

# Limitantes que tienen las PYMES para innovar

---

VIRGITA VALERIO D.

[Virgita Valerio D.](#)

## **Resumen**

Esta investigación va dirigida a las PYMES de Costa Rica, con el fin de conocer cuáles son las limitantes que estas tienen para realizar innovaciones. La información recolectada se obtuvo mediante la aplicación de encuestas a cincuenta de empresas.

Se contó con un periodo de aproximadamente tres meses para aplicar las encuestas, una vez listas, se prosiguió con el análisis de los resultados. Estos dieron como resultado que las PYMES están conformadas en su mayoría por microempresas y sus principales limitantes, como bien se sabe en el país, es la falta de recursos económicos al igual que la carencia de proyectos de innovación. Esto se da por el poco conocimiento temas de innovación.

El resumen hace referencia que el proyecto corresponde al curso de Seminario de Graduación de la carrera de Ingeniería Industrial, de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, desarrollado durante el primer cuatrimestre del 2014.

## **Abstract**

This research is aimed at SMEs in Costa Rica, to know what the limitations are for these innovations are. The information was collected through the use of surveys to fifty companies.

A period of about three months had to implement polls once was continued lists analysis results. These analyzes resulted SMEs are shaped mostly by micro and main limiting as is well known in the country is the lack of financial resources as well as the lack of innovation projects. This is given by the low level of awareness on issues of innovation.

The abstract refers to the project corresponds to the course seminar Graduation degree in Industrial Engineering from the University of Science and Technology, developed during the first quarter of 2014.

## Marco teórico

Es bien sabido que la innovación es el camino más rápido para obtener ventaja competitiva y crecimiento económico. La innovación de productos es la más conocida, pero la de procesos, modelos de negocio y experiencia del usuario puede proporcionar tanta o más competitividad que los productos innovadores (La Nación, 2013). Los resultados a los que da pie son un impulso importante para la productividad de largo plazo de una economía, ya sea en la forma de cambios abruptos o como avances graduales de productos, servicios y modelos de negocio. Además, la innovación es necesaria no solo para las economías desarrolladas, sino también para los mercados emergentes, que cada vez se benefician menos con simplemente imitar las mejores prácticas de las economías desarrolladas. Pero, si bien todo país necesita innovar, no en todos los mercados funcionan los enfoques más exitosos. (La Nación, 12)

Por lo tanto, la innovación es la introducción de uno o más tipos de innovaciones o mejoras de un producto (ya sea de bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización u organizativo; en las prácticas internas o relaciones externas de la empresa o la organización del lugar de trabajo. (COMUNITIES, 2005). Es considerada una idea, objetivo o práctica percibida como una nueva por un individuo o grupo de individuos, que intentan introducir mejoras en relación con objetivos deseados, que tiene una fundamentación y se planifica, desarrolla y evalúa. (Marcelo)

En cuanto al origen de la innovación, esta se divide en dos tipos

*Innovación interna:* originada y promovida dentro de la institución. (Marcelo)

*Innovación externa:* promovida por personas externas de la institución. (Marcelo)

Se emplean diferentes métodos para realizar innovaciones tales como (Marcelo)

- ✓ Asistir a cursos.
- ✓ Por iniciativa personal.
- ✓ Otro proyecto de innovación.
- ✓ Por evaluación externa.
- ✓ Por evaluación interna.
- ✓ Por iniciativa grupal.

Las personas innovadoras se caracterizan por siempre explorar lo desconocido, pues buscan nuevas ideas, nuevos conceptos y oportunidades; gestionan la incertidumbre porque saben que en las incertidumbres se generan las oportunidades. Además las personas, grupos y empresas suelen buscar-investigar sobre diversos temas para no quedarse obsoletos, actúan como filtros de conocimiento donde lo aplican y le aportan valor. Tienen una mentalidad humanista y transversal y no les resultan ajenos aspectos como escucha activa, hidratación, creatividad y síntesis. Suele relacionarse con el mundo, busca siempre otros innovadores así como su complementariedad, aspira a crear espacios y un ecosistema de innovación. (Los Recursos Humanos, 2014)

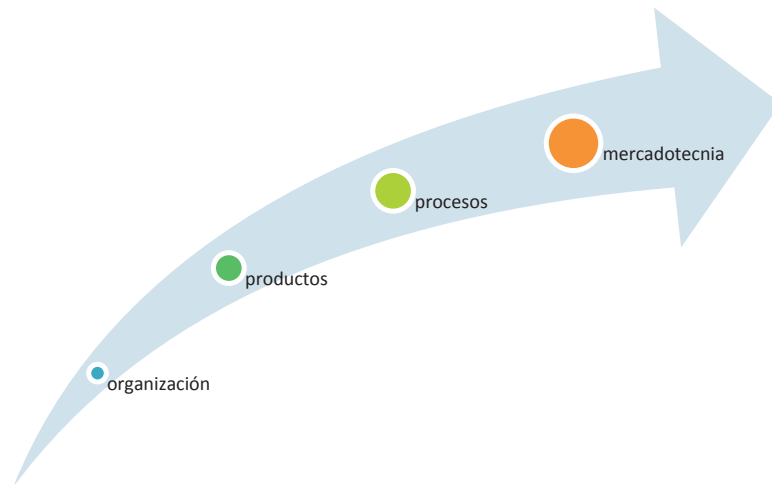
Clayton Christensen, de la Escuela de Negocios de Harvard, identifica tres formas generales de innovación que fortalecen a las empresas y la economía:

1. Pueden ir haciendo cambios graduales a productos que ya existen.
2. Ganan en competitividad en segmentos de mercado que ya poseen.
3. Pueden lanzar productos, como el emblemático Walkman de Sony o el iPhone de Apple, que crean nuevos segmentos de mercado, o desarrollar uno que represente un avance tan radical que vuelve prácticamente obsoleto a todo un sector o modo de hacer negocios. (La Nación, 12)

Las actividades innovadoras son todas las operaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que conducen efectivamente o tienen por objetivo conducir a la introducción de la innovación

o cambio. Algunas son innovadoras en sí mismas, pero otras no son nuevas pero son necesarias para la introducción de innovaciones, es decir, un método, un nuevo producto o mejora se han introducido en el momento que es lanzado al mercado y un proceso en el instante que ha sido utilizado efectivamente en el marco de las operaciones de una empresa. (COMUNITIES, 2005)

Existen varios tipos de innovación, los cuales se mencionan a continuación:



### **Gráfico #1 tipos de innovación**

El gráfico anterior contiene los cuatro puntos en los cuales se divide la innovación, estos se explican a continuación:

- ✚ **Innovaciones de productos:** es la introducción o mejora de un bien o un servicio ya sea en sus características o al uso al que va destinado. Incluye la mejora de las características técnicas, de sus componentes y de los materiales, de la informática integrada, la facilidad de uso, entre otros.

Un ejemplo de innovación de un producto fue el primer portátil de MP3, estos asociaban interfaces informáticos estándar junto a la miniaturización de los lectores de disco. (COMUNITIES, 2005).

- ✚ **Innovación de proceso:** es la introducción o mejora de un nuevo modo de producción o distribución, implica cambios en las técnicas, materiales y los programas informáticos. Con el objetivo de disminuir los costes

unitarios de producción o distribución, mejorar la calidad, producir o distribuir nuevos productos.

Los métodos de producción incluyen técnicas, equipos y programas informáticos usados para la producción de bienes o servicios. Un ejemplo de un nuevo método de producción es la introducción de un diseño por ordenador para el desarrollo de un producto.

En cuanto a los métodos de distribución se vinculan a la logística de la empresa y engloba los equipos, programas informáticos y las técnicas para el abastecimiento de insumos, asignación de suministros en el seno de la empresa o la distribución de productos finales. Es un ejemplo la aplicación de un sistema de trazabilidad de las mercancías por etiquetas con código de barras. (COMUNITIES, 2005).

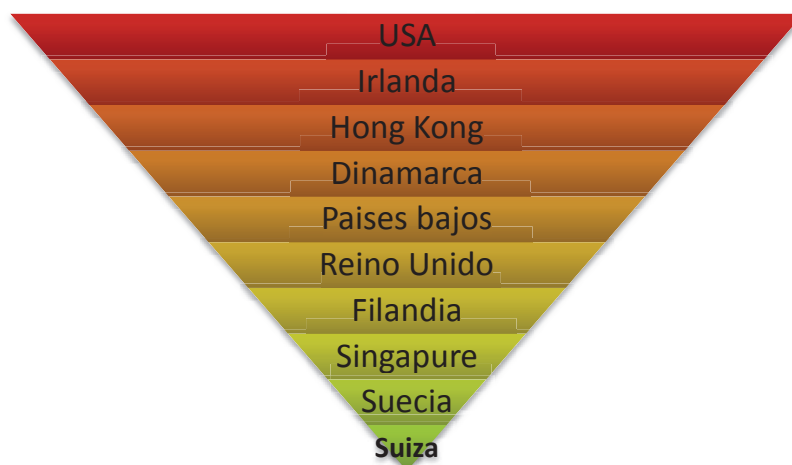
✚ **Innovación de mercadotecnia:** es la aplicación de un nuevo método de comercialización que implica cambios en el diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación. Con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores de abrir nuevos mercados o de posicionar en el mercado de una nueva manera un producto de la empresa con el fin de aumentar las ventas. (COMUNITIES, 2005).

✚ **Innovación de organización** es la introducción de un nuevo o mejorado método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa, con el objetivo de mejorar los resultados de una empresa reduciendo los costes administrativos o de transacción, así como el nivel de satisfacción en el trabajo. Facilita el acceso a bienes no comercializados o reduce los costes de suministros. Un ejemplo es la introducción de sistemas de gestión de las operaciones de producción o suministros. (COMUNITIES, 2005)

Anualmente en los Estados Unidos de América se reúnen a nivel mundial todas las naciones para definir el índice mundial de innovación, así conocer las cinco naciones más innovadoras y las que han ido subiendo en la escalas al pasar del tiempo. Pese a la crisis económica que se vive

mundialmente, la innovación se mantiene activa y en buen estado. En la mayoría de los países, los niveles de gasto en investigación y desarrollo están superando los alcanzados en 2008 y prosperan los centros de innovación locales con muy buenos resultados. Un grupo de dinámicos países de ingresos medios y bajos, entre los que se incluyen China, Costa Rica, la India y el Senegal, están superando a otros países de ese grupo, pero todavía no ha irrumpido en el grupo que lidera la lista del Índice Mundial de Innovación 2013. (OMPI, Universidad Cornell, INSEAD, 2013)

En este estudio se toman en cuenta 142 indicadores, entre ellos, se analiza la calidad de las principales universidades, la disponibilidad de microfinanciamiento, las capacidades y los resultados en el ámbito de la innovación. A continuación se podrá observar la lista de los primeros 10 primeros países del 2013: (OMPI, Universidad Cornell, INSEAD, 2013)



### **Gráfico #2 escala del índice global de innovación**

Costa Rica se posicionó en la escala 39 de las 142 naciones estudiadas en el Índice global de innovación. Con respecto del año pasado subió 21 posiciones del ranking del 2012, desplazó a Chile como líder regional y se colocó entre los tres primeros países que escalaron más peldaños. (El Financiero, 2014)

El país subió 5,2 puntos con respecto del 2012 y obtuvo un puntaje total de 41,5 puntos en la nueva edición del Índice Mundial. El mayor puntaje se le otorgó por la innovación en la producción de conocimiento y tecnología, la

que representó la mitad de la calificación obtenida por el país. Entre los puntajes altos en el desempeño local está la absorción y difusión de conocimiento colocándose en los 9 y 8 a nivel mundial; demostró su buena conexión con los mercados de conocimiento, sin embargo todos los resultados fueron positivos: las áreas de capital humano, investigación, e infraestructura se perdieron once posiciones. (El Financiero, 2014).

El presente trabajo tiene como objetivo saber cuáles son las limitantes que tienen las PYMES para innovar. Las PYMES son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos, usualmente se ha visto también el término MIPYME (acrónimo de “micro, pequeña y mediana empresa”), que es una expansión del término original, donde se incluye a la microempresa. (Mora, 2010)

En palabras populares PYMES es el nombre abreviado que se les da a las empresas que se clasifican en micro, pequeñas y medianas empresas. Para el caso de Costa Rica a marzo del 2009, las PYMES representan el 97.8% de las empresas del país y la mayoría se encuentra en el área de comercio y servicios. La Caja Costarricense del Seguro Social clasifica a las empresas de la siguiente manera según su tamaño: (Mora, 2010)

- ⇒ Las microempresas son las que poseen hasta cinco empleados.
- ⇒ Las pequeñas empresas son aquellas que poseen de 6 a 30 empleados.
- ⇒ Medianas empresas conformadas entre 31 y 100 empleados.
- ⇒ Por último, las grandes empresas están conformadas de más de 100 empleados.

PYMES de Costa Rica nace como iniciativa para aportar soluciones integrales para el desarrollo de una empresa mediante servicios de capacitación y consultoría que les generen mayor competitividad. A partir de conocer esta oportunidad para el sector PYME Nacional, se da paso a la creación de PYMES de Costa Rica, en miras a convertirse en el principal proveedor de conocimiento estratégico y administrativo, esto mediante el aporte de herramientas confiables, probadas, innovadoras y además de fácil uso, que le

permite al empresario comprender y dominar las principales técnicas para lograr un impacto real en sus empresas. (CROCOLLI).

## **Definición del problema**

¿Cuáles son las limitantes que tienen las microempresas para innovar?

## **Objetivo general**

Investigar cuáles son las limitantes que tienen las microempresas para innovar.

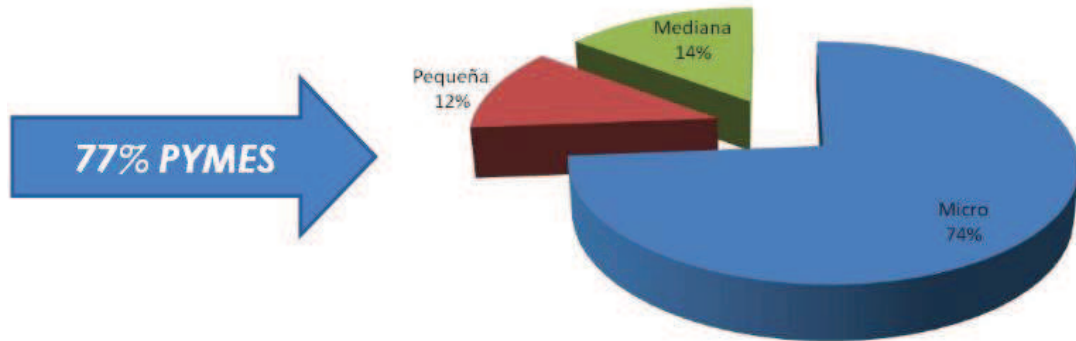
## **Objetivos específicos**

1. Aplicar una encuesta al menos a 50 microempresas para conocer cuántas de ellas han aplicado o han querido aplicar algún tipo de innovación.
2. Determinar cuánto conocimiento tienen las microempresas sobre innovación y qué opinan de esta, según sea el tipo de empresa y los años por los que está conformado.
3. Recopilar y analizar los diferentes resultados indicados en las encuestas, con el objetivo de conocer cuáles son las limitantes que tienen las microempresas para innovar y con base en este resultado generar conclusiones y recomendaciones.



## Justificación

En Costa Rica el 95% de las empresas son PYMES y ese porcentaje se divide de la siguiente manera (MEIC, 2013)



*Gráfico #3 Fuente MEIC (Ministerio de Economía, Industria y Comercio)*

En el gráfico anterior se muestra que el porcentaje más alto está representado por las microempresas con el 74%, seguido por las medianas empresas con un 14% y finalmente por las pequeñas empresas con un 12%.

Las cifras de fracaso de las PYMES son abrumadoras en cualquier país que se analice. Las estadísticas indican que, en promedio, el 80% de las PYMES fracasa antes de los cinco años y el 90% de ellas no llega a los 10 años. Para los dueños de PYMES, las razones del fracaso es necesario buscarlas fuera de las empresas, pero los analistas empresariales se orientan más a identificar las causas del fracaso en las propias empresas y en particular, en la capacidad de gestión de sus responsables. (Soriano., 2005) De esta información se tomó la decisión de centralizarse en este sector empresarial (microempresas), para saber a ciencia cierta con base en la encuesta que se va a aplicar, cuál es la limitante que estos tienen para innovar.

## **Metodología**

En el transcurso y realización del presente trabajo se utilizó el método de investigación descriptiva, en el cual se aplicó el método de la encuesta para conocer las limitantes que tienen las microempresas para innovar. El enfoque es considerado como cuantitativo, pues su principal característica es la utilización de números e interpretación de gráficas.

Las encuestas poseen varias preguntas dirigidas a las PYMES, para dar respuesta al tema de investigación. Se aplicaron cincuenta encuestas y se usaron varios medios como: el teléfono, el correo electrónico y hasta en persona, para la culminación de estas. Una vez hechas todas las encuestas se proseguirá al análisis de los datos, para poder plantear las respectivas conclusiones y recomendaciones del caso.

Para que hacer más interactivo el documento se usará un video, el cual dura entre 10 y 14 minutos como máximo, donde se hablará tanto de la innovación como de los resultados obtenidos con las encuestas.

# Principales limitantes que tienen las PYMES, para innovar.

---

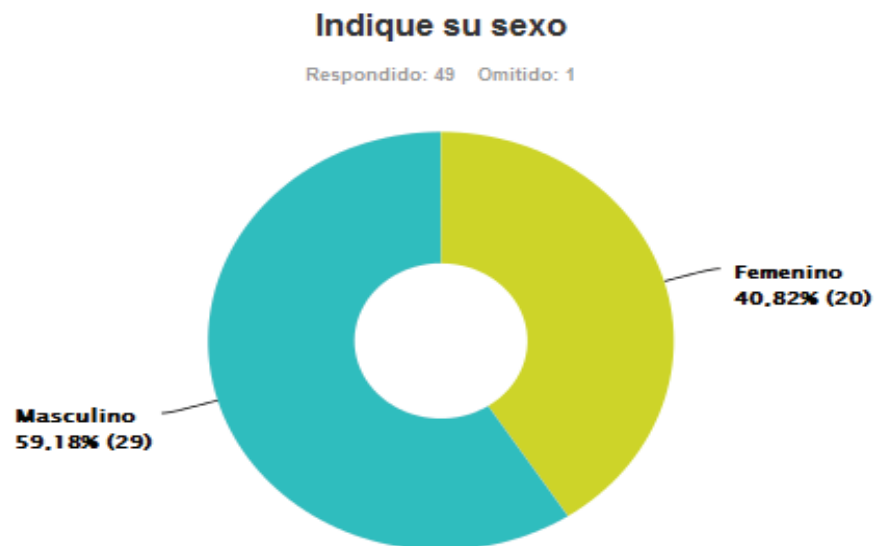
## Análisis de resultados

Uno de los objetivos para el presente proyecto consiste en aplicar una encuesta mínimo a cincuenta PYMES, para conocer cuáles son las limitantes que tienen para innovar. Cabe destacar que las encuestas se hicieron en pulperías, restaurantes, viveros, tiendas de ropa, entre otros locales.

A continuación se muestran los resultados obtenidos:

Con base en los resultados de la primera pregunta que simplemente consista en indicar el tipo de género, el 59,18% de los encuestados son hombres por lo que el otro 40,82%, mujeres. (Ver gráfico #1)

**Gráfico #1**

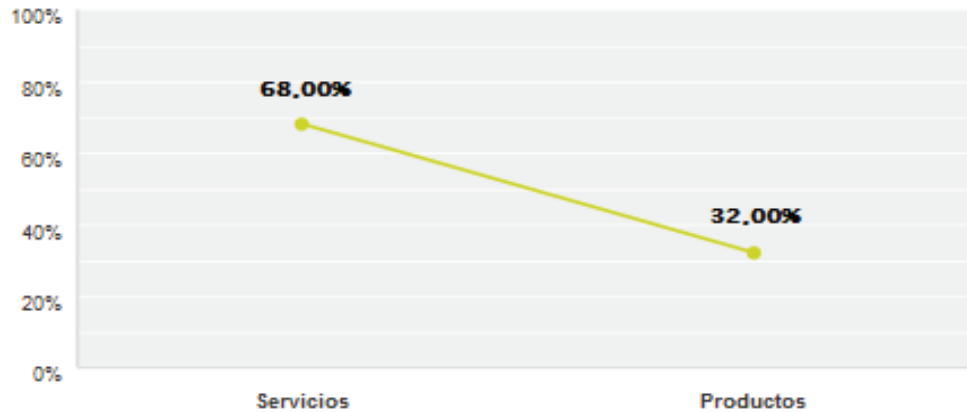


La segunda pregunta se debe indicar el tipo de empresa; del total de las PYMES encuestadas el 68% se dedica a brindar servicios por lo que el otro 32% se enfoca en productos. (Ver gráfico #2).

**Grafico #2**

### ¿Qué clase de empresa es?

Respondido: 50 Omitido: 0



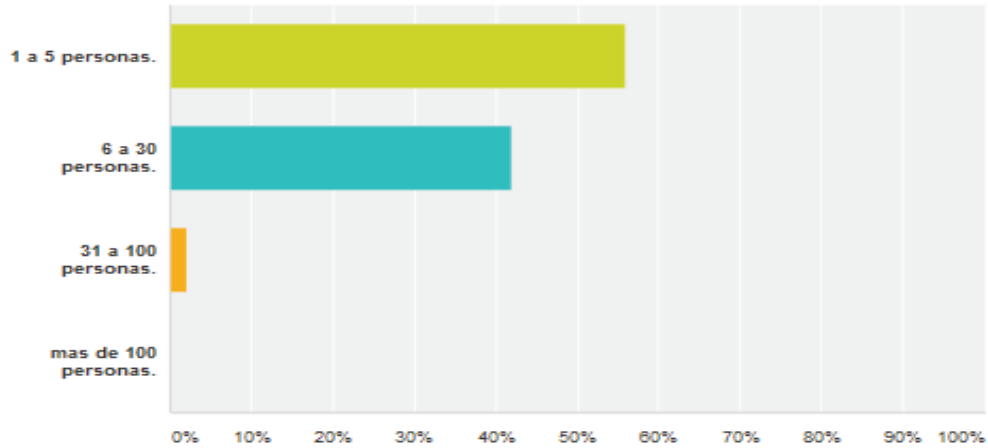
Era importante conocer cuántos los empleados se tiene, pues así conformadas las PYMES, pues de estos resultados se da a conocer el tipo de empresa. El 56% se clasifica como microempresas, ya que posee entre 1 a 5 colaboradores, en segundo lugar clasificadas como pequeñas empresas con un 42% de los resultados y las cuales están conformadas de 6 a 30 personas.

Lo que son las medianas y grandes empresas tuvieron los porcentajes más bajos con 2% las medianas y 0% las grandes (ver gráfico #3).

Grafica #3

¿Cuántos empleados conforman la empresa?

Respondido: 50 Omitido: 0

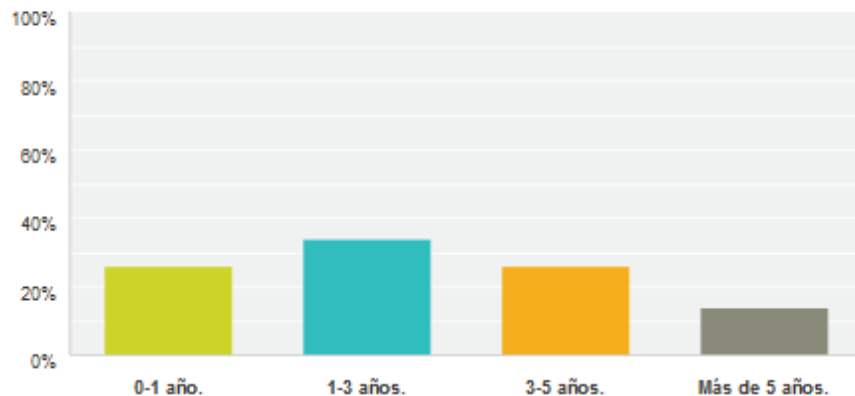


El 34% de las empresas tiene entre una y tres años, consideradas como inmaduras por tener tan poco tiempo en el mercado. Aquellas que tienen entre 0-1 año y 3-5 años obtuvieron un mismo resultado (26%), pasando a último rango las empresas consideradas maduras por tener más de cinco años de existencia únicamente corresponden al 14%. (Ver gráfico # 4).

Grafico #4

¿En qué rango de años se encuentra la empresa?

Respondido: 50 Omitido: 0



Dentro de las innovaciones más importantes que han hecho o tratado de implantar las PYMES, está la introducción o mejora de un nuevo proceso de producción o distribución, la cual implica cambios en las técnicas, materiales y los programas informáticos con el 38,78% de los resultados.

La introducción o mejora de un bien o un servicio ya sea en sus características o al uso al que va destinado, es la segunda innovación que las PYMES han optado aplicar o han aplicado.

La introducción de un nuevo o mejorado método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa, con el objetivo de mejorar los resultados de esta reduciendo los costes administrativos o de transacción, así como el nivel de satisfacción en el trabajo, alcanzó el 14,26% correspondiendo a la selección de siete empresas.

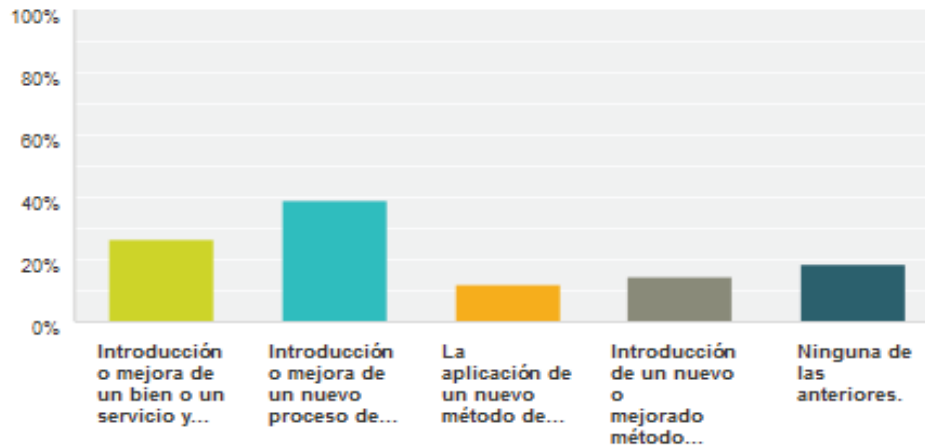
La aplicación de un nuevo método de comercialización que implica cambios del diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación, es uno de los menos seleccionados con el 12,24%, es decir, solo seis PYMES han seleccionado esta opción.

Es importante recalcar que el 18,34% de los encuestados declara que no han hecho ninguno de las innovaciones planteadas anteriormente y a continuación algunas de las razones de este resultado. (Ver gráfico #5).

## Grafico #5

**Con base en las siguientes innovaciones, cuáles de ellas se han querido aplicar o se han aplicado en su empresa.**

Respondido: 49 Omitido: 1



Sin duda alguna la falta de recursos económicos es la principal limitante que tienen las PYMES a la hora de innovar con el 66% de los resultados, esto quiere decir que 33 fueron las empresas que eligieron esta opción.

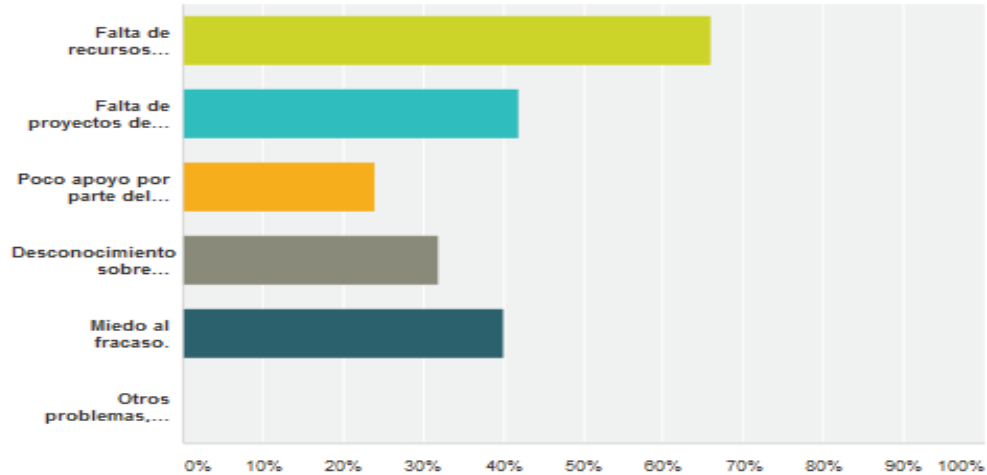
La segunda limitante corresponde a la falta de proyectos de innovación con el 42% de los resultados, posteriormente el miedo al fracaso recolectó el 40% de las respuestas siendo uno de los más altos.

Uno de los problemas que tienen las PYMES es el desconocimiento sobre innovación pues esta opción obtuvo un 32% y el poco apoyo por parte del Gobierno como otro problema logró el 24%. (ver gráfico #6).

## Grafico #6: Rango de años que se encuentra la empresa.

**¿Cuáles de las siguientes opciones cree usted que son los principales problemas que afronta la empresa a la hora innovar?**

Respondido: 50 Omitido: 0



Se planteó en la encuesta una pregunta libre, para que los encuestados opinaran sobre innovación y los comentarios fueron todos positivos, en la mayoría afirman que la innovación es una de las herramientas indispensables para mantenerse dentro de la competencia y es la única manera para lograr el crecimiento.

Todos están en de acuerdo que es un paso muy difícil de dar, todos opinan los recursos económicos como uno de los principales problemas que se tienen a la hora de hacer innovación y la resistencia al cambio de los colaboradores van a tener ante cualquier cambio que se implemente.

Las PYMES, están dispuestas a realizar innovaciones ya sea mejorar algún producto-servicio o hasta crear opciones nuevas, siempre y cuando tengan la capacidad para hacerlas.



# Conclusiones

---

- Uno de los objetivos de la presente investigación era realizar cincuenta encuestas a distintas PYMES del país, para conocer cuáles eran los principales limitantes que estas tienen para innovar, lo anterior se recolectó en el tiempo establecido para poder hacer el análisis de sus resultados.
- Las PYMES que fueron entrevistadas en su mayoría están conformadas por hombres y son relativamente nuevas en el mercado, poseen de cero a tres años en el mercado.
- Según el resultado de las encuestas, al menos las PYMES de esta investigación se clasifican por microempresas pues están conformadas por máximo cinco colaboradores, es por eso que la principal limitante que tienen para innovar es la falta de recursos económicos. Esto debido a que las microempresas tienen la dificultad de accesos a créditos y, por lo general, sus colaboradores no están muy capacitados.
- Las PYMES están conscientes de que la innovación es algo muy importante para su crecimiento pero la falta de recursos económicos, la carencia de proyectos de innovación y miedo al fracaso los hace dudar ante una mejora.

# Recomendaciones

---

Se recomienda al Gobierno prestar más atención a las PYMES, para tengan las posibilidades de realizar grandes innovaciones que hagan un cambio importante en la economía del país.

¿Qué se puede hacer?

- ✓ Brindar charlas sobre innovación.
- ✓ Explicar cuáles son los beneficios y qué problemas se pueden afrontar.
- ✓ Cómo se puede lograr.
- ✓ Apoyar cuando deseen realizar innovaciones y si es necesario guiarlas en el proceso.

Para esto las PYMES deben poner de su parte asistiendo a estas charlas para aprender sobre el tema y tener la capacidad de mejorar.

## Bibliografía

[http://www.elfinancierocr.com/negocios/innovacion-Insead-WIPO-Indice Global de Innovacion 0 328167182.html](http://www.elfinancierocr.com/negocios/innovacion-Insead-WIPO-Indice%20Global%20de%20Innovacion%200%20328167182.html)

[http://www.wipo.int/pressroom/es/articles/2013/article\\_0016.html](http://www.wipo.int/pressroom/es/articles/2013/article_0016.html)

<http://www.fia.cl/Financiamiento/Qu%C3%A9%20es%20Innovaci%C3%B3n.aspx>

[http://www.elfinancierocr.com/negocios/Gerencia-Gustavo Halsband-creatividad-innovacion-estrategia-mercadeo-valor agregado 0 389361082.html](http://www.elfinancierocr.com/negocios/Gerencia-Gustavo%20Halsband-creatividad-innovacion-estrategia-mercadeo-valor%20agregado%200%20389361082.html)

[http://www.elfinancierocr.com/pymes/Pymes-requieren-eficiencia-innovacion-economica 0 379762032.html](http://www.elfinancierocr.com/pymes/Pymes-requieren-eficiencia-innovacion-economica%200%20379762032.html)

[http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/Bogota%20Manual Spa.pdf](http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/Bogota%20Manual%20Spa.pdf)

<http://www.vinctec.uner.edu.ar/talleres/Material%20complementario/Modulo%201/Indicadores%20Innovacion%20AL.Redes.Lugones%20Peirano%20Giudicatti.pdf>

[http://www.wipo.int/econ\\_stat/en/economics/gii/](http://www.wipo.int/econ_stat/en/economics/gii/)

[http://www.elfinancierocr.com/negocios/Gerencia-innovacion-servicios-Hermann Martinez-tecnologia-TIC-Internet 0 439756037.html](http://www.elfinancierocr.com/negocios/Gerencia-innovacion-servicios-Hermann%20Martinez-tecnologia-TIC-Internet%200%20439756037.html)

[http://www.elfinancierocr.com/pymes/Augusto-Torre-apoyo-potencial-emprendimiento-banco mundial 0 421757844.html](http://www.elfinancierocr.com/pymes/Augusto-Torre-apoyo-potencial-emprendimiento-banco%20mundial%200%20421757844.html)

[http://www.elfinancierocr.com/pymes/Organizacion-conexion-requisitos-empresa-innovar 0 374962511.html](http://www.elfinancierocr.com/pymes/Organizacion-conexion-requisitos-empresa-innovar%200%20374962511.html)

[http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&sqi=2&ved=0CC4QFiAA&url=http%3A%2F%2Fcampus.usal.es%2Fgabinete%2Fcomunicacion%2Feuropeo%2FSalamanca innovacion.pps&ei=ZwbzUonFA47QkQeK9lCYAQ&usg=AFQjCNGuLt1DfeqD5fINEzfNg-Ol4GGmpQ&bvm=bv.60799247,d.eW0](http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&sqi=2&ved=0CC4QFiAA&url=http%3A%2F%2Fcampus.usal.es%2Fgabinete%2Fcomunicacion%2Feuropeo%2FSalamanca%20innovacion.pps&ei=ZwbzUonFA47QkQeK9lCYAQ&usg=AFQjCNGuLt1DfeqD5fINEzfNg-Ol4GGmpQ&bvm=bv.60799247,d.eW0)

## Anexos

### Imagen #1: Encuesta.

P1 [Editar pregunta](#) [Agregar lógica de pregunta](#) [Mover](#) [Copiar](#) [Eliminar](#)

**1. Indique su sexo**

Femenino

Masculino

[+ Agregar pregunta](#) [Dividir página aquí](#)

P2 [Editar pregunta](#) [Agregar lógica de pregunta](#) [Mover](#) [Copiar](#) [Eliminar](#)

**2. ¿Qué clase de empresa es?**

Servicios

Productos

[+ Agregar pregunta](#) [Dividir página aquí](#)

P3 [Editar pregunta](#) [Agregar lógica de pregunta](#) [Mover](#) [Copiar](#) [Eliminar](#)

**3. ¿Cuántos empleados conforman la empresa?**

1 a 5 personas.

6 a 30 personas.

31 a 100 personas.

mas de 100 personas.

[+ Agregar pregunta](#) [Dividir página aquí](#)

P4 [Editar pregunta](#) [Agregar lógica de pregunta](#) [Mover](#) [Copiar](#) [Eliminar](#)

**4. ¿En qué rango de años se encuentra la empresa?**

0-1 año.

1-3 años.

3-5 años.

Más de 5 años.

[+ Agregar pregunta](#) [Dividir página aquí](#)

P5 [Editar pregunta](#) [Agregar lógica de pregunta](#) [Mover](#) [Copiar](#) [Eliminar](#)

**5. Con base en las siguientes innovaciones, cuáles de ellas se han querido aplicar o se han aplicado en su empresa.**

Introducción o mejora de un bien o un servicio ya sea en sus características o al uso al que va destinado.

Introducción o mejora de un nuevo proceso de producción o distribución, implicando cambios en las técnicas, materiales y los programas informáticos.

La aplicación de un nuevo método de comercialización que implica cambios del diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación.

Introducción de un nuevo o mejorado método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa, con el objetivo de mejorar los resultados de una empresa reduciendo los costes administrativos o de transacción, así como el nivel de satisfacción en el trabajo.

Ninguna de las anteriores.

[+ Agregar pregunta](#) [Dividir página aquí](#)

P6 [Editar pregunta](#) [Agregar lógica de pregunta](#) [Mover](#) [Copiar](#) [Eliminar](#)

**6. ¿Cuáles de las siguientes opciones cree usted que son los principales problemas que afronta la empresa a la hora innovar?**

- Falta de recursos económicos.
- Falta de proyectos de desarrollo e innovación.
- Poco apoyo por parte del gobierno para innovar.
- Desconocimiento sobre innovación.
- Miedo al fracaso.
- Otros problemas, comente \_\_\_\_\_

[+ Agregar pregunta](#) [Dividir página aquí](#)

---

P7 [Editar pregunta](#) [Mover](#) [Copiar](#) [Eliminar](#)

**\*7. ¿Qué opina usted sobre la innovación?**

[+ Agregar pregunta](#)

Imagen 2: Recopilación de respuestas.


Cambiar de categoría Virgita

Inicio Mis encuestas Servicios de encuestas Planes y precios
+ Crear encuesta

Tiene una cuenta **BÁSIC** | Para quitar los límites de una cuenta **BÁSIC** y realizar una cantidad ilimitada de preguntas, [cambie a una categoría superior ahora!](#)

## Limitac

Industria específica

Diseñar encuesta
Recopilar respuestas
Analizar resultados

A continuación se muestra una lista de los recopiladores que está usando actualmente para recopilar respuestas. Para ver los detalles o cambiar las propiedades de un recopilador existente, simplemente haga clic en el nombre. Para recopilar más respuestas a esta encuesta de un grupo diferente de personas, haga clic en "Agregar nuevo recopilador".

+ Agregar recopilador

Nombre del recopilador (método)	Estado	Respuestas	Fecha de modificación	Acciones
<a href="#">Web Link (Enlace web)</a>	● ABIERTO	50 respuestas	24 de abril de 2014 12:56 p.m.	<a href="#">Editar</a> <a href="#">Limpiar</a> <a href="#">Eliminar</a>