



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

DICIEMBRE 2022 - ABRIL 2023

EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO

PRUEBA PRÁCTICA

LINCENCIADA COMERCIO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA COMERCIO

TEMA:

**PROCESOS DE INNOVACIÓN EN LA VULCANIZADORA SANTIAGO
OQUENDO DE LA PARROQUIA SAN JUAN, PERIODO 2022**

EGRESADA:

BELÉN ELIZABETH CADENA HENRIQUEZ

TUTOR:

EC. JOSÉ FABIÁN FONSECA VASCONEZ PHD

AÑO 2023

Índice:

Problemática.....	3
Justificación.....	5
Objetivos	6
Línea de investigación.....	6
Marco conceptual	7
Marco metodológico	17
Resultados	19
Discusión de resultado	25
Conclusiones	27
Recomendaciones.....	27
Anexos.....	31

Problemática

La vulcanizadora Santiago Oquendo se encuentra ubicada en la Provincia de los Ríos, Cantón Pueblo Viejo, Parroquia San Juan, la vulcanizadora se dio inicio a sus actividades el 4 de octubre del año 2002, cuenta una infraestructura propia poco acondicionada, en la mencionada empresa laboran 4 trabajadores y el dueño, atiende todos los días de la semana con un horario de 7 a.m. hasta la 6 p.m. y se dedica a la reparación de neumáticos, ventas de llantas, tubos, aros entre otros, internamente se tiene como política prestar servicio eficientes para la satisfacción de las necesidades de la clientela.

Actualmente el mercado sea interno o externo es altamente competitivo y la innovación en las diferentes áreas de una empresa son determinantes para captar clientes y expandirse, en este ámbito, el reconocimiento empresarial ante la sociedad es concluyente, sin embargo, actualmente el nombre del comercial empresarial vulcanizador Santiago Oquendo no es perceptible a las personas es más conocida esta micro empresa como la vulcanizadora del varón, confusión referencial que ha promovido que nuevos y potenciales clientes no llegue al lugar y se queden en la competencia lo cual en términos cuantitativos podría entenderse como una disminución de ingresos.

El desarrollo tecnológico promueve la productividad porque permite disminuir tiempos, y uno de los grandes avances en el ámbito de la comunicación son las plataformas digitales ya que hoy en día se han convertido en un instrumento indispensable para la oferta y demanda de servicios por parte de productores de la sociedad, mundo competitivo de las tecnologías de la información y las comunicaciones en el que no ha ingresado la empresa objeto de estudio.

Igualmente las teorías del comercio nos enseña que a mayor velocidad del dinero existe más transacciones, la humanidad constantemente a generado distintos instrumentos tecnológicos para promover el intercambio, pero en la vulcanizadora Santiago Oquendo aún se siguen

utilizando instrumentos tradicionales para el intercambio como el pago en efectivo manteniéndose al mismo nivel o por debajo de los servicios de pago que ofrece la competencia cuyo efecto es lento con procesos transaccionales e insatisfacción del cliente.

El servicio que brinda la vulcanizadora Santiago Oquendo es mediante el uso de maquinaria y herramientas vetusta y poco convencional a las exigencias de los nuevos vehículos existentes en el parque automotor, impidiendo que se fidelicen clientes y se capte nuevos mercados los cuales cada día son más exigentes.

La infraestructura no es adecuada para desarrollar las actividades o servicios que se ofertan, haciendo que los trabajadores pongan en riesgo su vida, llegando incluso a dar servicio a los vehículos a la berma de la carretera, la falta de espacio genera caos, los diferentes vehículos no tienen donde ubicarse provocando pérdida de tiempo e insatisfacción para el cliente; en este mismo ámbito, el lugar donde se realiza el trabajo de la vulcanizadora no cuenta con un piso o área adecuada, generando que los trabajadores tengan dificultades al prestar de sus servicios, problemática de infraestructura que se vuelve neurálgica cuando existe lluvia deteriorando más las limitadas instalaciones existentes y bajando la calidad del servicio.

Dentro de las falencias de las instalaciones también se destaca que no existe infraestructura adecuada como sala de espera, servicio sanitario, cafetería, área de ventas de repuestos, caja de recaudación por servicios, etc., los cuales permita a los clientes sentirse cómodo mientras el personal técnico da solución a la demanda de servicio.

Conjunto de contextos que son necesarios analizarlos desde enfoques estratégicos para comprender las causas problemáticas y las posibles soluciones con el fin de tener una empresa que este en constante evolución ante las necesidades cambiantes de la población.

Justificación

Por medio de la presente investigación, se desea mostrar la importancia de innovación inmersa en la gestión administrativa, considerando el hecho de que la sociedad está en constante evolución y por tanto se requiere de mejora continua.

El interés de hacer esta investigación en la vulcanizadora es para demostrar que los servicios que puede ofrecer al implementar un proceso de innovación pueden llevar a tener una empresa sostenible de constante crecimiento.

Al desarrollar el análisis de innovación dentro la micro empresa servirá para incrementar las ventas, renovar maquinarias y contar con información adecuada para una correcta administración de procesos vinculados a la atención al cliente y al servicio que oferta la empresa.

A través de la presente investigación, los resultados nos permiten enfocarnos en el logro de procesos de innovación; generando y mejorando los niveles de productividad, reconociendo las debilidades y amenazas que plantea el funcionamiento de la vulcanizadora, para convertirlas en herramientas de cambio positivo tanto para el cliente como para el propietario.

Es viable, porque se cuenta con información primaria y secundaria para el desarrollo del presente la cual sirve como base de análisis para solucionar los problemas de la empresa y generar un nuevo enfoque para la toma de decisiones de transformación y desarrollo.

La originalidad de este estudio es que parte de un proceso de investigación y análisis el mismo que se basa en el levantamiento de información el cual se obtiene mediante el uso de herramientas estratégicas para su correlación, análisis y generación de resultados.

Objetivos

Objetivo general:

Evaluar el proceso de innovación en la vulcanizadora Santiago Oquendo, de la parroquia San Juan, período 2022.

Objetivos específicos:

- Identificar el estado situacional actual de la vulcanizadora Santiago Oquendo considerando factores internos y externos vinculados a la actividad empresarial.
- Constatar la percepción del cliente referente a los procesos en general que se ejecutan en la vulcanizadora Santiago Oquendo.
- Interpretar la posición gerencial sobre los direccionamientos de desarrollo que posee la empresa.

Línea de investigación

El estudio de caso titulado “Procesos de innovación en la vulcanizadora Santiago Oquendo de la Parroquia San Juan, periodo 2022” evalúa las distintas variables a partir de diversos factores, cuyos resultados permiten sugerir cambios promoviendo innovación para incrementar las ventas, mejorar el servicio, la infraestructura y los procesos en sí, este trabajo dada su entorno se relaciona con la línea de investigación: Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control y se enmarca con la sublínea marketing y comercialización, a continuación se darán a conocer detalladas las razones:

Hay una relación directa entre las actividades propias de la vulcanizadora Santiago Oquendo en la Parroquia San Juan y la línea de investigación: Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control dado que es una empresa híbrida que brinda servicios propios de

una vulcanizadora y comercializa a la vez materiales para el uso de vehículos motorizados y no motorizados.

Este caso de estudio se enmarca dentro de la sublinea marketing y comercialización, estableciendo que la variable a estudiar es procesos de innovación, la misma que está vinculada a satisfacer las necesidades de los clientes y en vender un servicio y producto para mejorar la rentabilidad.

Marco conceptual

Para poder entender la importancia de la innovación es fundamental comprender que un proceso como la organización continua de operaciones crean valor para el usuario o cliente final, y que tienden a reincidirse. Un proceso engloba una serie de operaciones sucesivas que están direccionadas a tomar un input o entrada (que puede ser materia prima, información, entre otros), para reformarlo a través de una secuencia de tareas en la que se incluyen recursos (personas-materiales) o factores (información, factores físicos), y da como resultado una salida, tal como lo establece Muñoz V. (2018)

En este ámbito, coincidiendo con Díaz Muñoz & Guambi Espinosa (2018) en la actualidad la innovación es un proceso fundamental de las organizaciones, debido a que, permite la creación de ventajas competitivas a causa de la introducción de productos y servicios nuevos o renovados al mercado, y ampara su eficiencia productiva y organizacional por la introducción de los procesos de producción y entrega, por ende, comprende actividades como: mercados, actividades empresariales, redes y competencia, pero también las habilidades, la creatividad y la transferencia de conocimiento. (págs. 213-214).

Su importancia radica en mejorar la posición en el mercado nacional e internacional; no solo les admite diversificar sus productos y tener una mayor cobertura de sus mercados, sino

que también les permite introducir mejoras en sus procesos productivos y en la calidad del bien que ofertan, tal como lo establece Rojo Gutiérrez, Padilla Oviedo, & Miguel Riojas (2019).

Una entidad puede comenzar con productos y procesos muy simples y luego en su madurez organizacional podrá manejar bienes y procesos de mayor complejidad tecnológica; esta madurez empresarial se da en su conjunto como una organización, porque conlleva el avance en el conocimiento sobre la manipulación de los productos y procedimientos por parte del personal de toda la empresa, desde la parte operativa hasta la ejecutiva y directiva. (pág. 11).

En este ámbito las ventajas de la innovación de acuerdo con West (2002) citado en Vega Ventosilla, et al. (2020) las ventajas asociadas a la innovación permite establecer un enfoque sistemático que identificara exigencias especiales e influencias claves en las elecciones concretas de las alternativas dando una organización que se pueda competir de manera eficiente en un momento concreto por medio de la identificación de una estrategia de innovación adecuada, las empresas con un alto nivel innovador obtienen crecientes cuotas de mercado, poseen los mejores resultados económicos. (pág. 943).

Las ventajas de la innovación permiten a la empresa generar estrategias para ser competitivo en el mercado y a la vez para tener mejor resultado económicas y estar al mismo Nivel que otra empresa tanto a nivel nacional como internacional.

Los Factores de la innovación como señala Suárez et al, (2007:381) tal como lo expresa Saldarriaga Salazar, Guzmán González, & Concha Cerón (2019) los factores que inciden en la innovación es una alta dirección gerencial abierta a nuevas ideas y propensa a asumir riesgos la cual descentralización en la toma de decisiones y una dirección participativa y comprometida por la innovación en los directivos para efectuar un trabajo en equipo, dinámica y cambios del entorno, que requieren modificaciones, establecer vínculos de cooperación en el país por las políticas públicas de apoyo a la innovación. (pág. 154).

Así mismo la Clasificación de la innovación según Díaz Muñoz & Guambi Espinosa (2018) se pueden clasificar según la magnitud del cambio que engloban los productos, incremental la coyuntura entre conceptos, componentes y arquitectura del producto no se cambia, solo se mejoran varios de sus componentes, radical tanto la arquitectura como los componentes son modificados, por lo tanto, se crea un nuevo producto, modular se cambian absolutamente los componentes modulares de un bien, pero su arquitectura se mantiene; por ejemplo, la modificación de los teléfonos analógicos a digitales. (págs. 217-218).

La innovación radical es algo que modifica el horizonte de una marca, ya sea en el mercado o en la dinámica de la institución en general, es el desarrollo de una innovación ya efectuada por la marca, de manera que se integra y brinda mejoras, ya sea para los trabajadores, clientes o atributos de la compañía, este tipo de innovación sigue al mercado más que a una marca, producto o servicio específico que puede ser aprovechado por algo que una empresa ofreció primero y ganó espacio como resultado, pero en general es un movimiento en evolución que afecta a muchas personas a la vez.

En este estudio se considera que tipos de innovación son: Innovación en productos, involucra cambios característicos de los bienes o servicios, o la creación de productos, innovación en procesos, hace referencia a cambios esenciales en los métodos de producción y distribución, con la finalidad de disminuir los costos de producción, mejorar la calidad, o la producción y distribución de nuevos productos, innovación organizacional, orientada en las modificaciones de las prácticas internas de la empresa, con el objetivo de mejorar los resultados por medio de la reducción de los costos administrativos, en base a Martínez Garcés & Padilla Delgado (2020).

Desde la posición de Robledo Velásquez (2020) los modelos de innovación indican la evolución en el tiempo y se clasifican en modelos lineales que se refiere a la manera secuencial y unidireccional que instauran de la correlación entre avance científico, desarrollo tecnológico,

riqueza económica y bienestar social, modelo articulado es un modelo aún secuencial, pero con puntos de retroalimentación, disipando el carácter original de lineal y situando un mayor balance entre el empuje tecnológico y el jalonamiento de la demanda, lo cual se convertía en una articulación entre las funciones de innovación, desarrollo y de mercadotecnia en las compañías, modelo integrado demuestra un mayor nivel de articulación entre diversas funciones organizacionales relacionadas con la innovación, dando lugar a la presencia de equipos de trabajo integrados y el desarrollo semejante de actividades que terminan con la articulación secuencial. (págs. 43-44).

El modelo en red recalca el aprendizaje que tiene lugar entre las compañías, y propone que la innovación es universalmente, y necesariamente, un proceso distribuido en red. Se caracteriza por la manipulación sofisticada de instrumentos electrónicos que admiten a las entidades maximizar la velocidad y la eficiencia en el diseño de nuevos bienes, de manera interna (distintas actividades funcionales), como externa entre la red de proveedores, clientes y colaboradores externos. (Velasco , Zamanillo , & Gurutze Intxaurburu , 2018, pág. 10).

Es un modelo que requiere un cambio de paradigma y una mejor alineación de la innovación, que integra todas las formas de innovar y fomenta la colaboración entre todos los interesados directos.

Desde el punto de vista de Vernaza Arroyo, Medina Sánchez, & Chamorro Quiñonez (2020) los sujetos que están involucrados en la innovación son organizaciones públicas o privadas, academias, universidades, centros de investigación, sector empresarial y los consumidores, aunque sus funciones sean diferentes en dependencias de su objetivo transcendental. Así, el Estado y las instituciones públicas, tienen el compromiso de establecer el marco normativo y las garantías requeridas para que sea viable la innovación en un contexto de seguridad jurídica,

competitividad, protección por medio de registro de patentes, marcas comerciales u otro mecanismo de amparo de las innovaciones frente a terceros. (pág. 8).

La gestión de la innovación involucra el proceso de organizar y controlar los recursos de la compañía (humanos, materiales, económicos) con el propósito de maximizar el desarrollo de nuevos conocimientos. Además, para crear ideas que permitan desarrollar nuevos bienes, procesos y servicios o mejorarlos, y trasladar ese conocimiento a todas las áreas de actividad de la compañía. Como punto de inicio es esencial invertir tiempo en delimitar el modelo de gestión estratégica que la entidad seguirá, delineando un proceso de innovación y su sistema de gestión, Falcone Treviño, et al. (2018).

La innovación incluye el proceso de gestión del proceso de innovación de una organización desde la fase inicial de lluvia de ideas hasta la fase final de implementación exitosa. Abarca las decisiones, actividades y prácticas para desarrollar e implementar una estrategia de innovación.

Empleando las palabras de Anzules Falcones (2019), las fuentes de innovación existen cuatro áreas que brindan oportunidades al interior y exterior de una organización entre ellas se encuentran acontecimientos inesperados bienes o servicios que son un éxito o fracaso fuera del contexto tradicional de la organización, incongruencias entre las expectativas y la realidad en la actualidad las nuevas tecnologías aprueban call centers en diferentes partes del mundo que brindan un servicio y la incorporación de redes sociales como un medio de atención al cliente, necesidad de procesos comunes para mejorar productos o servicios.

Los medios de comunicación actuales tuvieron su origen en dos innovaciones desarrolladas entre el año 1890 uno de ellos fue la producción de periódicos de manera rápida, y la segunda innovación fue la publicidad moderna, que permitió la distribución de noticias de forma gratis, cambios demográficos los cambios en población, educación, e ingresos presumen magnas oportunidades de negocio para las sociedades que estén atentas a las nuevas demandas que se

presenten, cambios de percepción un cambio de percepción no perturba los hechos, pero sí modifica su significado.

La creatividad es la principal fuente de innovación para la variedad y la diversidad la invención y la innovación se basan allí; la invención es muy creativa, pero a menudo poco práctica, pero él hace que suceda, la innovación contribuye al múltiplo de la creación ya la concreción de la invención, el elemento que le da vida: diseña y lanza productos que satisfacen a las personas.

Las estrategias de innovación según Maza Campoverde, et al. (2020) son guías que se tendrán que seguir para tomar decisiones que sean las adecuadas en relación con la gestión administrativa, por lo que, posibilita la obtención de mejores resultados y diferenciación. Las estrategias están relacionadas a la innovación y creatividad del talento humano de las organizaciones, las estrategias claras y definidas encamina al éxito.

Las estrategias de innovación se clasifican en cinco, las cuales se mencionan a continuación, Estrategia innovadora ofensiva busca lograr el liderazgo técnico y de mercado, posicionándose frente a la competencia y centrando su esfuerzo en la introducción de nuevos productos y procesos.

Las entidades al emplear esta estrategia se describen por una aguda gestión investigativa, estrategia innovadora defensiva esta estrategia se fundamenta en la naturaleza y el ritmo de las innovaciones, estrategia imitativa se basa en calcar la acción de otras empresas, limitándose a concluyentes entornos que pueden estar preservados por aranceles, que son propicios en costes de producción.

Así mismo la estrategia tradicional el bien no tiene variaciones significativos ni modificaciones las empresas se apoyan en efectuar los procesos o productos de la misma forma, a menos que el mercado o un cliente asigne nuevas características, se fundamentan en acoger

innovaciones de procesos, que han sido creadas en otro lugar pero que están permitidas para toda la industria.

Finalmente se considera aquellas que orienta sus esfuerzos en un segmento específico, el cual intenta compensar las necesidades de esa población la compañía que implementa esta estrategia busca localizar un nicho sustancial y brindar un producto o servicio que los clientes necesitan o también denominas estrategia oportunista o de nicho.

La estrategia de innovación es lo que permite a las empresas que dependen de nuevos productos, tecnologías y plataformas innovadoras, definiendo un papel a la innovación y establecer las direcciones en la que se implementan las innovaciones, sin embargo, la innovación ayuda a las empresas a lograr sus objetivos de crecimiento a menudo y el incremento de los ingresos de la innovación es insuficiente si no se gestiona con rigor.

Con base en Alarcón Vásquez, Leal Paredes, & Flores Pérez (2021) los indicadores de medidas que contempla la innovación se presentan en remover la innovación tecnológica, desarrollo de metodologías para conservar la sostenibilidad en el mercado, el análisis dentro del entorno de producción de las compañías adopción de tecnologías en la innovación de procesos empresariales proporciona la incorporación de nuevas formas de trabajo.

La innovación ha sido un factor categórico del éxito de todas las empresas, por lo que no se puede continuar considerándolo extraño a las empresas y deben implementarlo dentro de la estrategia. Relacionado al costo - beneficio las organizaciones con un alto nivel de capital son las que tienen facilidades de innovar más que las empresas de un menor capital. La liquidez es un elemento necesario para la toma de decisiones, para poder invertir en innovación y obtener un retorno de la inversión a largo plazo, por ende, las entidades miran a corto y mediano por la supervivencia. (pág. 19).

Los indicadores de innovación son un conjunto de instrumentos que determinan la capacidad de las empresas para innovar, permitiendo tener con claridad y objetividad en los procesos de innovación.

Los retos de la innovación como indica Burbano Pérez, et al. (2018) en un mundo interrelacionado digitalmente, la rapidez con que se mueven las ideas concibe que las innovaciones nuevas sean pronto reemplazadas. Además, se están globalizando e incrementando las expectativas de los clientes; lo cual irá ágilmente en crecimiento de acuerdo con las nuevas generaciones globales, digitalizadas e hiperconectadas ascienden primero como consumidores y, luego, tienen el control de los negocios, a disposición que instauran sus nuevas compañías, o inician a liderar las organizaciones que se reinventarán.

El éxito y la sobrevivencia en este nuevo entorno con llevan a que las empresas demanden más que buenas ideas y capacidad de efectuarlas con eficacia. (pág. 382); un reto de innovación es requerido, a razón de que, es aquel que da la pauta para obtener un flujo perenne de ideas. Sin embargo, si no tenemos claramente definidos los retos y la dirección de la innovación, corremos el riesgo de ofrecer soluciones confusas a problemas que no tienen sentido.

El autor coincide con el punto de vista de López Salazar, et al. (2018) una de las formas en que una innovación acarrea a una ventaja competitiva de una organización es por medio de la realización de nuevas oportunidades, por lo que, la innovación radica en la identificación de oportunidades que son disímiles de los competidores, debido a que permiten aseverar que el apalancamiento de negocio en oportunidades exclusivas de los competidores a través de la indagación de las áreas que no han sido preliminarmente explotados.

Los enfoques internos conseguirían insertar la búsqueda de oportunidades de comercialización únicas, entretanto que los métodos externos podrían incluir el anexo de nuevos productos en el negocio. La invención de nuevas oportunidades comprende incorporar

algo nuevo y fresco para distinguir el negocio del resto de los competidores. Las compañías que realizan las actividades de la misma manera por períodos largos, finalmente, se afrontan a un colapso apremiante. (pág. 4).

La innovación se trata de identificar oportunidades que difieren de las de los competidores en un entorno determinado de esta manera, la innovación ayuda a la empresa a aprovechar las oportunidades inherentes a las de sus competidores al explorar áreas que antes no se habían explotado.

El Proceso de innovación como plantea Galeana Figueroa ,Valenzo Jiménez, & Chávez Lugo (2020) innovar de forma sistemática involucra efectuar varias acciones articuladas; estas acciones son parte de un proceso: el proceso de innovación, que se conforma de tres etapas fundamentales.

En etapa generación de la idea nace de forma programada o de manera ingenua la concepción de un cambio encaminado a la solución de una problemática de carácter científico, tecnológico o de negocios como el aprovechar una oportunidad en lo que hace una empresa en términos de bienes o servicios, en la forma como lo realizan, es decir el modelo de negocio generador de valor, etapa desarrollo de la idea se sintetiza la idea en un documento, el desarrollo de un modelo, y el desarrollo de un plan piloto para tantear los beneficios reales del prototipo.

El proceso de investigación y desarrollo para la innovación es fundamental realizar análisis del estado situacional de la empresa, en este ámbito, la matriz de evaluación de factores externos (EFE) es una técnica capaz de organizar toda la información referente a oportunidades y amenazas que inciden fuera de una empresa como los factores ambientales, socioculturales y políticos, etc., de forma cuantitativa considerando el peso (influencia ante la competencia) y la calificación (valoración ante la misma empresa). Igualmente, la matriz de evaluación de

factores internos (EFI) se encarga de los factores que inciden internamente en la empresa como las fortalezas y debilidades, mediante una valoración cuantitativa. (Santos, 2023, p. 3)

En EFI si el resultado es menor a 2,5 las debilidades son mayores que las fortalezas, y si es mayor o igual 2,5 las fortalezas son mayores a las debilidades. De la misma forma en el análisis EFE el resultado es menor a 2,5 las amenazas son mayores que las oportunidades, y si es mayor o igual a 2,5 las oportunidades son mayores a las amenazas, Fonseca F. (2018).

En este ámbito la empresa puede tomar decisiones estratégicas de la siguiente manera; cuando la esfera se encuentra en los cuadrantes I, II o IV: Crecer y construir, y si la esfera se encuentra en los cuadrantes III, V o VI: Retener y mantener, pero si la esfera se encuentra en los cuadrantes VII, VIII o IX: Cosechar o desinvertir.

Cuyos índices se correlacionado en el mapa de ponderación situacional para identificar en que situación está la empresa, análisis que parte de la consideración de valoraciones cuantitativas en peso (valoración entorno a la competencia y en calificación (valoración entorno a la misma empresa), análisis que inicia con la identificación del FODA institucional en el campo de estudio a investigarse.

Innovación, como el proceso es la idea que se transforma en un nuevo producto o servicio en el mercado, o por el que se integra en la empresa un nuevo proceso de fabricación o nuevos métodos organizativos o de comercialización capacidad de innovación empresarial, el proceso de innovación gestiona un flujo de ideas y proyectos, desde su concepción hasta su escalamiento en el mercado, y generalmente es visto como una serie de fases, por medio de procesos.

Los factores que intervienen en el desarrollo del proceso de innovación según Canizales Muñoz (2019) son 3 y se definen en responsabilidad social empresarial en la actualidad la innovación y la responsabilidad social empresarial deben estar juntas, dado que, no se puede

innovar a cualquier precio, menos aún, afectando el bienestar de los trabajadores, la colectividad y el planeta en beneficio de generar rentabilidad.

Se identifica algunos factores que inciden en la innovación, tales como el tipo y el tamaño de la empresa, la industria a la que pertenece, la afiliación a un grupo la empresa, los mercados que comparte, las oportunidades tecnológicas que se ofrece, las fuentes de información o los flujos de conocimiento para la innovación de la empresa usos, el nivel de competencia y la capacidad de la empresa para absorber conocimiento externo, que se origina a partir de conexiones con otras empresas y organizaciones.

Marco metodológico

En el presente caso de estudio se requirió de métodos, técnicas e instrumento para analizar los procesos de innovación en la vulcanizadora Santiago Oquendo, en este ámbito la aplicación del método deductivo se establece análisis generales entorno al objeto de estudio, es decir que después de recibir información breve se generó conclusiones sobre las consecuencias problemáticas correlacionando las bases teóricas y procesos de innovación.

La aplicación del método inductivo permitió analizar los datos recolectados de las observaciones lo cual conllevó a plantear conclusiones de los resultados y hechos especiales vinculados a los procesos de innovación.

Técnicas

Como técnicas, se utilizó el análisis estratégico EFE y EFI tomando como base los factores internos y externos, cuyos índices se los valoro en el mapa de ponderación situacional empresarial, como también se realizó una entrevista dirigida al propietario de la vulcanizadora para conocer el estado actual sobre el manejo de innovación y una encuesta dirigida a los clientes para conocer su percepción entorno a la empresa.

Instrumento

Matrices estratégicas EFE y EFI, para valorar y correlacionar los factores internos y externos; Mapa de ponderación situacional para saber cuál es el estado actual de la empresa, guía de entrevista la cual consta de seis preguntas efectuadas al dueño de empresa vinculadas a la institucionalidad empresarial referente a los procesos de innovación y un formulario o cuestionario de encuestas constituido por diez preguntas cerradas elaboradas de forma alternativas, para dar a conocer la opinión del cliente

Población

Se considera una población de 2.500 personas que es el promedio mensual de clientes que asisten a la vulcanizadora Santiago Oquendo los cuales serán encuestados.

Muestra

Para calcular la muestra se tomó en cuenta la fórmula del cálculo de la muestra finita tal como se indica a continuación.

Datos:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo

e= Error de estimación máximo (0,05)

p= Probabilidad de ocurrencia (0,50)

q= Probabilidad de no ocurrencia (0,50)

Z= Nivel de confianza (1,960)

Fórmula para el cálculo del tamaño de la Muestra (n)

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q \cdot Z^2}{N \cdot e^2 \cdot p \cdot q}$$

Dada la población aplicada con la fórmula del cálculo de la muestra finita que fue determinada para una población de 2.500 clientes de la vulcanizadora Santiago Oquendo, con un margen del error del 5%, nos ha dado como resultados la aplicación de 334 encuestas.

Resultados

Para identificar el estado situacional actual de la vulcanizadora Santiago Oquendo parte de idéntica las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas ver (anexo 4) como base para la generación de los direccionamientos estratégicos EFE y EFI y concluye con el mapa situacional.

Tabla N° 1 Matriz de análisis EFI

MATRIZ EFI			
	PESO	CALIFICACIÓN	RESULTADO
FORTALEZAS			
1. Calidad y garantía de los productos	0.15	4	0.6
2. Horario accesible para la clientela	0.10	4	0.4
3. Abastecimiento de los compresores	0.09	3	0.27
4. Local propio	0.07	3	0.21
5. Remuneraciones puntuales	0.06	3	0.18
DEBILIDADES			
1. Desorganización institucional	0.15	2	0.3
2. Administración financiera deficiente	0.12	2	0.24
3. Espacio reducido	0.11	1	0.11
4. Falta de capacitación	0.09	1	0.09
5. Maquinarias obsoletas	0.06	1,5	0.09
TOTAL	1		2.49

Fuente: Matriz FODA

Elaborado por: Belén Elizabeth Cadena Henríquez

Tabla N° 2 Matriz de análisis de EFE

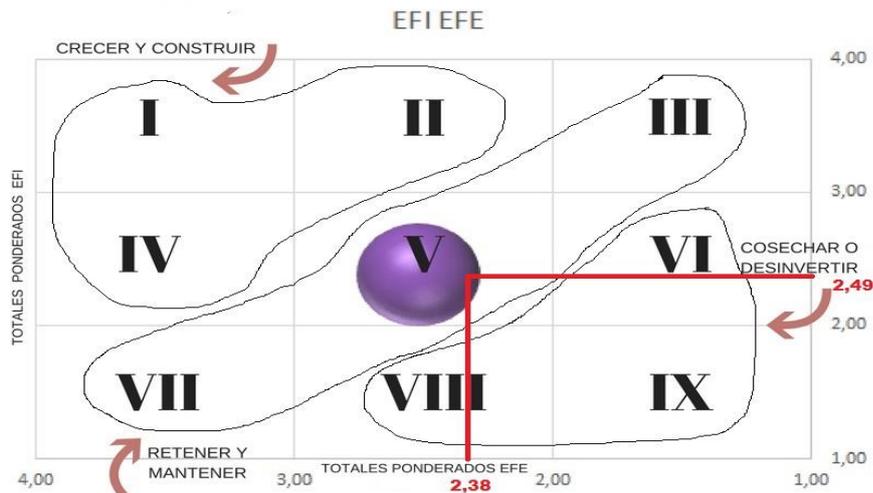
MATRIZ EFE			
	PESO	CALIFICACIÓN	RESULTADO
OPORTUNIDADES			
1. Acceso de créditos blandos	0.15	4	0.6
2. Surgimiento de nuevos proveedores	0.10	4	0.4
3. Implementación de TICs	0.09	3	0.27
4. Capacitación - vinculación	0.08	3	0.24
5. Nuevas leyes tributaria	0.06	3	0.18
AMENAZAS			
1. Nueva competencia	0.15	1	0.15
2. Aumento del costo de materia prima	0.12	1	0.12
3. Crisis económica nacional del país	0.08	1	0.08
4. Inseguridad	0.10	2	0.2
5. Normativa laboral	0.07	2	0.14
TOTAL	1		2.38

Fuente: Matriz FODA

Elaborado por: Belén Elizabeth Cadena Henríquez

Los valores EFE y EFI se interceptan en el cuadrante cinco del mapa de estado situacional empresarial tal como se muestra a continuación.

Grafica N° 1 Mapa de ponderación situacional empresarial



Fuente: Matriz EFE y EFI

Elaborado por: Belén Elizabeth Cadena Henríquez

Igualmente, y en correspondencia al segundo objetivo se valorar la percepción del cliente referente a los procesos en general que se ejecutan en la vulcanizadora Santiago Oquendo.

Tabla N° 3 Satisfacción respecto a la calidad del servicio que brinda la vulcanizadora.

Opciones	Frecuencia	%
Muy satisfactorio	150	45%
Bastante satisfactorio	100	30%
Regularmente satisfactorio	84	25%
Poco insatisfecho	0	0%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	334	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la vulcanizadora Santiago Oquendo

Elaborado por: Belén Elizabeth Cadena Henríquez

Tabla N° 4. Qué aspectos del servicio cree que debería mejorar la vulcanizadora.

Opciones	Frecuencia	%
En el costo de los servicios	50	15%
En la calidad las maquinarias	278	83%
Atención al cliente	6	2%
En el servicio que ofrece	0	0%
Otros	0	0%
TOTAL	334	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la vulcanizadora Santiago Oquendo

Elaborado por: Belén Elizabeth Cadena Henríquez

Tabla N° 5 Esta de acuerdo con la infraestructura física que posee la vulcanizadora.

Opciones	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	84	25%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	260	77%
Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL	334	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la vulcanizadora Santiago Oquendo

Elaborado por: Belén Elizabeth Cadena Henríquez

Tabla N° 6 Considera usted que la vulcanizadora tenga un logotipo.

Opciones	Frecuencia	%
Muy importante	280	84%
Importante	34	11%
Medianamente importante	20	5%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
TOTAL	334	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la vulcanizadora Santiago Oquendo

Elaborado por: Belén Elizabeth Cadena Henriquez

Tabla N° 7 La vulcanizadora tiene una imagen agradable.

Opciones	Frecuencia	%
Excelente	54	16%
Muy Buena	80	23%
Buena	200	59%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
TOTAL	334	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la vulcanizadora Santiago Oquendo

Elaborado por: Belén Elizabeth Cadena Henriquez

Tabla N° 8 La atención de brinda el personal de la vulcanizadora.

Opciones	Frecuencia	%
Excelente	21	6%
Muy Buena	81	24%
Buena	232	69%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
TOTAL	334	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la vulcanizadora Santiago Oquendo

Elaborado por: Belén Elizabeth Cadena Henriquez

Tabla N° 9 Está de acuerdo que el personal de trabajo sea quien cobre de sus servicios realizados.

Opciones	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	34	10%
De acuerdo	66	19%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	4%
En desacuerdo	220	65%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	334	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la vulcanizadora Santiago Oquendo

Elaborado por: Belén Elizabeth Cadena Henríquez

Tabla N° 10 El retraso en la mano de obra afecta a la vulcanizadora.

Opciones	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	215	64%
De acuerdo	85	25%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	34	10%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL	334	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la vulcanizadora Santiago Oquendo

Elaborado por: Belén Elizabeth Cadena Henríquez

Tabla N° 11 El diseño del piso esta adecuado para el servicio de brinda la vulcanizadora.

Opciones	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	12	3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32	9%
En desacuerdo	196	58%
Muy en desacuerdo	94	28%
TOTAL	334	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la vulcanizadora Santiago Oquendo

Elaborado por: Belén Elizabeth Cadena Henríquez

Tabla N° 12 Es necesario que se realice un proceso de innovación en la vulcanizadora.

Opciones	Frecuencia	%
Muy importante	234	70%
Importante	68	20%
Medianamente importante	22	6%
Poco importante	10	3%
Nada importante	0	0%
TOTAL	334	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la vulcanizadora Santiago Oquendo

Elaborado por: Belén Elizabeth Cadena Henríquez

Cuadro N° 1 Entrevista aplicada al dueño de la vulcanizadora Santiago Oquendo

N°	Preguntas	Repuestas	Análisis
1	¿Cómo lleva a cabo la organización del trabajo?	Todos los empleados están en cargados de realizar la limpieza hasta de llevar el orden de las maquinarias, pero no todos cumple con dicho reglamento.	Los trabajadores de la empresa son poli funcionales.
2	¿Conoce usted sobre los procesos de innovación?	En palabras técnicas podría decir que un poco tengo conocimiento de innovación.	El conocimiento referente a invocación y los procesos que este conlleva son limitados.
3	¿Mediante que método motiva al personal de trabajo?	Suele brindarle refrigerios, ellos pueden elegir el día que deseen darse libre y a su vez por fin de año se le da un bono navideño más canastas.	Las políticas motivacionales son ambiguas y ninguna está relacionado con el incremento de la producción
4	¿Cómo considera usted el grado de innovación que posee su negocio?	Entendiendo innovación como algo nuevo no se ha hecho cambios en la empresa.	No existe una política orientada a los proceso de innovación continua
5	¿Con relación a su experiencia cuál es su opinión acerca de la infraestructura física que posee su negocio?	Bueno la infraestructura se encuentra bien ubicado solo que el lugar es pequeño la cual afecta al momento que se llena porque los vehículos se amontonan y dificulta al momento de realizar el trabajo	Se coincide con el propietario de la empresa que el lugar de trabajo es pequeño.

Elaborado por: Belén Elizabeth Cadena Henríquez

Fuente: Entrevista dirigida al dueño de la vulcanizadora Santiago Oquendo

Discusión de resultado

La tipificación de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, y la valoración cuantitativa a través vez de direccionamientos estratégicos como la evaluación de factores internos (EFI) y de factores externo (EFE), finalizando con identificar el estado situacional empresarial tal como se muestra a continuación:

Las mayores fortalezas, estimadas entorno a la competencia y a la misma empresa es la calidad y garantía de los productos (0.6) que se brinda en vulcanizadora, el horario accesible que tiene para su clientela (0.4), destacándose además el abastecimiento de compresores (0.27).

Si bien no son fortalezas de alta ponderación, se destaca la tenencia un local propio (0.21) aunque es de dimensiones reducidas para el tipo de actividad económica y el pago de remuneraciones puntuales (0.18) como incentivo laboral.

Las debilidades son neurálgicas, según la gravedad podemos citar la desorganización de la institución (0.3), la administración financiera es deficiente (0.24), el espacio que posee la vulcanizadora es muy reducido (0.11), falta de capacitación a los empleados (0.09), llegando incluso a existir maquinarias obsoletas (0.09) que no permiten el ingreso de nuevos clientes con vehículos modernos.

La correlación de variables en el análisis EFI genero un índice (2,49) identificándose que las debilidades son mayores a las fortalezas.

En lo que respecta a las oportunidades pro desarrollo, es importante el acceso a créditos blandos (0.6), lo cual promueve otra oportunidad como captar clientes potenciales (0.24), como un parámetro para bajar costos se destaca el surgimiento de nuevos proveedores (0.4), así mismo se resalta el uso de la TICs (0.27), en los diversos procesos que tiene la empresa

Las amenazas tienen una alta incidencia en la empresa y en el mismo sector productivo, la principal es la competencia (0.15), seguido del aumento del costo de materia prima (0.12) por la crisis internacional, incluyéndose como tercera amenaza la crisis económica del país (0.08), la inseguridad (0.2) y las normativas laborales (0.14)

La correlación de factores externo genero un índice EFI de (2,38) muestra que las oportunidades son menores

a las amenazas.

El mapa de ponderación situacional el punto de encuentro de los índices EFE (2.38) Y EFI (2.49) es quinto cuadrante (V), lo cual es bueno.

El gerente propietario de la vulcanizadora, admite que en la empresa los trabajadores cumplen múltiples funciones, y es consciente de los limitados conocimientos gerenciales, por lo cual las estrategias motivacionales son ambiguas y ninguna está relacionado con el desarrollo institucional, productivo, peor aún con la innovación continua, entorno a la infraestructura reconoce que es muy limitada para la actividad comercial de la empresa.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabulación de las encuestas, un 45% de clientela está muy satisfecho con el trabajo técnico y el 83% indicó que la vulcanizadora debería implementar nuevas maquinarias para captar nuevos clientes, asimismo el 77% está en desacuerdo con la infraestructura que posee la vulcanizadora.

De igual forma, el 84% considera que es muy importante que la vulcanizadora tenga un logotipo, y al 59% de la clientela le parece mala la imagen que tiene el negocio lo cual es con caminante el 69% que sostiene que la atención que brinda el personal de trabajo es mala.

También es fundamental destacar que el 65% de personas encuestadas considera no estar de acuerdo con que el trabajo sea multifuncional cuya desorganización retrasa el trabajo,

destacándose que el 70% cree que es muy importante realizar procesos de innovación en la vulcanizadora Santiago Oquendo para satisfacer de mejor forma las necesidades poblacionales.

Conclusiones

La correlación de los índices EFE (2,38) y EFI (2,49) en el mapa situacional estratégico determino que el estado de la vulcanizadora es bueno, pero con una alta tendencia a ser un negocio poco atractivo para invertir e incluso puede llegar a quebrar de continuar la tendencia negativa donde las debilidades y las amenazas son mayores a las fortalezas y oportunidades, constituyéndose en un limitante al momento de querer plasmar estrategias por desarrollo.

La empresa carece de una política de control en las diversas áreas de la gestión empresarial, porque todos los procesos que se llevan son desarrollados empíricamente y por costumbre, cuyo efecto es una empresa con tendencia a quebrar, por la falta de innovación estratégica que se adapte a las exigencias de los clientes y la población en general, ante un mercado de constante cambio tecnológico.

Los clientes consideran que el trabajo técnico es bueno por la experiencia de los trabajadores pero a la vez carece de innovación tecnológica y técnica, en la manipulación y tratamiento de los productos, lo cual en ocasiones genera confrontaciones con los clientes sobre la forma como se lleva los procesos, malestar que se complementa con la existencia de instalaciones pequeñas no aptas para laborar lo cual retrasa la entrega del producto o servicio solicitado.

Recomendaciones

En la vulcanizadora Santiago Oquendo, para evitar que quiebre y generar procesos de desinversión, es urgente aplicar estrategias de retención a los clientes para obtener resultados positivos en el corto plazo y equilibrar la relación entre los factores internos y externos, para ello es necesario, ofrecer descuentos exclusivos personalizados o por sectores, el cual se

complemente con promociones sensoriales desde la primera compra, promoviendo que el cliente sea un ente activo y satisfecho, cuyo bienestar se transforme en fidelización, y a la vez motive a los clientes.

Para mitigar la deficiencia en la gestión empresarial y operativa la cual afecta directamente a la institucionalidad y al desarrollo socioeconómico del propietario y personal operativo se debe aplicar políticas de mejora continua, orientadas a capacitar al personal técnico y administrativo en convenio con instituciones de educación superior u algún otro tipo de organismo, cuya formación permita responder a las exigencias en el servicio técnico, atención al cliente y en gestión empresarial, constituyéndose el conocimiento en la base de transformación y orientación al éxito, la cual en el mediano y largo plazo se constituya en una ventaja comparativa con la competencia.

El gerente propietario es consciente del sentir de los clientes referente a la deficiente infraestructura y maquinarias, por lo cual considerando la condición socioeconómica del dueño de la vulcanizadora se recomienda acceder a créditos blandos que se otorga con beneficio social para emprendedores PYMES, como el 1x30 con ofrecer BanEcuador para el financiamiento de actividades comerciales, productivas promoviendo la mejora en calidad de vida y servicio.

Bibliografía

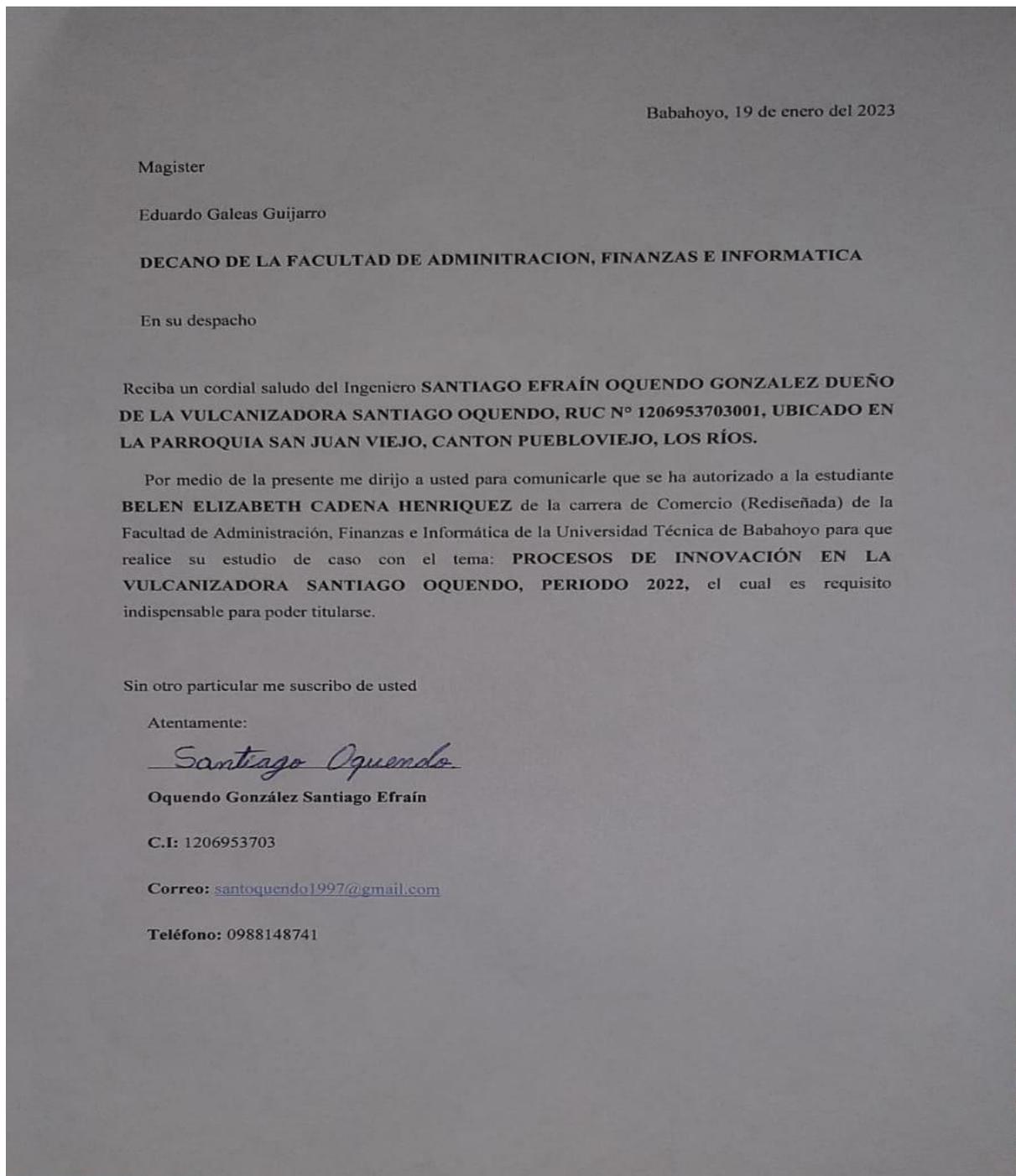
- Díaz Muñoz, G., & Guambi Espinosa, D. (2018). La innovación en las organizaciones. Universidad Tecnológica Equinoccial., 213-214.
- Alarcón Vásquez, F., Leal Paredes, S., & Flores Pérez, J. (2021). Efecto de las estrategias de innovación. *res non verba*, 19.
- Anzules Falcones , W. (2019). Estratégias de innovación como fuente de ventaja competitiva. Tesis. Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.

- Barrios Hernández, K., Contreras Salinas, J., & Olivero Vega, E. (2019). La Gestión por Procesos en las Pymes de Barranquilla. Universidad Simón Bolívar, 106.
- Beladelli, L. M., & Rojo Gutiérrez, M. A. (2022). Actividades de gestión de la innovación de las mipymes industriales en Córdoba, Argentina. *Project, Design and Management*, 199.
- Burbano Pérez, A. B., & et.al. (2018). La innovación como estrategia fundamental de la gerencia. *Polo del conocimiento*, 382.
- Canizales Muñoz, L. D. (2019). Elementos clave de la innovación empresarial. *Innova ITFIP*, 53-61.
- Falcone Treviño, G. F., & et.al. (2018). Gestión de Innovación en Negocios. Universidad Autónoma de Nuevo León, 468.
- Galeana Figueroa, E., Valenzo Jiménez, M., & Chávez Lugo, P. (2020). Gestión estratégica del conocimiento en las organizaciones. Michoacán: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- López Salazar, J. L., & et.al. (2018). Gestión de la innovación en las organizaciones. *Contribuciones a la Economía*, 4.
- Martínez Garcés, J., & Padilla Delgado, L. (2020). Innovación organizacional y competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, 123.
- Maza Campoverde, V. d., & et.al. (2020). Gestión del Conocimiento, una estrategia de innovación empresarial. Universidad Técnica de Machala, 12-13.
- Muñoz Veloz, F. M. (2018). Sistema de gestión por procesos para empresas de la industria. Tesis. Universidad Andina Simón Bolívar., Quito.

- Robledo Velásquez , J. (2020). Introducción a la gestión de la tecnología y la innovación empresarial. Medellín: Universidad Nacional de Colombia.
- Rojo Gutiérrez, M. A., Padilla Oviedo, A., & Miguel Riojas, R. (2019). La innovación y su importancia. Uisarel, 11.
- Saldarriaga Salazar, M. E., & et.al. (2019). Innovación Empresarial en Popayán, Colombia. Revista Venezolana de Gerencia, 154.
- Sepúlveda Moreno, C., Federico Valle, O., & Rosales Díaz, F. (2021). Estrategias y obstáculos a la innovación empresarial. unison, 3.
- Vega Ventosilla, V., Ferro Cuellar, H., Ruiz Choque, M., & Bonomie, M. (2020). Innovación y éxito empresarial. Revista Venezolana de Gerencia, 943.
- Velasco, E., Zamanillo, I., & Gurutze Intxaurburu, M. (2018). Evolución de los modelos del 1
- Vernaza Arroyo, G., Medina Sánchez, E., & Chamorro Quiñonez, J. (2020). Innovación, emprendimiento e investigación científica. Revista de Ciencias Sociales, 8.

Anexos

1. Carta de autorización



2. Registro único de contribuyente

SRI		Certificado Registro Único de Contribuyentes	
Apellidos y nombres		Número RUC	
OQUENDO GONZALEZ SANTIAGO EFRAIN		1206953703001	
Estado	Régimen	Artesano	
ACTIVO	REGIMEN MICROEMPRESARIAL	No registra	
Fecha de registro	Fecha de actualización		
06/10/2021	No registra		
Inicio de actividades	Reinicio de actividades	Cese de actividades	
06/10/2021	No registra	No registra	
Jurisdicción	Obligado a llevar contabilidad		
ZONA 5 / LOS RIOS / PUEBLO VIEJO	NO		
Tipo	Agente de retención	Contribuyente especial	
PERSONAS NATURALES	NO	NO	
Domicilio tributario			
Ubicación geográfica			
Provincia: LOS RIOS Cantón: PUEBLO VIEJO Parroquia: SAN JUAN			
Dirección			
Calle: AVDA ANTONIO SEMINARIO Número: S/N Intersección: CALLE 5 Referencia: A CIEN METROS DE LA CANCHA DE FUTBOL			
Medios de contacto			
Email: santoquendo1997@gmail.com Celular: 0988148741			
Actividades económicas			
• G45200201 - MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN, INSTALACIÓN, CAMBIO DE NEUMÁTICOS (LLANTAS) Y TUBOS (VULCANIZADORAS).			
Establecimientos			
Abiertos	Cerrados		
1	0		
Obligaciones tributarias			
• 2011 DECLARACION DE IVA			
• 1024 IMPUESTO A LA RENTA REGIMEN IMPOSITIVO PARA MICROEMPRESAS			
<p>i Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en www.sri.gob.ec.</p>			
Números del RUC anteriores			
No registra			

3. Factores internos y externos vinculados a la actividad empresarial

Factores internos de la empresa	Factores externos a la empresa
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Calidad y garantía de los productos	1. Acceso de créditos blandos
2. Horario accesible para la clientela	2. Surgimiento de nuevos proveedores
3. Abastecimiento de los compresores	3. Implementación de TICs
4. Local propio	4. Capacitación - vinculación
5. Remuneraciones puntuales	5. Nuevas leyes tributarias
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Desorganización institucional	1. Nueva competencia
2. Administración financiera deficiente	2. Aumento del costo de materia prima
3. Espacio reducido	3. Crisis económica nacional del país
4. Falta de capacitación	4. Inseguridad
5. Maquinarias obsoletas	5. Normativa laboral

4. Encuestas dirigidas a los clientes de la vulcanizadora

¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la calidad del servicio que brinda la vulcanizadora?

- Muy satisfecho
- Bastante satisfecho
- Regularmente satisfecho
- Poco satisfecho
- Insatisfecho

¿En qué aspectos del servicio cree que debería mejorar la vulcanizadora?

- En el costo de los servicios
- En la calidad de las maquinarias
- Atención al cliente
- En el servicio que ofrece
- Otros

¿Está de acuerdo con la infraestructura física que posee la vulcanizadora?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo

- Muy en desacuerdo

¿Qué tan importante considera usted que la vulcanizadora tenga un logotipo?

- Muy importante
- Importante
- Medianamente importante
- Poco importante
- Nada importante

¿Para usted la vulcanizadora tiene una imagen agradable?

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Regular
- Malo

¿Cómo considera la atención de brinda el personal de la vulcanizadora?

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Regular
- Malo

¿Está de acuerdo que el personal de trabajo sea quien cobre de sus servicios realizados?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que el retraso en la mano de obra afecta a la vulcanizadora?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

¿Cree usted que el diseño del piso esta adecuado para el servicio de brinda la vulcanizadora?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo

- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

¿Considera necesario que se realice un proceso de innovación en la vulcanizadora?

- Muy importante
- Importante
- Medianamente importante
- Poco importante
- Nada importante

5. Entrevista dirigida al propietario de la vulcanizadora

N°	Preguntas	Repuestas	Análisis
1	1. ¿Cómo lleva a cabo la organización del trabajo?		
2	2. ¿Conoce usted sobre los procesos de innovación?		
3	3. ¿Mediante que método motiva al personal de trabajo?		
4	4. ¿Cómo considera usted el grado de innovación que posee su negocio?		
5	¿Con relación a su experiencia cuál es su opinión acerca de la infraestructura física que posee su negocio?		