

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



**La falta de innovación en las empresas guatemaltecas como factor negativo
para su crecimiento**

(Tesis Licenciatura)

Marta Margarita Rosales Sanabria

Guatemala, septiembre 2016

**La falta de innovación en las empresas guatemaltecas como factor negativo
para su crecimiento**

(Tesis Licenciatura)

Marta Margarita Rosales Sanabria

Lcda. Ingrid Arroyo de Núñez (**Asesor**)

M.Sc. Dora Leonor Urrutia de Morales (**Revisor**)

Guatemala, septiembre 2016

Autoridades de Universidad Panamericana

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus
Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González
Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar
Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque
Secretario General

Autoridades Facultad de Ciencias Económicas

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz
Decano

Licda. Ingrid Sucely de León de Díaz
Coordinador

REF.:C.C.E.E.LAE.A01-PS.020.2016.

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.
GUATEMALA, 14 DE SEPTIEMBRE DE 2016.**

DICTAMEN

Tutor: Licenciada Ingrid Arroyo Carrillo de Nuñez

Revisor: M.Sc. Dora Leonor Urrutia de Morales

Tesis titulada: "La falta de innovación en las empresas guatemaltecas como factor negativo para su crecimiento."

Presentada por: Marta Margarita Rosales Sanabria.

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciatura en Administración de Empresas.


M.A. Ronaldo Antonio Giron Diaz
Decano
Facultad de Ciencias Económicas



Guatemala, 13 de abril de 2016

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Ciudad

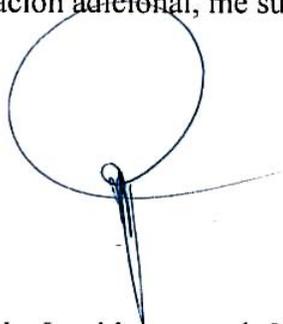
Estimados Señores:

En relación a mi trabajo de asesoría de la Tesis con el tema **“La falta de innovación en las empresas guatemaltecas como factor negativo para su crecimiento”**, elaborado por la estudiante **Marta Margarita Rosales Sanabria**, carnet 1118647, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la asesoría del mismo siguiendo los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo a lo anterior, considero que la misma cumple con los requisitos establecidos, por lo tanto doy el dictamen de Aprobado al tema desarrollado en dicha **Tesis**, con una puntuación de (92/100).

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, circular loop at the top and a vertical line extending downwards, ending in a small hook.

Licda. Ingrid Arroyo de Núñez
Asesora

MSc. Dora Leonor Urrutia Morales de Morales

Maestría en Gerencia Educativa

Licenciada en Pedagogía con Orientación en Administración y Evaluación Educativa

Guatemala, 28 abril 2016

Señores:

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Panamericana

Ciudad

Estimados Señores:

En relación al trabajo de Tesis con el Tema: "La falta de innovación en las empresas guatemaltecas como factor negativo para su crecimiento." Realizado por: **Marta Margarita Rosales Sanabria**, carné No.1118647, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la revisión del mismo y se hace constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de la Universidad Panamericana. Por lo tanto doy el dictamen de aprobado para continuar con el proceso que corresponde.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



MSc. Dora Leonor Urrutia de Morales

Contenido

Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo 1	1
1. Marco conceptual	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Planteamiento del problema	5
1.3 Pregunta de investigación	5
1.4 Justificación del problema	6
1.5 Objetivos de investigación	6
1.5.1 Objetivo general	6
1.5.2 Objetivos específicos	6
1.6 Alcances y límites de la investigación	7
Capítulo 2	8
2. Marco teórico	8
Capítulo 3	18
3. Marco metodológico	18
3.1 Tipo de investigación	18
3.2 Sujetos de investigación	18
3.3 Instrumentos de recopilación de datos	18
3.4 Diseño de la investigación	19
Capítulo 4	20
4. Ejecución y resultados de la investigación	20
4.1 Muestreo	20
4.2 Presentación de resultados	21

Capítulo 5	29
5. Discusión y análisis de resultados	29
5.1 Discusión de resultados	29
5.2 Conclusiones	32
5.3 Recomendaciones	33
Referencias bibliográficas	35
Anexos	37

Resumen

El siguiente documento de tesis fue realizado con base a los 5 años cursados en la carrera de Administración de Empresas. El contenido del trabajo recolecta información importante sobre la falta de innovación en las empresas y la repercusión negativa en el crecimiento actual.

Este ejercicio de egreso fomenta el pensamiento investigativo y deductivo del tema objeto de estudio, además, fortalece la capacidad de análisis de problemas actuales, da soluciones consecuentes con un pensamiento crítico y proactivo para proporcionar las mejores soluciones que resuelven dicha problemática.

El presente trabajo de investigación se utilizó el método científico, es una técnica de investigación donde se realiza la recolección de datos para su posterior comprobación, este método consiste en la observación sistemática, medición, experimentación, la formulación, análisis y modificación de datos hipotéticos. La finalidad de realizar la investigación, es demostrar la veracidad o refutación de proposiciones que exponen y confirman teorías planteadas. Dentro del documento, se tomaron los elementos esenciales para desarrollar el método científico, estos son: definición de teorías que implica los orígenes y causas de la problemática, la observación e investigación de campo, análisis y tabulación de resultados, comprobación y discusión de resultados y la definición de alternativas efectivas para concluir dicho trabajo.

Se aspira definir la innovación como una ventaja competitiva que toda organización implementa para lograr posicionarse en el mercado y buscar una mayor aceptación con los clientes, asimismo, establecer una mentalidad asertiva para aceptar las oportunidades que se presentan por medio de la tecnología e innovación y analizar los beneficios que conllevan tal aceptación.

Introducción

El presente documento de egreso se realizó con el objetivo de implementar los conocimientos adquiridos durante la carrera de Administración de empresas, su contenido se basa en la falta de innovación en las empresas repercute de forma negativa en su crecimiento. Dicho tema implica la exploración en las organizaciones para determinar las causas internas y externas más relevantes del poco crecimiento en dichas entidades empresariales.

El documento se dividió en 5 capítulos esenciales: el capítulo 1 muestra el origen del problema y su desenvolvimiento a lo largo del tiempo, además se establecen los objetivos a cumplir, los alcances y las limitantes que tiene la investigación.

El capítulo 2, describe el contenido teórico del tema, abarca el concepto y definición de innovación, los diferentes tipos de innovación, el concepto de empresa y tecnología y los factores internos y externos que afectan el crecimiento de la empresa.

En el capítulo 3, se define la metodología de la investigación que se utilizará para recolectar los datos más importantes para la investigación y el tema a tratar. En esta parte se establecen los sujetos a investigar, el instrumento que se usará para la recolección de información, el diseño y el tipo de investigación con el cual se trabajará.

Por último, se evaluó a la organización y población seleccionada con el fin de extraer la información más relevante con base sobre la falta de innovación actual en las empresas y conocer el nivel de crecimiento que dichas entidades poseen debido a la resistencia al cambio. Dichos resultados serán tabulados y presentados de forma gráfica para su análisis y discusión posterior.

Capítulo 1

1. Marco conceptual

1.1 Antecedentes

El trabajo de Domingo (2013) sobre el viaje a la innovación indica que «La innovación es un proceso iterativo activado por la percepción de una oportunidad proporcionada por un nuevo mercado, nuevo servicio o avance tecnológico que se puede entregar mediante actividades de definición, diseño, producción, marketing y éxito comercial del invento», esto hace ver que la innovación es un cambio que se refiere a alguna novedad en el aspecto tanto físico, tecnológico de las organizaciones, o de sus productos. Y si las mismas buscan el éxito y mantenerse en el mercado debe de tener muy en cuenta esta palabra; el innovar puede hacer que las organizaciones reafirmen su posición en el mercado y que se mantengan en el juego con la competencia.

En la sociedad actual se ve que existen empresas muy grandes que se han ido creciendo durante los años hasta convertirse en lo que hoy son, esto gracias a que han ido adaptándose a las nuevas generaciones. Pero se ve el caso de empresas que llevan gran cantidad de años sin crecimiento y se mantienen constantes en sus niveles de venta o producción, manteniéndose a base de los mismos clientes de siempre. Esto se debe a que los administradores o gerentes no han sabido adaptarse a las nuevas generaciones, un claro ejemplo es cuando las nuevas empresas crecen a velocidades rápidas y en su mayoría son administradas por personas jóvenes, personas que no tienen miedo de innovar y de adaptarse a los cambios que la sociedad genera.

Una de las principales razones por las que no existe innovación en empresas hoy en día es el miedo, esto causa que las empresas quieran mantenerse en la rutina que ya conocen y no desean cambiar sus métodos y procesos de trabajo que implementaron desde un inicio, lo que pudo ser bueno para la empresa hace cinco años, puede que no sea igual de bueno en la actualidad y es debido a los cambios drásticos que las sociedades alrededor de todo el mundo generan.

Otra de las razones por las que no hay innovación en empresas Guatemaltecas es por la falta de implementación tecnológica. Como se dice ahora, la tecnología vino para quedarse y es necesario

que aquellas personas individuales u organizaciones que se dediquen a producir servicios para vender empiecen por involucrarse dentro de los ámbitos tecnológicos y mantenerse siempre al día de las nuevas tendencias y actualizaciones tecnológicas que cambian día con día para no quedarse atrás.

Como lo dijo el filósofo de negocios, empresario, escritor, EEUU, JimRhom “la gente no fracasa porque su plan sea fracasar, fracasan porque no tienen ningún plan”. Esto es visible cuando las empresas tienen enfrente una competencia que les está captando clientes y posicionamiento en el mercado y no saben cómo reaccionar, para poder contrarrestar tal situación. No solo se necesita contar con las herramientas tecnológicas sino con capital humano con mentalidad de cambio.

El trabajo de Fierro (2005) sobre la gestión de la innovación, indica que en cualquier proceso de innovación están presentes cinco elementos básicos o factores que, de tenerlos en cuenta durante la incubación, maduración, implementación y aceptación del proceso de innovación, pueden garantizar en mayor medida el éxito de sus resultados. La gestión puede darse sin innovaciones, es la forma de hacer las cosas en las organizaciones. La innovación no puede hacerse sin o fuera de la gestión, la innovación es un proceso de la gestión, inherente a él. Los elementos básicos son: proceso, fin común, personas, recursos y agentes internos y externos. Estos factores ayudarán a tener mejor conocimiento, cómo implementar dicha acción para poder realizarla y obtener con la misma un resultado positivo que pueda garantizar el camino del éxito para las empresas que decidan innovar.

El trabajo de Figueredo (2010) sobre las Culturas Organizacionales de Innovación en Guatemala indica que “la diferencia entre una innovación y un invento estriba en si ya se ha dado una transacción económica – en el caso de una innovación comercial – alrededor de la misma, o una interacción en el caso de una innovación social. Esto quiere decir que alguien puede inventar un nuevo proceso pero si nadie lo utiliza o interactúa por medio de él, es solo un invento y no una innovación. “Esto es en conclusión que un invento no genera una innovación solo en materia, hay que trabajarlo para lograr la innovación; que genere un impacto favorable para la organización.

El trabajo de Bernad (2007) sobre la innovación empresarial, indica que la visión, guía de la innovación, y resultante de la inspiración aplicada a la observación, debe definirse con precisión, en términos de modificaciones en etapas de la cadena de valor del negocio, o de un nuevo modelo de negocio. Para lograr cumplirla es necesario adaptarse a los cambios que a lo largo del tiempo se hayan generado. Al hablar sobre la innovación empresarial se basa a que en el nuevo siglo las empresas se tienen que familiarizar con las herramientas que este siglo trae y una de ellas es la innovación, también es muy importante la visión estratégica por medio de ella se realizará una serie de estrategias para poder mantener el nombre de la empresa vigente en la mente de las personas.

En la investigación de Bernardo (2013) describe que para sobrevivir al actual contexto económico es imprescindible innovar, aunque la innovación no garantiza la supervivencia. Es verdad se tiene que complementar con conocimiento y un buen plan de mercadeo para enmarcar ese cambio. Pero no todas las empresas no innovan o realizan un cambio para ayudar a que su crecimiento se mantenga.

El trabajo de Figueredo (2010) sobre las Culturas Organizacionales de Innovación en Guatemala indica que “las características que hacen tan difícil la innovación están ligadas a la incertidumbre, complejidad y ambigüedad que caracterizan el proceso. Mucha información falta o no existe, no es posible predecir si los esfuerzos de investigación rendirán fruto, y hay cosas que no se sabe que se desconocen y que afectan el proceso”. En Guatemala estas características son marcadas por que hay renuencia al cambio, porque las organizaciones son centralizadas y el miedo es fuerte.

El trabajo de Silva (2015) sobre las empresas guatemaltecas que innovan, fueron reconocidas por la Asociación Guatemalteca de Exportadores; como las exportadoras que destacaron en el año. Este reconocimiento demuestra que la innovación es una ventaja para el éxito de las organizaciones claro que no solo con innovar se logrará tal objetivo pero es una herramienta que sea bien utilizada le permitirá a la empresa mantenerse en el mercado.

El trabajo de Hernández (2010) sobre la Innovación indica que la “la creatividad es la capacidad para inventar cosas nuevas, también llamada imaginación o ingenio. La creatividad del hombre ha hecho posibles los avances culturales, científicos y tecnológicos. A lo largo de la historia han existido personajes con gran creatividad como Arquímedes, Leonardo da Vinci, T.A. Edison, entre otros cuyas aportaciones son parte fundamental de la sociedad”. Esto refleja que la innovación y la creatividad van de la mano porque se necesita ser creativo al innovar en cualquiera de sus formas.

El trabajo de Figueredo (2010) sobre las Culturas Organizacionales de Innovación en Guatemala indica que “la tolerancia al riesgo se hace también evidente cómo se comparten ideas y se colabora al emprender proyectos de innovación. Estas prácticas denotan una actitud en la que hay también tolerancia a cometer errores y a los riesgos inherentes de co-desarrollar: Para poder desarrollar una idea se hace necesario compartirla, si no se comparte, quizá permanezca como una buena idea”. Esto hace referencia a que los emprendedores comparten las ideas para poder desarrollarlas y así poder construir o transformar las ideas a la práctica.

El trabajo de CEPAL (2009) en el libro Innovar para crecer dice “La crisis económica internacional provoca varios efectos negativos en la innovación. Por un lado, la caída de la tasas de crecimiento afecta en un alto grado la tasa de aprendizaje y la incorporación de innovaciones. Otros efectos negativos se producen sobre todo por la vía de una mayor aversión al riesgo y expectativas pesimistas e inestables, que reducen la inversión”. Es importante tomar en consideración que al hablar de crisis económica es un factor externo a las organizaciones pero es un punto que afecta fuerte el proceso de innovación; cuando hay crisis las empresas no les gusta invertir por el temor a que no sea rentable tal inversión.

1.2 Planteamiento del problema

Durante la crisis económica que vivió el mundo en el año 2008, Guatemala se vio afectada y las empresas se dedicaron a tratar de mantenerse en el mercado, por ende dejaron de desarrollar las herramientas oportunas para un mayor crecimiento. Tal es el caso de la innovación que es una herramienta primordial para lograr el éxito deseado de toda organización. Muchas empresas tienen temor en invertir más en el país y por consiguiente están más renuentes a realizar dichos cambios. Pero no se puede crecer si no se cambia de métodos, o procesos; puede ser falta de conocimiento por parte de la administración de las mismas.

Es probable que la falta de una visión bien definida con respecto al crecimiento que se desea en las organizaciones sea una causa del mismo sentir por medio del cual no se busca la innovación, también se debe de tener objetivos claros y una motivación constante al éxito. La resistencia al cambio puede ser una variable muy significativa por medio de los administradores y colaboradores, al no implementar esta herramienta las empresas están en riesgo de fracasar porque no logran mantenerse en el mercado; pues no se crean productos, servicios de alta calidad y que logren permanecer en la mente del consumidor.

En la actualidad las empresas tienen temor en realizar cambios que los saquen de su zona de confort pero es necesario hacer dichos cambios y si no se puede por medios propios está al alcance de toda organización guatemalteca buscar una alternativa para poder realizar tal implementación por medio de ayuda externa. Se puede mantener una mentalidad despierta para aceptar las oportunidades que se presentan por medio de la tecnología e innovación, y analizar los beneficios que conllevan tal aceptación. En consecuencia se logrará tener la perspectiva de ambos puntos de vista para lograr tomar la mejor decisión para la organización.

1.3 Pregunta de investigación

En consecuencia a lo anterior se plantea la siguiente interrogante:

¿Qué factores afectan a que las empresas guatemaltecas no sean innovadoras?

1.4 Justificación del problema

Con la presente investigación se espera realzar las necesidades o los factores que afecta a las organizaciones guatemaltecas para que implementen la innovación, es importante desarrollar las herramientas que el nuevo siglo trae por medio de la tecnología, tratar de romper paradigmas y crear espíritus emprendedores. Por medio de esta investigación dar las herramientas necesarias para lograr ese cambio y así lograr que las empresas guatemaltecas logren competir tanto a nivel nacional como fuera de las fronteras del país.

La innovación es una ventaja competitiva que toda organización implementa para lograr posicionarse en el mercado y buscar una mayor aceptación con los clientes, porque día con día los clientes buscan lo mejor de lo mejor a un precio accesible. Y esto solo se realizará si las empresas innovan para lograr ese éxito esperado.

1.5 Objetivos de investigación

1.5.1 Objetivo general:

Determinar las circunstancias que llevan a las empresas guatemaltecas a no implementar la innovación como medio de éxito y buscar las alternativas para lograr la misma.

1.5.2 Objetivos específicos:

1. Establecer las causas internas por las cuales las empresas guatemaltecas no implementan la innovación.
2. Identificar los factores que no permiten la innovación en las empresas guatemaltecas.
3. Encontrar alternativas para lograr que las empresas implementen la innovación.

1.6 Alcances y límites de la investigación

Alcances

El alcance de la investigación está aplicado a las empresas de Guatemala, se realizaran encuestas a los gerentes y mandos medios de las organizaciones que se evaluarán para lograr determinar cuál es su visión con respecto a la innovación.

Limites

Los limites que se pueden presentar es la fidelidad de la información proporcionada por los sujetos de la investigación por tratarse de datos o aspectos muy reservados de las organizaciones, otro factor importante es la falta de conocimiento del tema en cuestión; al no contar con ese conocimiento se podrá generar una empatía al realizar las encuestas . Otra limitación la constituye el tamaño de la muestra, que se tomará un número representativo de las empresas de la ciudad capital de Guatemala y esto generará que no se puedan generalizar los resultados obtenidos y así poder brindar las mismas alternativas para todas las empresas.

Capítulo 2

2. Marco teórico

“Constituye un corpus de conceptos de diferentes niveles de abstracción articulados entre sí que orientan la forma de aprehender la realidad. Incluye supuestos de carácter general acerca del funcionamiento de la sociedad y la teoría sustantiva o conceptos específicos sobre el tema que se pretende analizar.”(Ruth, S. et al, 2005, p.34)

Innovación

Es un factor muy importante dentro del mundo empresarial porque es una herramienta que ayudará a mantener el nombre de la institución en la mente de los clientes.

“En una organización, esto puede significar un nuevo producto, un nuevo servicio o una nueva forma de hacer de hacer las cosas.”(Koontz, H. et al, 2008, p.167)

Innovación tecnológica

La tecnología es de mucha ayuda para que las empresas guatemaltecas logren crecer y a su vez mantenerse en el mercado, y lograr el crecimiento que se han propuesto.

“Es un factor decisivo a la hora de medir la capacidad de ser líder de algunas empresas. Muchas empresas han perdido sus posiciones consolidadas a lo largo de muchos años por no entender una premisa básica de la actualidad. Las ventajas competitivas derivan del conocimiento científico convertido en tecnología”. (Martínez, 2006, p.12)

Innovación de producto

Este tipo de innovación es necesaria para las empresas que desarrollan productos, son herramientas que logran mantener la creatividad en los mismos; y esto aumentara la demanda en el mercado pues serán productos de moda.

“Implica la incorporación de productos (bienes o servicios) nuevos para la empresa o para el mercado. También se considera innovación de producto las mejoras sensibles en los productos, las cuales se entienden que afectan a sus especificaciones técnicas, componentes

y materiales, software incorporado, facilidad de uso u otras características funcionales.”(García, 2010, p. 50)

Innovación de procesos

En la actualidad es primordial mantener procesos de última generación para que las organizaciones mantengan su ventaja competitiva y logren optimizar recursos, materia prima, o tiempo.

“la podemos encontrar en todo tipos de sectores, tanto nuevos como tradicionales, por ejemplo, las electrónicas de diagnóstico para talleres de automoción supone la variación de los procesos existentes en este sector.”(García, 2010, p.52)

Innovación organizacional

En las organizaciones que mantienen organizaciones centralizadas para su crecimiento es primordial efectuar la innovación organizacional para lograr captar todo lo bueno que hay en el mercado y lograr que las empresas crezcan.

“La mayor división del trabajo es uno de los motores de los aumentos de productividad en el largo plazo, en la medida que la especialización dentro de las firmas y entre diferentes firmas permite explotar economías de escala y favorece los procesos de aprendizaje. Sin embargo, con mayor especialización también se producen asimetrías y conflictos que dificultan la interacción y la comunicación y limitan los aprendizajes y la recombinación de conocimientos situados en diferentes sitios del sistema de innovación. Las innovaciones organizacionales buscan responder a estas dificultades creando nuevos mecanismos de gobernabilidad al interior de las organizaciones y entre organizaciones.”(CEPAL, 2009, p.33).

Los procesos de la innovación

Al hablar de innovación se debe de tomar en consideración que es una serie de etapas o procesos que la organización debe de ir captando y realizar paso a paso las mejoras que conlleva cada uno de los procesos, al paso del tiempo se llegará a incorporar todas las etapas y su fin será el crecimiento continuo que llegará al éxito esperado.

“La innovación, empieza por la innovación tecnológica, se ha explicado en el pasado por algunos analistas como un proceso lineal que tenía su origen en la aplicación de unos inputs de conocimiento, que para la innovación tecnológica eran fundamentalmente los recursos en I+D, y resultaba en unos outputs en forma de nuevos bienes, servicios o procesos. Este modelo de algún modo sugería que la forma de ser más innovadores era precisamente aumentar esos inputs. Hoy día casi todos los estudiosos coinciden en considerar la innovación como un procedimiento mucho más complejo que permite generar outputs no sólo sumando muchos inputs, sino realimentando los resultados de muchas actividades intermedias relacionadas entre sí mediante esta dinámica no lineal.”(Cotec, 2010, p20).

Creatividad e innovación

Son factores con una similitud muy limitada y en ocasiones se podrá confundir para innovar se tiene que ser creativo, y así lograr un perfecto cambio.

“Creatividad e innovación son el punto central para el proceso empresarial. La actividad empresarial empieza con el acto creativo: crear algo que no existiría sin el empresario. El gerente empresarial también puede motivar a las personas al permitirles seguir sus propias ideas creativas (Koontz, H. et al, 2008, p.40).

Empresa innovadora

Son empresas que están siempre a la vanguardia de la tecnología, logran implementar las herramientas que les ayudaran a mantenerse en la mente del consumidor.

“Es una empresa que tiene equipos de trabajo comprometidos, voluntad empresarial, que asume riesgos y, sobre todo, mucho trabajo duro diario resolviendo problemas,

satisfaciendo necesidades, siendo creativos, mejorando productos y servicios y, por encima de todo personas que sean capaces de romper el miedo a cambiar.”(Martínez, 2006, p.2).

Ilustración No.1

Proceso lineal de innovación



Fuente: García, 2010, p. 61

Cultura corporativa

Al hablar de cultura corporativa es la forma que sus colaboradores logran adaptarse a los cambios que podrán generar los nuevos colaboradores y lo importante es la forma de desenvolverse y ayudar a los nuevos colaboradores a adaptarse a la cultura de la organización.

“Es lo que identifica la forma de ser de una empresa y se manifiesta en las formas de actuación ante los problemas y oportunidades de gestión y adaptación a los cambios. Se exterioriza en forma de creencias y talentos colectivos que se transmiten y se enseñan a los nuevos miembros como una manera de pensar, vivir y actuar.”(Martínez, 2006, p.4)

Creatividad

Es la habilidad inherente que tienen las personas con una mente innovadora, son personas que mantienen una visión a futuro.

“Es una habilidad humana, un intangible y, como tal a pesar de sus claras y múltiples manifestaciones, resulta difícil aprehender en una definición única que además sea susceptible de una admisión generalizada.”(López, 2005, p.11)

La crisis económica

Es un factor importante para que las empresas guatemaltecas innoven, en la actualidad la economía está es un proceso de altibajos que afianzan a que los directivos de las organizaciones tengan temor en realizar nuevos cambios.

“La crisis económica internacional provoca varios efectos negativos en la innovación. Por un lado, la caída de la tasas de crecimiento afecta fuertemente la tasa de aprendizaje y la incorporación de innovaciones. Otros efectos negativos se producen sobre todo por la vía de una mayor aversión al riesgo y expectativas pesimistas e inestables, que reducen la inversión. Por otro lado, el menor dinamismo del sector exportador desempeña un papel destacable, ya que el comercio internacional es una fuente importante de aprendizaje.”
(Cimoli, et al, 2009, p.16)

La competitividad

Es reforzar las ventajas competitivas de las organizaciones, para lograr captar a los compradores y sobre todo mantener a los clientes actuales.

“Se basa en la creación por parte de las empresas de ventajas competitivas, es decir, de un saber hacer único que pueda sostenerse en el mercado durante el periodo más largo de tiempo posible.”(García, 2010, p.65)

Tecnología

Se trata de captar las herramientas de la actualidad y con el conocimiento adquirido desarrollar estrategias para generar las ventajas necesarias y lograr un crecimiento continuo en el mercado.

“Se refiere a la suma total del conocimiento que poseemos sobre cómo hacer las cosas. Incluye inventos, técnicas y el amplio cumulo de conocimiento organizado acerca de todo, de la aerodinámica a la zoología.”(Koontz, H. et al, 2008, p.40)

Ilustración No. 2
Pirámide del conocimiento



Fuente: García, 2010, p.21

Empresa

Son instituciones organizadas que están agrupadas por personas, herramientas y una serie de factores para lograr satisfacer las necesidades del público en general.

“La empresa es una entidad económica organizada, formada por personas, capital y trabajo, factores que se reúnen para la producción, transformación, distribución, administración de bienes o para la prestación de un servicio, por medio de uno o más establecimientos de comercio, con el ánimo de generar utilidades y distribuirlas entre las personas que la integran.” (Altahona, 2009, p.2)

Perfil de la empresa

Es la estructura de la organización es lo primordial para que una empresa logre desarrollarse y mantenerse en el mercado.

“Es casi siempre el punto de partida para determinar dónde está posicionada la compañía y hacia donde debería ir. De tal forma que la alta gerencia determina la misión de la empresa y aclara su orientación geográfica.” (Koontz, H. et al, 2008, p.133)

Empresa industrial

Este tipo de organizaciones se especializan en adquirir la materia prima y lograr un producto terminado para su distribución.

“Son aquellas que adquieren una materia prima, la procesan y venden un nuevo producto terminado para la venta. Ejemplo: confecciones, productoras de alimentos procesados como las carnes frías.” (Altahna, 2009, p.4)

Empresa comercial

Son canales de distribución se caracterizan por adquirir productos terminados y realizar la venta.

“Estas adquieren un producto terminado y lo venden, es decir que no sufren ningún cambio. Ejemplo: distribuidora de calzado, supermercados.” (Altahna, 2009, p.4)

Empresa de servicios

Son empresas que no comercializan productos su función es dar un servicio que no se ve pero su valor es indispensable.

“Buscan prestar un servicio a la comunidad, por lo general son de carácter intangibles. Ejemplo: servicios públicos, médicos, seguros entre otros.” (Altahna, 2009, p.4)

Empresas internacionales

Estas están fuera de las fronteras de Guatemala.

“Realizan transacciones entre fronteras nacionales. Estas transacciones incluyen la transferencia de bienes, servicios, tecnología, conocimiento gerencial y capital de otros países.”(Koontz, H. et al, 2008, p.65)

Corporaciones multinacionales

En la actualidad es muy común ver este tipo de organizaciones en el país, en general son empresas con sede en un país determinado y realizan sus operaciones en otros.

“Tienen su sede en un país determinado, pero sus operaciones las realizan en muchos otros más.”(Koontz, H. et al, 2008, p.66)

Planeación estratégica

Es una herramienta primordial para lograr una visión a futuro y crear los objetivos necesarios para cumplirla.

“Es la herramienta que se debe utilizar cuando se tienen adversarios al frente, a diferencia de una planeación idealizada en donde todo se puede lograr, al menos teóricamente. La planeación estratégica siempre deriva en la generación de estrategias para vencer todas las adversidades que se hayan presentado en el camino, incluyendo vencer al o a los enemigos, o al menor penetrar en el mercado y convivir con los demás oferentes.” (Baca, 2013.p97)

Emprendedores

Son personas con una visión muy alta que buscan crear y no le tienen temor al fracaso.

“Tienen la habilidad de ver una oportunidad, obtener el capital, mano de obra y otros insumos necesarios y luego unirlos en una operación exitosa. Están dispuestos a asumir el riesgo personal del éxito y el fracaso.”(Koontz, H. et al, 2008, p.210)

Ambiente externo presente y futuro

Este proceso lo que busca es evaluar las amenazas y oportunidades y desarrollar estrategias para minimizar y fortalecer las oportunidades, que puedan perjudicar a las organizaciones.

“Debe ser evaluado en términos de amenazas y oportunidades. La evaluación se enfoca en la situación competitiva, así como en el factores económicos, sociales, políticos, legales, demográficos y geográficos.”(Koontz, H. et al, 2008, p.135)

Ambiente interno

Es el factor importante en las organizaciones porque se trata del capital humano de las empresas en él están las fortalezas y debilidades de las organización por ende.

“Debe ser auditado y evaluado con respecto a sus recursos y fortalezas, debilidades en investigación y desarrollo, producción, operación, compras, marketing, productos y servicios. Deben evaluarse otros factores internos importantes para formular una estrategia, los cuales incluyen los recursos humanos y financieros, así como la imagen de la compañía, estructura y clima de la organización, sistema de planeación y control y relaciones con los clientes.”(Koontz, H. et al, 2008, p.135)

Competencia global

Es importante visionarse a nivel global para poder desarrollar estrategias necesarias para lograr competir en un mercado que día con día es cambiante.

“Las empresas aceptan el hecho de que, para prosperar, deben visualizar en términos globales a sus clientes, proveedores, localización de sus instalaciones y competidores. La mayoría de los productos actuales son una combinación de materiales y servicios provenientes de todo el mundo.” (Krajewski, L. et al, 2008, p.14)

Globalización

Es cuando las empresas materializan su visión.

“La mayoría de las corporaciones grandes tienen presencia internacional, las ganancias de la globalización no solo benefician a las corporaciones occidentales, sino también resultan en ingresos más altos para personas de otros países.” (Koontz, H. et al, 2008, p.11)

Espíritu empresarial

Es la actitud que todos los directivos de las organizaciones deben tener para lograr el éxito esperado.

“Es visto por los gobiernos como un medio para incrementar el empleo y la prosperidad entre sus pueblos, en tanto que organizaciones, grandes y pequeñas, encuentran que la innovación y la expansión empresarial en nuevos mercados son esenciales para su éxito y supervivencia en mercados cada vez más competitivos que están enlazados globalmente a través de tecnologías de comunicación más sofisticadas y siempre presentes.”(Koontz, H. et al, 2008, p.12)

Innovación radical o incremental

Es ver si el cambio será paso a paso o de una sola vez, se recomienda realizar un cambio incremental para visualizar cada paso de una forma puntual.

“En función del grado de novedad, una innovación será radical si supone la aparición de algo totalmente nuevo, o bien, incremental si es una mejora significativa de algo existente. La primera será la más difícil de generar y puede conllevar un liderazgo en el mercado”. (Barba, 2011, p26)

Capítulo 3

3. Marco metodológico

“Toda investigación se fundamenta en un marco metodológico, el cual define el uso de métodos, técnicas, instrumentos, estrategias y procedimientos a utilizar.” el marco metodológico como la instancia referida a los métodos, las diversas reglas, registros, técnicas y protocolos con los cuales una teoría y su método calculan las magnitudes de lo real”. (Balestrini, 2006, p125)

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación utilizado fue mixta, se necesitaron las características de las empresas no innovadoras y por qué no lo hacen; y a su vez realizar cuadros numéricos para ponderar los factores por el cual se da esa falta de innovación.

3.2 Sujetos de investigación

Los sujetos de investigación fueron gerentes y mandos medios de empresas ubicadas en la ciudad de Guatemala.

3.3 Instrumentos de recopilación de datos

El instrumento que se utilizó para desarrollar la investigación fue una encuesta que estuvo conformada por ocho preguntas cerradas.

Encuesta

Está constituida por una serie de preguntas que están dirigidas a una porción representativa de una población, y tiene como finalidad averiguar estados de opinión, actitudes o comportamientos de las personas ante asuntos específicos.

3.4 Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó fue exploratorio, porque es un tema de novedad, y se busca dar a conocer más sobre el tema y desarrollar variables que ayuden a desarrollarlo para que no sea un factor negativo dentro del crecimiento de las organizaciones guatemaltecas.

Capítulo 4

4. Ejecución y resultados de la investigación

Se define como la información que se obtiene de la investigación donde se realiza la indagación de campo con base en el tema propuesto. El fin de efectuar dicho estudio, es para conocer el motivo por el cual las empresas en Guatemala no innovan; y a su vez estar al tanto de las consecuencias que esto implica para su crecimiento y duración. Para esto es necesaria la recolección de datos verídicos para conocer la realidad de la organización.

4.1 Muestreo

La cantidad total de la muestra ascendió a 2,585 empresas que se encuentran en la ciudad capital. Para obtener una muestra representativa de los sujetos a entrevistar, se utilizó la siguiente fórmula en donde:

- Nivel de confianza o seguridad: 95%
- Precisión: 3%
- Proporción esperada: 5%

La fórmula que se utilizó para el cálculo de la muestra es la de población finita, esto quiere decir que se conoce la población y es la siguiente:

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{2,585 * (1.96)^2 * 0.95 * 0.05}{(0.03)^2 * (2,585 - 1) + (1.96)^2 * 0.95 * 0.05}$$

$$n = \frac{471.70046}{2.508076}$$

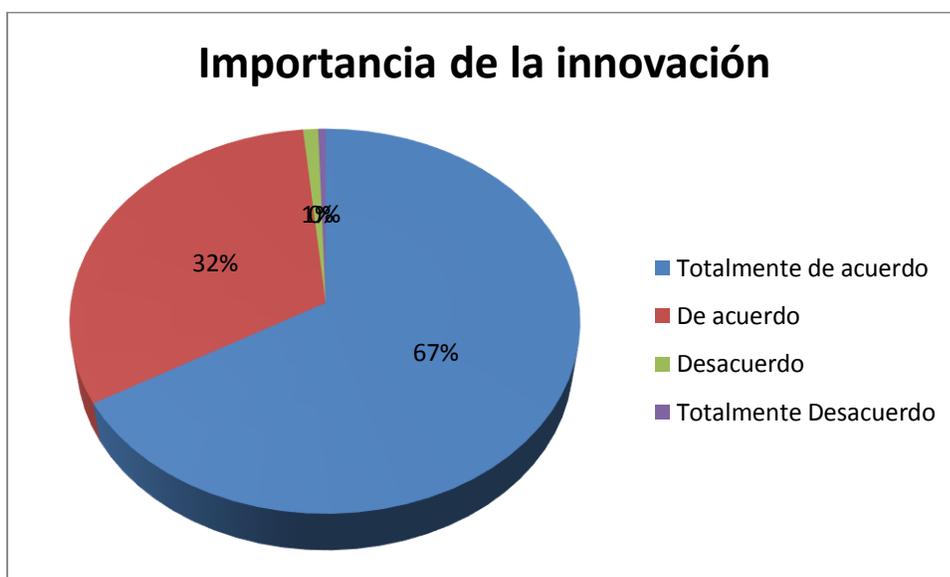
$$n = 188.0726342 = 189 \text{ encuestas}$$

4.2 Presentación de resultados

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas realizadas a las empresas de la ciudad capital. Cada uno muestra de forma gráfica los datos más relevantes sobre el tema de la falta de innovación en las empresas guatemaltecas como factor negativo para su crecimiento.

Ilustración No. 3

Gráfica 1: ¿Considera importante que las empresas innoven?

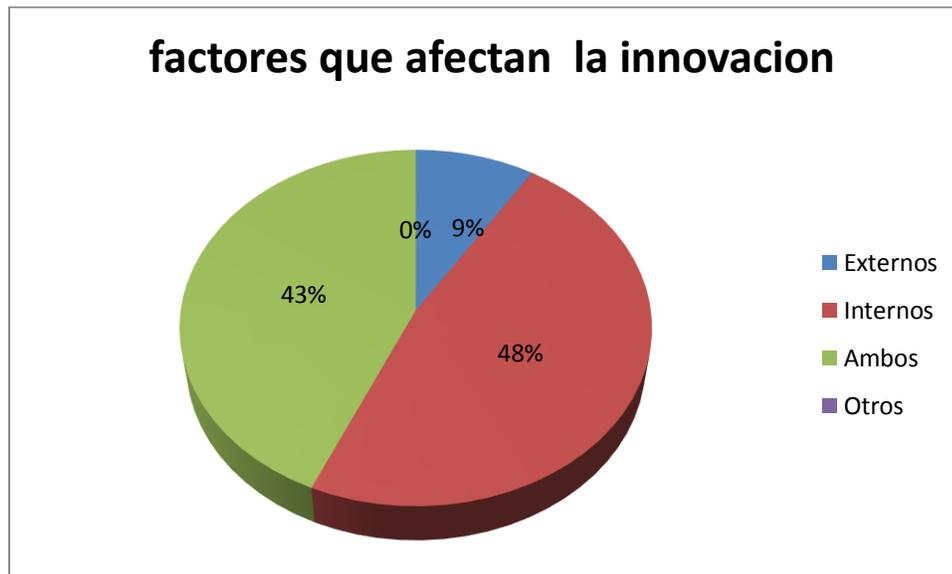


Fuente: elaboración propia, marzo 2016.

De los 189 encuestados, 128 personas consideran importante que las empresas innoven para mantenerse en el mercado y alcanzar el éxito estipulado en su misión estratégica. Es necesario contar con esa herramienta para tener una ventaja competitiva y sostenible; y a su vez, poder optar a todos los beneficios que eso conlleva.

Ilustración No. 4

Gráfica 2: ¿Cuáles son los factores que afectan la implementación de la innovación en las empresas?

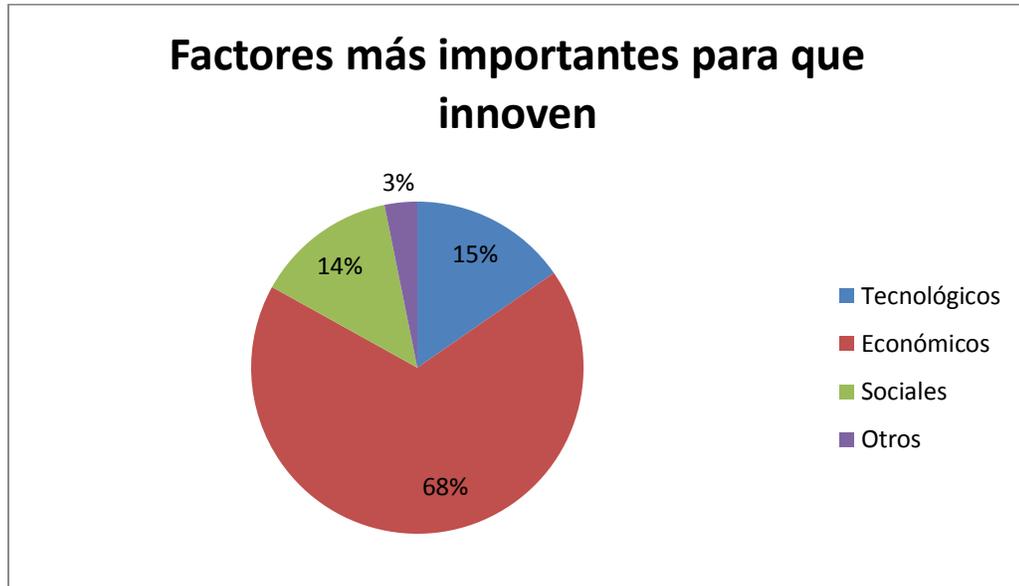


Fuente: elaboración propia, marzo 2016.

Del total de encuestados, 90 personas han indicado que el factor interno es el que más afecta para que se realice la implementación de la innovación en las empresas, esto se debe a la falta de conocimiento y recursos económicos son elementos muy difíciles de controlar; porque el factor económico es pieza fundamental para que una empresa logre crecer y en consecuencia el temor a realizar la implementación.

Ilustración No. 5

Gráfica 3: ¿Qué factores considera más importantes para que las empresas no innoven?

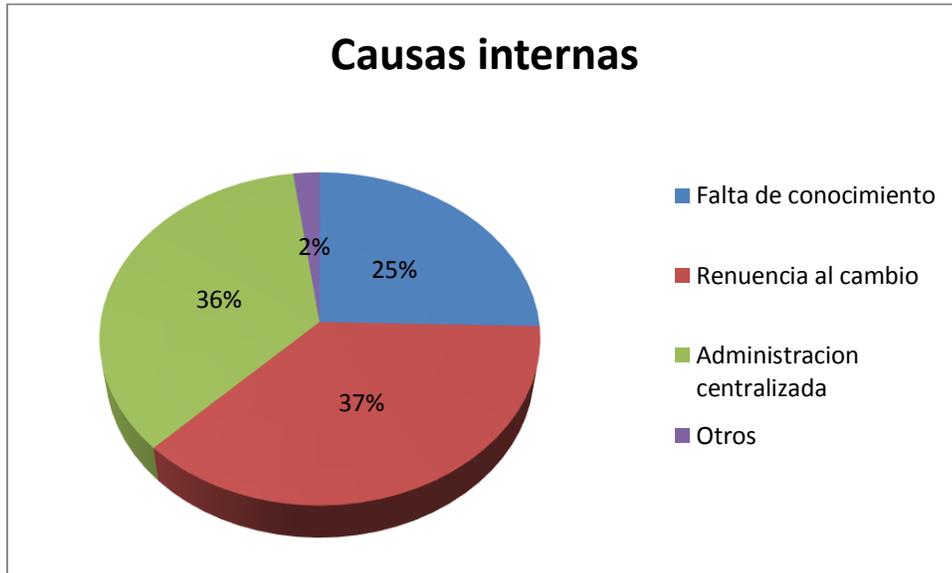


Fuente: elaboración propia, marzo 2016.

Del total de encuestados, 128 personas han indicado que consideran que el factor más importante para que las empresas no innoven es el económico, porque por falta del mismo no logran implementar métodos actuales y tecnológicos idóneos para la organización. Este factor es de dos vertientes tanto interno como externo en el vertiente interna toda empresa al contar con recurso económico limitado piensa mucho realizar tales implementaciones y en la vertiente externa las empresas tienen temor en invertir cuando el futuro es incierto.

Ilustración No. 6

Gráfica 4: ¿Cuál cree que es la causa interna que más perjudica para la implementación de la innovación en las empresas?

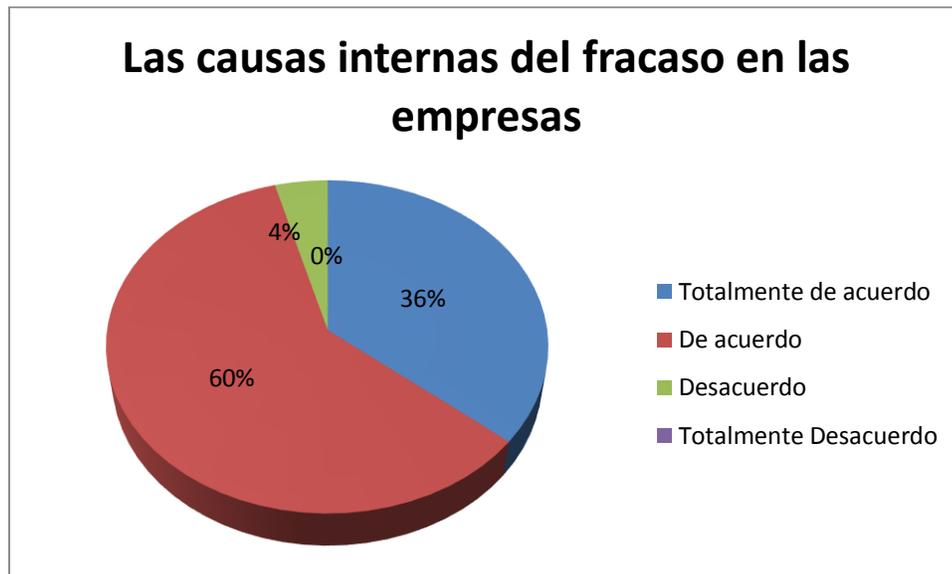


Fuente: elaboración propia, marzo 2016.

Del total de encuestados, 70 personas creen que la causa interna que más perjudica para la implementación de la innovación en la empresa es la renuencia al cambio; a su vez también 67 personas consideran a la administración centralizada como factor perjudicial. Estos factores son nocivos porque no se adaptan a las nuevas tendencias de siglo XXI, además no delegan responsabilidades que son vitales para el desarrollo y desempeño individual del empleado.

Ilustración No. 7

Gráfica 5: ¿Considera que las causas internas afectan principalmente al fracaso de la empresa?

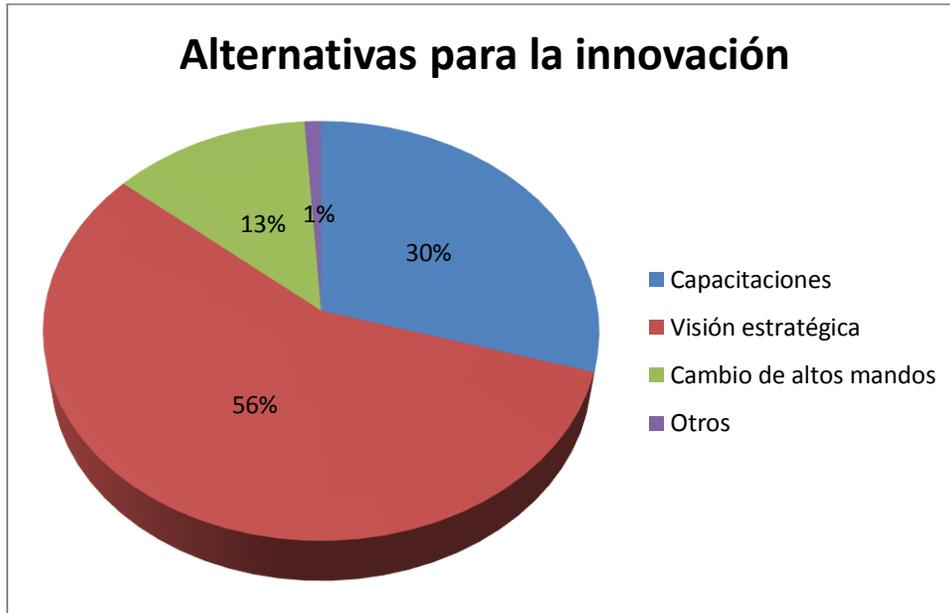


Fuente: elaboración propia, marzo 2016.

Del total de encuestados, 113 personas respondieron que consideran que las causas internas afectan principalmente al fracaso de la empresa, porque la empresa depende en un porcentaje muy alto de dichos factores para su buen funcionamiento. Son factores que cuesta mucho poder cambiarlos o mejorarlos, porque en su mayoría se crea una fuerte renuencia al cambio; a su vez, son empresas que cuentan con una administración centralizada.

Ilustración No. 8

Gráfica No. 6: ¿Cuáles de las alternativas siguientes considera que ayudarían a la implementación de la innovación?

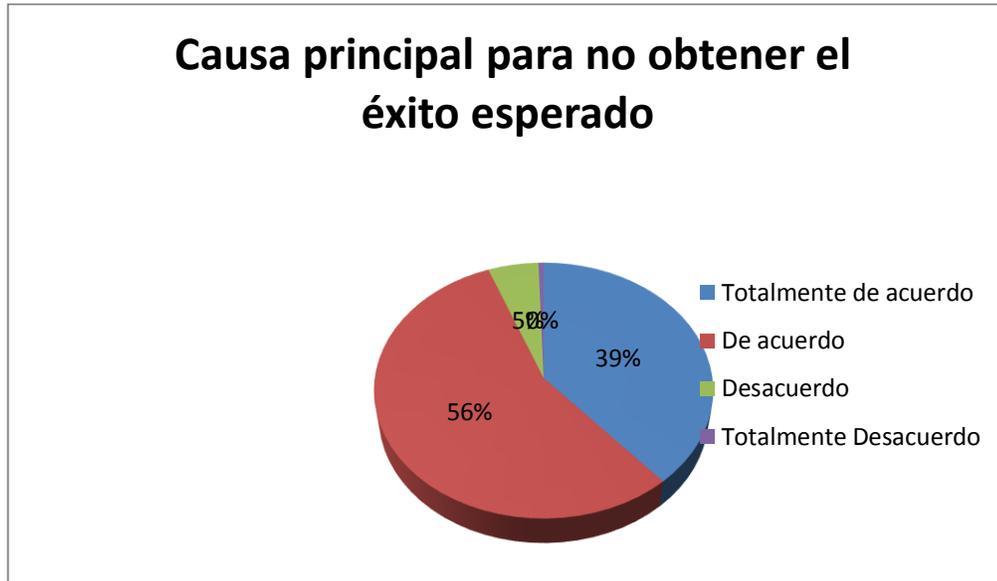


Fuente: elaboración propia, marzo 2016.

Del total de encuestados, 107 personas respondieron que consideran que la visión estratégica ayudaría a la implementación de la innovación en las empresas guatemaltecas, porque es el rumbo por el cual la organización se va a guiar. Al contar con una visión estratégica correcta llevará a las empresas a ver a futuro donde se desea estar, y al realizarla de esa manera las estrategias de centralizan; formará una ventaja competitiva fortalecida.

Ilustración No. 9

Gráfica 7: ¿Cree que la falta de innovación en las empresas es la causa principal para no obtener el éxito esperado?



Fuente: elaboración propia, marzo 2016.

Del total de encuestados, 105 personas están de acuerdo que la falta de innovación en las empresas es la causa principal para no obtener el éxito esperado, porque su ausencia genera falta de herramientas y visión a futuro y como resultado, las empresas son estacionarias. En la actualidad al no innovar se disminuye la oportunidad de competir de una manera adecuada; captar a la nueva generación sin ser una organización visionaria es muy difícil, y esto perjudica la competitividad de la misma y genera como consecuencia que las empresas no alcancen el objetivo que esperaran.

Ilustración No. 10

Gráfica 8: ¿Le gustaría recibir más información acerca de los beneficios que genera la implementación de la innovación?



Fuente: elaboración propia, marzo 2016

Del total de encuestados, 133 personas indicaron que siempre les gustaría recibir información acerca de los beneficios que genera la implantación de la innovación porque adquieren conocimientos nuevos y el trabajo no se vuelve tedioso y aburrido. Para mantenerse en la mente del consumidor es importante tener las herramientas y estrategias de la actualidad.

Capítulo 5

5. Discusión y análisis de resultados

5.1 Discusión de resultados

A continuación se presenta una discusión de los resultados encontrados en el trabajo de campo, en el cual se manejó como instrumento de investigación una encuesta con ocho preguntas cerradas, bien estructuradas, dirigidas a empleados de las áreas administrativas de empresas de la ciudad capital, los cuales tienen una relación con el tema de investigación, todo esto con el fin de identificar, analizar y comparar el alcance de los objetivos.

La innovación es muy importante para el crecimiento, sostenibilidad, ventaja competitiva de las organizaciones en Guatemala y en general en cualquier parte del mundo, por medio de ella las empresas pueden desarrollar diversas oportunidades dentro del sector en el que se desenvuelvan, a su vez la implementación de la misma crea herramientas de logística, tecnológicas y de mercado que sabiéndolas utilizar de la mejor manera creará una fuerte ayuda para el crecimiento de las empresas; y así se podrá mantener su posición en el mercado.

Según lo define Martínez (2006) la innovación es un factor decisivo a la hora de medir la capacidad de ser líder de algunas empresas. Muchas empresas han perdido sus posiciones consolidadas a lo largo de muchos años por no entender una premisa básica de la actualidad. Las ventajas competitivas derivan del conocimiento científico convertido en tecnología. (pag.12)

Dentro del análisis de las preguntas enfocadas a la innovación, se encontró que los empleados consideran primordial que las empresas innoven porque es de gran importancia, atribuyen que es vital para el pleno funcionamiento en sus labores y es esencial para que las empresas crezcan y se mantengan en un nivel sostenible. Y la falta de la misma crea un nivel de insatisfacción dentro de las empresas porque en ocasiones es por falta de conocimiento o por la centralización en la toma de decisiones del área administrativa de las mismas.

Dentro de los factores que pueden afectar la falta de innovación en las empresas Guatemaltecas el factor interno es el que más importancia crea a la hora de verificar las posibles consecuencias de la falta de las mismas y a su vez es el más difícil de poder desarrollar o cambiar puesto que es el factor donde se involucra directo el capital humano de las organizaciones.

Según lo define Koontz (2008) el factor interno debe ser auditado y evaluado con respecto a sus recursos y fortalezas, debilidades en investigación y desarrollo, producción, operación, compras, marketing, productos y servicios. Deben evaluarse otros factores internos importantes para formular una estrategia, los cuales incluyen los recursos humanos y financieros, así como la imagen de la compañía, estructura y clima de la organización, sistema de planeación y control y relaciones con los clientes.(pag.135)

Dentro del análisis de las preguntas enfocadas a que factor consideran el causante principal para que las empresas no innoven, se encontró que los empleados consideran como causante el factor interno, éste es de gran importancia y el más renuente al cambio, atribuyen tal factor porque está ligado al capital humano y cuando las organizaciones son centralizadas es muy difícil poder implementar tal decisión. Y la falta de la misma no deja que las empresas alcancen el crecimiento esperado y por consecuencia muchas de ellas son llevadas al fracaso.

El factor económico es otro ente determinante para que las empresas Guatemaltecas no logren innovar, puesto que se puede contar con la visión y deseos de implementarla pero en la actualidad y con la crisis financiera que vive el país es en ocasiones factor determinante para no realizar tal acción. Se debe tomar en consideración que la crisis no solo es interna al hablar de Guatemala sino las repercusiones que contrae la gran crisis internacional; es una gran variante porque la mayoría de las empresas en Guatemala para su formación o crecimiento su fuente de ingreso son los aportes de los guatemaltecos que residen en otras fronteras.

Según lo define Cimoli (2009) La crisis económica internacional provoca varios efectos negativos en la innovación. Por un lado, la caída de las tasas de crecimiento que afecta la tasa de aprendizaje y la incorporación de innovaciones. Otros efectos negativos se producen sobre todo por la vía de

una mayor aversión al riesgo y expectativas pesimistas e inestables, que reducen la inversión. Por otro lado, el menor dinamismo del sector exportador desempeña un papel destacable, y el comercio internacional es una fuente importante de aprendizaje. (pag.16)

Dentro del análisis de las preguntas enfocadas al factor económico, se encontró que los empleados consideran primordial este factor como el causante de que las empresas no logren innovar y es de gran importancia, atribuyen que es vital para el pleno funcionamiento en sus labores y es esencial para que las empresas crezcan y se mantengan en un nivel sostenible. Y la falta del mismo afecta mucho tanto en el ámbito interno como externo el funcionamiento de las empresas, y a su vez es el motor que genera las herramientas adecuadas para lograr la innovación.

Conclusiones

1. De acuerdo a los resultados de la investigación realizada, se concluye que existen diversas causas que conllevan a las empresas a desistir en las operaciones de sus negocios; el factor más importante es la innovación, dicho concepto incrementa la calidad y genera un cambio significativo en los procesos empresariales.
2. Es evidente que el ambiente interno empresarial contiene diversos procesos que de una manera continua van variando debido a nuevos avances, mientras más se adapte la institución a nuevos cambios, los resultados serán positivos y la empresa logrará subsistir en el mercado.
3. De acuerdo a los datos recabados durante el desarrollo de la presente tesis, se comprobó que los factores externos son un obstáculo para el crecimiento y superación de las organizaciones, estos elementos pueden ser económicos, en determinadas ocasiones no se cuenta con el capital suficiente para adquirir nuevos equipos, mobiliarios, maquinarias o herramientas que proporcionen mejoras en la productividad laboral.
4. Con base a los resultados de la investigación realizada, existen diversas alternativas que las empresas pueden implementar para empezar un cambio radical y significativo en la organización y renovarse dentro del mercado para competir con otras entidades; la planeación estratégica, es importante para que las empresas estén cambiando su visión y misión conforme se cumplan sus metas y objetivos.

Recomendaciones

1. Que la empresa objeto de estudio, realice una investigación sobre las nuevas tendencias en tecnología e innovación y fomentar de una manera gradual los cambios más relevantes, asimismo, capacitar dentro de la organización al personal para enseñarles el concepto y definición de innovación, los beneficios que conlleva dicha teoría y mostrarles los posibles resultados que se obtendrían al cambiar los procesos laborales; es importante que la empresa capacite a los altos mandos primero, de este modo, serán ellos quienes instruyan a los colaboradores y les proporcionan las herramientas necesarias para facilitar su trabajo y así incrementar la eficiencia.

2. Se recomienda a la organización que al contratar personal para dirigir las gerencias o jefaturas, los individuos sean personas capacitadas y estudiadas no solo en conceptos de administración, finanzas y mercadeo, sino también en comunicación, motivación, innovación y liderazgo. Estos profesionales deben ser capaces de administrar el cambio en la organización e inculcar en sus subordinados el emprendimiento y creatividad para desarrollar de una manera correcta sus funciones y motivarlos a proporcionar ideas viables que puedan mejorar las actividades laborales.

3. Se recomienda a la empresa objeto de estudio, adquirir de una manera gradual nuevos equipos y mobiliarios, herramientas y utensilios para mejorar el proceso productivo; obtener nuevos dispositivos de alta tecnología para mejorar la comunicación departamental, las actividades de mercadeo y publicidad, facilitar las transacciones de compra y venta y proporcionar un servicio personalizado al consumidor. Es importante fomentar en cada área la aceptación a nuevos cambios, porque ellos determinaran el crecimiento constante y mantendrán latente las actividades comerciales.

4. Se recomienda a la organización realizar capacitaciones constantes a todo el personal de la institución, en temas como la RSE, la alta tecnología, el comercio y los negocios electrónicos, la globalización y las redes sociales, conceptos que fomenten una nueva mentalidad y proyectar una visión futurista. También es relevante que cada empleado posea estudios superiores no solo para incrementar su experiencia laboral sino para bienestar personal y superación profesional, dichos estudios académicos desarrollaran a la persona en la empresa y en la sociedad actual. A su vez, la empresa debe establecer metas y objetivos factibles de una forma continua, esto cambiará su visión y misión, con el fin de crecer a nivel empresarial y renovarse siempre en el mercado.

Referencias

Libros

Con un autor

Altahona, T. (2009). *Libro practico sobre contabilidad general*. Bucaramanga: UDI

Bacca, G. (2013). *evaluación de proyectos*. (7ed.)México: McGraw Hill

Banco de Guatemala. (2014). *Actualización del directorio nacional de empresas y sus locales*. Guatemala.

Barba, E. (2011). *Innovación 100 consejos para inspirarla y gestionarla*. (1ed.)España

Cotec. (2010) *La innovación en sentido amplio: un modelo empresarial Análisis conceptual y empírico*. Madrid

García, J. (2010). *Innovar en la era del conocimiento*. (1ed.)España: editorial Netbiblo.

Herrera, R. (2011). *Conocimiento, innovación y desarrollo*. (1ed.)Costa Rica: I.G.E. editorial

López, C. (2005). *Creatividad e innovación en la práctica empresarial*. Madrid: fundación Cotec, colección estudios.

Martínez, L. (2006). *Gestión del cambio y la innovación en la empresa*. (1 ed.)Vigo: ideas propias editorial.

Universidad Panamericana (2008). *Manual de estilo de trabajos académicos*. Guatemala.

Universidad Panamericana (2015). *Directiva para normar proceso de egreso II y II*. Guatemala: Facultad de Ciencias Económicas.

Con dos autores

CEPAL/SEGIB. (2009) *Innovar para crecer: desafíos y oportunidades para el desarrollo sostenible e inclusivo en Iberoamérica*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

Con tres o más autores

Koontz, H. et al (2008). *Administración una perspectiva global y empresarial*. (13 ed.)México: McGraw Hill

Krajewski, L. et al (2008). *Administración de operaciones procesos y cadenas de valor*. (8ed.)México: Pearson Educación

Lederman, H. et al (2014) *El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación-Resumen*. Washington, DC: Banco Mundial. Licencia: CreativeCommonsAtribution CCBY 3.0

Sampieri, R. et al (2010) *Metodología de la investigación*. (5ed)México: McGraw Hill

Sautu, R. et al (2005). *Manual de metodología construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires: CLACSO. Colección campus virtual.

Internet

Referencias firmadas

Bernad, J. (2007). *Innovación y organización empresarial*. Recuperado: 05.10.2015 <http://www.gestiopolis.com/innovacion-y-organizacion-empresarial/>

Hernández, I. (2010) *Innovación tecnológica*. Recuperado: 10.04.2016 <http://www.gestiopolis.com/innovacion-tecnologica-y-desarrollo-socioeconomico/>

Rosales, A. (2015). *Gestión de la innovación. Reflexión*. Recuperado: 05.10.2015 <http://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-innovacion-reflexion/>

Anexos



Anexo 1

Encuesta

Sexo: F: ____ M: ____

Edad: ____

Estado civil: soltero ____ casado: ____

Instrucciones:

La siguiente encuesta se realiza con la intención de conocer porque las empresas guatemaltecas no innovan. A continuación encontrará una serie de enunciados, debe marcar con X la respuesta que más se adecue a su opinión, marque solo una respuesta por enunciado.

No.	Pregunta				
1	Considera importante que las empresas innoven.	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	Totalmente desacuerdo
2	Cuáles son los factores que afectan la implementación de la innovación en las empresas.	Externos	Internos	Ambos	Otros
3	Qué factores considera más importantes para que las empresas no innoven.	Tecnológicos	Económicos	Sociales	Otros
4	Cuál cree que es la causa interna que mas perjudica para la implementación de la Innovación en las empresas.	Falta de conocimiento	Renuencia al cambio	Administración centralizada	Otros
5	Considera que las causas internas afectan principalmente al fracaso de las empresas.	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	Totalmente desacuerdo
6	Cuáles de las alternativas siguientes considera que ayudarían a la implementación de la innovación.	Capacitaciones	Visión estratégica	Cambio de altos mandos	Otros
7	Cree que la falta de innovación en las empresas es la causa principal para no obtener el éxito esperado.	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	Totalmente desacuerdo
8	Le gustaría recibir más información acerca de los beneficios que genera la implementación de la innovación.	Siempre	A veces	Una vez	Nunca

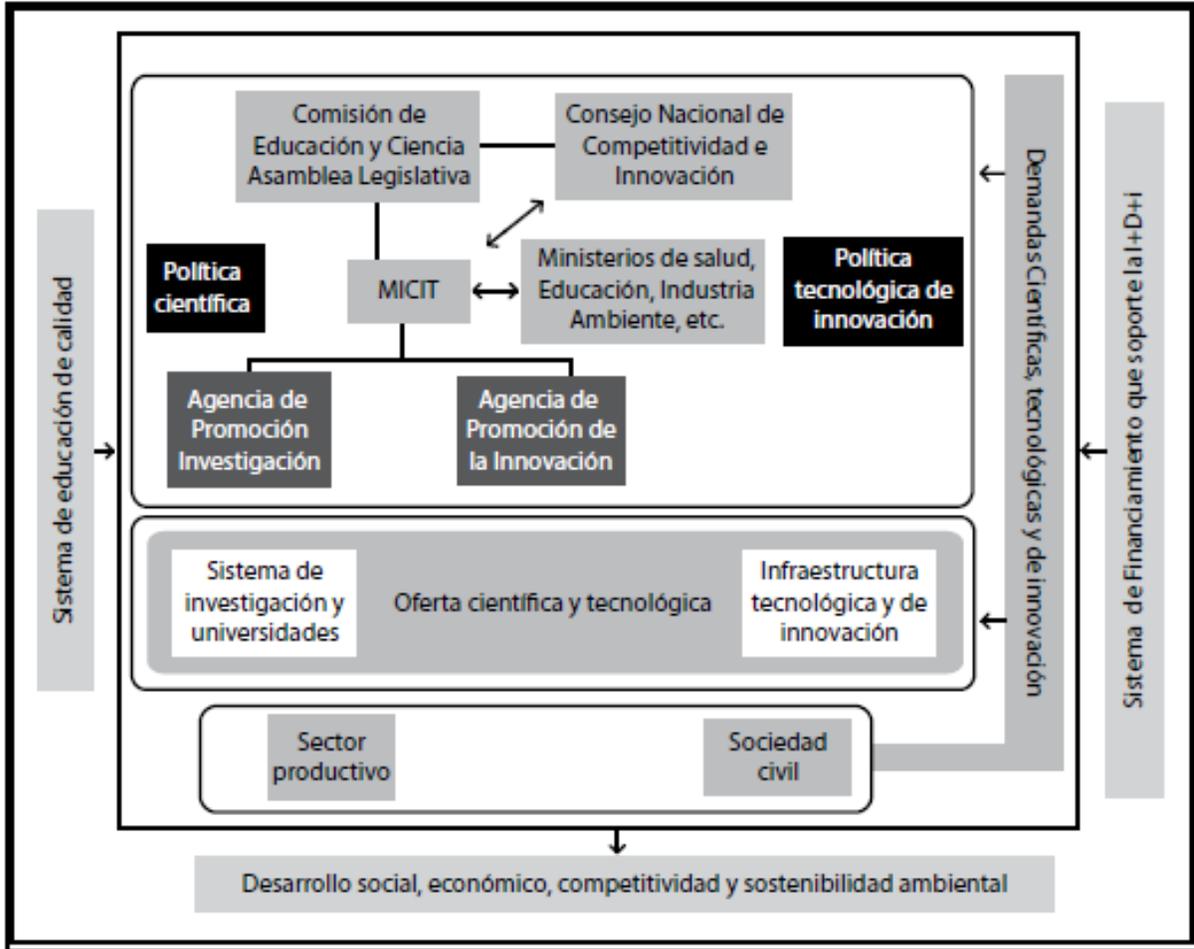
Anexo 2

Listado de empresas por departamento

DEPARTAMENTO	ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIO DE COMIDAS	INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES	ACTIVIDADES FINANCIERAS Y DE SEGUROS	ACTIVIDADES INMOBILIARIAS	ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS	ACTIVIDADES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO	ENSEÑANZA	ACTIVIDADES DE ATENCIÓN DE LA SALUD HUMANA Y DE ASISTENCIA SOCIAL	ACTIVIDADES ARTÍSTICAS, DE ENTRETENIMIENTO Y RECREATIVAS	OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS
ESTRUCTURA %	3.4%	1.4%	0.9%	7.7%	13.1%	2.7%	6.5%	3.6%	1.1%	6.9%
TOTAL	2,725	1,152	690	6,159	10,398	2,176	5,163	2,843	891	5,523
ALTA VERAPAZ	70	16	16	42	117	23	139	38	18	323
BAJA VERAPAZ	20	2	1	10	45	5	113	7	12	51
CHIMALTENANGO	75	29	12	33	156	25	149	81	13	227
CHIQUIMULA	93	5	6	28	92	9	90	36	8	109
EL PROGRESO	22	2	6	12	18	2	37	11	1	21
ESCUINTLA	91	9	9	88	66	38	139	37	47	118
GUATEMALA	987	827	440	5,303	8,323	1,763	2,429	1,797	609	2,585
HUEHUETENANGO	102	26	58	39	161	15	176	94	11	216
IZABAL	99	9	1	21	68	20	101	57	14	57
JALAPA	17	7	5	10	48	5	56	12	3	68
JUTIAPA	47	4	5	29	65	9	91	22	5	80
PETÉN	82	5	2	25	175	27	138	30	9	87
QUETZALTENANGO	174	24	18	195	320	58	307	183	38	255
QUICHÉ	96	28	44	20	96	15	172	53	5	319
RETALHULEU	47	8	2	38	44	5	67	23	8	113
SACATEPÉQUEZ	245	58	4	123	216	80	237	126	38	207
SAN MARCOS	98	17	16	34	149	15	123	86	11	256
SANTA ROSA	52	10	1	11	22	6	65	15	5	71
SOLOLÁ	181	38	31	12	55	23	149	42	7	103
SUCHITEPÉQUEZ	46	5	2	48	55	16	132	45	10	121
TOTONICAPÁN	39	20	9	12	46	3	203	20	9	74
ZACAPA	42	3	2	26	61	14	50	28	10	62

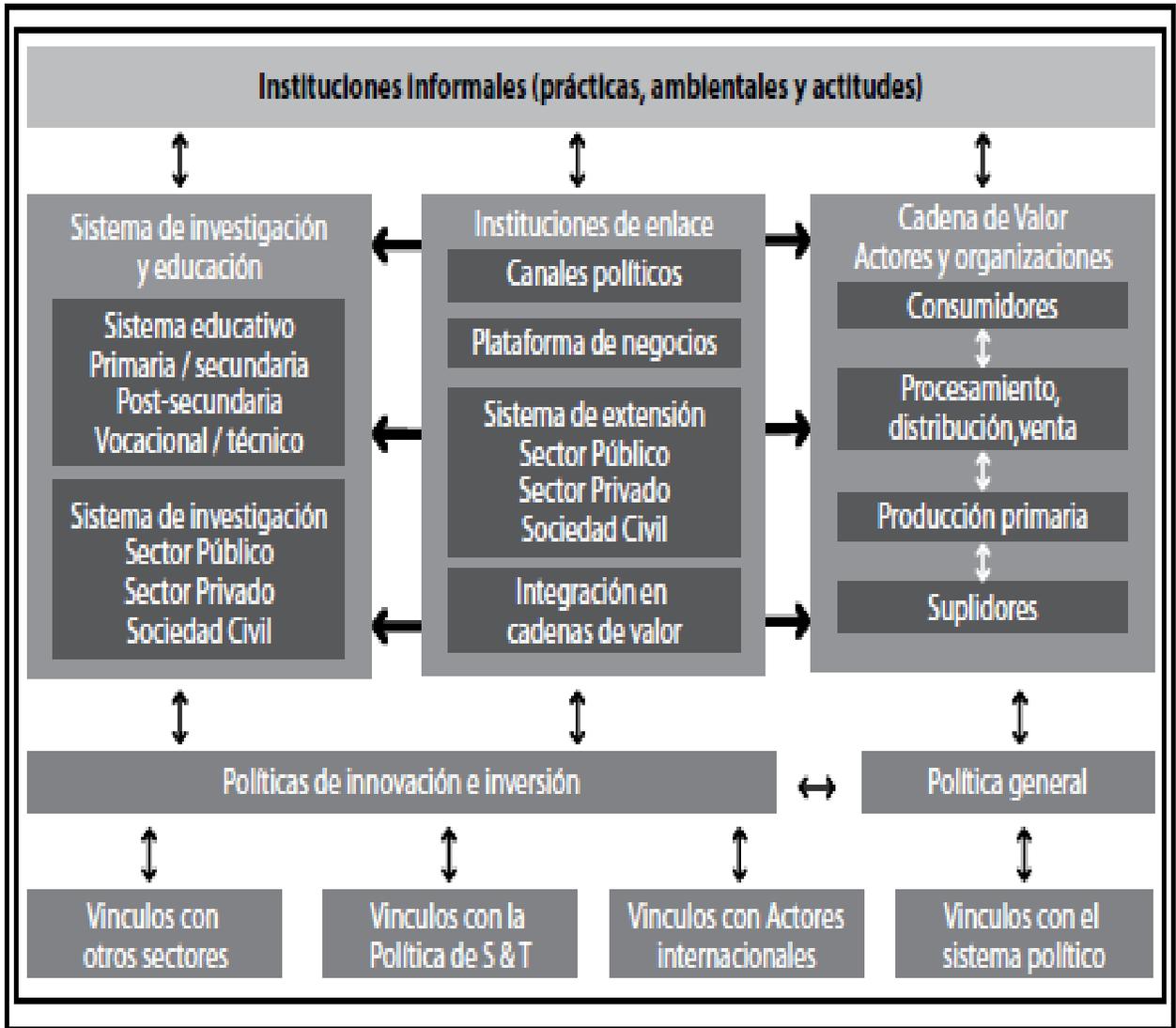
Anexo 3

Sistema de ciencia, tecnología e innovación para el desarrollo.



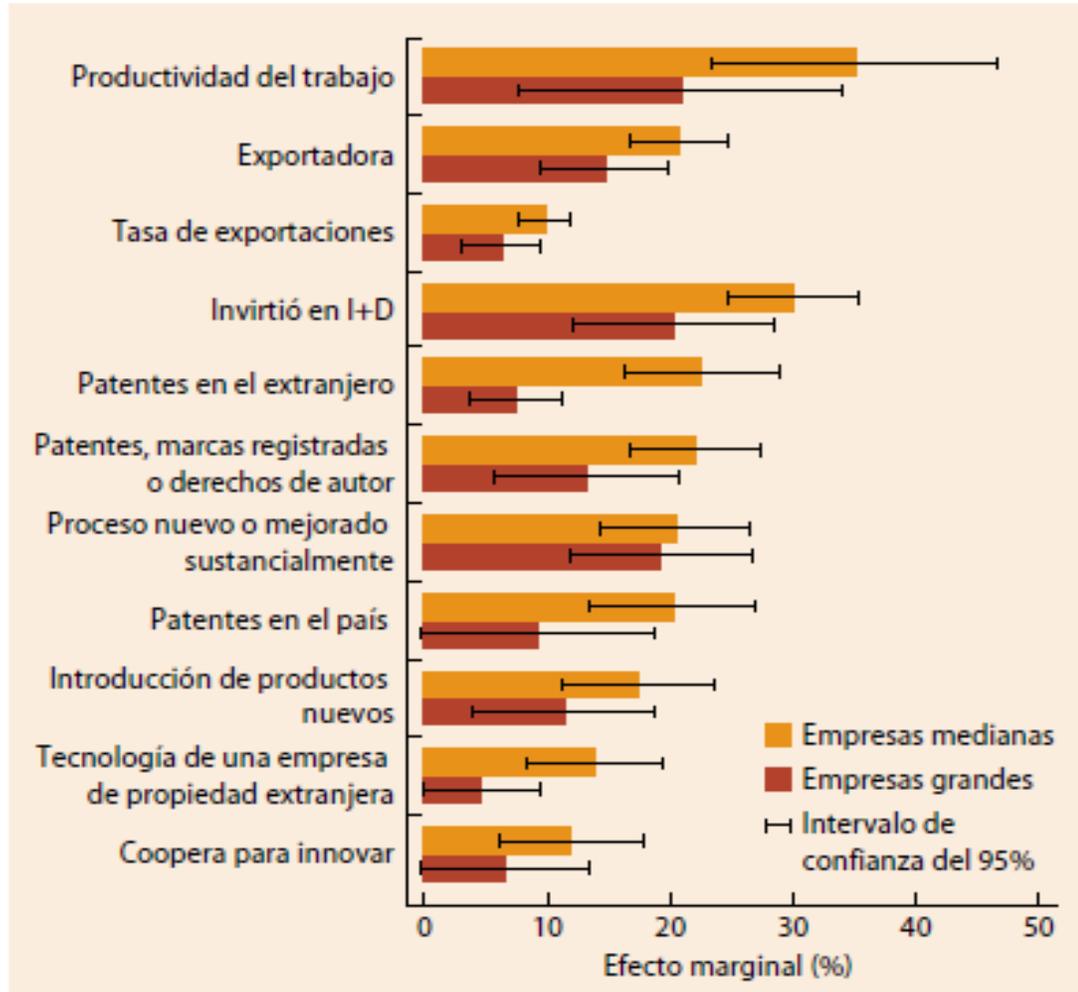
Anexo 4

Diagrama de los diferentes elementos esenciales presentes en el Sistema de Innovación.



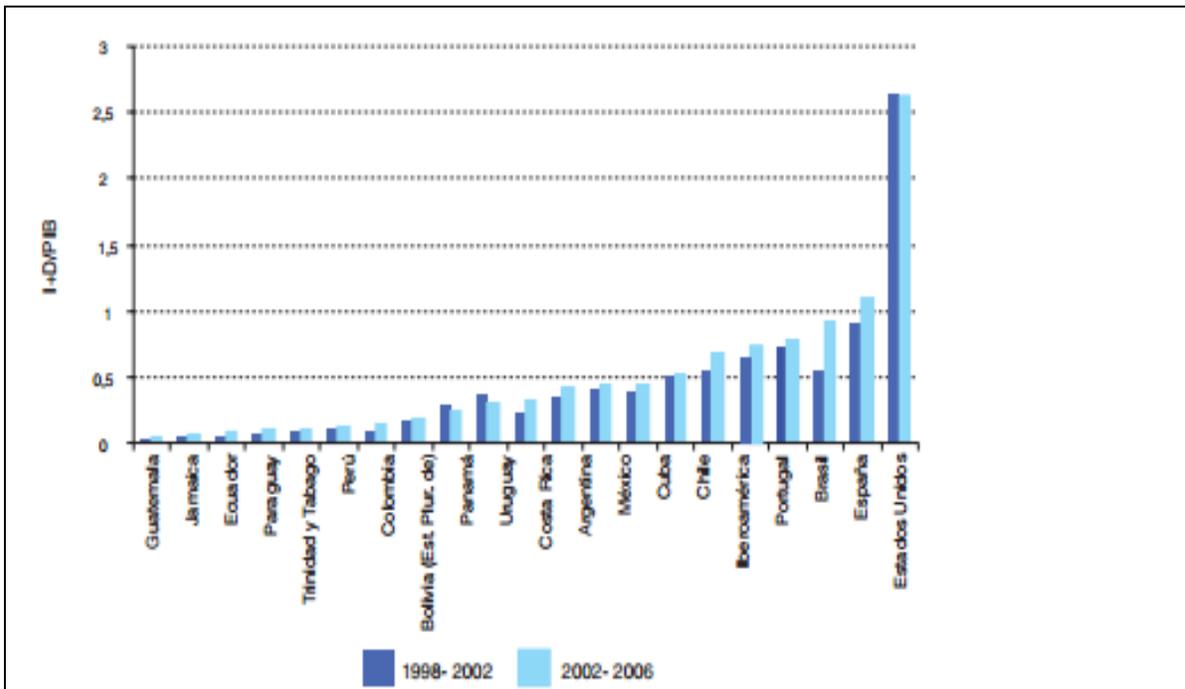
Anexo 5

La prima de innovación de las empresas medianas y grandes en comparación con las pequeñas en América Latina y el Caribe, 2010



Anexo 6

Esfuerzo innovador (PIB)



Anexo 7

Modelo empresarial de innovación

