

Importancia de la creatividad e innovación para el desarrollo de las pymes en el cantón Machala

The importance of creativity and innovation in the development of SMEs of Machala

Elvis Rigoberto Gonzalez Jaramillo¹, *Nardi Jinmabel Riofrio Riofrio¹, Tatiana Sánchez-Quezada¹

¹Universidad Técnica de Machala, Machala-Ecuador

*Email de correspondencia: dandixval_1909@hotmail.com

RESUMEN

El presente trabajo destaca la importancia que tiene la creatividad e innovación en las pequeñas y medianas empresas (PYMES), además se hace notoria la vinculación de estas estrategias con las empresas del cantón Machala de la provincia de El Oro, en base a la investigación realizada, la cual fue aplicada a una población de 521 pymes, de las cuales se tomó una muestra de 226, utilizando una investigación mixta, a partir de ello se determina si dichas empresas encuestadas aplican la creatividad e innovación y conforme a los resultados obtenidos se analiza el porcentaje de las empresas que consideran importante utilizar este tipo de metodología en sus negocios.

La investigación se realiza mediante un estudio documental, indagando sobre el tema principalmente en artículos relacionados que nos permitieron entender y dar inicio al proyecto, para este caso se enfocó la encuesta principalmente a los gerentes o directivos de las empresas, con el objetivo de identificar los factores necesarios que permitan comprender la importancia de la creatividad e innovación en la pymes mediante una investigación bibliográfica y de campo para contribuir a un desarrollo empresarial y social, para ello se realizó un sondeo de 5 preguntas, que permitió conocer cómo se desarrolla el campo empresarial con la creatividad e innovación y si estas también permiten el desarrollo del mercado.

En el estudio se identifica que las pymes generan fuentes de empleo, debido a que son un motor fundamental para la economía de cualquier ciudad y para tener un mejor crecimiento es conveniente producir optimizando recursos que reflejen beneficios tanto económicos como sociales, para ello es necesario que se involucre la creatividad e innovación, debido a que estas permiten lograr cambios significativos en los diferentes procesos de las empresas de producción y de servicios, los mismos que favorecen para llegar a obtener prestigio y distinción ante empresas de mayor nivel.

En conclusión se destaca la importancia de la creatividad e innovación dentro de las empresas, debido a que son técnicas que sirven para el mejoramiento continuo de los negocios y para que las empresas tengan una mejor visión de lo esencial de su aplicación, lo cual permite que las pymes tengan la acogida favorable por parte de los clientes beneficiando al empresario al acaparar el mercado deseado.

Palabras claves: creatividad; innovación; competencia; mercado.

ABSTRACT

This paper highlights the importance of creativity and innovation in small and medium enterprises (SMEs) also is notorious linking these strategies with companies of the canton Machala in the province of El Oro, based on research conducted , which was applied to a population of 521 SMEs, of which a sample of 226 was taken, using a mixed research, as from it is determined whether those companies surveyed apply creativity and innovation and in accordance with the results IS analyzed the percentage of companies that consider important to use this methodology in their business. Research is conducted by a documentary study, inquiring about mainly related articles that allow us to understand and to start the project, in this case the survey focused primarily managers or directors of companies, with the aim of identifying factors necessary for understanding the importance of creativity and innovation in SMEs through a literature and field research to contribute to a business and social development, to do a survey of five questions, which allowed us to know how the business field develops held with creativity and innovation and if these also allow market development. The study identifies that SMEs generate employment opportunities, because they are a key driver for the economy of any city and to have a better growth is desirable to produce optimizing resources that reflect both economic and social benefits, for it is necessary that creativity and innovation, because these allow achieve significant changes in the different processes of companies of production and services, the same that favors to get to gain prestige and distinction to companies higher level. In conclusion, the importance of creativity and innovation within companies stand out because they are techniques used for continuous improvement of business and for companies have a better view of the essential part of its application, which allows SMEs have a favorable reception from customers benefiting the employer to corner the market desired

Key words: Creativity; innovation; competition, market.

1. Introducción

La creatividad e innovación en la actualidad para las empresas es un pilar fundamental en el desarrollo competitivo, debido a que sus efectos son de suma importancia que generan fuentes de empleo, crecimiento y bienestar para la sociedad. Las organizaciones deben adaptarse a las condiciones de mercado, según Joseph Schumpeter (1934) “acuñó el concepto del empresario innovador, quien a través de nuevas combinaciones de recursos productivos logra posicionarse en el mercado nuevos productos o implementar nuevos procesos en la producción, la innovación se convierte en el fenómeno fundamental del desarrollo económico”(Macías Cardona, 2010). Ecuador al igual que el resto de los países latinoamericanos debe formar una cultura que nos permita identificar los diferentes factores que influyen en las organizaciones para que estas implementen la creatividad e innovación, hoy en día las empresas tienen que adaptarse al medio competitivo especialmente por la globalización la cual hace que se apliquen constantes cambios tecnológicos, ciclos de producción cada vez más cortos.

La provincia de El Oro en la actualidad está atravesando por una expansión vertiginosa, por ende las pymes deberían contribuir con investigación y desarrollo (I+D), por lo cual las organizaciones acogerían una nueva forma de encontrar los elementos necesarios para poder lograr objetivos que beneficien a las pymes y a la sociedad. Por esta razón el estudio de las pequeñas y medianas empresas debe enfocarse en ofrecer servicios o productos de calidad que compensen al mercado local con la posibilidad de poder expandirse a un mercado internacional. El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la importancia de la creatividad e innovación en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la ciudad de Machala, en donde se considera los inconvenientes que se presentan para emprender una pequeña empresa.

2. Materiales y Métodos

Para el presente estudio se llevó a cabo en las pymes de la ciudad de Machala y comenzó mediante una investigación documental en el cual se indagó sobre el tema principalmente en papers que nos permitió entender y dar inicio a la investigación del proyecto que tiene como objetivo determinar por qué la creatividad y la innovación son fundamentales para las pymes.

Actualmente el cantón Machala cuenta con 521 pymes, según la información obtenida en la superintendencia de compañías, valores y seguros. Se clasificó las empresas en tres sectores que son de servicio, comercial e industrial. El sector que predomina el mercado es el comercial con 65% le sigue el sector de servicio con un 24% y por último el sector industrial que cuenta con un 11%. Para la obtención de los resultados se aplicó las encuestas a un número determinado de pymes aplicando la fórmula para una muestra de población finita, la cual consiste en tener el conocimiento exacto de los datos, esta técnica ayudó a determinar qué cantidad de la información obtenida se ocupó para dicha investigación, de esta manera se planteó la siguiente fórmula:

En donde:

Tm: tamaño de la muestra

N=tamaño de la población

%EA= margen de error

$$tm = N/1+[(\%EA)^2 *N]$$

$$tm= 521/ 1+[(0,05)^2 *521]$$

$$tm=226,28$$

$$tm=226$$

Según los resultados se obtuvo una muestra aproximada de 226 pequeñas y medianas empresas. Una vez que se consiguió la muestra representativa se procedió a obtener los resultados, acercándonos a las empresas y en algunos casos contactarlos telefónicamente con el fin de optimizar recursos y tiempo. Posteriormente se ejecutó una tabulación para realizar las interpretaciones correspondientes de la información obtenida.

3. Resultados y Discusión

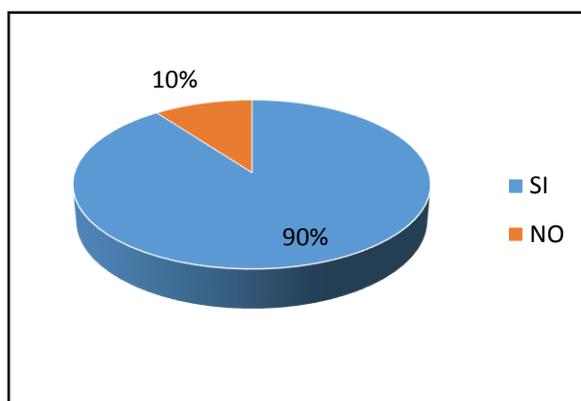
En base a la investigación realizada en las diferentes pequeñas y medianas empresas del cantón Machala, se procedió a tabular la información para tener un resultado específico de los datos acerca de la creatividad e innovación en las pymes.

Cuadro 1. Importancia de la creatividad e innovación

VARIABLES	Frecuencia	% válido
SI	203	89,8
NO	23	10,2
Total	226	100,0

Fuente: Encuestas realizadas

Figura 1



Fuente: Cuadro 1

Se comprueba en los resultados obtenidos que el 90% de pequeñas y medianas empresas se centran en mejorar su negocio, debido a que al momento en que los empresarios aplican innovación en sus firmas están aceptando que son significantes y que consiguen beneficios positivos, caso contrario opina el 10% que discurre que pueden funcionar normalmente sin emplear innovación.

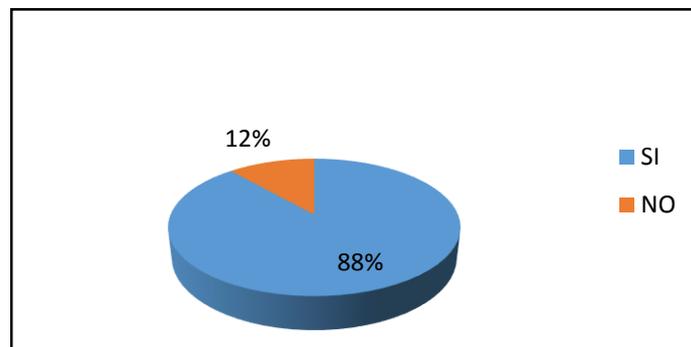
Cada pymes trabaja a su manera buscando crecer como empresa, así como también se pretende satisfacer al cliente brindando un producto de calidad al gusto del consumidor.

Cuadro 2. Beneficio de aplicar la creatividad e innovación en las empresas

VARIABLES	Frecuencia	% válido
SI	200	88,5
NO	26	11,5
Total	226	100,0

Fuente: Encuestas realizadas

Figura 2



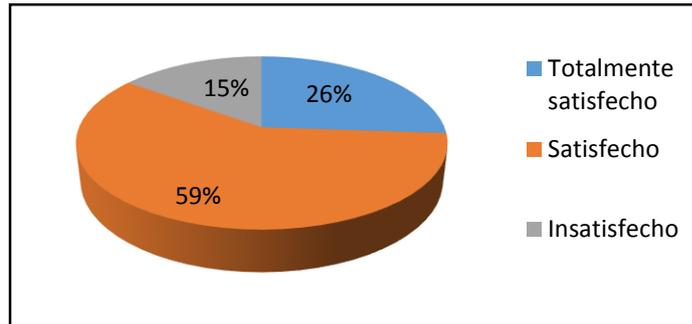
Fuente: Cuadro 2

Resulta beneficioso ser creativos e innovadores, por tal motivo el 88% está totalmente de acuerdo que se obtiene beneficios tanto para la empresa como para el cliente, debido a que se está ofreciendo algo diferente al consumidor que lo identifica frente a la competencia, pero no todo empresario piensa igual el 12% se mantiene en la posición de que no hay beneficio alguno y que como empresa pueden seguir trabajando con los métodos que han venido aplicando desde su creación.

Cuadro 3. Satisfacción al aplicar la creatividad e innovación

VARIABLES	Frecuencia	% válido
Totalmente satisfecho	59	26,1
Satisfecho	133	58,8
Insatisfecho	34	15,0
Total	226	100,0

Fuente: Encuestas realizadas

Figura 3.

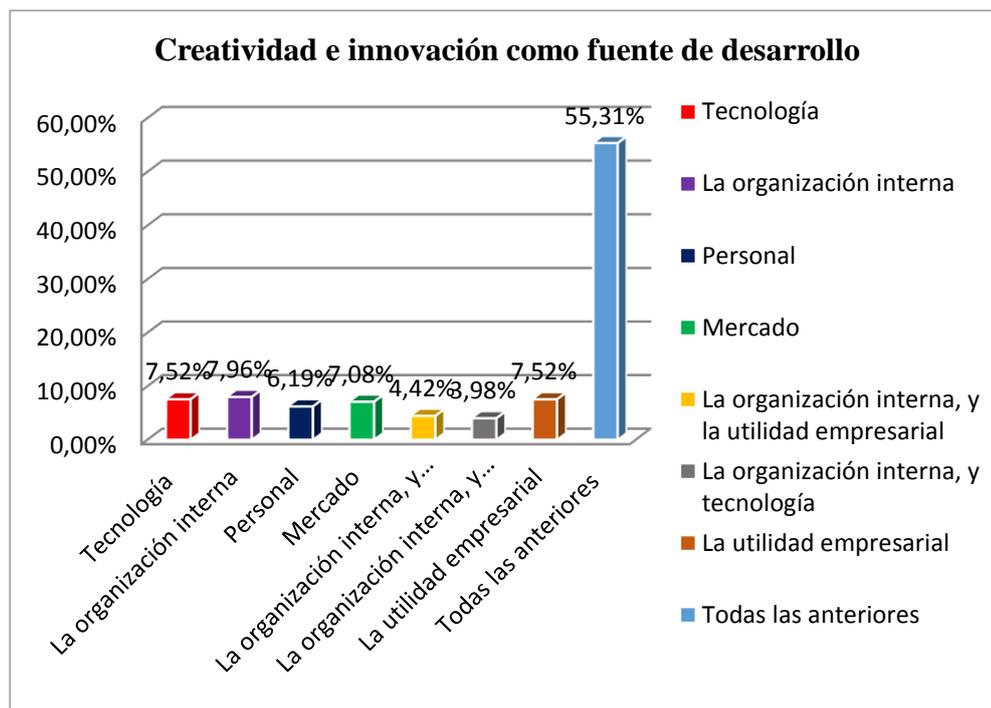
Fuente: Cuadro 3

El grado de satisfacción de los empresarios está acorde a los resultados que obtienen al aplicar innovación. Se refleja claramente que un equivalente al 59% de las empresas se sienten satisfechos con las estrategias de creatividad e innovación que implementan, por lo cual se da entender que obtienen resultados que favorecen a las pymes. Mientras que un 26% de las empresas encuestadas se sienten totalmente satisfechos lo que indica que este porcentaje de pymes está en constantes cambios e involucra a todo el personal de la organización para implementar estrategias que logren alcanzar los objetivos deseados por la empresa, por otro lado el grado de insatisfecho y totalmente insatisfecho que es 15% y 0% respectivamente, el motivo es porque no aplican correctamente las estrategias o no tienen bien definidos los conceptos de creatividad e innovación, o en su defecto no tienen una idea de cómo aplicar la creatividad e innovación.

Cuadro 4. Creatividad e innovación como fuente de desarrollo

VARIABLES	Frecuencia	%	% válido
Todas las anteriores	125	49,2	55,3
La organización interna	18	7,1	8,0
Utilidad empresarial	17	6,7	7,5
Tecnología	17	6,7	7,5
Mercado	16	6,3	7,1
Personal	14	5,5	6,2
La organización interna y la utilidad empresarial	10	3,9	4,4
La organización interna y tecnología	9	3,5	4,0
Total	226	89,0	100,0

Fuente: Encuesta realizadas

Figura 4.

Fuente y elaboración: Cuadro 4

De acuerdo a los resultados el 3.98% y 4.42% consideran que la creatividad e innovación permite el desarrollo en la organización interna, en la tecnología y la utilidad empresarial, esto permite la evolución de un mercado más competitivo y de las misma manera consideran que la implementación de la tecnología logra un avance y desarrollo para que las pymes logren cumplir las metas propuestas, mediante la utilidad empresarial se logra obtener mayores ventas o ingresos a la empresa; en cuanto al desarrollo de la organización interna indica que las organizaciones consideran que la creatividad e innovación permiten una buena comunicación o relación interna entre el personal y los diferentes departamentos para así ser una sola unidad trabajando por un mismo beneficio, en estos porcentajes se ha realizado una combinación de variables debido a que existen personas que han elegido dos opciones, lo cual demuestra que un buen negocio crece con una adecuada aplicación de métodos innovadores.

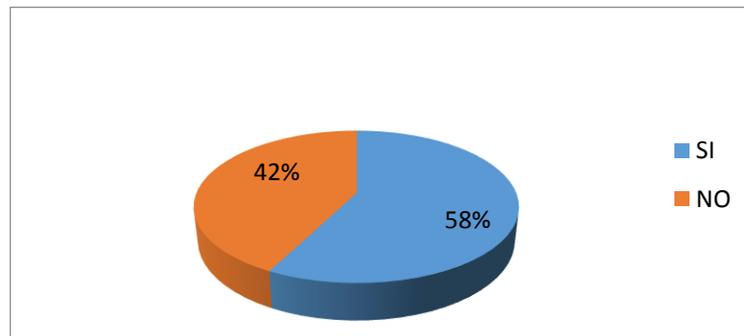
El 6.19% que representa al desarrollo del personal para ello se toma como clave el talento humano con el fin de lograr sus objetivos propuestos; el 7.08% opina que la creatividad e innovación conducen al desarrollo del mercado porque permite mantenerlo en competencia ofreciendo productos o servicios de calidad y al gusto del consumidor; el 7.52% considera que existe más desarrollo en la tecnología y la utilidad empresarial debido a que siendo creativos en tecnología se logra obtener beneficios rentables para la empresa; el 7.96% solo considera que se produce más desarrollo en la organización interna debido a que la buena relación entre los diferentes departamentos permite una mejor comprensión en el trabajo y por ende obtener resultados favorables para la empresa; el 55.31% del conjunto de opciones mencionadas anteriormente se pueden desarrollar dentro de una pymes gracias a la creatividad e innovación, con esto se deduce que la gran mayoría de los gerentes saben lo importante que es aplicar nuevos métodos y los diferentes beneficios que se pueden obtener en las organizaciones.

Cuadro 5. Desarrollo de actividades para la creatividad e innovación

Variabes	Frecuencia	% válido
SI	130	57,5
NO	96	42,5
Total	226	100,0

Fuente: Encuestas realizadas

Figura 5.



Fuente y elaboración: Cuadro 5

El 58% aplica actividades creativas e innovadoras, esto se debe a que consideran importante estas estrategias para mantenerse activos en el mercado y sobre todo ganar ventaja ante la competencia; por otra parte el 42% no utiliza actividades específicas para innovar su negocio, porque consideran que no es necesario aplicar cambios y más aún hacer gastos porque son empresas pequeñas.

4. Conclusiones

En los resultados obtenidos se evidencia que mayor parte de empresarios optan por aplicar este tipo de estrategias en sus negocios con el fin de obtener beneficios tanto económicos como sociales. Sin embargo existen ciertas barreras que no permiten cumplir al 100% con la innovación, dentro de estas está la falta de conocimiento innovador, debido a que se puede tener varias ideas nuevas pero se desconoce cómo aplicarlas correctamente, y para ello se debe estar en constantes actualizaciones para utilizar los procesos adecuados que permitan mejorar la producción o el servicio.

En la mayoría de las pymes utilizan técnicas acorde a su actividad comercial, como son la aplicación de programas de tecnología para llevar un control exacto de lo que realizan, así como también la socialización entre el personal de trabajo para conocer nuevas ideas de cómo mejorar la calidad del producto o servicio y en base a esto, la creatividad e innovación favorecen al crecimiento empresarial, fortaleciendo su nivel de productividad, que hace que las pymes se conviertan en competitivas, logrando ofrecer al mercado algo nuevo y acorde a las necesidades que se presenten por parte del consumidor.

Las pequeñas y medianas empresas han tenido un desempeño notorio, debido a que los directivos se inclinan por aplicar la creatividad e innovación en sus organizaciones y así lograr un objetivo determinado creando nuevos productos lo cual se consigue con personas creativas que trabajen en este tipo de proyectos, contando siempre con la colaboración del resto del personal, con el propósito de alcanzar las metas trazadas.

Referencias Bibliográficas

- Becerra Rodríguez, F., Serna Gómez, H. M., & Naranjo Valencia, J. C. (2013). Redes empresariales locales, investigación y desarrollo e innovación en la empresa. Cluster de herramientas de Caldas, Colombia. *Estudios Gerenciales*, 29(127), 247–257.
<http://doi.org/10.1016/j.estger.2013.05.013>

- Cardona Acevedo, M., Castiblanco Moreno, S., & Díaz Sánchez, H. (2013). Innovación empresarial: una mirada desde la competitividad, el desarrollo local y la transformación productiva para la internacionalización en Colombia. *Semestre Económico*, 16(34), 149–167. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1695233739?accountid=14495&nhttp://diana.uca.es:4550/resserv?genre=article&issn=01206346&title=Semestre+Econ?mico&volume=16&issue=34&date=2013-07-01&atitle=INNOVACION+EMPRESARIAL:+UNA+MIRADA+DESDELA+COMPETITIV>
- Cilleruelo Carrasco, E., Sánchez Fuente, F., & Etxebarria Robledo, B. (2008). Compendio de definiciones del concepto «innovación» realizadas por autores relevantes: diseño híbrido actualizado del concepto. *Dirección Y Organización*, 34(36), 91–98. Retrieved from <http://revistadyo.es/index.php/dyo/article/viewArticle/20>
- Formichella, M. M. (2005). La Evolución del Concepto de Innovación y su Relación con el Desarrollo, 46.
- Grajales G, T. (2000). Tipos de Investigación. *IUPuebla*, 4. <http://doi.org/10.1590/S0124-00642009000200014>
- Gualotuña Reimundo, M. E. (2011). *Análisis de la situación de las pymes ubicadas en la ciudad de Quito y su apertura a mercados internacionales en el período 2005-2009*.
- Macías Cardona, H. A. (2010). Innovación y responsabilidad social: una reflexión sobre los puntos de encuentro. *Universidad & Empresa*, (21), 13–35.
- Martínez Aparicio, J. (2012). Micros , Pequeñas y Grandes empresas , dos Circuitos Económicos separados . Lázaro Cárdenas , Michoacán. *Economía, Sociedad Y Territorio*, 17(40), 751–791.
- Moreno-Moya, M., & Munuera-Alemán, J. L. (2014). ¿Es importante la creatividad en el desarrollo de nuevos productos? *Universia Business Review*, (44), 72–87.
- Prada Trigo, J. (2014). Estudio para innovación industrial y desarrollo económico de las ciudades de la provincia de El Oro. *Utmachala.Edu.Ec*. Retrieved from [http://www.utmachala.edu.ec/archivos/RendicionCuentasPrometeos/2014/JOSÉPRADA TRIGO.pdf](http://www.utmachala.edu.ec/archivos/RendicionCuentasPrometeos/2014/JOSÉPRADA%20TRIGO.pdf)

Rodríguez Valencia, J. (2000). Generalidades de las pymes. *Administración de Pequeñas Y Medianas Empresas*.