

Artículo 8. Directores de las MyPE de Ocosingo, Chiapas; impulsores de innovación en sus organizaciones.

Directors of the MyPE of Ocosingo, Chiapas; innovation drivers in their organizations.

Cancino Molina, Beatriz Marlene; Gutiérrez Berríos, Lillian; Nájera Caceros, Liliana del Carmen; Orantes Morales, Giovanni.

Universidad Tecnológica De La Selva

Resumen

El objetivo de esta investigación reside en conocer si los directores de las MyPE de Ocosingo, Chiapas; realizan y promueven el desarrollo de innovaciones en la organización que dirigen. Para el desarrollo de la investigación se estudiaron a 394 MyPES y se analizaron aspectos sobre la forma en que consideran las opiniones de empleados y clientes para innovar procesos, servicios, productos y su forma de trabajo. Dentro de los hallazgos más importantes se identifica que, a pesar de ser pequeñas unidades económicas consideran importante la innovación.

Palabras clave

Innovación, micro y pequeña empresa, directores, empleados.

Abstract

The purpose of this research is to know whether the directors of the MyPE of Ocosingo, Chiapas;

Directores de las MyPE de Ocosingo, Chiapas; impulsores de innovación en sus organizaciones.

they carry out and promote the development of innovations in the organization they lead. For the development of the research, 394 MyPES were studied and aspects of how they consider the opinions of employees and customers to innovate processes, services, products and their way of working. Among the most important findings it is identified that, despite being small economic units consider innovation important.

Keywords

Innovation, micro and small companies, directors, employees.

Introducción

En todas las organizaciones, los Directores Generales son los líderes que toman decisiones, escuchan ideas, fomentan el cambio y visualizan el crecimiento exponencial de su negocio. En las MyPES los directores deben desarrollar diferenciación en los productos y servicios que ofrecen, elegir la efectiva forma de distribución y comercialización e implementar procesos de gestión efectivos, esto con el objetivo de lograr trascendencia, crecimiento y su permanencia en un entorno cambiante.

Con frecuencia se piensa que las MyPE por su tamaño, no tienen la capacidad para poder desarrollar e integrar innovaciones, esto sucede porque se cree que la innovación es únicamente la adquisición e implementación de tecnología, cuando innovar engloba el desarrollo de nuevos productos, formas de producción, aperturas de mercados, mejoras en la cadena de abastecimientos y suministro, comunicación con los clientes y procesos de gestión interna, las cuales en muchas ocasiones no implican una inversión monetaria.

El municipio de Ocosingo, Chiapas; tiene una población de 218,893 habitantes (INEGI, 2016), el promedio de edad es de 18 años; por cada 100 personas en edad productiva hay 80 en edad de dependencia económica; el promedio de habitantes por vivienda es de 5.2 personas, 20.6 % de la población no cuenta con instrucción educativa, 58.7 % tiene educación básica, 14.4 % media superior y 6.2 % superior. La población económicamente activa (PEA) es 95.7% (INEGI, 2016).

Por ser Ocosingo el municipio más grande del estado de Chiapas, y que cuenta con 5,103 unidades económicas de las cuales 4,977 son micro y pequeñas empresas, que representan el 97.5 % (INEGI, 2018), se decide conocer si los directores aplican innovaciones en las organizaciones para lograr la trascendencia y el desarrollo.

Revisión de la Literatura

De inicio se debe describir la importancia de la Innovación en las organizaciones, la cual según Méndez (2002):

“se ha convertido, durante la última década, en un concepto de uso cada vez más frecuente en todo tipo de ámbitos, consolidándose la idea de que un esfuerzo de innovación sostenido resulta ser un factor clave para mejorar la competitividad de las empresas y favorecer un desarrollo en los territorios”.

Entonces, para que las empresas puedan lograr su consolidación y crecimiento, un aspecto relevante son las innovaciones que los directores o gerentes puedan aplicar en los diferentes procesos, como establece Schnarch (2014) “La

innovación es una condición para la creación, la supervivencia y el crecimiento de las empresas”. Se sabe que innovar genera cambios positivos cuando son debidamente dirigidos.

Moratinos (citado por Schnarch, 2014) menciona que:

El creativo es capaz de tener ideas nuevas, de ver las cosas de otro modo. El innovador es capaz también de imaginar sus aplicaciones, de ver el lado práctico de una idea. El emprendedor es el que se atreve a ponerla en marcha, es el que acepta el riesgo. Al innovador, el riesgo no le asusta. El creativo, simplemente, no suele tenerlo en cuenta.

Se entiende que los directores deben visualizar los proyectos de innovación desde diferentes perspectivas, ser visionarios en la aplicabilidad de sus productos, considerarse como usuarios y clientes, además de ser capaces de correr riesgos.

Zuleta, L.A., et al (citado por Castellanos, 2003) sugiere que:

Las PyMES poseen ventajas competitivas importantes: su tamaño les permite una respuesta rápida a los cambios del entorno y facilita su integración como eslabón en cadenas productivas; también como proveedores eficientes de bienes intermedios o finales y de servicios en esquemas de subcontratación nacionales o internacionales que alimentan el surgimiento de empresas nacionales más grandes.

Por consiguiente los directivos deben aprovechar esta característica para adaptarse a las exigencias de un entorno cambiante.

Para generar grandes cambios, los directores de las MyPES deben cambiar su forma de trabajo, dejar de ser individualista para ser incluyentes, como menciona Castellanos (2003):

El punto central es que la creación y recreación del conocimiento exige ante todo nuevas formas de relación entre las personas, nuevas formas de organización, nuevas formas de percibir al otro, de aproximarse a él y de colaborar con él. Exige autonomía en el individuo, formas de participación activa entre los individuos, en los grupos y equipos y modificación en las estructuras organizacionales. Exige además la creación de ambientes de confianza, apadrinamiento (mentoría) para favorecer la experimentación con su secuela de éxitos y de fracasos, juicios indulgentes sobre las ideas nuevas y sobre las personas que ejercen su creatividad, y actitud de apoyo y ayuda de parte de los que van haciéndose expertos.

En el estudio realizado por Paredes y Paredes (1996) sobre factores incidentes en el comportamiento innovativo de empresas medianas, se identifican 12 factores internos y 10 factores externos (Tabla 1), que deben ser considerados por las PyMES para evolucionar a empresas de mayor magnitud.

Factores	Estimulantes	Obstaculizantes
Internos	<ul style="list-style-type: none"> Liderazgo Financiamiento propio Estrategia tecnológica Recursos humanos Mercadeo Generación de ideas Comunicación interna Información técnica gerencial. 	<ul style="list-style-type: none"> Infraestructura para I+D. Proyectos tecnológicos. Procesos administrativos. Procesos de manufactura.
Externos	<ul style="list-style-type: none"> Competencia Clientes Servicios post-venta Normas técnicas de control de calidad, metrología, normalización. 	<ul style="list-style-type: none"> Asistencia técnica Ofertas de capacitación Políticas gubernamentales Proveedores Instituciones educativas Financiamiento externo

Tabla 1. Diversos factores internos y externos en el comportamiento innovativo de empresas medianas. Fuente: Elaboración propia, basado en Paredes y Paredes (citado por Castellanos, 2003).

Directores de las MyPE de Ocosingo, Chiapas; impulsores de innovación en sus organizaciones.

En referente a los directores o gerentes Robbins y Coulter (2005) mencionan que ellos deben cumplir roles de decisión empresarial y su función consiste en buscar oportunidades en las organizaciones y el entorno hacia proyectos de mejora para producir cambios, entendiéndose lo anterior como el desarrollo de innovaciones.

Además, Robbins y Coulter (2005) proponen que las organizaciones tengan una cultura de innovación que se debe caracterizar por promover retos y participación de los empleados, otorgamiento de libertad que fomente la iniciativa, permitir a los empleados correr riesgos y el aprendizaje para la solución de conflictos.

También Robbins y Coulter (2005) hacen referencia a la labor de los directores al plantear que, en el mundo moderno, los gerentes de las organizaciones (en todos los niveles y todas las áreas) tienen que alentar a sus empleados para que estén atentos a nuevas ideas y nuevas metodologías, no sólo para los productos y servicios que proporciona la organización, sino para todo lo que hace; es entonces que se puede dar paso al análisis de las actividades que realizan los directores de las MyPE para el desarrollo y puesta en marcha de innovaciones.

Dyer, J, Gregersen, H, Christensen, CM (2011) mencionan que dentro de las habilidades que los innovadores deben desarrollar se encuentra el: hacer preguntas para entender lo que es y lo que debe ser, observar con cuidado el mundo alrededor de ellos y experimentar esto último porque los buenos experimentadores entienden que, aunque preguntas y observar datos sobre el pasado (lo que era) y el presente (lo que es), la experimentación genera información sobre lo que podría ser en el futuro.

Para operar la función de innovación en las micro y pequeñas empresas, es necesario considerar lo que menciona (Fernández, 2009):

“además del apoyo de la dirección en términos de recursos, personal y un entorno adecuado, son: una adecuada organización que permita una correcta implantación y gestión de nuevos productos, una delegación de funciones para una gestión más eficaz y eficiente de nuevos productos, una coordinación de las funciones claves y su ubicación que aúne sinergias y evite duplicidades, un control y monitoreo de nuevos productos en función de los objetivos previstos en la planificación”

Metodología.

La investigación tiene como hipótesis, que los directivos de las micro y pequeñas empresas realizan y promueven el desarrollo de innovaciones que permiten la evolución de las organizaciones a empresas medianas o grandes. Actualmente no existe un estudio sobre innovación por parte de los directores en el municipio de Ocosingo, Chiapas.

El estudio es realizado con un enfoque cuantitativo, a través de un diseño transversal descriptivo. La muestra se fijó considerando la fórmula de población conocida, considerando 4,977 MyPES de Ocosingo (INEGI, 2018), variabilidad positiva de 50 %, con una confianza de 95 %, y un error de 5 %, obteniendo una muestra 385.12, logrando estudiar 394 MyPES.

La muestra es de tipo probabilístico por racimos o clúster, debido a que implica diferenciar entre la unidad de análisis y la unidad muestral. Según

Hernández, Fernández y Baptista (2010) En el muestreo por racimos; “la unidad de análisis indica quiénes van a ser medidos, o sea, los participantes o casos a quienes en última instancia vamos a aplicar el instrumento de medición. La unidad muestral (en este tipo de muestra) se refiere al racimo por medio del cual se logra el acceso a la unidad de análisis”.

Unidad de análisis	Posibles racimos
Directores generales	Micros y Pequeñas Empresas

*Tabla 2. Determinación de la unidad de análisis, según el muestreo por racimos.
Fuente: Elaboración propia, basado en Hernández, Fernández y Baptista, 2010.*

El levantamiento de información fue realizado durante el mes de marzo de 2018, se utilizó el cuestionario Perfil Tecnológico de la Micro y Pequeña empresa en Latinoamérica (Aguilar, Peña y Posada, 2018), que tiene por objetivo: Conocer el potencial tecnológico de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas a partir del análisis sistémico, el cual en el apartado 29 propone cuestionamientos sobre la innovación por parte de los Directores de las MyPE.

Resultados

El 59.7 % de los directores entrevistados son hombres, cuya edad en promedio es de 34,8 años. En lo referente a su nivel de estudios se observa que, el 5.6 % no tiene primaria terminada, el 37 % concluyó la educación básica, el 35.2 % estudió el nivel medio superior, el 19.1 % realizó estudios de licenciatura y únicamente el 3.1 % cuenta con estudios de posgrado.

Un 16.5 % de las MyPE tiene como principal actividad la venta al menudeo en comercios no especializados; siendo la programación

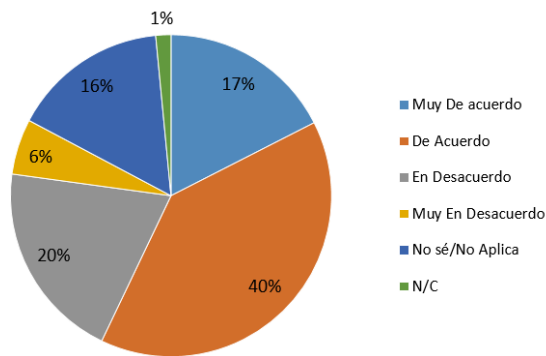
informática, consultoría en informática o actividades conexas la actividad económica que menos se realiza con solo un 3.3 % de las MyPE.

El 26.6% de las micro y pequeñas empresas estudiadas iniciaron operaciones entre los años 2000 al 2009 y un 62.4% en el período del 2010 al 2017; sólo el 10.9% restante surgieron antes del año 2000.

A continuación, se presentan de forma gráfica los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario:

Muy De acuerdo	69
De Acuerdo	156
En Desacuerdo	79
Muy En Desacuerdo	22
No sé/No Aplica	62
N/C	6
Total	394

Tabla 3: Directivos que permiten a sus empleados proponer cambios en los productos, servicios y procesos. Fuente: Elaboración propia.

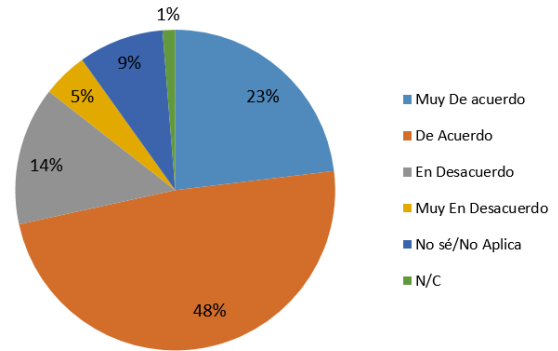


Gráfica 1: Directivos que permiten a sus empleados proponer cambios en los productos, servicios y procesos. Fuente: Elaboración propia.

Muy De acuerdo	91
De Acuerdo	191
En Desacuerdo	55
Muy En Desacuerdo	18
No sé/No Aplica	34
N/C	5
Total	394

Tabla 4: Directivos que ofrecen con frecuencia productos o servicios nuevos a partir de sugerencias de sus clientes. Fuente: Elaboración propia.

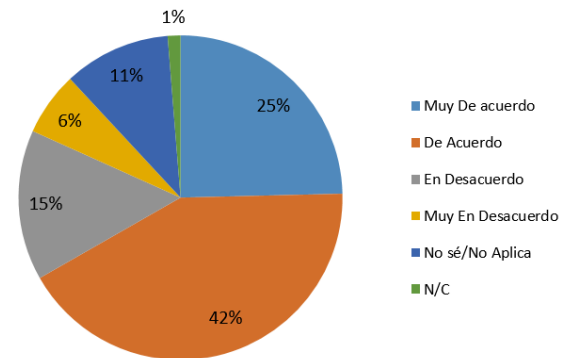
Directores de las MyPE de Ocosingo, Chiapas; impulsores de innovación en sus organizaciones.



Gráfica 2: Directivos que ofrecen con frecuencia productos o servicios nuevos a partir de sugerencias de sus clientes. Fuente: Elaboración propia.

Muy De acuerdo	97
De Acuerdo	166
En Desacuerdo	59
Muy En Desacuerdo	25
No sé/No Aplica	42
N/C	5
Total	394

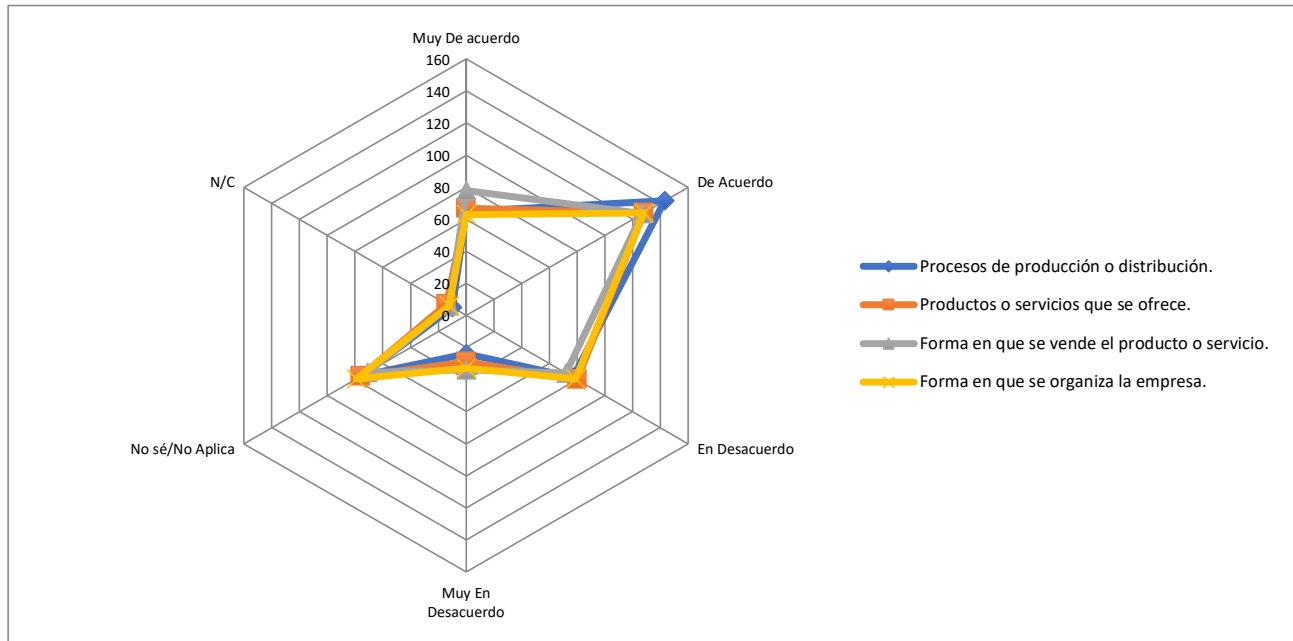
Tabla 5: Directivos que se enfocan en ofrecer productos o servicios innovadores que distingan a la empresa. Fuente: Elaboración propia.



Gráfica 3: Directivos que se enfocan en ofrecer productos o servicios innovadores que distingan a la empresa. Fuente: Elaboración propia.

	Muy De acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Muy En Desacuerdo	No sé/No Aplica	N/C	Total
Procesos de producción o distribución.	65	143	77	24	75	10	394
Productos o servicios que se ofrece.	67	128	80	29	76	14	394
Forma en que se vende el producto o servicio.	78	127	72	34	71	12	394
Forma en que se organiza la empresa.	63	128	79	33	79	12	394

Tabla 6: Actividades en las cuales los directivos invierten tiempo o recurso para el desarrollo de innovaciones.



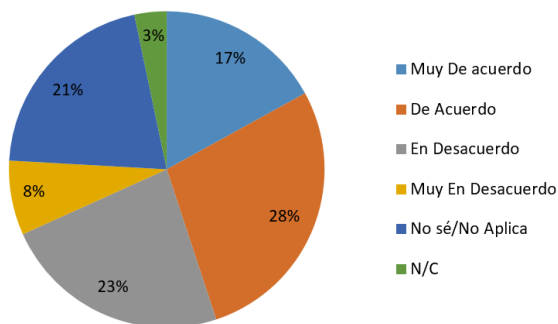
Gráfica 4: Actividades en las cuales los directivos invierten tiempo o recurso para el desarrollo de innovaciones.

Fuente: Elaboración propia.

Muy De acuerdo	67
De Acuerdo	110
En Desacuerdo	92
Muy En Desacuerdo	30
No sé/No Aplica	82
N/C	13
Total	394

Tabla 7: Directores que asisten a ferias, cursos, congresos, o actividades relacionadas con el negocio.

Fuente: Elaboración propia.



Gráfica 5: Directores que asisten a ferias, cursos, congresos, o actividades relacionadas con el negocio.

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados obtenidos muestran que la hipótesis es aceptada, toda vez que, en las MyPE, el 57 % de los directores permiten a sus

empleados proponer cambios en los productos, servicios y procesos organizacionales, es de observarse también que el 71% de ellos ofrecen con frecuencia productos o servicios nuevos a partir de sugerencias de sus clientes, lo que significa que los directores aplican la innovación a los productos o servicios para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Dentro del estudio realizado se investiga en qué medida los directores de las MyPE se enfocan en ofrecer productos o servicios innovadores que distingan a su empresa de la competencia, hallando que el 67% de la población estudiada se preocupa por innovar constantemente.

Con la investigación se logró identificar las actividades en las cuáles los directores invierten tiempo o recursos para el desarrollo de innovaciones, encontrando que más del 50% de los directores encuestados se enfocan a los procesos de producción o distribución y las formas para vender los productos o servicios; entre un 48 y 49% de los directores encuestados se enfocan a los productos y servicios que ofrecen y la forma en que organizan su empresa.

Otro aspecto de la investigación se refiere al análisis de la participación de los directores en ferias, cursos, congresos o actividades relacionadas con el negocio, identificando que solamente el 45% asiste a los eventos antes mencionados; lo que da a entender que se requiere mayor participación de los directores en eventos que ayuden en su formación relacionada a innovación.

Discusión

Los directores de las MyPES de Ocosingo, Chiapas tienen la idea de que las innovaciones resultan ser un factor clave, para mejorar la competitividad y el desarrollo, otorgando supervivencia y crecimiento a la empresa, coincidiendo con los estudios y publicaciones hechas por Mendez (2002) y Schnarch (2014).

En concordancia con Robbins y Coulter (2005), los directores promueven la participación de los empleados y la iniciativa para una cultura de innovación.

Los directores consideran la opinión de los clientes y la comunicación interna como factores estimulantes, externos e internos, tal como lo menciona Paredes y Paredes (1996). Además los directores invierten tiempo y recursos en la creación de nuevas formas de organización, a través de la innovación en sus procesos productivos, creación de nuevos productos y servicio, procesos de distribución y nuevos sistemas de administración, en congruencia con Fernández (2009).

Conclusiones

Una de las principales limitantes para implementar innovaciones es que, los directores no se preocupan por conocer las tendencias y avances que pudieran hacer crecer su negocio, dado que se identifica poca participación en exposiciones, ferias o congresos en los cuales pueden adquirir conocimiento sobre aplicaciones técnicas y tecnológicas para la gestión efectiva.

Aunque muchas veces se piensa que en las MyPE el director es el único que toma decisiones, un porcentaje representativo de ellos dice tomar en consideración las sugerencias de los empleados, para realizar cambios en productos, servicios y procesos, lo cual es un indicio de una cultura de innovación empresarial y de aprovechamiento de ideas internas.

Existe una tendencia en los directores de las MyPE de Ocosingo hacia el conocimiento de las actividades en las cuales se debe invertir tiempo y recursos para el desarrollo de innovaciones, pero es relevante que un 25 % de los directores no dan la importancia las actividades relacionadas a la innovación.

Finalmente, la investigación enseña que los directores, aunque en su mayoría solo cuentan con estudios básicos se preocupan por innovar en su empresa, buscan la mejora continua y fomentan la integración de personal para las ideas a implementar.

Referencias

Castellanos, J. (2003) Revista Escuela de Administración de Negocios, PyMES INNOVADORAS. CAMBIO DE ESTRATEGIAS E INSTRUMENTOS., núm. 47. Universidad EAN Bogotá, Colombia.

Dyer, J, Gregersen, H, Christensen, CM (2011) The Innovator's DNA Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators, Harvard Business Review Press, Boston Massachusetts.

Fernández, A. (2009). Innovación y gestión de nuevos productos. Ed. Pirámide. España.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). Metodología de la Investigación. 5ª Edición. McGraw Hill. México.

INEGI (2016). Panorama Sociodemográfico de Chiapas 2015, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México.

INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía). (2018). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Recuperado de: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>

Méndez, Ricardo (2002). Innovación y desarrollo territorial: algunos debates teóricos recientes. En: Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales. Vol. 28, No. 84. Bogotá Colombia.

Paredes L., Paredes S., (1996) Factores incidentes en el comportamiento innovativo de empresas medianas. Espacios, Vol 17 No. 2, Caracas.

Robbinns S., Coulter M., (2005) Administración, 8ª Edición, Pearson Educación, México.

Schnarch, A. (2014). Desarrollo de nuevos productos. 6ta. Edición. Mc Graw Hill. Bogotá Colombia.

Artículo 9. Análisis del uso de las Terminales Punto de Venta para las PyMES en México.

Analysis of the use of The Point of Sale Terminals for SMEs in Mexico.

Hernández Velázquez, Maribel Rocío; Guerrero Garcia, Sylja Viridiana; Estrada Chavira, Maria Eugenia.
Universidad Politécnica de Tecámac

Resumen

El análisis del uso de las TPV, para conocer la viabilidad para los empresarios en México, debido a que al contar con esta opción de cobro para la PyMES los clientes por comodidad pueden hacer uso de esta forma de pago, además se genera distintos beneficios con el banco en la que la TPV fue solicitada, el otorgamiento de préstamos cada vez más elevados, esto dependerá de cual sea el monto mensual del ingreso en la cuenta del banco, seguridad para el empresario y los clientes al no cargar con efectivo.

Palabras clave

TPV (Terminal Punto de Venta) PyMES (Pequeñas y Medianas Empresas) Finanzas

Abstract

The analysis of the use of POS, to know the feasibility for entrepreneurs in Mexico, because having this collection option for SMEs customers for convenience can make use of this form of payment, in addition, different benefits are generated with the bank in the to which the POS

was requested, the granting of ever higher loans, this will depend on what the monthly amount of income in the bank's account, security for the employer and customers by not charging with cash.

Keywords

POS (Point of Sale Terminal)
SMEs (Small and Medium-sized Enterprises)
Finance

Introducción

La investigación se realizó alineado con la agenda de innovación del Estado de México 2013-2018, documento donde se muestra el resultado del trabajo realizado para obtener una visión clara de las oportunidades que alberga diversas actividades económicas y señalado por la presente administración como prioridades a ser atendidas por el Plan Nacional de Desarrollo y por los hallazgos en las mesas sectoriales enfocadas a tecnologías de la información, software para fortalecer micro-negocios y comercio electrónico se decide analizar el uso de Terminal Punto de Venta como factor detonante para beneficiar a las PyMES en México.

El objetivo del análisis del uso de las TPV (Terminales Punto de Venta) para PyMES se genera debido a que a través de estas se puede incrementar las ventas, ingresos, se puede tener mayor apertura para financiamientos y con esto coadyuvar al crecimiento de las microempresas y generar mayor empleo, así como contribuir al crecimiento nacional.

Datos de la ENIGH (Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares) 2016 revelan que el mexicano gasta en promedio el 35.2% de su salario en alimentos, bebidas y tabaco, el 5.9% en artículos de limpieza y cuidados del