Analizadoras
- Gasto en tecnología

Luego introducimos las variables para que sean analizadas en la opción logit binario y el programa nos arroja las siguientes conclusiones estadísticas:

En el historial de iteraciones, en primera instancia calcula la verosimilitud de nuestro modelo del primer término constante β_0 , la verosimilitud en un número comprendido entre (0 y 1).

El estadístico (-2LL) mide hasta qué punto el modelo se ajustara a los datos, necesito 2 ciclos para estimar correctamente la constante debido a que las estimaciones han cambiado en menos 0,001.

Mientras más pequeño sea el valor de verosimilitud mejor será el ajuste en el modelo.

Como podemos observar el proceso ha necesitado dos ciclos para poder estimar correctamente el termino $\beta_0=0,222$

Cuadro 6.1: Historial de iteraciones

Iteración		-2 log de la verosimilitud	Coeficientes
			Constante
Paso 0	1	49,461	,222
	2	49,461	,223

Fuente: spss

La siguiente tabla nos permite evaluar el ajuste del modelo de regresión, comparando los valores observados con los valores pronosticados.

El punto de corte en 0,5, clasifica los valores de la variable dependiente, valores menores a 0,5 se puede decir que no existe capacidad de absorción y valores mayores a 0,5, lo clasifica en el grupo donde existe capacidad de absorción. El modelo ha clasificado en 55,6% de los gerentes que piensan que la capacidad de absorción es importante.

Cuadro 6 2: Tabla de clasificación pronosticada

Observado			Pronosticado		
			concepto de capacidad de absorción		Porcentaje correcto
			indife, pocoimpo, nadaimpo	muyimportante, importante	
Paso 0	concepto de capacidad de absorción	indife,pocoimpo,nadaimpo	0	16	0
		muyimportante,importante	0	20	100
Porcentaje global					55,6

Fuente: spss

PRUEBA DE WALD

Se observa que el coeficiente estimado de la constante $\beta_0=0,223$, el error estándar es 0,335 y la significación estadística mediante la prueba wald es 0,443 que sigue una ley chi cuadrado con un grado de libertad y la estimación del OR es de 1.250.

La prueba wald se aplica luego que nosotros hemos elegido el modelo, luego se hace un contraste de análisis sobre uno o varios parámetros, mide además el valor de distancia entre lo observado y lo esperado, se usa para contrastar si un determinado coeficiente es 0 o 1 si el p-valor es menor a 50% se rechaza la hipótesis que afirma que ese coeficiente es 0. (Perez, 2013)

Cuadro 6.3: Variables en la ecuación

	B	E.T.	Wald	Gl	Sig.	Exp(B)
Paso 0 Constante	,223	,335	,443	1	,506	1,250

Fuente: spss

PRUEBA OMNIBUS

La prueba ómnibus de los coeficientes del modelo busca probar si las covariables son significativas para el modelo además nos indican las tres últimas entradas de las operaciones que son mostradas en tres partes para obtener mejores resultados.

La primera fila (paso) corresponde al cambio de verosimilitud (de -211) entre la sucesión de pasos para la construcción del modelo

La segunda fila (bloque) es el cambio en -2ll entre bloques de entrada sucesivos, durante la elaboración del modelo, el chi cuadrado del bloque es lo mismo que el chi cuadrado del modelo.

La tercera fila (modelo) es la diferencia entre el valor de -2ll para el modelo solo con la constante y el valor de -2ll para el modelo actual.

Chi cuadrado = $(-2ll_{\text{modelo } 0}) - (-2ll_{\text{modelo } 1}) = 49,461 - 29,020 = 20,276$. Los valores nos muestran que a 7 grados de libertad, obtenemos un chi cuadrado de 20,276 y una significancia del 0,15.

Cuadro 6.4: Omnibus sobre los coeficientes del modelo

		Chi cuadrado	Gl	Sig.
Paso 1	Paso	20,276	7	,015
	Bloque	20,276	7	,015
	Modelo	20,276	7	,015

Fuente: Spss

COEFICIENTES DE DETERMINACION

El R cuadrado de Cox y Snell es un coeficiente de determinación utilizado para estimar la proporción de las variables dependientes explicadas por las variables independientes, como vemos tiene valores alto de la variación de la variable dependiente.

Los valores oscilan entre 0 y 1, para que el modelo tenga valides, como vemos tenemos un 43% de determinación.

Con respecto a R cuadrado de Nagelkerke es una innovación de Cox y Snell, tiene un valor máximo inferior a 1 debe estar entre 0 y 1 para que tenga valides, como podemos observar tenemos un valor de 57% de la varianza explicada con las variables independientes.

Cuadro 6.5: Coeficiente de Determinación

Paso	-2 log de la verosimilitud	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	29,020 ^a	,431	,577

Fuente: spss

PRUEBA DE HOSMER Y LEMESHOW

La prueba de Hosmer y Lemeshow, es una prueba de bondad de ajuste del modelo, se manejan la hipótesis nula (el modelo se ajusta correctamente) y la hipótesis alternativa 1 (falta de ajuste del modelo), se desea calcular para cada observación del conjunto de datos las probabilidades de la variable dependiente, ordenarlas y agruparlas

y calcular a partir de ellas las frecuencias esperadas, y compararlas con las observadas mediante una prueba X^2

Se podría decir que el modelo es válido si tiene un valor de probabilidad mayor al 5% predicha se relacionara con el valor de la variable binomial como podemos observar contamos con un 77% entonces podemos que se acepta la hipótesis nula que el modelo es válido.

Cuadro 6.6: Prueba de Hosmer y Lesmeshow

Paso	Chi cuadrado	Gl	Sig.
1	4,058	7	,772

Fuente: Spss

Otra forma de evaluar si un modelo puede considerársele aceptable es, si la especificidad y sensibilidad tiene un nivel alto, se considera al menos 77,8%, en nuestro caso, se tiene una especificidad del 75%, pero una sensibilidad del 80%, clasifica como bueno a las empresas que tienen capacidad de absorción

Cuadro 6 7: Tabla de clasificación pronosticada

Observado			Pronosticado		
			concepto de capacidad de absorción		Porcentaj e correcto
			indife, pocoimpo, nadaimpo	muyimportante, importante	
Paso 1	concepto de capacidad de absorción	indife,poc oimpo,nad aimpo	12	4	75,0
		muyimportante,importante	4	16	80,0
Porcentaje global					77,8

VARIABLES EN LA ECUACION

Podemos observar las variables de la ecuación, los coeficientes de regresión con sus correspondientes errores estándar, el valor del estadístico de wald para evaluar la hipótesis nula ($\beta_i = 0$)

Cuadro 6.8: Variables de la Ecuación

	B	E.T.	Wald	Gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95% para EXP(B)	
							Inferior	Superior
investigacion	2,906	1,815	2,563	1	,109	18,277	,521	640,705
Alianzas	1,283	2,020	2,641	1	,104	1,038	,011	21,968
Nivel	-,841	1,307	,415	1	,520	,431	,033	5,580
planificacion	-,212	1,489	,020	1	,887	,809	,044	14,970
Carreras	,471	1,491	,100	1	,752	1,602	,086	29,750
Analizadoras	1,282	,881	2,119	1	,146	,277	,049	1,559
Tecnología	-,314	1,450	,047	1	,829	1,369	,080	23,457
Constante	-,311	,816	,145	1	,703	,733		

Fuente: spss

Procedemos a identificar cada variable X:

X_1 (Concepto de investigación), X_2 (Alianzas proveedores y clientes), X_3 (nivel de educación), X_4 (planificación del personal), X_5 (Incentivo carreras profesionales), X_6 (tipo defensoras), X_7 (Gasto en tecnología)

El modelo quedaría de la siguiente manera:

$$Y = \ln \left(\frac{pi}{1-pi} \right) = 2,906CI_1 + 1,283APC_2 - 0,841NE_3 - 0,212PP_4 + 0,471ICP_5 + 1,282EA_6 - 0,314GT_7$$

Una vez que hemos formado el modelo analizaremos los betas, $\beta_1=2,90$ nos indica que las pymes que tengan bien en claro y apliquen el concepto de investigación y desarrollo manteniendo los demás factores constantes, aumentando en una unidad esta variable, aumenta el logit estimado en aproximadamente, 2,90 unidades, indicando de esta manera la relación positiva entre investigación y desarrollo y que ocurra la capacidad de absorción, si queremos verlo en términos de oportunidad de que el evento ocurra entonces se aplicara el antilogaritmo donde $e^{2,90} = 18,28$, señalándonos que las pymes que consideren y apliquen el concepto de investigación y desarrollo obtendrán 18,28 veces más capacidad de absorción frente a los que no consideran importante la investigación y desarrollo.

Con respecto al $\beta_2=1,28$ este valor nos indica que las empresas que tengan alianzas con proveedores, manteniendo los demás factores constantes y aumentando en una unidad este variable, aumentan el logit estimado en 1,28 unidades, de esta manera existiría una relación positiva entre las pymes que tienen alianzas con proveedores y que ocurra la capacidad de absorción si queremos verlo en términos de oportunidad de que el evento ocurra entonces se aplicara el antilogaritmo donde $e^{1,28} = 3,59$ señalándonos que las pymes que realizan alianzas con proveedores tendrían un 3,59 veces más capacidad de absorción frente a las pymes que no tienen ninguna alianza.

Con respecto al $\beta_3=-0,84$ este valor nos indica que las empresas que tengan en su organización al 40% empleados sin estudios superiores terminados, manteniendo los demás factores constantes y aumentando en una unidad, disminuiría al logit estimado en 0,84 unidades, de esta manera existiría una relación negativa entre las pymes que tienen solamente el 60% de los empleados con estudios superiores concluidos y que ocurra la capacidad de absorción si queremos verlo en términos de oportunidad de que el evento ocurra entonces se aplicara el antilogaritmo donde $e^{-0,84} = 0,437$ señalándonos que las pymes que tengan solamente el 60 % de los empleados con estudios superiores terminados tendrían un $(1/0,437)$ 2,28 menos capacidad de absorción frente a las pymes que tengan más del 60% de sus empleados con estudios superiores terminados.

Con respecto al $\beta_4=-0,212$ este valor nos indica que las empresas que no tengan en su organización una planificación frecuente de sus empleados, manteniendo los demás factores constantes y aumentando en una unidad esta variable, disminuiría al logit estimado en 0,212 unidades, existiendo una relación negativa entre las pymes que no realizan una planificación frecuente de sus empleados y que ocurra la capacidad de absorción si queremos verlo en términos de oportunidad de que el evento ocurra entonces se aplicara el antilogaritmo donde $e^{-0,212} = 0,808$ señalándonos que las pymes que no realizan una planificación frecuente de los empleados tendrían $(1/0,808)$ 1,23 menos capacidad de absorción que aquellas pymes que la poseen

Con respecto al $\beta_5=0,471$ este valor nos indica que las pymes que motivan a sus empleados con ayuda para terminar sus carreras profesionales, manteniendo los demás factores constantes y aumentando en una unidad esta variable, aumentaría al logit estimado en 0,471 unidades, existiendo una relación positiva entre las pymes que incentivan con carreras profesionales a sus empleados y que ocurra la capacidad de absorción si queremos verlo en

términos de oportunidad de que el evento ocurra entonces se aplicara el antilogaritmo donde $e^{0,471} = 1,60$ señalándonos que las pymes que incentivan con carreras profesionales a sus empleados tendrían 1,60 veces más capacidad de absorción que aquellas pymes que no incentivan.

Con respecto al $\beta_6=1,28$ este valor nos indica que las empresas que buscan ser analizadoras, manteniendo los demás factores constantes y aumentando en una unidad esta variable, aumentaría al logit estimado en 1,28 unidades, existiendo una relación positiva entre las pymes que buscan ser analizadoras y que ocurra la capacidad de absorción si queremos verlo en términos de oportunidad de que el evento ocurra entonces se aplicara el antilogaritmo donde $e^{1,28} = 3,59$ señalándonos que las pymes que buscan ser analizadoras tendrían 3,59 veces más capacidad de absorción que aquellas pymes que se quedan en defensoras.

Con respecto al $\beta_7=-0,314$ este valor nos indica que las empresas que no invierte en nueva tecnología, manteniendo los demás factores constantes y aumentando en una unidad esta variable, disminuiría al logit estimado en 0,314 unidades, existiendo una relación negativa entre las pymes que no invierten en tecnología y que ocurra la capacidad de absorción si queremos verlo en términos de oportunidad de que el evento ocurra entonces se aplicara el antilogaritmo donde $e^{-0,3148} = 0,73$ señalándonos que las pymes que no invierten en tecnologías tendrían (1/0,73) 1,33 veces menos capacidad de absorción que aquellas pymes que si invierten en tecnología.

El Cuadro 6.9 está compuesto por cada una de las probabilidades de ocurrencia para cada uno de los datos de acuerdo al modelo establecido, teniendo así un 0.44 que representa un 44%, con este resultado podemos decir, que las empresas del sector ganadero, se están aproximando a tener capacidad de absorción, están pleno aprendizaje, llevándolo de la mejor manera hasta lograrlo.

Cuadro 6.9 Probabilidades del modelo econométrico

Probabilidades			
Empresa1	0,31	Empresa20	0,72
Empresa2	0,38	Empresa21	0,69
Empresa3	0,41	Empresa22	0,69
Empresa4	0,44	Empresa23	0,53
Empresa5	0,41	Empresa24	0,31
Empresa6	0,31	Empresa25	0,28
Empresa7	0,25	Empresa26	0,28
Empresa8	0,34	Empresa27	0,31
Empresa9	0,38	Empresa28	0,25
Empresa10	0,31	Empresa29	0,25
Empresa11	0,28	Empresa30	0,56
Empresa12	0,34	Empresa31	0,25
Empresa13	0,50	Empresa32	0,50
Empresa14	0,41	Empresa33	0,38
Empresa15	0,34	Empresa34	0,44
Empresa16	0,38	Empresa35	0,41
Empresa17	0,25	Empresa36	0,34
Empresa18	0,25	Promedio	0,44
Empresa19	0,53		

Fuente: Spss

CONCLUSIONES

Las pymes es un sector muy importante en la economía de los países, el objetivo de nuestro estudio es determinar la existencia de capacidad de absorción en el sector ganadero.

Establecimos objetivos específicos que seguir para a través de ellos llegar a la conclusión de poder determinar si realmente existe o no capacidad de absorción en las pymes ganaderas de la ciudad de Guayaquil, los objetivos se los fue desarrollando paso a paso:

Se leyeron aproximadamente 25 papers en inglés y en español acerca de capacidad de absorción, se utilizó la recopilación de información importante de las lecturas para tener una noción más clara del tema de estudio, en la cual pudimos observar factores muy relevantes que influyen en la capacidad de absorción.

Los factores más relevantes de la capacidad de absorción según la información adquirida de los papers son; la innovación en tecnología, en intangibles, avances tecnológicos, cultura organizacional, formación organizacional, comunicación entre los empleados, incentivos monetarios, una organización que posee estos factores, puede tener la capacidad para absorber conocimiento de una manera más rápida. También podemos mencionar que tener buenas alianzas con universidades, clientes, proveedores, gremios ayuda mucho al crecimiento de la organización, debido al aprendizaje que se logra con estas alianzas, además del trabajo en equipo que hace que una organización sea más efectiva, y más competitiva.

Se realizó un estudio empírico en el sector ganadero de la ciudad de Guayaquil, se determinó la existencia de aproximadamente 50 pymes de las cuales solo nos atendieron 36 pymes, luego se decidió como instrumento de la recolección de datos elaborar encuestas a las pymes. A través de las encuestas pudimos obtener ciertos datos relevantes de las pymes.

Más adelante se tabularon los datos para hacer una estadística descriptiva, se obtuvieron los diferentes gráficos de frecuencia, analizados anteriormente, donde pudimos concluir que ninguna de las empresas encuestadas tienen patentes o alguien que se encargue de realizar revistas de su organización, esto podría ayudarlos a ser conocidos en su sector. Otro aspecto importante que pudimos notar era que la mayoría de los empleados no tenían todos sus estudios terminados.

Decidimos utilizar una herramienta estadística (Spss) para la ayuda en la elaboración de un modelo logit, el Spss nos permita saber las variables que verdaderamente serían relevante a nuestro estudio, porque como sabemos tenemos cierto número de variables, pero no todos entrarían en el modelo.

Se introdujeron los datos obtenidos de la encuestas y se comenzó a convertirlos en datos dicotómicos para poder aplicar el método logit (binaria), se realizó la correlación entre las variables para saber cuáles deben ser incluidas para el análisis con las pruebas estadísticas de Spss.

Las variables que se tomaran para que el programa las analice fueron; tecnología, que abarca la adquisición de nuevas computadoras, software, tipo de empresa analizadoras, que son las que tratan de probar cosas nuevas, planificación del personal, nivel de educación de los empleados, alianzas con proveedores y clientes, investigación para la mejora continua de la pyme.

Una vez obtenido los betas por el Spss, procedimos a armar el modelo y a linealizarlo porque como sabemos el modelo se lo utilizo con el método logit, y de esa manera no se podrían analizar de manera correcta los betas, una vez linealizado se llegó a la conclusión de que mientras más alto sea el valor del beta ese variable es muy significativa para decir que existe capacidad de absorción entre los betas positivos tenemos que el concepto de innovación es muy importante para decir que con esta variable existiría capacidad de absorción, también tenemos a las alianzas con los proveedores y clientes son esenciales para absorber conocimiento, tenemos también que la motivación de las pymes hacia sus empleados para que acaben sus estudios o para que puedan capacitarse en cursos es muy influyente en la capacidad de absorción , si el valor del beta es menor a 0 es decir negativo entonces esas variables no son muy significativas, para decir que existe capacidad de absorción en las empresas ganaderas de la ciudad de Guayaquil, y más bien son esas variables las que deben las pymes mejorar, entonces podemos decir una vez analizados los betas, que deben las pymes hacer lo posible para que los empleados a contratar tengan sus estudios superiores terminados, se debe también hacer planificaciones constantes del personal de las pymes, esto ayudara a llevar un mejor control de todos los procesos de la organizaciones, y por ultimo podemos mencionar que el invertir en nueva tecnología en esta era es muy esencial porque si se permanece con máquinas obsoletas los productos o servicios no

mejorarían y por ende las pymes no crecerían, además podemos decir las pymes deben buscar ser organizaciones exploradoras, que buscan el crecimiento constante a través de la innovación de sus productos o servicios. Para ello deben de salir de ese temor de entrar a mercados con productos mejorados, a través de las probabilidades de las pymes se llega a la conclusión que en las pymes de la ciudad de Guayaquil existe un 44% de capacidad de absorción.

REFERENCIAS

- Andes, A. d. (2014, 1 de agosto). *America Economía*. Obtenido de <http://www.americaeconomia.com>
- Anonimo. (2009). *UPS*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1442/5/Capitulo%202.pdf>
- Arellano, E. E. (n.d.). *Ganaderos piden se respeten los precios de carne y leche* [versión electrónica] Revista el Agro Obtenido de <http://www.revistaelagro.com/2014/08/28/ganaderos-piden-se-respeten-los-precios-de-carne-y-leche/>
- Agricultura, d. d. (s.f.). *FAO*. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/004/W7451S/W7451S01.htm>
- Cedex. (2009). *las pymes y su rol en comercio internacional* Obtenido de http://www.palermo.edu/economicas/cedex/pdf/pyme_com_internacionall.pdf
- Cepal. (s.f.). (2010) *Pymes Ecuador* Obtenido de http://www.cepal.org/dmaah/noticias/paginas/8/28248/equipo_ecuador.pdf
- Club de Empresarios Globales Exitosos. (2010). *Decision Empresarial*. Obtenido de <http://decisionempresarial.com/co/index.php/recurso/admon-empresarial/84-inteligencia-empresarial/120-analisis-pest>
- Confederacion de empresarios de malaga. (2010). Obtenido de <http://www.cem-malaga.es/portalcem/novedades/2010/Gu%C3%ADa%20CEM%20Innovaci%C3%B3n%20PYMES.pdf>
- Dominguez, J. (2012, 1 de noviembre). *El sector agropecuario altamente sensible a los precios a nivel de finca* Fenopina. Numero 18
- Ekosnegocios. (10 de 2013). *cumbre empresarial, ranking de las pymes* ekosnegocios. numero 234
- El Economista. (12 de 2013). *El sector agrario y ganadero* Obtenido de <http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/5320378/11/13/-El-sector-agrario-y-ganadero-refugio-de-emprendedores.html#.Kku8t2X9qIQZi1c>
- El emprendedor. (abril de 2014). Obtenido de <http://www.elemprendedor.ec/cfn-lanza-programa-para-pymes/>
- El Telegrafo. (11 de 09 de 2013). *produccion de leche* Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/produccion-lechera-mueve-700-millones-al-ano.html>
- Eumed, *tesis doctorales de capacidad de absorcion* (2010). Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/gam/Las%20PYME%20y%20la%20innovacion.htm>
- Ecuador, Federacion de Ganderos del Ecuador. (2014). Obtenido de <http://fedegan.ec/magap-capacita-a-ganaderos-de-san-lucas-en-loja/>
- Food and Agriculture Organizations of the United Nations. (2015). *Ganaderia* Obtenido de <http://www.fao.org/americas/perspectivas/ganaderia/es/>

Jeffrey M. Wooldridge, (2010), *introduccion a la econometria un enfoque moderno*(4ta edicion), Segance Learning

Levin, (2010), *Estadística para administración y economía* (septima edicion)

MAPCAL. (1995). *El Diagnostico de la Empresa*. Madrid: Diaz de Santos, 1995.

Martinez, M. A. (2008). *Querato estudio en el sector productivo* Obtenido de <http://itzamna.bnct.ipn.mx/dspace/bitstream/123456789/2355/1/TESIS-MAVEGA.4.pdf>

Ecuador, Ministerio del Interior. (2014). *Mejoras en el sector rural*, Obtenido de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/ministerio-del-interior-y-ganaderos-buscan-mejorar-la-seguridad-en-el-sector-rural/>

Narvaez, A. (2011). *Ecuador agricola y ganadero*. Obtenido de <http://italoorozco.blogspot.com/2011/06/ecuador-agricola-y-ganadera.html>

Ortiz, F. (s.f.). *Gestion de Innovacion tecnologica en pymes*, Obtenido de <http://www.oei.es/memoriasctsi/mesa12/m12p22.pdf>

Perez, J. L. (2013). *blog Estadístico*, Obtenido de <https://estadisticaorquestainstrumento.wordpress.com/2013/04/30/test-de-wald/>

Piza, G. (s.f.). *Blog la realidad Agropecuaria del Ecuador*, Obtenido de <http://giordanapiza.blogspot.com/p/sector-silvicola.html>

Pontón, C. (2013). *PlanV.*, Obtenido de <http://www.planv.com.ec/ideas/ideas/pymes-y-retos-gubernamentales>

Porta, M. (n.f.). *Monografía*, Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos12/pyme/pyme.shtml>

Precop. (2011). *Ministerio de agricultura ganaderia y pesca*, Obtenido de <http://www.cosechaypostcosecha.org/data/folleto/folletoEvolucionSistProdAgropArgentino2011-06.pdf>

Productor, E. (2014). *Análisis del sector ganadero Ecuatoriano*, Obtenido de <http://elproductor.com/2014/01/08/analisis-del-sector-ganadero-ecuadoriano/>

Redalyc. (2008). Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25711784012>

SRI . (2013). *Pymes SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/32>

Telégrafo, E. (2014, 18 de abril). *Ecuadorenvivo*. Obtenido de http://www.ecuadorenvivo.com/economia/23-economia/13886-las-pymes-recibiran-creditos-de-hasta-1-100-millones-diario-el-telegrafo.html#.V0hnJ_mG-Sp

Villafuerte, D. B. (2002). *EUMED*. Obtenido de (<http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/422/ANTECEDENTES%20DE%20LAS%20PYMES%20EN%20EL%20MUNDO.htm>)

Zornoza, C., & Fóres, B. (n.d.). *Capacidad de absorcion pymes (PDF)*

ANEXOS

ANEXO A - Encuesta

El siguiente cuestionario se realizara con el fin de obtener información relevante para nuestro estudio **Capacidad de absorción de las Pymes en el sector Ganadero**

Siendo:

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

S	F	I	RV	N
Siempre	Frecuentemente	Indiferente	Rara vez	Nunca

<p>1.- 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"> <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>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?</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"> <tr> <td>si</td> <td>no</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	si	no								
si	no										
<p>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?</p> <p>Innovación de procesos es la introducción de un método de producción o de distribución nueva o significativamente mejorada. Incluye mejoras significativas en técnicas, equipo o software.</p>	<table border="1"> <tr> <td>si</td> <td>no</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	si	no								
si	no										
<p>4.-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"> <tr> <td>si</td> <td>no</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	si	no								
si	no										
<p>5.-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>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.</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>7.-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>1.- ¿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>2.- ¿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>3.- ¿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											
<p>1.- ¿El gerente o máximo tomador de decisiones en la empresa que nivel de formación posee?</p>	<table border="1"> <tr> <td>Ninguna</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Primaria</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Secundaria</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tercer nivel (grado)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cuarto nivel (maestría o doctorado)</td> <td></td> </tr> </table>	Ninguna		Primaria		Secundaria		Tercer nivel (grado)		Cuarto nivel (maestría o doctorado)	
Ninguna											
Primaria											
Secundaria											
Tercer nivel (grado)											
Cuarto nivel (maestría o doctorado)											
<p>2.- ¿Qué porcentaje del personal tiene estudios universitarios terminados?</p>	<table border="1"> <tr> <td>Mayor 80 %</td> <td>Menor a 80 % y mayor a 60 %</td> <td>Menor a 60 %</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Mayor 80 %	Menor a 80 % y mayor a 60 %	Menor a 60 %							
Mayor 80 %	Menor a 80 % y mayor a 60 %	Menor a 60 %									
<p>3.- ¿Cuántos años de actividad tiene su empresa?</p>	<table border="1"> <tr> <td>Mayor a 20 años</td> <td>Menor a 20 y mayor a 10 años</td> <td>Menor a 10 años</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Mayor a 20 años	Menor a 20 y mayor a 10 años	Menor a 10 años							
Mayor a 20 años	Menor a 20 y mayor a 10 años	Menor a 10 años									
<p>4.- ¿La empresa tiene departamento técnico?</p>	<table border="1"> <tr> <td>si</td> <td>no</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	si	no								
si	no										
<p>5.- ¿Alguna persona del personal escribe artículos de carácter técnicos publicables?</p>	<table border="1"> <tr> <td>si</td> <td>no</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	si	no								
si	no										
<p>6.- ¿En qué grado su empresa ha realizado una planificación del personal?</p>	<table border="1"> <tr> <td>S</td> <td>F</td> <td>I</td> <td>RV</td> <td>N</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	S	F	I	RV	N					
S	F	I	RV	N							
<p>7.- ¿En qué grado su empresa ha realizado un diseño del puesto de trabajo?</p>	<table border="1"> <tr> <td>S</td> <td>F</td> <td>I</td> <td>RV</td> <td>N</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	S	F	I	RV	N					
S	F	I	RV	N							

8.- ¿En qué grado su empresa ha realizado reclutamiento y selección de personal?	<table border="1"> <tr> <td>S</td> <td>F</td> <td>I</td> <td>RV</td> <td>N</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	S	F	I	RV	N					
S	F	I	RV	N							
9.- ¿En qué grado su empresa ha realizado formación del personal?	<table border="1"> <tr> <td>S</td> <td>F</td> <td>I</td> <td>RV</td> <td>N</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	S	F	I	RV	N					
S	F	I	RV	N							
10.- ¿En qué grado su empresa ha incentivado al desarrollo de carreras profesionales a su personal?	<table border="1"> <tr> <td>S</td> <td>F</td> <td>I</td> <td>RV</td> <td>N</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	S	F	I	RV	N					
S	F	I	RV	N							
11.- ¿En qué grado su empresa ha realizado evaluación de desempeño del personal?	<table border="1"> <tr> <td>S</td> <td>F</td> <td>I</td> <td>RV</td> <td>N</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	S	F	I	RV	N					
S	F	I	RV	N							
12.- ¿En qué grado su empresa ha desarrollado actividades de relacionales laborales?	<table border="1"> <tr> <td>S</td> <td>F</td> <td>I</td> <td>RV</td> <td>N</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	S	F	I	RV	N					
S	F	I	RV	N							
13.- ¿En qué grado su empresa ha desarrollado la gestión de riesgos laborales?	<table border="1"> <tr> <td>S</td> <td>F</td> <td>I</td> <td>RV</td> <td>N</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	S	F	I	RV	N					
S	F	I	RV	N							
Explotación											
1.- ¿La empresa tiene algún desarrollo tecnológico protegido con patente, derechos de autor o propiedad industrial?	<table border="1"> <tr> <td>si</td> <td>no</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	si	no								
si	no										
2.- 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)	<table border="1"> <tr> <td>Exploradora</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Defensora</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Analizadora</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Reactiva</td> <td></td> </tr> </table>	Exploradora		Defensora		Analizadora		Reactiva			
Exploradora											
Defensora											
Analizadora											
Reactiva											

ANEXO B – listado de Empresas

#	Nombre	Dirección
1	AGROPECUARIA CALICANTO AGROCALSA SA	AV. JT MARENGO KM 3.5
2	AGROPECUARIA VELBAMAL S.A	AV. FCO DE ORELLANA
3	MARUTA S.A./ Grupo Quirola	Kennedy Norte Av. Francisco de Orellana y calle 12D
4	SOLOCORP S.A.	CIUDADELA BELLAVISTA
5	GANADERA SAN RAFAEL S.A. (GARASA)	CENTENARIO
6	AGROPECUARIA RIO PERDIDO S.A. (RIOPERSA)	AV. J.T. MARENGO KM 3.5
7	DELTACORP S.A.	AV. DE LAS AMERICAS
8	DUTRI S.A.	PANAMA Y ROCAFUERTE
9	AGRICOLA RADAN S.A.	AV. JUAN T. MARENGO
10	NEGOCIOS FALQUEZ ESPINOSA S.A. NEFAES	E/ ILANES E HIGUERAS
11	AGRICOLA ISAAC S.A. (AGRISACSA)	PEDRO CARBO
12	DISANAHISA	SAMANES 6 MZ.971
13	GANPEZ S.A. (GANADERIA PELAEZ)	O`CONNORS
14	AGRICOLA PANCHOSUR S.A.	AV. QUITO
15	SABANAGRO CIA. LTDA.	OLMEDO
16	COMPAÑIA AGRICOLA Y GANADERA CHAROLET S.A.	E´BOLIVIA Y VACAS GALINDO
17	AGROANIMAL S.A.	COOPERATIVA VIV. PAJARO AZUL, MZ D 8
18	AGRICOLA CAMINO AL LAGO S.A. CAMILAGRI	ESCOBEDO
19	GRANJA INTEGRAL DIMENSIONAL ECOLOGICA ORGANICA S.A. GRIDEOSA	AV. JUAN TANCA MARENGO
20	FABIANACORP S.A.	VICTOR EMILIO ESTRADA
21	EL POTRERO S.A. PETRELORD	VERGELES
22	ONASLOT S.A	UNIÓN Y PROGRESO
23	BASTIAN S.A.	AV. BENJAMIN ROSALES
24	HUNTLAR S.A.	VICTOR MANUEL RENDON
25	CONWAY S.A.	CORDOVA
26	BANDEROSA S.A.	CDLA. LA FAE
27	DERNACORP S.A.	E/, EL ORO Y 4 DE NOVIEMBRE

#	Nombre	Dirección
28	COMPANIA AGRICOLA GANADERA SA	AVE. C.L.PLAZA DANIN S/N AV. DEMOCRACIA NIRSA
29	CORPITOL S.A.	GENERAL CORDOVA
30	AGENKACOM S.A.	COOP. GALLEGOS LARA
31	NAVAFEL S.A.	GENERAL CORDOVA
32	AGRICOLA Y GANADERA DON LUCHO S.A. (DONLUSA)	Km. 56 Vía a la Costa, Guayaquil,
33	GELSI S.A.	URBANIZACION PUERTO AZUL, SOLAR 15, MANZANA 314
34	AGRO INDUSTRIAL Y GANADERA PULBAS SA	Maldonado # 2025 y Tungurahua-guayaquil
35	ASOCIACIÓN DE GANADEROS DEL LITORAL Y GALÁPAGOS.	Cdla. LA FAE Ave. Cosme Renella y Cabo Edison Cañarejo Mz 38 Villa 9
36	SOCIEDAD AGRICOLA GANADERA HEROCA S.A	Laureles 118, Guayaquil