

**¿LAS PYMES DEL SECTOR LÁCTEO EN GUANACASTE
REALIZAN INNOVACIÓN EN SUS PROCESOS?**

Yolanda Rivera, Universidad Latinoamérica de Ciencia y Tecnología

2014

Resumen

El presente proyecto de investigación está basado en un tema diferente que radica en identificar si las Pymes del sector lácteo en Guanacaste realizan innovación en sus procesos, para lo cual se tienen los siguientes objetivos específicos en el desarrollo del tema.

La metodología de la investigación se basó primero en realizar una encuesta, segundo se analizó la información por medio de gráficos.

Los resultados de la encuesta anterior se dan a conocer si las pymes del sector lácteo realizan planes de innovación, áreas que se ha aplicado, como también el conocimiento del personal con respecto al tema, esto permite saber si tiene alguna debilidad.

Para finiquitar se dan las conclusiones de la investigación si las pymes del sector lácteo conocen qué es innovación, cuentan con las herramientas necesarias y el personal para desarrollar los procesos en el transcurso de la vida de la empresa.

Por último se dan las recomendaciones, primeramente realizar un balance de aplicación de la innovación a nivel interno de la empresa, involucrar al personal y realizar alianzas con instituciones que están enfocadas en el tema únicamente para lograr un crecimiento competitivo de la empresa.

Abstract

This research project is based on a different theme that is to identify if the dairy sector SMEs in Guanacaste carry out innovation processes , for which we have the following specific objectives in the development of the subject .

The research methodology is first based on a survey , second information is analyzed by means of graphs.

The results of the previous survey disclosed if the dairy sector SMEs perform innovation plans , areas that have been applied , as well as staff knowledge on the subject , this lets you know if you have any weakness.

To finalize the conclusions of the investigation are given if the dairy sector SMEs know what is innovation , staff have the necessary tools and processes to develop during the life of the company.

Finally recommendations are given , first take stock of implementation of innovation internally within the company, engage staff and make alliances with institutions that are focused on the subject only to achieve a competitive business growth

Tabla de contenido

Resumen	2
Abstract.....	3
1. Referencia Bibliográfica	5
Que es Innovación	5
Tipos de Innovación	6
Pasos de la innovación.....	7
Barreras que impiden el éxito de la innovación	7
Estrategias de la innovación	8
Situación de innovación en América Latina.....	10
2. Metodología	11
Pregunta de investigación.....	11
Objetivo General.....	11
Objetivos Específicos	11
Justificación	12
3. Marco Metodológico	12
4. Análisis de Resultados	15
5. Conclusiones	21
6. Recomendaciones.....	22
7. Bibliografía.....	23
8. Anexos.....	25
Encuesta.....	25
Certificación	28

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Nivel académico de los participantes	15
Ilustración 2 Etapa del nivel académico	16
Ilustración 3 Labora actualmente	16
Ilustración 4 Tiempo de estar la empresa en el mercado.....	17
Ilustración 5 Conoce que es innovación	17
Ilustración 6 Definición de innovación	18
Ilustración 7 Conocimiento de innovación en las empresas.....	18
Ilustración 8 Conocimiento de innovación en procesos lácteos.....	19
Ilustración 9 Planes de innovación	19
Ilustración 10 Innovar en importante.....	19
Ilustración 11 Áreas de que presentan innovación	20
Ilustración 12 Innovar en mejora en los proesos	20

Lista de Tablas

Tabla 1 Rango de Edad.....	15
Tabla 2 Áreas donde se aplica innovación	20

1. Referencia Bibliográfica

Que es Innovación

Se debe tener en cuenta para desarrollar el concepto preciso de innovación que esta ha evolucionado con el tiempo, es decir, no es un fenómeno reciente, y además, tiene un impacto en el desarrollo de las comunidades. Por lo que se puede denotar a grandes rasgos como cambios que generan un valor en específico. Pero para mayor comprensión del tema se recopilan los siguientes conceptos con el objetivo de dejar claro el término.

“El término innovar etimológicamente proviene del latín innovare, que quiere decir cambiar o alterar las cosas introduciendo novedades” (Medina Salgado y Espinosa Espíndola, 1994).

“La innovación consiste en producir, asimilar y explotar con éxito la novedad en los ámbitos económico y social” (COM, 2003).

“La innovación es la implantación de un producto, proceso o servicio nuevo o significativamente mejorado. Es un nuevo método de comercialización, un nuevo método de organización para la práctica del negocio o una nueva forma de relaciones externas”. (Manual Oslo, 2005)

Como se puede apreciar en los conceptos anteriormente citados la innovación es precisamente cualquier clase de cambio que se sustenta en conocimientos y que se acompaña de ganancias. Básicamente respaldada en “algo nuevo”. Es importante señalar que este proceso es global.

Como se puede apreciar en el Informe de Competitividad Global, en el cual Costa Rica se ubica en la posición 39 en índice global de innovación, se da una mejora en el ranking, ya que el puntaje proviene de la obtención en la producción de conocimiento y tecnología, categorías que representan la mitad de la calificación obtenida por el país. (El financiero, 2003).

Tipos de Innovación

Se cuenta con varios tipos de innovación, de acuerdo con el Manual de Oslo, OCDE y Eurostat (2005), se pueden distinguir cuatro tipos de innovación:

- **Innovaciones de proceso:** es la introducción al mercado de algo nuevo (o algo mejorado) en el proceso de producción o de distribución. Esto hace que se generen cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos.
- **Innovaciones de producto:** es la introducción de un bien o servicio (o existente) pero significativamente mejorado en cuanto a sus características (físicas, material) o al uso al que se destina.
- **Innovaciones de mercadotecnia:** aplicación de un nuevo método de comercialización que genera cambios en el diseño o el envasado de un producto, así como en su posicionamiento, promoción o tarificación (imagen del producto cambia).
- **Innovación de organización:** un nuevo sistema organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa.

Innovación no es solo lanzar un producto o servicio nuevo para el consumidor, se tiene que identificar la categoría de innovación que se pretende crear:

- Productos nuevos para el mercado nunca se han vistos presentados
- Productos nuevos para nosotros quiere decir que son los que genere la competencia para que sea de alcance para otra clase de consumidor, (productos realizados por los competidores)
- Extensión de productos, mejoras al producto ya existente
- Nuevos clientes y mercados, productos que han permanecido en el mercado relativamente sin cambios, son llevados a nuevos clientes y mercados

Pasos de la innovación

Para lograr formar parte del mundo de la innovación se requiere que las personas o las empresas realicen lo siguiente:

1) Actitud: todas las personas tiene ideas y si son aglomeradas todas opinan generando ideas, pero probablemente, no irán más allá de la pizarra. Para lograr más éxitos que fracasos, es necesario establecer un proceso en toda la empresa de generación, prueba e implantación de ideas.

2) Vaya a donde vayan los consumidores: es bueno relacionar los trabajadores con el consumidor. Allí observarán los retos que estas personas enfrentaban al consumir el producto, y los trabajadores descubrirán las necesidades que no podrían haber encontrado desde sus oficinas.

3) Aprenda de otras industrias: es saber cómo lo realizan las demás empresas, para luego tomar en cuenta y ser mejorado para así darle mejor satisfacción a los clientes.

4) Pruebe su idea: antes de enamorarse de su idea, muéstresela a los consumidores a ver si ellos la amarán también.

Los tiempos difíciles. Cuando existe sobre el consumidor una intensa presión por seleccionar lo que compra, es un buen momento para probar las ideas. Las buenas suben rápidamente, y las malas desaparecen.

5) Manténgase a la vanguardia: los líderes que cultivan exitosamente la innovación tienen la habilidad de cambiar, tolerar la ambigüedad, evaluar y sentirse cómodo con el riesgo, equilibrar la pasión y la objetividad, y lograr el respeto de los demás. Si usted no cuadra con esta descripción, contrate a alguien que sí lo haga.

Barreras que impiden el éxito de la innovación

Al hablar de innovación es sinónimo de mejoras y desarrollo de nuevas estrategias, pero dentro de lo mencionado existen barreras que impiden lograr el objetivo

planteado, dentro de los obstáculos se mencionan cinco que debemos considerar como importantes (Andrews, 2006):

- 1.- Fondos insuficientes, se debe realizar una valoración para determinar si la empresa cuenta con recursos económicos antes de dar inicio en un cambio.
- 2.- Evitar riesgos, analizar todas las posibles debilidades como amenazas bajo los cuales va a estar la empresa, al momento de aplicarlo.
- 3.- Obstruir. Simplemente poner barreras a las ideas. Lo cual genera que nadie cree o modifique algo en la empresa.
- 4.- Tiempo para comprometerse. Crear excusas para explicar que no se puede asistir a reuniones o dar ideas que resultaron en beneficios reales para la empresa
- 5.- Medidas incorrectas, que se realicen acciones que no sean innovación, más bien ponen en riesgo algún producto o parte de la empresa.

Además, se tienen otras de las cuestiones que nos encontramos en la búsqueda de información y es que las organizaciones no inducen hacia la innovación (Stark, 2000):

- 1.- Los límites interdepartamentales previenen la comunicación de innovación de ideas.
- 2.- Medidas incorrectas que impiden el avance de la innovación en productos y servicios.
- 3.- No definen los procesos de innovación.
- 4.- No escuchan a los clientes.
- 5.- No tienen conocimiento de cuántos clientes realmente quieren comprar.
- 6.- No reconocen la necesidad para crear nuevos procesos.
- 7.- Los incentivos son inapropiados.
- 8.- Innovaciones incompatibles que producen confusión más que crecimiento.
- 9.- Poco criterio para manejar el riesgo, resultados y tiempo de innovación.
- 10.- Falta de información en mercados y tecnologías.

Estrategias de la innovación

Hoy la innovación constituye un elemento fundamental para la adquisición de ventajas competitivas en el marco de desarrollo que se encuentre una empresa, ya que el mercado vive inmerso en la cultura de la continua transformación. Para innovar se requiere de capacidad, esto es un recurso más de la empresa, al igual que sus

capacidades de conocimiento, financieras, comerciales y productivas; y, del mismo modo, debe ser gestionada sistemáticamente. (Redondo, 2010)

La innovación de tener la visión de un carácter integral dirigido al mejoramiento de la calidad de vida en general. Al ser la innovación un proceso que consiste en identificar oportunidades del mercado que conllevan a la introducción de nuevos productos, servicios y procesos, esta se convierte en uno de los caminos a seguir para competir en el mercado y diferenciarse de los competidores.

Hay empresas que por medio de la innovación hoy compiten con éxito en sus mercados. Lo cual se quiere busca al sensibilizar a las pequeñas y medianas empresas, pymes, sobre la necesidad de que se integren a innovar, así como definir estrategias y proyectos de innovación integrados a la visión y misión de cada empresa. Siempre tomando en cuenta el desarrollo, es mejorar la prosperidad y calidad de vida de los ciudadanos

Dentro del contexto de gestión de la innovación, se han desarrollado diversos modelos para analizar diferentes niveles de agregación: un proyecto específico dentro de una compañía, una empresa individual, un sector industrial, una región y un país. El concepto de sistemas de innovación es usado principalmente para el análisis en el ámbito de países, regiones y sectores, donde se utiliza para analizar las características de los procesos de innovación y para definir políticas que ayuden a un mejor desarrollo.

La innovación es mucho más compleja que solo inventar, invención es la conversión de conocimiento en nuevos productos, procesos o servicios; la innovación va un paso más allá pues incluye la invención, pero, además, involucra el proceso de ponerla en uso; cuando una invención no se pone en uso no puede ser llamada innovación, por lo tanto, el proceso de la innovación requiere que el innovador tenga la capacidad de utilizar conocimiento nuevo (a través del aprendizaje, interiorización e implementación).

La innovación tiene un impacto fundamental para el crecimiento de la producción, la productividad y el empleo del país. Durante las décadas de los años ochenta y noventa del siglo pasado, la necesidad de una mejor comprensión de los mecanismos que promueven y obstaculizan el proceso de innovación tecnológica condujo a grandes transformaciones tanto teóricas como empíricas en diferentes países.

Sin embargo, con frecuencia, los datos cuantitativos y cualitativos requeridos para diseñar y evaluar estas políticas eran limitados como resultado de la falta de metodologías estandarizadas internacionalmente que permitieran medir las actividades relacionadas con la innovación en las empresas.

Los factores internos que impulsan la innovación son resultado de actuaciones de la propia empresa y dependen, principalmente, de la capacidad de la dirección para consolidar las dimensiones de calidad y productividad (corto plazo), así como la posibilidad de crear, a menor costo y más rápidamente que los competidores, tecnologías, competencias y aptitudes esenciales que generen productos o servicios innovadores (largo plazo).

El país dedica un porcentaje muy bajo de su PIB para el financiamiento de innovación, esta deficiencia debe superarse mediante compromiso político y participación de los diferentes componentes del sector, lo cual se ha venido mejorando con el paso de los años.

Situación de innovación en América Latina

Desde la perspectiva de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD). Los países en desarrollo se presentan en un eco-sistema de innovación, distinto, con sistemas de innovación más frágiles.

Existe un bajo grado de interacción de empresas (pequeñas y grandes) con el sistema de innovación. De allí, sistemas de innovación, ya sea nacional o local, desarticulados y débiles. Poco contacto con instituciones tecnológicas y científicas.

El Sistema Nacional de Innovación (SNI) en Costa Rica, con énfasis en los cambios que en él pueden haber ocurrido a raíz de la apertura comercial. El concepto de SNI se refiere al conjunto de instituciones cuyas interacciones determinan cómo las empresas llegan a dominar y poner en práctica diseños y procesos de producción que les son nuevos. Se tiene el éxito de la actividad cafetalera en Costa Rica que requirió innovaciones en la forma de procesamiento. Durante la segunda mitad del siglo, se introdujeron máquinas nuevas para procesar el café, principalmente para mejorar la calidad del producto y para ahorrar trabajo y tiempo.

La estrategia de desarrollo nacional se orientó a resolver los obstáculos al crecimiento de la actividad cafetalera: financiamiento, mano de obra e infraestructura de transportes y comunicaciones.

2. Metodología

Pregunta de investigación

Donde se plantea el tema a desarrollar en la investigación, la cual debe tener una respuesta después de haber concluido todos los pasos de la metodología. Se definió la siguiente pregunta:

¿Las pymes del sector lácteo en Guanacaste realizan innovación en sus procesos?

Objetivo General

Determinar qué innovaciones realizan las pymes del sector lácteo durante sus procesos, de acuerdo con el tiempo de estar en el mercado.

Objetivos Específicos

1. Investigar si las pymes del sector lácteo Guanacaste conocen qué es innovación y si lo aplican en sus procesos de fabricación.
2. Determinar en qué sector se ha aplicado innovación en las pymes productoras de lácteos.
3. Recopilar información para determinar el grado de conocimiento sobre innovación para las pymes de lácteos.

Justificación.

La innovación ha hecho que se dé una transformación en varios ámbitos de las industrias, realizándose mejoras en los productos y servicios. De acuerdo con esto se deben de reestructurar los procesos operativos en la industria, además, cambiar la metodología para la organización.

La importancia radica en que las pymes productoras de lácteos en Guanacaste puedan identificar las ventajas de la aplicación de la innovación, con el fin de generar un valor agregado en la práctica de sus actividades. Tomando en cuenta que al aplicar innovación en algún área de la pequeña empresa hace que sea una pyme más competitiva en el mercado. Se desempeña e involucra al personal a participar más, con el fin de crear conciencia de la mejora continua, siempre de la mano con la innovación.

Limitaciones

No contar con suficiente tiempo para la recolección de un mayor número de entrevistados que puedan influir en la investigación. Esto influye en la profundidad con que se aborda el tema de investigación.

Viabilidad

Las pymes productoras de lácteo para lograr estar dentro del marco competitivo, deben de tomar en cuenta que se debe contar con recursos, como lo son el factor económico, factor tecnológico para la recolección de información y medios de transporte para lograr colocar el producto al consumidor. Así como también la colaboración de la población que tiene las características del objetivo en estudio.

3. Marco Metodológico

La metodología de la investigación proporciona tanto en la investigación y a los profesionales una serie de herramientas teórico-prácticas para la solución del problema mediante el método científico. En esta parte de la investigación se representa cuáles son las actividades que se van a ir desarrollando en la elaboración del estudio.

La metodología general de esta investigación comprende varias actividades que se realizan de manera interactiva, las cuales se detallan a continuación:

- 1- Se establece un tema de investigación por parte de la facultad de ingeniería. Se comunica que el tema es innovación, posteriormente se procede a realizar una revisión bibliográfica y se realiza un conjunto de términos que se utilizan como punto de partida para la investigación. Es decir, se podrán dar definiciones referentes al tema de investigación, el cual trata sobre innovación, así como también información que ayuda con la comprensión y la profundidad de la investigación en general.
- 2- Después de haber profundizado sobre qué es la innovación, es de vital importancia tomar como base una serie de elementos que ayuden a identificar específicamente qué es lo que se quiere investigar, no perdiendo el sentido de la investigación y de lo que se quiere llegar a conocer. Por tal motivo se menciona en este apartado la pregunta de investigación ¿Las PYMES del sector lácteo en Guanacaste realizan innovación en sus procesos? Luego los objetivos, general y específico así también la viabilidad y las limitaciones de la investigación.
- 3- El origen de la información obtenida para el desarrollo del proyecto y solución del problema en estudio se tiene de información primaria. Proveniente de los elementos directos que interactúan con el proceso, hallazgos encontrados por el analista es información de primera mano, por medio de encuestas al personal.
- 4- Posteriormente se tiene la elaboración de una encuesta, para medir el grado de impacto que tiene la innovación en las pymes del sector lácteo. Por medio de la aplicación de la encuesta se conocerán los resultados del estudio. Se utilizó el sitio web: <http://www.google.com/drive/> para la aplicación de la encuesta como el seguimiento de la información.
Luego se analizarán los resultados por medio de esta misma página, donde se generarán gráficos y demás elementos que permitan una mejor organización de los resultados de la encuestas.

Seguido se tiene una población de estudio, donde se tomó en cuenta la política de la universidad, la cual se establece que son como mínimo 50 personas encuestadas para el desarrollo de la investigación. Por lo cual se toma como referencia para aplicar cada una de las encuestas y se analizaron en total 72 personas para esta investigación.

5- Además, se debe se tomar en cuenta las variables que afectan en la investigación, por lo tanto, son citadas, ya que no son objetos constantes que se encuentran en el estudio y de ello radica el resultado de la investigación así como las conclusiones y recomendaciones.

- Tiempo para la realizar la investigación
- Situación en la que se realiza la encuesta
- La muestra poblacional

6- Se analiza la información para unificar los hallazgos y determinar la naturaleza y los efectos de la pregunta de investigación, para llevar a cabo conclusiones de los posibles elementos que podrán influir en el proyecto de investigación. En este apartado del trabajo se realizarán gráficos con los resultados de las preguntas de investigación, esto hace que el análisis de la información sea de mejor agrado para analizar de forma individualmente cada pregunta.

7- Luego se realizan las conclusiones y recomendaciones generales del proyecto para conocer cuáles fueron los hallazgos, así como también citar recomendaciones para futuros proyectos en pymes, del sector lácteo. Además, contribuir como punto final con la mejora continua de la innovación.

8- Finalmente se realiza la grabación de un vídeo, donde en un tiempo máximo de 12 minutos se debe explicar todo lo que se realizó en la ejecución de la investigación, quiere decir que es la presentación y defensa de la pregunta definida en la investigación, tomando en cuenta la creatividad y originalidad del estudiante para realizar el vídeo.

4. Análisis de Resultados

Se detallan a continuación los resultados de la encuesta, donde se tuvo participación de 72 encuestados que laboran para pymes. Al aplicar la encuesta se recopiló información para dar a conocer si las pymes del sector lácteo realizan innovación en sus procesos.

En la encuesta se tuvo una participación de 47% hombres y 53% mujeres, de estos el 37% con un rango de edad entre 26 a 35 años. Seguido con un 27% las personas con un rango de edad de 19 a 25 años. En la tabla **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** Rango de edad se detalla el porcentaje de participación según edad de los encuestados-

Edad	%
19 a 25 años	27%
25 a 35 años	37%
36 a 45 años	22%
46 a mas	14%

Tabla 1 Rango de Edad

En la pregunta 3, se quiere conocer el grado académico en que se encuentra la muestra de estudio, para lo cual se tienen varias opciones y se muestra en el gráfico siguiente:



Ilustración 1 Nivel académico de los participantes

En la pregunta 4 se da a conocer la etapa de su nivel académico en que se encuentra.

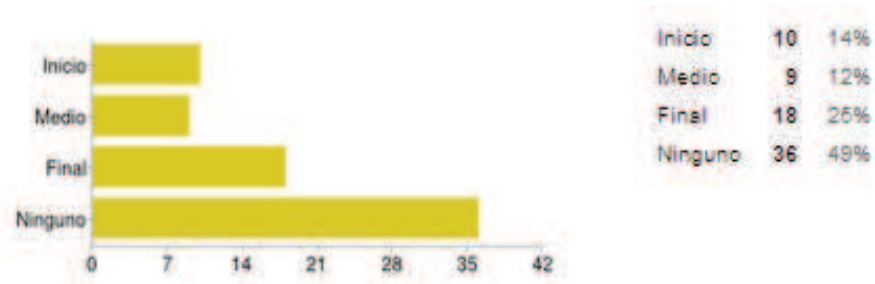


Ilustración 2 Etapa del nivel académico

Después de observar la ilustración 2 se determina que el 49% de los participantes no están en ninguna etapa académica, seguido el 25% se encuentra en su etapa final. Luego el 14% iniciando estudio y por último el 12% en etapa intermedia.

Pregunta 5, ¿Se encuentra laborando actualmente?

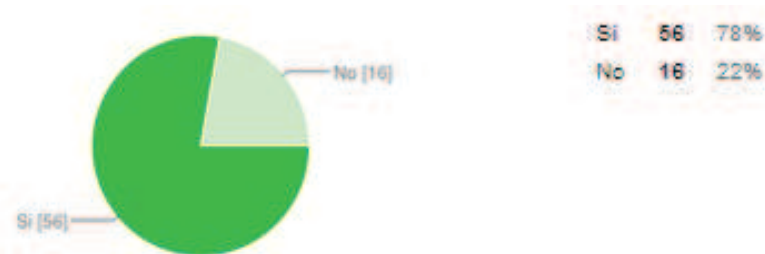


Ilustración 3 Labora actualmente

Se realiza una unificación de respuesta de la pregunta 5 ¿Se encuentra laborando actualmente? Y Pregunta 8, ¿Cuánto tiempo tiene la empresa en que labora de estar en el mercado?

El 78% de los encuestados se encuentran laborando; el tiempo de la empresa de estar en el mercado es de 0 a 10 años, seguido el 31% se encuentra en un rango de 11 a 20 años. Finalmente el 9% tiene más de 21 años de estar desempeñando labores, el siguiente gráfico se tiene los resultados de dicha pregunta

Si se encuentra laborando, Cuanto tiempo tiene la empresa en que labora de estar en el mercado. De lo contrario fin de la encuesta



Ilustración 4 Tiempo de estar la empresa en el mercado

Pregunta 6, ¿Conoce qué es innovación?



Ilustración 5 Conoce que es innovación

Según ilustración 5 se tiene que del 100% de las personas de la encuestas el 79% conoce sobre innovación, luego el 21% indica desconocer qué es innovación. Seguido se consulta sobre qué consideran innovación, el 32% considera que es introducir un nuevo o significativamente mejorado proceso o servicio renovando total o parcialmente un producto, realizando cambios en los métodos de producción, abastecimiento y distribución, realizando mejoras en las condiciones del trabajo y las calificaciones profesionales.

Seguido el 20% responde que es solo introducir un nuevo o significativamente mejorado un proceso o servicio, el mismo porcentaje para cambios en los métodos de producción, abastecimiento y distribución. Luego el 19% considera que la innovación es una renovación total o parcial de un producto.

En la ilustración 6 se evidencian los resultados de innovación para las personas que participaron en la encuesta.

De las siguientes definiciones cual considera que es innovación



Es introducir un nuevo o significativamente mejorado un proceso o servicio.	15	20%
Es una renovación total o parcial de un producto.	14	19%
Cambio en los métodos de producción, abastecimiento y distribución.	15	20%
Cambios en la gestión, en la organización del trabajo, en las condiciones del trabajo y las calificaciones profesionales.	7	9%
Todas las anteriores	24	32%

Ilustración 6 Definición de innovación

Pregunta 9, ¿La empresa conoce sobre innovación?

Los resultados son que el 73% indica que la empresa sí conoce sobre qué es innovación y el 27% indica que no se conoce nada del tema de innovación seguido se muestra el gráfico.



Ilustración 7 Conocimiento de innovación en las empresas

Posteriormente se preguntó si la empresa conoce sobre innovación en los procesos para lácteos donde se da a conocer que el 59% dice que la empresa conoce sobre innovación en los procesos y un 41% indica que la empresa no se da a conocer sobre innovación en los diferentes procesos con los que cuentan. Como se muestra en el gráfico siguiente.

La empresa conoce sobre innovación en los procesos para lácteos

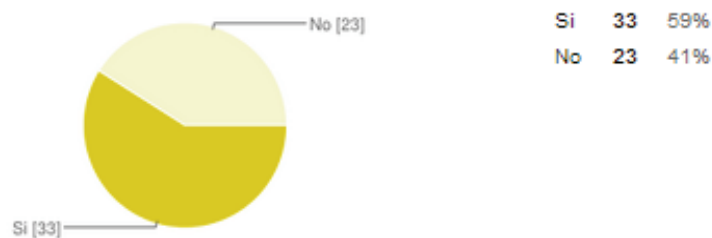


Ilustración 8 Conocimiento de innovación en procesos lácteos

Pregunta11, ¿La empresa propone planes para la innovación?

El 56% de las personas indica que la empresa propone planes para innovación a nivel interno, pero el 44% dice que la empresa no muestra planes para la innovación.

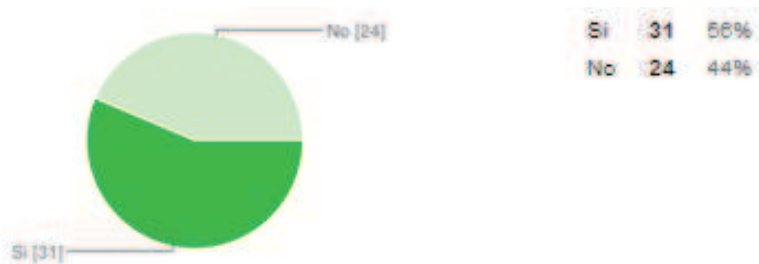


Ilustración 9 Planes de innovación

Pregunta12, el 88% si considera importante innovar en los procesos de fabricación de la empresa, pero el 13 % indica que no es necesario que la empresa realice innovación en sus procesos de elaboración de los diferentes productos, los resultados son evidentes en el siguiente gráfico.

Considera importante innovar en los procesos de fabricación de la empresa

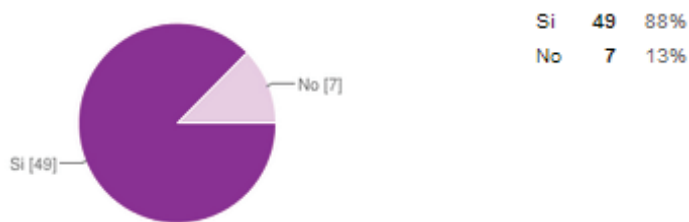


Ilustración 10 Innovar en importante

Pregunta 13, ¿la innovación en la empresa en que sector se ha presentado? no se tuvo participación de todos los que respondieron la encuesta, el 45% indica que en ninguna área se ha aplicado. Luego el 25% indica que si se aplicado en procesos. Como se muestra en la tabla 2

Sector	%
a. Distribución	14%
b. Procesos	25%
c. Producto	16%
e. ninguno	45%

Tabla 2 Áreas donde se aplica innovación

En el siguiente gráfico se tienen los resultados de lo que considera el personal en cuáles áreas se ha aplicado innovación

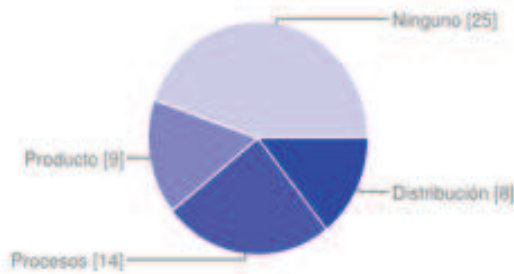


Ilustración 11 Áreas de que presentan innovación

Pregunta 14, ¿Opina que invertir en mejora de los procesos es una forma de innovar?

El 93% considera que la empresa al invertir en mejora de los procesos está realizando algún tipo de innovación, luego el 7% dice que no es innovación si la empresa realiza cambios en los procesos como se muestra en el siguiente gráfico



Ilustración 12 Innovar en mejora en los procesos

5. Conclusiones

El tiempo es un factor predominante en la investigación, ya que es una variable en la cual cabe la probabilidad que se influya en los resultados de la investigación, el porcentaje de las respuestas depende del número de encuestados obtenidos, así como también el número de encuestas que se necesitan como mínimo, los resultados analizados fueron de 72 encuestados que cumplen con los requisitos del proyecto de investigación como tal.

Se destaca la importancia que tiene la investigación en cuanto a innovación en PYMES de lácteos de la zona de Guanacaste. También por otra parte se da a conocer cuáles son los sectores de las empresas en los cuales se aplica la innovación; la muestra obtenida la representan en su mayoría personas entre las edades de 26 a 35 años; es decir, un 37% de los cuales el 47% son hombres y un 53% son mujeres.

Se determinó que las PYMES del sector lácteo sí realizan innovación en sus diferentes procesos de elaboración de los productos; además, se tiene el conocimiento de innovación por parte de los colaboradores.

Aun así el 41% del personal desconoce en materia de innovación, al mismo tiempo el 44% de los encuestados expresa que no se proponen planes de innovación, desconocen si la empresa ha realizado innovación en algún momento.

El 60% de las PYMES del sector lácteo son relativamente nuevas de estar en el mercado, se encuentran en una etapa de madurez, ya que tienen menos de 10 años, lo anterior no indica que no cuenten con conocimientos y aplicación de innovación, es todo lo contrario.

El personal considera importante que la empresa realice innovación, tomando en cuenta que se debe de hablar con el mismo, para explicarle en qué consiste el tema de innovación que se va a realizar, en qué área se va a efectuar, cuándo dará inicio y quiénes son las personas involucradas al momento de que la PYMES entre en el ámbito de innovación.

En general, tomando en cuenta todo lo mencionado anteriormente, se concluye que las pymes del sector lácteo conocen qué es innovación, cuentan con las herramientas necesarias y el personal para desarrollar los procesos en el transcurso de la vida de la empresa.

6. Recomendaciones

El personal dice conocer qué es innovación, pero al momento de ejercerlo, se recomienda que los altos jerarcas realicen reuniones con el personal para tener lluvia de ideas y enriquecer los conocimientos, así lograr mejores planes de innovación en los procesos.

Se recomienda realizar un balance en las áreas de aplicación de innovación, para lograr implementarlo en aquellas áreas que no se ha aplicado o tiene un porcentaje inferior a otras.

Si bien es cierto se tiene un porcentaje que conoce qué es innovación, el sector que desconoce se debe de capacitar para lograr un balance a nivel de empresa, esto permitirá una mejora continua en los planes de innovación y el desarrollo de la empresa.

Al ser PYMES relativamente joven de estar en el mercado se recomienda crear alianzas estratégicas con instituciones que les puedan guiar y capacitar en el crecimiento de la misma y siempre cumpliendo los estándares requeridos.

7. Bibliografía

LIBROS

MORALES, Víctor. (1994). Planeamiento y análisis de investigaciones. El dorado Ediciones. Caracas. Venezuela. 2014

Vick, Dominique (2003) Everyday Engineering: An Ethnography of Design and innovation, Cambridge, Massachusetts, The MIT Press

INTERNET

Real Academia Española. (2013). Real Academia Española. Recuperado el 2014 <http://lema.rae.es/drae/?val=innovacion>

MICITT. (2013), Portal Nacional de Innovación. Recuperado Febrero 2014, de <http://www.innovacion.cr/>

El Financiero. (Setiembre de 2013). Recuperado el Enero 2014, de El Financiero: http://www.elfinancierocr.com/economia-y-politica/Costa-Rica-puestos-competitividad-global_0_366563361.html

Entrepreneur (2014), Entrepreneur. Recuperado en Enero 2014, de <http://www.entrepreneur.com/magazine/entrepreneur/2009/february/199724.html>

Canales FH, De Alvarado EL, Pineda EB. Metodología de la investigación. Manual para el desarrollo. T ed. México: Recuperado en Febrero 2014, de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/09/marco-metodologico.html>

Fussler Claude, (1999) Eco-innovación integrando el medio ambiente en la empresa del futuro, recuperado en Febrero 2014, de http://books.google.co.cr/books?id=HhJkd2uWNcAC&pg=PA108&dq=innovacion+en+aires+acondicionados&hl=es&sa=X&ei=Frn3UsnLAYi4kQeu9oGYDA&redir_esc=y#v=onepage&q=innovacion%20en%20aires%20acondicionados&f=false

Johnson, Steven (2012). Las buenas ideas: Una historia natural de la innovación,

Recuperado en Febrero 2014, de

http://books.google.co.cr/books?id=kI8Mh2bv18EC&pg=PA230&dq=innovacion+en+aires+aconicionados&hl=es&sa=X&ei=Frn3UsnLAYi4kQeu9oGYDA&redir_esc=y#v=onepage&q=innovacion%20en%20aires%20aconicionados&f=false

8. Anexos

Encuesta

La siguiente encuesta consta de 14 preguntas, toma alrededor de cinco minutos completar todas las preguntas. Tiene como objetivo saber si la pymes del sector lácteo realiza innovación en sus procesos.

1- Favor indique su género

Masculino	Femenino
-----------	----------

2- Indique cuál es su rango de edad

19 a 25 años	26 a 35 años
36 a 45 años	46 a mas

3- Indique su nivel académico

Bachillerato universitario	Licenciatura
Maestría	otro

4- En qué etapa de su nivel académico se encuentra

Inicio
Medio
Final
Ninguna

5- Se encuentra laborando actualmente

Si	No
----	----

6- ¿Conoce qué es innovación?

Si	No
----	----

- 7- De las siguientes definiciones cuál o cuáles considera que es innovación
- A- Es introducir un nuevo o significativamente mejorado un proceso o servicio.
 - B- Es una renovación total o parcial de un producto.
 - C- Cambio en los métodos de producción, abastecimiento y distribución.
 - D- Cambios en la gestión, en la organización del trabajo, en las condiciones del trabajo y las calificaciones profesionales.
 - E- Todas las anteriores
- 8- ¿Cuánto tiempo tiene la empresa en que labora de estar en el mercado?
- a. 0 a 10 años
 - b. 11 a 20 años
 - c. 21 a 30 años
 - d. Más de 31 años
- 9- La empresa conoce sobre innovación
- a. Sí
 - b. No
- 10- La empresa conoce sobre innovación en los procesos para lácteos
- a. Sí
 - b. No
- 11- La empresa propone planes para la innovación
- a. Sí
 - b. No
- 12- Considera importante innovar en los procesos de fabricación de la empresa
- a. Sí
 - b. No
- 13- La innovación en la empresa en qué sectores se ha presentado:
- a. Distribución
 - b. Procesos
 - c. Producto
 - d. Ninguno

14- Opina que invertir en mejorar los procesos es un forma de innovar

- a. Sí
- b. No

Muchas Gracias

Certificación



M. L. Vilma Isabel Sánchez Castro
Bachiller y Licenciada en Filología Española. U. C. R.

A QUIEN INTERESE

Yo, Vilma Isabel Sánchez Castro, Máster en Literatura Latinoamericana, Bachiller y Licenciada en Filología Española, de la Universidad de Costa Rica; con cédula de identidad 6-054-080; inscrita en el Colegio de Licenciados y Profesores, con el carné N° 003671, hago constar que he revisado el trabajo de investigación, y he corregido en él los errores encontrados en ortografía, redacción, gramática y sintaxis. El cual se intitula:

¿LAS PYMES DEL SECTOR LÁCTEO EN GUANACASTE REALIZAN INNOVACIÓN EN SUS PROCESOS?

YOLANDA PATRICIA RIVERA GRILLO

UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Se extiende la presente certificación a solicitud de la interesada, en la ciudad de San José a los dieciséis días del mes de mayo de dos mil catorce.
La filóloga no se hace responsable de los cambios que se le introduzcan al trabajo posterior a su revisión.

Vilma Sánchez

Teléfonos 2227-8513 fax 2286-3954. Cel 8994-76-93 Apartado 563-1011 Y Griega
Correo electrónico: vilma_sanchez@hotmail.com, isa@mavilsacr.com
Página Web: www.mavilsacr.com