



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM–Estelí

Innovación en el proceso productivo en Empresa Plasencia Cigars S.A en la ciudad de Estelí, I Semestre del año 2019

Trabajo de seminario de graduación para optar

al grado de

Licenciado en Administración de Empresas

Autores

Castillo Castillo Alexander

Gutiérrez Centeno Marcia Elena

Rivera Molina María Auxiliadora

Tutor o tutora

Msc Flor Idalia Lanuza Gámez

Msc Alberto Sevilla Rizo

Estelí, 2019



LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Innovación y Emprendimiento

AGRADECIMIENTO

Primeramente a nuestro padre eterno, "DIOS" por darnos fuerzas para levantarnos cada día y seguir luchando ante cada dificultad que se nos presenta; a nuestras familias por brindarnos su apoyo incondicional y creer en nosotros.

A nuestros maestros por su enseñanza, su disposición y esmero de brindarnos su confianza.

DEDICATORIA

A DIOS en primer lugar por darnos la oportunidad de vivir para alcanzar nuestros objetivos. A nuestros padres; por estar presentes en los buenos y malos momentos, por su apoyo económico y emocional ya que ellos han contribuido con su amor, esmero y esfuerzos para sacarnos adelante. A nuestros maestros; que dedicaron tiempo, por servirnos de guía durante el periodo de formación profesional, con la confianza de poder servir a personas contribuyendo así al mejoramiento de la sociedad.

VALORACIÓN DOCENTE

A través de la presente hacemos constar que: **Castillo Castillo Alexander, Gutiérrez Centeno Marcia Elena y Rivera Molina María Auxiliadora**, estudiantes del V año de la carrera de Administración de Empresas finalizaron su trabajo investigativo en el tema: **“Innovación en el proceso productivo en Empresa Plasencia Cigars S.A en la ciudad de Estelí, I Semestre del año 2019”**.

Este trabajo fue apoyado metodológicamente y técnicamente en la fase de planificación, ejecución, procesamiento, análisis e interpretación de datos, así como sus respectivas conclusiones y recomendaciones. Después de revisar la coherencia, contenido y la incorporación de las observaciones brindadas en pre defensa, defensa final y consultas realizadas a especialistas en el tema, consideramos que el mismo hace una aportación significativa al conocimiento y da aportes relevantes a la innovación en el proceso productivo en Empresa Plasencia Cigars S.A en la ciudad de Estelí. Asimismo, la amplia literatura científica relacionada con el tema indicado evidencia que ocupa un lugar importante entre los desarrollos recientes de la Administración de Empresas.

Además se presentó el artículo científico el cual abarca los elementos necesarios para ser presentado. Por consiguiente, valoramos que el mismo cumple con los requisitos establecidos en la normativa y, por lo tanto, está listo para ser entregado ante la institución rectora.

Dado en la ciudad de Estelí a los cinco días del mes de febrero del 2020.

Atentamente.

MSc. Flor Idalia Lanuza Gámez

Docente FAREM – Estelí

MSc. Alberto C. Sevilla Rizo

Docente FAREM-Estelí

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Antecedentes	2
1.2 Planteamiento de Problema.....	4
1.3 Preguntas Problemas	5
1.3.1 Pregunta Directriz.....	5
1.3.2 Preguntas Específicas	5
1.4 Justificación	6
II. OBJETIVOS	7
2.1 Objetivo General.....	7
2.2 Objetivos Específicos.....	7
III. MARCO TEÓRICO.....	8
3.1 Empresa.....	8
3.1.1 Concepto.....	8
3.1.2 Tipos de empresas.....	9
3.1.3 Empresas según su tamaño	11
3.1.4 Características de Empresa	12
3.1.5 Empresas según Origen del Capital.....	14
3.2 Innovación.....	15
3.2.1 Concepto.....	15
3.2.2 Las Características de Innovación según Horwath (2014) son:.....	15
3.2.3 Importancia de Innovación	16
3.2.4 Importancia de la innovación para la sociedad.....	17
3.2.5 Tipos de innovación.	18
3.3 Procesos productivos.....	19

3.3.1	Concepto.....	19
3.3.2	Etapas del proceso productivo	20
3.3.3	Tipos de Procesos Productivos.....	21
3.3.4	Características de Procesos Productivos	22
3.4	Estrategias.....	23
3.4.1	Concepto.....	23
3.4.2	Tipos de estrategias.....	24
3.4.3	¿Por qué desarrollar estrategias?.....	25
3.4.4	¿Cómo desarrollar estrategias?	25
3.4.5	Revisar (identificar) los objetivos y agentes de cambio para su iniciativa.....	26
IV.	SUPUESTO.....	28
4.1	Planteamiento de supuesto	28
4.2	Operacionalización de variable según cada uno de los objetivos específicos:.....	29
V.	DISEÑO METODOLÓGICO	33
5.1	Tipo de Investigación	33
5.1.1	De acuerdo a su enfoque.....	33
5.1.2	Según su estudio.....	33
5.2	La población	34
5.3	Muestra	34
5.4	Unidad de análisis	35
5.5	Muestreo	35
5.6	Etapas de la investigación	36
VI.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	38
6.1.	Objetivo N°1: Describir el proceso productivo de la empresa Plasencia Cigars. 38	
6.1.1	Elaboración del producto.....	38
6.1.2	Instrucciones para elaborar el producto.....	39
6.1.3	Calidad de la materia prima.....	41

6.1.4	Variedad del producto.....	42
6.1.5	Adaptabilidad.....	43
6.1.6	Normas de producción.....	44
6.1.7	Mejora en la productividad.....	45
6.1.8	Instrucciones de trabajo	46
6.2	Objetivo N°2 Identificar los factores que inciden en la innovación de la empresa.....	47
6.2.1	Cambios respecto la materia prima.....	47
6.2.2	Implementación de capacitaciones.....	48
6.2.4	Equipo y maquinaria	50
6.2.5	Mantenimiento de equipo y maquinaria de trabajo	51
6.2.6	Herramienta efectiva la innovacion.....	53
6.2.7	Mejoramiento de la empresa	54
6.3	Objetivo N°3 Valorar la innovación en la mejora del proceso productivo de la Empresa.....	55
6.3.1	Capacitaciones dirigidas a los colaboradores.....	55
6.3.2	Productividad y competitividad	56
6.3.4	Mejoras en la empresa	58
6.4	Objetivo. 4 Proponer estrategias que promuevan la mejora en la innovación Del proceso productivo	59
VII.	CONCLUSIONES.....	62
VIII.	RECOMENDACIONES.....	63
IX.	BIBLIOGRAFÍA.....	64
X.	ANEXOS	68
10.1	Cronograma de actividades	68
10.2	FODA.....	69
10.3	Encuesta	70
10.4	Guía de observación	74
10.5	Entrevista	77

10.6 Fotografías..... 80

I. INTRODUCCIÓN

La innovación es algo fundamental hoy en día, las empresas se ven en la necesidad de innovar sus procesos productivos debido a la globalización que abarca los cambios tecnológicos, sociales, culturales y económicos.

Esta investigación tiene como propósito es conocer la innovación en el proceso productivo de la empresa Plasencia Cigars S.A de Estelí de, las innovaciones que han implementado para lograr el crecimiento de la empresa.

La investigación está estructurada de la siguiente forma: en la primera etapa se aborda la introducción, los antecedentes, preguntas problema y justificación de dicha investigación, con el propósito de concretar los fundamentos del trabajo investigativo.

En la segunda parte se establecieron los objetivos propuestos a alcanzar con la indagación en la información de la empresa.

En la tercera etapa se presenta el marco teórico el cual posee cuatro ejes de investigación como son: empresa, innovación, proceso productivo y estrategias. Con el fin de investigar toda la información necesaria con respecto a los cuatro ejes de estudio.

En la cuarta etapa se aborda el supuesto de investigación y la operacionalización de los objetivos.

En la etapa cinco se abordan el diseño metodológico donde se determina el tipo de investigación, el universo de estudio, caracterización de la empresa, muestra, y etapas de la investigación.

En la sexta etapa está conformada por el análisis de los resultados obtenidos a través de la investigación.

En la séptima, octava, novena y décima etapa se plantean las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos del trabajo de investigación.

1.1 Antecedentes

Para profundizar dicha investigación se realizaron consultas en sitios web y Biblioteca Urania Zelaya de la Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí, encontrándose que existen tesis relacionadas con el tema “Innovación en el proceso productivo de Empresa Plasencia Cigars S.A., en la ciudad de Estelí en el I semestre del año 2019” siendo los siguientes:

A nivel internacional se encontró la primera tesis de licenciatura en Ingeniería Industrial y Turismo presentada por González González (2019), y se titula “Análisis crítico de Herramientas para la Gestión de la Innovación y la Tecnología en los servicios extrahoteleros en Santa Clara”; el trabajo se enmarca en el contexto de analizar los instrumentos metodológicos para la GTI (Gestión de la Innovación y la Tecnología), existentes en la literatura para verificar la factibilidad de su aplicación.

Una segunda tesis Doctoral por Gámez (2016), titulada “Las estrategias de Innovación. El caso de la cooperación Empresarial”; literatura referida a las estrategias innovadoras para descubrir cuáles son los factores que hacen que, las empresas estén preparadas para obtener innovaciones de forma sostenible, el objetivo de esta tesis es responder a la pregunta acerca de cuáles son los elementos que promueven la cooperación para innovar y cuáles son las consecuencias que tiene sobre los resultados.

A demás a nivel Nacional, la Tercera tesis encontrada de Eugarríos Méndez y Tórres López (2017), comentan tema, Comportamiento Innovador de las PYMES, Departamento de Matagalpa - Estelí, período del 2016; en Nicaragua las Pequeñas y Medianas empresas son parte importante del desarrollo económico, por lo tanto, la innovación tiene mucha relevancia en la competitividad, para el buen funcionamiento de este sector económico de alta importancia para el Municipio de Matagalpa, con la existencia de la Ley N° 645 “Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana empresa”.

Una cuarta tesis encontrada de Rivera y Somoza Membreño (2017), presenta el tema “Comportamiento Innovador de la Cooperativa Multisectorial Augusto César Sandino R.L en el Municipio Tuma La Dalia, Departamento de Matagalpa, durante el período 2016”, La innovación se ha convertido en una importante variable empresarial estratégica, para adaptarse a los cambios y generarlos a través de una política agresiva de innovar; a la realización de nuevos estudios y a los pequeños y medianos empresarios interesados en conocer o ampliar sus conocimientos sobre esta temática.

Se encontró a nivel local, una quinta tesis de Videa Cruz, Acevedo Morales, y González González (2017), presentan su tema de sobre la “Importancia de la Innovación en el Fortalecimiento de la Gestión Administrativa en la Empresa de Bloques Vílchez del Municipio de Pueblo Nuevo, primer semestre del año 2017”; concluyeron que, es importante que las empresas dediquen esfuerzos que permita aumentar o simplemente mantener su competitividad. Diversos factores y tendencias que aumentan dicha presión de la aparición de nuevos competidores o la rápida evolución de las tecnologías.

Una última tesis de Tórrez Benavides, Urbina Martínez, y Vílchez Zamora (2017), de Administración de Empresas con el tema, Factores que inciden en la Innovación para el proceso productivo de la fábrica de cajas de puros ¡Ay Que Lindo! En la ciudad de Condega, I Semestre 2017; plantea la incidencia de factores de innovación en el proceso productivo de la fábrica antes mencionada, algunos influyen de forma positiva y negativa, la gestión de la innovación como principal generador de valor, tanto para colaboradores como el entorno social que rodea la empresa.

Para finalizar, la presente investigación se diferencia de las anteriores porque, los métodos de Innovación de años atrás no presentan la misma efectividad en la actualidad, ya que existen constantes cambios tecnológicos, sociales, culturales, económicos y políticos; ya que debido a esto, en la actualidad las Empresas se tienen que sujetar ante estos cambios.

1.2 Planteamiento de Problema

La innovación hoy en día, para muchas empresas es vital para la mejora de diferentes procesos productivos, para llamar la atención y verlo más atractivo, presentable de cambios y así obtener una idea de llegar al éxito.

Entre las temáticas actuales se refleja que se destacan distintas teorías sobre innovación a un alto grado o menor grado, una de las diversas dificultades que tienen algunas empresas es la orientación al personal, cuando un subordinado da una orden a un colaborador dentro del área, es rara la persona que acate esa orden; dadas a las circunstancias en momentos específicos se hacen observaciones que generen garantía para cada una de las funciones que ellos desempeñen.

La Empresa Plasencia Cigars S.A. en la actualidad ha intentado mejorar en cuanto a los indicadores de innovación y gestión administrativa; además la base fundamental de innovación es el proceso productivo que opta por un sistema de información para cada uno de los colaboradores, donde se encuentren involucrados en la motivación de ejercer de manera adecuada sus respectivas actividades laborales.

Además se debe aplicar en todos los niveles de la empresa, desde finanzas, operación, mercadotecnia, dirección general, siempre buscando ideas novedosas, evaluándolas para ver cuál es funcional o sólo una ocurrencia, e implementar las funcionales; por lo tanto, para cumplir con metas pronosticadas; una organización debe tener en cuenta, que es innovadora cuando es capaz de ofrecer algo diferente a las personas o como posibles mercados.

Es por ello que crean una idea para fortalecer sus debilidades en función de un proceso productivo realizando pequeñas charlas que promueven la actitud positiva en el entorno laboral, sabiendo reutilizar el factor tiempo.

Sin embargo, en esta situación se hace necesaria la implementación de nuevas estrategias para la innovación de la empresa; con una adecuada participación de los miembros de la misma, mediante el establecimiento de un sistema de comunicación efectivo por el cual deben darse a conocer los objetivos organizacionales para poder comprometer a los individuos con diferentes tareas en pro de la organización.

Las circunstancias pueden llevar a la empresa a desaprovechar las oportunidades que brinda el medio y las fortalezas con la que cuenta la compañía, lo que impide desarrollar una estrategia que le garantice el éxito futuro y establecer un ambiente de innovación y creatividad que permita a los miembros de la organización plantear diferentes alternativas de acción que se ajusten de acuerdo con los acontecimientos.

1.3 Preguntas Problemas

1.3.1 Pregunta Directriz

1. ¿Cuál es la importancia de la innovación del proceso productivo de Empresa Plasencia Cigars S.A. en la ciudad de Estelí, I semestre del año 2019?

1.3.2 Preguntas Específicas

1. ¿Cómo se lleva a cabo la innovación en el proceso productivo en la Empresa?
2. ¿Cuáles son los factores que inciden en la innovación del proceso productivo de la Empresa?
3. ¿Qué valor tiene la innovación en la mejora del proceso productivo de la organización?
4. ¿Qué estrategias se debe hacer para mejorar la innovación del proceso productivo de la Empresa?

1.4 Justificación

Esta investigación se realiza con el objetivo de aportar al conocimiento existente sobre la innovación del proceso productivo como instrumento para la mejora de las empresas cuyos resultados podrán sistematizarse en una propuesta, para ser incorporados como conocimiento ya que se estaría demostrando que el uso de Innovación mejora en desempeño de las organizaciones.

La importancia de la elección de este tema, es fundamental en cada una de las Entidades competentes, ya que surgen necesidades de mejorar y para ello la Innovación en el proceso productivo sería una herramienta efectiva en el desempeño laboral.

La aplicación de la Innovación para cada una de las necesidades que puede presentarse en las organizaciones se puede realizar ajustes a ciertas técnicas utilizadas por las mismas, una vez que se demuestre que tienen validez y confiabilidad se podrán utilizar respectivamente al área que lo amerite.

Este estudio tiene relevancia porque permite profundizar más sobre la importancia que tiene la innovación del proceso productivo dentro de las organizaciones para mejorar la calidad a nivel interno, (personal administrativo, colaboradores y producto), y a nivel externo (clientes y proveedores); además permite valorar como incide en el comportamiento de las personas en el entorno de la empresa.

II. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Determinar la innovación en el proceso productivo de Empresa Plasencia Cigars S.A. en la ciudad de Estelí, I semestre del año 2019

.

2.2 Objetivos Específicos

1. Describir la innovación en el proceso productivo de la empresa Plasencia Cigars.
2. Identificar los factores que inciden en la innovación de la empresa.
3. Valorar la innovación en la mejora del proceso productivo de la Empresa.
4. Proponer estrategias que promuevan la mejora en la innovación del proceso productivo.

III. MARCO TEÓRICO

En esta investigación: Se han planteado cuatro ejes teóricos: 1) Empresa; 2) Innovación; 3) Procesos Productivos y 4) Estrategias.

3.1 Empresa

Existen numerosas definiciones de empresa, de acuerdo al área de experticia desde donde se aborde según (Da Silva, 2018):

3.1.1 Concepto

Una empresa es un tipo de organización humana dedicada a actividades con fines económicos o comerciales. Se trata, aunque no lo parezca, de un término muy poco específico, ya que numerosas agrupaciones humanas pueden atender a la definición previa.

En términos de Derecho Internacional, una empresa se entiende como el conjunto de capital, administración y trabajo dedicados a satisfacer una necesidad en el mercado.

Una definición más sociológica, en cambio, la entendería como un conjunto humano organizado con el fin de generar bienes o servicios en una comunidad determinada.

Las empresas funcionan normalmente a partir del aprovechamiento de ciertos insumos (materia prima o productos semielaborados, en caso de la empresa manufacturera) y el empleo de cierta mano de obra, más o menos calificada, en pro de la satisfacción de ciertas necesidades de consumo de la sociedad en que se encuentran.

Una empresa vela por la continuidad del ciclo productivo-comercial (rentabilidad) y sus necesarias inversiones, retribuciones y ganancias.

Existen muchas definiciones para el término "empresa", la mayoría de ellas apuntan hacia un grupo de personas que trabajan para un objetivo común, con la finalidad de obtener un beneficio y satisfacer al consumidor. Según el derecho internacional, una empresa engloba un conjunto de capital, trabajo y administración con la finalidad de satisfacer alguna necesidad del mercado. Las empresas requieren múltiples elementos para funcionar y alcanzar sus objetivos, por ejemplo, recursos humanos, bienes materiales y recursos financieros. (Da Silva, 2018)

En el libro de Fundamentos de Administración se encontró definiciones de Empresa, las cuales son:

Empresa, es una acción difícil que se acomete para lograr algo que se desea; la acción ardua o difícil llamada Empresa puede referirse a cualquier tipo de actividad humana como lo puede ser la construcción de una carretera o un edificio, la organización de un negocio. Se trata de una acción valerosa y difícil que se efectúa para alcanzar un determinado objetivo bien sea social, económico, político o simplemente por una curiosidad personal.

Hoy se denomina Empresa a una unidad económica autónoma organizada para combinar un conjunto de factores de producción, con vista a la producción de bienes o la prestación de servicios para el mercado. (Ramírez Cardona, 2010)

3.1.2 Tipos de empresas

Se acostumbra a clasificar y denominar las empresas en función de diferentes criterios:

Por su origen (empresas públicas, privadas y de economía mixta)

Las públicas se crean por la autoridad del Estado, las privadas se crean por voluntad de los particulares en el uso del derecho natural conocido como libertad de iniciativa o libertad de empresa, las de economía mixta cuando su administración en sus bienes participa tanto el Estado como personas privadas.

Por su misión u objetivo (empresas industriales, comerciales y de servicio)

a) Una empresa industrial: es una organización económica en las que sus actividades están encaminadas a la obtención y/o transformación de materias primas, mediante procesos organizados, para producir tanto insumos, como productos terminados.

b) Una empresa comercial es aquella que se encarga de adquirir: materias primas (recursos o materiales para ser procesados y convertidos en bienes), bienes intermedios (que aún requieren uno o varios procesos antes de ser acto para el consumo), bienes terminados (listos para el consumo), bienes de capital (equipos pesado como maquinaria pesada, carretillas elevadoras, generadores o vehículos) para luego venderlas a otras empresas o a los consumidores finales.

c) Se denominan empresas de servicios a aquellas que tienen por función brindar una actividad que las personas necesitan para la satisfacción de sus necesidades (de recreación, de capacitación, de medicina, de asesoramiento, de construcción, de turismo, de televisión por cable, de organización de una fiesta, de luz, gas) a cambio de un precio. Pueden ser públicas o privadas.

Por destino de sus recursos y utilidades (empresas con ánimo de lucro o sin ánimo de lucro)

a) Ánimo de lucro es la intención de obtener una ganancia o beneficio económico, suele estar ligada a cualquier actividad económica o emprendimiento además es la motivación central de las empresas en una economía de mercado. Las entidades invierten y utilizan recursos productivos con el fin de vender sus

productos o servicios a un precio mayor que el costo de producción, de modo de obtener una ganancia.

b) Sin ánimo de lucro son personas jurídicas que se constituyen por la voluntad de asociación o creación de una o más personas (naturales o jurídicas) para realizar actividades en beneficio de asociados, terceras personas o comunidad en general. Las Entidades Sin Ánimo de Lucro no persiguen el reparto de utilidades entre sus miembros. No todas las organizaciones tienen este ánimo, aun cuando comercialicen bienes o servicios en el mercado.

Por su régimen jurídico

Sociedad anónima, sociedad limitada, sociedad en comandita, sociedad de hechos.

Por el ámbito territorial de su actividad

Empresa local, empresas regionales, empresas nacionales, empresas multinacionales. (Ramírez Cardona, 2010)

3.1.3 Empresas según su tamaño

Según el número de trabajadores y el tipo de estructura que posean podemos diferenciar estos tipos de empresas:

a) **Microempresas:** son empresas que tienen hasta un máximo de 10 trabajadores y suelen pertenecer a un único socio que también trabaja para la empresa. Muchas de empresas tienen gran potencial y pueden desarrollarse en empresas más grandes si se invierte en ellas, como es el caso de las startups.

b) **Pequeñas empresas:** las pequeñas empresas poseen un número de trabajadores que va desde los 11 hasta los 49. Muchas de estas empresas son negocios familiares y ya poseen una estructura organizacional que deriva en una división del trabajo. Suelen ser empresas rentables e independientes, aunque no poseen grandes recursos financieros y de capital.

c) **Medianas empresas:** las pequeñas y medianas empresas son gran parte de la economía y el tejido empresarial. Estas últimas poseen plantillas de entre 50 y 250 trabajadores con una estructura y departamentos organizados que permiten delimitar el trabajo y las responsabilidades.

d) **Grandes empresas:** este tipo de empresas poseen más de 250 trabajadores y en la mayoría de ocasiones apuestan en la internacionalización con el objetivo de llevar sus productos por todo el mundo y conseguir mayores beneficios.

3.1.4 Características de Empresa

Identificación de la empresa

Toda empresa tiene un nombre que la identifica, tanto interna como externamente, posee un domicilio comprobado donde ella realiza sus actividades productivas y administrativas y posee un patrimonio conformado por medios económicos y financieros, derechos y obligaciones con los que lleva a cabo sus actividades.

Misión

Describe la razón o motivo por la cual se crea la empresa, la misión traza un camino desde lo que se hace en el presente hasta lo que se pretende alcanzar.

Visión

Es una declaración de la meta corporativa, una descripción de lo que pretende ser la compañía en el futuro.

Imagen Corporativa

Entre las características generales de las empresas podemos mencionar la imagen corporativa como una de las más relevantes. La imagen corporativa va mucho más allá de mostrar la marca de una empresa, una correcta estrategia de

imagen logrará fidelizar al cliente que, al sentirse valorado e identificado, mantendrá un importante hilo comunicacional con la compañía.

Constitución Jurídica

La forma jurídica de cada empresa se determinada en función del número de socios, el capital que se va a invertir y la responsabilidad que se vaya a asumir. En cuanto a su responsabilidad, puede ser limitada o ilimitada.

Finalidad de la empresa

La finalidad es otra de las características generales de las empresas de mayor importancia. Aunque no es lo más habitual, una empresa puede haber sido creada sin la intención de generar lucro, en cuyo caso la empresa maneja recursos pero no obtiene utilidades ya que no persigue un fin económico. Para estos tipos de empresas el fin suele ser educativo, cultural, asistencial, o social.

Por otra parte, se encuentran las empresas más comunes, las que están enfocadas en la obtención de beneficios económicos, éstas organizaciones producen bienes o servicios con un propósito lucrativo.

Sector en el que opera la empresa

Según la naturaleza y actividades que cada empresa realiza, se encuentra en alguno de los siguientes sectores productivos.

- a) **Primario:** empresas que se dedican a la extracción de materias primas, transformación en productos semis elaborados o agricultura.
- b) **Secundario:** en este sector se encuentran las empresas de manufactura. Aquellas que, a partir de materias primas, realizan productos semi-elaborados o productos finales. Este sector también se conoce como sector industrial.
- c) **Terciario:** este es el sector de servicios dedicados a otras empresas, particulares o al estado.

d) Cuaternario: corresponde a la gestión del área de información, labores intelectuales o economía del conocimiento y servicios no susceptibles de mecanizar.

Origen de la empresa

Las características de una empresa también pueden ser diferentes en función de su origen:

- a) Nacionales: su capital proviene residentes de un determinado país.
- b) Extranjeras: son aquellas que están constituidas en el país, pero su capital no es aportado por nacionales.
- c) Las mixtas: son una combinación de las dos anteriores.

Cómo se ha podido observar, son muchos los factores que están relacionados con las características de una empresa y que nos ayudan a realizar una clasificación de las organizaciones según elementos específicos. Incluso, podríamos seguir añadiendo características a la lista anterior. (Da Silva, 2018)

3.1.5 Empresas según Origen del Capital

Según la fuente desde donde proviene su dinero, una empresa puede ser:

Pública: aquella que ha sido financiada y es administrada por el estado. En muchos casos estas empresas han sido creadas con la finalidad de resolver alguna necesidad social.

Privada: es aquella que ha sido constituida por personas naturales o jurídicas, no gubernamentales.

Mixta: estas empresas son una fusión de pública y privada. La proporción en cuanto al capital y la administración puede variar.

3.2 Innovación

3.2.1 Concepto

Innovación es todo aquel cambio que supone una novedad, mejora, solución, simplificación o adaptación de lo ya existente. Se asocia a la idea del progreso y el bienestar.

Una innovación puede incidir en aspectos técnicos, materiales o, incluso, conceptuales y por lo general trae un considerable mejoramiento de la vida a nivel social, económico, cultural o tecnológico (Innovación y sus Características, 2018).

Para Horwath (2014), innovación, definida de manera mas simple como la creación de nuevo valor para los clientes, comienza con una percepción, la cual suele centrarse en la solución de un problema o a la forma de satisfacer la necesidad sin cumplir de algun cliente; para crear nuevo valor necesita esta percepción, la estrategia de negocio se define como la asignación inteligente de recursos limitados a través de un sistema unico de actividades para superar la competencia en el servicio a los clientes .

3.2.2 Las Características de Innovación según Horwath (2014) son:

Cambio: hacer de lo ya existente algo nuevo, mejorarlo, modificarlo, adaptarlo, simplificarlo. Puede cambiarse un proceso, un método, un formato, un instrumento, un producto, un material.

Mejoramiento: Muchos aspectos suponen una mejoría, bien porque ahorran tiempo, hacen más efectivo o fácil un proceso, reducen costos, o bien porque su impacto medioambiental es menor.

Solución: también supone resolver problemas o situaciones innecesariamente complejas para hacer nuestra vida más fácil.

Simplificación: Lograr simplificar procesos es otro de los desafíos de la innovación. Ahorrarnos energía y tiempo en pasos, procesos o métodos que no son fundamentales es otra de las características claves de una innovación.

Innovación es hacer más fácil: Innovar es, por lo tanto, solucionar problemas y simplificar procesos, y esto también significa hacerlo todo más fácil para las personas.

Adaptabilidad: también implica adaptarse a las nuevas realidades. El mundo cambia constantemente, y también nuestras necesidades cotidianas.

Progreso: en definitiva, implica cambiar, mejorar, solucionar, facilitar y simplificar procesos, métodos, tareas, todo lo cual se resume en progreso para la sociedad: la posibilidad de hacer más con menos y de tener una mejor vida que en el pasado.

3.2.3 Importancia de Innovación

Según Mancía Arteaga (2012), es importante mencionar que la innovación permite tanto a las personas como a las empresas interactuar en un mundo altamente dinámico y competitivo en el cual es necesario estar a la vanguardia de manera que pueda conseguir una favorable participación en el mercado, mencionando algunos de los beneficios que se logran a través de la innovación: mejora de la imagen de la empresa ante sus clientes y su competencia, ofrecimiento de más beneficios a los consumidores, fortalecimiento del alza de las ventas, la lealtad, generación de barreras de entrada a los competidores, resultados positivos y mejor comunicación.

Asimismo se deja claro, que para innovar no es necesario que la empresa u organización tenga una gran cantidad de recursos económicos ya que el término Innovación no está concentrado o relacionado exclusivamente a hacer grandes inversiones millonarias sino que también podemos innovar por ejemplo en procesos o estrategias comerciales.

Se puede innovar diseñando estrategias de ahorro de costos, logística y distribución, revisión de los insumos, mejora en la comunicación con el cliente y colaboradores, procesos de calidad, desarrollo de nuevos productos o mejoras de estos, entre otros.

Considerando que se deben desarrollar culturas encaminadas a la innovación, cuya aplicación genera una ventaja competitiva en diferentes áreas de actividad. Debemos ser visionarios ofreciendo a nuestros clientes productos innovadores y también, adaptando nuestros modelos de negocio a las nuevas tendencias del entorno, de manera que podamos fortalecer nuestras marcas y conservarlas por mucho tiempo en el mercado. Además, es primordial buscar mecanismos que persigan la posición de líder en los mercados mediante la productividad de nuestros procesos internos.

Según Rubio y Baz (2004) en el libro de El poder de la competitividad; la competitividad es lo que permite a una empresa ser exitosa en el mundo en que se desenvuelve. Una empresa es competitiva cuando logra desarrollar productos y servicios cuyos costos y calidades son comparables o superiores a los de sus competidores en el resto del mundo.

De aquí que la competitividad sea una característica de las empresas y que en un sector industrial o país puedan coexistir distintos grados de competitividad. A partir de esto, uno podría llegar a concluir que la competitividad es un asunto que sólo interesa y debe interesar a las empresas. Sin embargo, la realidad difícilmente podría ser más contrastante.

3.2.4 Importancia de la innovación para la sociedad.

En la actualidad las actividades de innovación y desarrollo tecnológico de un país son realizadas por diversos agentes: empresas, universidades y organismos públicos de investigación. El papel más relevante lo juega el tejido empresarial y la administración. La relación entre ellos es interactiva y los aspectos tecnológicos y económicos están en relación permanente.

- a) La innovación favorece la ventaja competitiva.
- b) La innovación continua hace que la ventaja competitiva sea sostenible.

La capacidad innovadora, acumulada y reforzada en el tiempo es parte esencial del núcleo competitivo de la empresa y se proyecta en su relación con el bienestar de las sociedades en las que actúa. Esta visión de la competitividad y de la innovación fundamenta las estrategias empresariales y las políticas públicas que persiguen potenciar la innovación. En este sentido resulta comprensible el creciente interés de los distintos agentes económicos por conocer los factores que benefician la generación de innovación.

3.2.5 Tipos de innovación.

Innovación de producto: consiste en ofrecer al mercado un producto nuevo o mejorado. Puede referirse a variaciones en los materiales, variaciones en el diseño o nuevas funciones de producto. También puede consistir en mejorar su fiabilidad o un cambio en la percepción del cliente. El objetivo de la innovación de producto normalmente es mejorar la calidad y la imagen de marca de la empresa.

Innovación de proceso: consiste en mejorar el proceso productivo de la empresa. Es una nueva forma de trabajar. La innovación de proceso se realiza mediante la implementación de maquinaria, nueva organización en el proceso productivo o una variación del mismo. Normalmente, persigue el objetivo de reducir costes en la empresa.

Innovación en método de gestión: comprende las innovaciones que no se pueden clasificar en las anteriores categorías, como las realizadas en el ámbito comercial (incluido el marketing), financiero y organizativo, que acompañan, apoyan y potencian la corriente innovadora de la empresa. Pueden considerarse una variante de la innovación de proceso. Son cambios que facilitan el acceso al conocimiento y aprovechamiento los recursos materiales y financieros.

Innovación incremental: consiste en pequeños cambios dirigidos a incrementar la funcionalidad y las prestaciones de la empresa, si bien aisladamente son poco significativas, cuando suceden continuamente pueden constituir una base permanente de progreso. Por ejemplo, en la industria del automóvil, la experiencia en la fabricación permite introducir mejoras en el diseño del producto, que se traducen en una mejor configuración de sus componentes y en una eliminación de componentes superfluos.

Innovación radical: consiste en nuevos productos o procesos que no pueden entenderse como una evolución natural de los ya existentes. Aunque no se distribuyen uniformemente en el tiempo como las innovaciones incrementales, si surgen con cierta frecuencia.

Innovación tecnológica: implica o promueve innovaciones organizativas o comerciales, como actúa el internet en los tres niveles; a nivel organizativo permite gestionar mejor la información y constituye un nuevo sistema de comunicación, a nivel comercial, supone una nueva forma de venta, distribución y comunicación, a nivel tecnológico constituye una nueva tecnología que permite ahorrar costes. (López Mielgo, Montes Peón, & Vázquez Ordás, 2007)

3.3 Procesos productivos

3.3.1 Concepto

Proceso productivo designa a aquella serie de operaciones que se llevan a cabo y que son ampliamente necesarias para concretar la producción de un bien o de un servicio. Cabe destacarse entonces que las mencionadas operaciones, acciones, se suceden de una manera, dinámica, planeada y consecutiva y por supuesto producen una transformación sustancial en las sustancias o materias primas utilizadas, es decir, los insumos que entran en juego para producir tal o cual producto sufrirán una modificación para formar ese producto y para más luego colocarlo en el mercado que corresponda para ser comercializado.

Con lo expuesto se indica que el proceso productivo o cadena productiva, como también se lo denomina, implica desde el diseño, la producción misma del producto hasta el consumo del mismo por parte de los consumidores; además, en este proceso participan recursos físicos, económicos, tecnológicos y humanos, entre otros. (Ucha, 2003)

Productividad, es la generación de riqueza en general, y debe estar sustentada por la ética y la moral, para que haya beneficio social en armonía con la ecología del planeta. Con ello, se quiere decir categóricamente, que si la generación de riqueza no cubre esos requisitos, y solo cumple con la rapidez y el ahorro en el manejo de recursos para producir en masa; le faltaría su parte importante, que es crear la política social fundamentada en la distribución de la riqueza, para tener un bienestar integral colectivo. (López Herrera, 2013, pág. 15)

En el libro Manual Práctico de Diseño de Sistemas Productivos, se define procesos productivos como una secuencia de operaciones que transforma unas entradas en unas salidas, ósea unas materias primas y/o productos semielaborados en un producto terminado de mayor valor.

La ingeniería de procesos productivos, se puede definir como la especialidad de la ingeniería industrial que se ocupa del diseño, puesta en marcha, gestión y mejora de los procesos productivos que dan existencia física a un producto.

3.3.2 Etapas del proceso productivo

A continuación, detallamos las diferentes fases del proceso productivo de una empresa:

Diseño del proceso: Antes que nada, el equipo hace una sesión de brainstorming (conocido como lluvia de ideas) para definir cómo va a presentarse y comercializarse el producto. Con todas las ideas sobre la mesa, se van elaborando bocetos y diseños hasta que, finalmente, se consigue y decide el definitivo, el que será ofertado en el mercado.

Producción: En esta etapa se transforman las materias primas hasta que se obtiene el producto o servicio final.

Distribución de productos: Fase en la que se coloca el producto o servicio en el mercado. El método de distribución de los productos puede hacerse de diversas maneras. La empresa escogerá aquella que vaya más acorde a su filosofía y tipo de producto. Podrá decidir, por ejemplo, entre distribuirla entre comercios mayoristas o minoristas, a través de publicidad en los diferentes medios de comunicación. (Nuño, 2017)

3.3.3 Tipos de Procesos Productivos

Es necesario planificar y diseñar el proceso productivo en función del producto final que queramos ofertar, especificando así las actividades que se realizarán durante dicho proceso; Así, existen 5 tipos de procesos productivos:

Producción por proyectos

Supone la fabricación de un producto exclusivo e individualizado, lo cual conlleva que cada proyecto empresarial precisará de un proceso productivo específico para él. Se trata de un proceso largo, abstracto y de gran coste.

Producción por lotes

Se caracteriza por fabricar un volumen pequeño de una gran variedad de productos, los cuales son bastante uniformes entre sí y hay una relación bastante estrecha y ligada entre las distintas tareas a realizar. La producción por lotes se da, sobre todo, en las etapas iniciales del ciclo de vida de los productos.

Producción artesanal

Esta producción es similar a la producción por lotes, puesto que también se fabrican gran variedad de productos, pero con la diferencia de que aquí el tamaño del lote es algo menor. Además, los productos entre sí distan algo más, debiendo adaptarse la producción en mayor medida a las exigencias de los clientes, no

siendo tan uniforme como la producción por lotes. Este tipo de proceso productivo se da sobre todo en fabricación por encargo o cuando se requiere de prototipos específicos.

Producción en masa

Un modelo de proceso productivo altamente mecanizado y automatizado, empleando máquinas muy especializadas que precisan del trabajo de una cantidad elevada de trabajadores. Se fabrica gran cantidad de productos uniformes y similares entre sí, y con un coste relativamente bajo. Esto se debe a que, aunque las máquinas empleadas tienen un elevado coste empresarial, la cantidad que se produce es elevadísima; por lo que el coste unitario de producción es muy pequeño.

Producción continúa

Este tipo de proceso de producción es similar a la producción en masa; sin embargo, se produce un mayor volumen de productos y hay una relación bastante estrecha entre las diferentes etapas del proceso de transformación de los productos. (Nuño, 2017)

3.3.4 Características de Procesos Productivos

Según Shop (2015), las características típicas de un proceso son las siguientes:

Alta variedad de producto: La flexibilidad del proceso permite adaptarse a distintos tipos de necesidades de los clientes. Operadores ampliamente capacitados: De modo de mantener un proceso productivo flexible que se adapte a las necesidades de los clientes, se requiere de trabajadores altamente capacitados, de modo que puedan abordar las distintas necesidades de producción.

Muchas instrucciones de trabajo: Un proceso suele no ser repetitivo en contraste a que es estandarizado y donde las instrucciones de trabajo son escasas.

Alto valor de la materia prima relativa al valor del producto: Como también un inventario de producto en proceso relativamente alto en relación al output o salida.

Flujo lento de productos: Básicamente por la necesidad de disponer de un proceso flexible.

Bajo volumen de producción: A diferencia de un proceso productivo, en la producción es en volúmenes relativamente bajos, dados que se enfrentan requerimientos heterogéneos por parte de los clientes.

Equipos y máquinas de propósito general: Esto permite ofrecer una alta variedad de producto. Por ejemplo, en una maestranza industrial se dispone de soldadoras, tornos, fresadoras, herramientas, que permiten atender distintos tipos de pedidos de los clientes. Dado su propósito general en caso de cierre del negocio, las barreras a la salida son más bajas.

3.4 Estrategias

3.4.1 Concepto

Según Fano (2015), Estrategia es la creación de una posición única y valiosa en el mercado, entonces se podría decir que, Estrategia es “huir” de la competencia, para defender nuestra rentabilidad y nuestro crecimiento como empresa; es “explorar” nuevas formas de competir que aporten a nuestra oferta mayor valor en los ojos de los clientes, que el que perciben en nuestros competidores.

En una palabra, estrategia es “diferenciación”, pero no cualquier diferenciación cuenta, diseñar la estrategia de una empresa es definir cómo va a diferenciarse del resto de sus competidores, aportando un valor que se perciba como superior por parte de los públicos a los que sirve.

Según García (2013), en el libro de Estrategias Empresariales, menciona que para concretar eficazmente los propósitos, metas o objetivos, deben desarrollarse

políticas y planes para alcanzarlos, de manera tal, que permitan definir que negocio o negocios la empresa debe llevar a cabo y, en consecuencia, cual es la clase de empresa que debería ser; es decir, formular una determinada estrategia, o una apuesta sobre el futuro de la empresa.

De ahí que la estrategia a de una empresa consiste en llevar una acción defensiva u ofensiva que le permita mantener o mejorar su actual posición frente a la acción de sus competidores en el sector comercial, industrial o financiero al que pertenecen, para obtener el mejor rendimiento sobre la inversión realizada y posibilitar su crecimiento y desarrollo; es, lo que podríamos llamar un sistema de percepción y análisis de sus posibilidades y una visión de la realidad presente y futura que va más allá de lo simplemente observable.

3.4.2 Tipos de estrategias

Para García (2013), Las estrategias más populares, que permiten guiar a los directivos de una empresa para decidir cómo competir en el mercado en el cual actúan, pueden señalarse de la siguiente manera:

Estrategias adaptativas o de adaptación: pueden ser llevada a cabo asumiendo algunas de las siguientes posiciones:

- a) **Defensores**, impidiendo que los competidores penetren en su propio mercado o nicho elegidos utilizando precios competitivos o creando productos de alta calidad.
- b) **Buscadoras**, encontrando y explotando nuevas oportunidades en cuanto a productos como mercado, cuyos márgenes de utilidad deberán ser mayores en razón de los riesgos que deberán asumir.
- c) **Imitadoras**, copiando las ideas de éxito de sus competidores pero manteniendo la eficacia de producción y ventas de sus actuales productos y

mercado, en cuyo caso sus márgenes de utilidad serán más pequeños pero más eficientes.

d) **Reactoras**, que si bien actúan sin un plan estratégico y coherente reaccionan ante los cambios del entorno; lamentablemente, ello suele pasar en situaciones de crisis.

Estrategias competitivas

Son aquellas que dependen de la elección de una estrategia correcta que pueda delinear la forma de crear y sostener una ventaja competitiva que le asegure una rentabilidad.

3.4.3 ¿Por qué desarrollar estrategias?

Desarrollar estrategias es realmente un modo de enfocar sus esfuerzos y comprender cómo va a conseguir que esto se haga. Haciéndolo, puede lograr las siguientes ventajas:

- Tomar ventaja de recursos y de aquellas oportunidades que surjan;
- Responder de manera efectiva a la resistencia y barreras;
- Uso del tiempo, energía y recursos más eficiente.

3.4.4 ¿Cómo desarrollar estrategias?

Como en el proceso que siguió escribiendo el planteamiento de su visión y misión y estableciendo sus objetivos, desarrollar estrategias incluye la lluvia de ideas y hablar con los miembros de la comunidad u organización.

Organizar una reunión para obtener lluvia de ideas con los miembros de su organización y miembros de la comunidad.

Recordando que la gente trabajará mejor en un ambiente relajado y acogedor y esto se logra:

Realizando las reuniones en un lugar donde todos los miembros sientan que sus ideas son escuchadas y valoradas y donde la crítica constructiva pueda ser expresada abiertamente.

Para ayudar a conseguir estas metas, podría colocar algunas “reglas básicas” de manera que la gente se sienta libre de expresarse.

Una muestra de reglas básicas podría incluir:

- Una persona habla a la vez;
- No interrumpir a la otra persona;
- Las ideas de todos son respetadas.
- Llevar ventiladores o calentadores (si es necesario) de manera que la gente esté cómoda.
- Pedir a los miembros acompañarse unos a otros a las casas, coches, metro, o la parada del autobús en caso de que la reunión termine tarde.
- Dar un refrigerio.

3.4.5 Revisar (identificar) los objetivos y agentes de cambio para su iniciativa.

Sus objetivos de cambio incluyen a todas aquellas personas que experimentan (o están en riesgo de) el problema al que se dirige su iniciativa. Recuerde ser inclusivo; esto es, incluya a todos los que son afectados por el problema o asunto, cuya acción o no acción contribuye al problema.

Sus agentes de cambio incluyen a todos los que están en posición para ayudar o contribuir a la solución; para eso se necesita revisar misión, visión y objetivos para mantenerse en el camino correcto.

Trabajen juntos para pensar en las mejores estrategias para su iniciativa en la siguiente lista de preguntas puede ser una guía para decidir las estrategias más claves y beneficiosas para su grupo de trabajo u organización, tomando en cuenta que:

- ¿Qué recursos o bienes existen que pueden ser usados para ayudar a alcanzar la visión y misión? ¿Cómo pueden ser usados de la mejor manera?
- ¿Qué obstáculos o resistencia existen que pudieran hacer difícil alcanzar su visión y misión? ¿Cómo pueden minimizarse o evitarse?
- ¿Cuáles son los agentes de cambio potenciales que quisieran servir a la misión?
- Asegúrese de que sus estrategias afecten al problema o al asunto como una totalidad.
- ¿Qué estrategias potenciales alcanzan a aquellos en riesgo particular de un problema?

Revise sus estrategias propuestas para asegurarse de que están completas, precisas, y saber si contribuyen a la visión, misión y objetivos. (Nagy, 2017)

IV. SUPUESTO

4.1 Planteamiento de supuesto

La innovación contribuye en la mejora de los procesos productivos de la empresa Plasencia Cigars.

4.2 Operacionalización de variable según cada uno de los objetivos específicos:

Objetivos	Variable	Definición conceptual	Subcategorías/Dimensiones	Indicadores	Técnicas	Fuente
Describir el proceso productivo de la empresa Plasencia Cigars.	Procesos productivos	Proceso productivo designa a aquella serie de operaciones que se llevan a cabo y que son ampliamente necesarias para concretar la producción de un bien o de un servicio. (Ucha, 2003)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Etapas ➤ Tipos ➤ Características 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diseño del proceso ➤ Producción ➤ Distribución de productos ➤ Producción artesanal ➤ Variedad de productos ➤ Instrucciones de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta ➤ Guía de observación ➤ Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Colaboradores ➤ Gerente general

Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí /FAREM-Estelí

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Valor de la materia prima ➤ Flujo de productos ➤ Volumen de producción ➤ Equipos y maquinaria 		
--	--	--	--	--	--	--

Objetivos	Variable	Definición conceptual	Subcategorías/Dimensiones	Indicadores	Técnicas	Fuente
Proponer estrategias que promuevan la mejora en la innovación del proceso productivo.	Estrategias	Estrategia es la creación de una posición única y valiosa en el mercado, entonces se podría decir que, Estrategia es “huir” de la competencia, para defender nuestra rentabilidad y nuestro crecimiento como empresa. (Fano, 2015)	➤ Tipos de estrategias	➤ Adaptativas ➤ Competitivas	➤ Encuesta ➤ Guía de observación ➤ Entrevista	➤ Colaboradores ➤ Gerente general

V. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 Tipo de Investigación

Según Naghi Namakforoosh (2005), hace énfasis de que la presente investigación es aplicada ya que tiene su principal característica es resolver problemas hacia la toma de decisiones importantes y a largo plazo y sirve para tomar acciones y establecer políticas y estrategias.

5.1.1 De acuerdo a su enfoque

Es una investigación mixta según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2014). La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales.

El enfoque mixto de la investigación, implica un conjunto de procesos de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema.

5.1.2 Según su estudio

Es descriptivo ya que se investigaran características de la organización, señalando las formas de trabajo, conductas, actitudes de los colaboradores, acudiendo a herramientas concretas para la recolección de información como la encuesta, guía de observaciones y entrevista.

De acuerdo al tiempo la investigación es de corte transversal, ya que su propósito es descubrir variables en un momento determinado.

Es un proceso riguroso y cuidadoso, mediante la aplicación de estrategias que den a conocer los hechos, procesos, estructuras y personas en su totalidad e instrumentos como: guía de observación, encuestas y entrevistas para la recolección de datos, así como el análisis de hallazgos.

5.2 La población

Se entiende por población el "conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda limitada por el problema y por los objetivos del estudio. (Arias, 2006)

El tema de estudio está dirigido en las diferentes áreas de la Empresa Plasencia Cigars S.A. con un total de 700 colaboradores.

5.3 Muestra

Según Hernández Blázquez (2001), en su libro de Técnicas Estadísticas de Investigación Social, explica genéricamente que, muestra es una parte, más o menos grande, pero representativa de un conjunto o población, cuyas características deben reproducirse lo más aproximado posible. Científicamente las muestras son parte de un conjunto (población) metódicamente seleccionada que se somete a ciertos contrastes estadísticos para inferir resultados sobre la totalidad del universo investigado.

$$n = \frac{K^2 * P * Q * N}{(e^2(N - 1)) + K^2 * P * Q}$$

K= factor de distribución normal

p= probabilidad de ocurrencia

N= universo

q= probabilidad de no ocurrencia

e=error

n= tamaño de la muestra

K	P	Q	N	E
1.96	0.5	0.5	700	0.1

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.50) * (0.50) * (700)}{((0.1)^2(700 - 1)) + (1.96)^2 * (0.50) * (0.5)}$$

n=85 encuestas

5.4 Unidad de análisis

Basándose en la necesidad de obtener información de la innovación en el proceso productivo en la organización es preciso aplicar instrumentos de recolección de datos a los colaboradores que están ubicados directamente en el área de producción de puros.

5.5 Muestreo

Es de tipo probabilístico aleatorio simple, es decir que todos los elementos que forman el universo, están descritos en el marco muestral, tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados por la muestra.

Las encuestas que convengan hacer serán en las siguientes áreas:

- Área de producción
- Personal clave

Métodos y técnicas para la recolección de datos:

- Guía de Observación
- Entrevistas
- Encuestas

Observación. (Pardinas, 2005)

En el libro metodología de la investigación en ciencias sociales según Pardinas (2005), observación es la acción de observar, de mirar detenidamente; la observación puede ser estudiada desde el investigador que observa, por lo tanto, observación tiene dos sentidos: la acción de investigador, que puede llamarse también la experiencia del investigador, el procedimiento de mirar detenidamente ósea en sentido amplio, el experimento, el proceso de someter conductas de algunas cosas a condiciones manipuladas de acuerdo con ciertos principios para llevar a cabo la observación.

Entrevista. (Acevedo Ibáñez & López, 2004)

Según Acevedo Ibáñez y López (2004), La entrevista es una técnica que, entre muchas otras, viene a satisfacer los requerimientos de interacción personal que la

civilización ha originado; el término entrevista proviene del francés “entrevoir”, que significa “verse uno al otro”: como en sus orígenes fue una técnica exclusivamente periodística, se le ha venido definiendo como la visita que se le hace a una persona para interrogarla sobre ciertos aspectos y, después, informar al público de su respuesta.

Encuesta

Según GRASSO (2006), La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas. Así, por ejemplo permite explorar la opinión pública y los valores de vigentes en una sociedad, temas de significación científica y de importancia en sociedades democráticas.

5.6 Etapas de la investigación

Etapa I. Investigación documental

Antes de dar inicio al desarrollo investigativo de este trabajo fue necesario conocer la principal problemática de la institución, así mismo de la existencia de estudio que se relaciona con la temática elegida, con el fin de tener certeza de que la investigación sea de carácter innovador.

Luego de definir el tema se requirió consultar algunas fuentes de información como: libros, sitios web, tesis, etc. Lo que facilita el desarrollo teórico conceptual importante y coherente para diseñar el marco teórico de la indagación, utilizando como referencia todo el proceso.

Etapa II. Elaboración de instrumentos

Entrevistas

Encuesta:

Guía de observación:

Etapa III. Trabajo de campo

Procedimiento

Esta investigación se basa en la recolección de información para determinar la incidencia del clima organizacional y la satisfacción laboral de los colaboradores del área administrativa de FAREM- Estelí por medio de técnicas como entrevistas a la administradora y contadora, encuestas a los colaboradores administrativos.

Etapa IV. Elaboración del informe final

En esta etapa se procesó la información obtenida con el programa SPSS versión 19 bajado libre de internet, con la implementación de los instrumentos a cada colaborador del área administrativa, logrando así diseñar las tablas de contingencia y tabular los gráficos para la presentación del análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones finales.

VI. ANÁLISIS DE RESULTADOS

De acuerdo a los estudios realizados en las presentes encuestas aplicadas dirigida a los colaboradores del área de producción de empresa Plasencia Cigars S.A. se analizaron los procesos que se utilizan en la empresa para la elaboración de los productos se destaca que no se utilizan los procesos de acuerdo a las políticas de la empresa, ya que si existe un manual de procedimientos pero no se lo dan a conocer a cada colaborador.

6.1. Objetivo N°1: Describir el proceso productivo de la empresa Plasencia Cigars.

6.1.1 Elaboración del producto

Producto es aquello que toda empresa puede ofrecer para satisfacer deseos o necesidades de los consumidores.

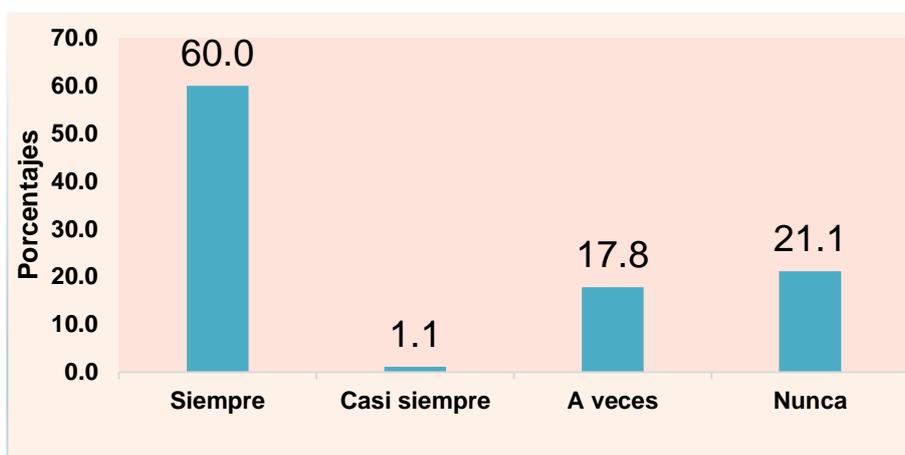


Gráfico N°1 ¿Se le ha dado capacitación para elaborar el producto de acuerdo a las exigencias del cliente?

Fuente: Elaboración propia

El 60% del personal encuestado del área de producción indica que siempre se les ha brindado capacitación para la elaboración del producto, un 1.1% menciona que casi siempre les ha dado capacitación, el 17.8% indica que a veces les dan capacitaciones y por último un 21.1% que indica que nunca les brindan capacitaciones.

El mayor porcentaje de la población encuestada respondió que si se les brindan capacitaciones seguido de porcentajes mínimos que respondieron que casi siempre o que a veces, esto nos muestra que la empresa si implementa capacitaciones indicando que la empresa toma muy en cuenta la petición de sus clientes realizando sus pedidos de productos con muy buena calidad; la población mínima que respondió que nunca les brindan capacitaciones respondió de esta manera porque no toman como capacitación lo que imparte la empresa ya que estas las realizan de una manera verbal y práctica.

De acuerdo a la información obtenida en entrevista según Enríquez Rodríguez (2019), menciona que si se les brinda capacitación para elaborar los productos de acuerdo a las exigencias de los clientes a los colaboradores del área de producción coincidiendo esta con el mayor porcentaje del personal encuestado que respondieron que siempre se les ha brindado capacitación.

6.1.2 Instrucciones para elaborar el producto

Instrucciones de trabajo son documentos que describen de manera clara y precisa la manera correcta de realizar tareas que pueden generar inconvenientes o daños de no realizarse de la manera establecida. Es decir, describen, dictan o estipulan los pasos que se deben seguir para realizar correctamente alguna actividad o trabajo específico. Se debe tener en cuenta que no todos los procesos necesitan contar con un procedimiento, y que un mismo proceso puede tener asociado uno o varios procedimientos. (Robledo, 2017)

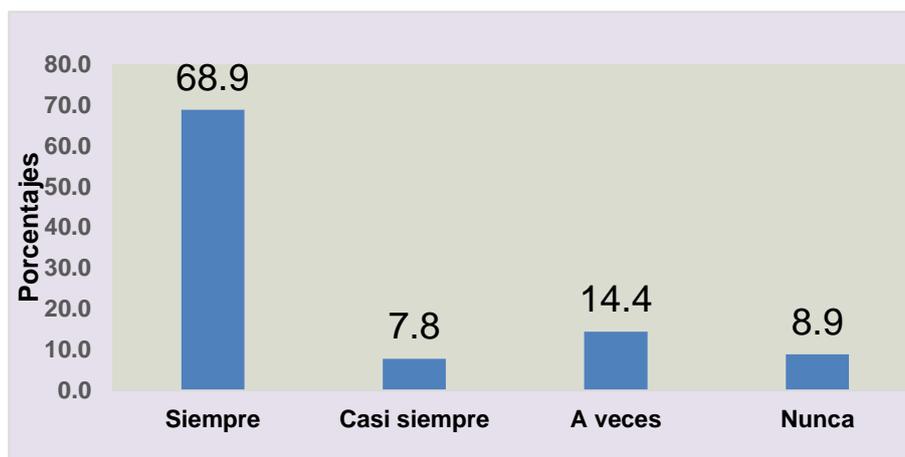


Gráfico N°2 ¿Su jefe inmediato le instruye de forma correcta para elaborar el producto?

Fuente: Elaboración propia

El 68.9% de las personas encuestadas del área de producción respondieron que su jefe inmediato siempre le instruye de manera correcta para elaborar el producto, un 7.8% respondieron que casi siempre, seguido de un 14.4% que contestaron que a veces y por ultimo un porcentaje del 8.9% que respondieron que nunca.

La población encuestada del área de producción el mayor porcentaje menciona que siempre se les brindan instrucciones, un mínimo de las personas encuestada que respondió que nunca se les instruye son colaboradores que tienen vasta experiencia los jefes de área pueden instruirles poco pero esto no justifica querer reconocer que en un inicio se le haya orientado al personal de manera correcta como realizar su trabajo.

Los resultados obtenidos en la entrevista según Enríquez Gonzalez (2019), menciona que la empresa brinda capacitaciones a los jefes de área para que estos instruyan a los colaboradores como tienen que realizar su trabajo.

6.1.3 Calidad de la materia prima

Materia prima es el componente principal que sufre una serie de transformaciones y cambios para crear un producto.



Gráfico N°3 ¿Cómo considera la calidad de la materia prima con la que realiza su trabajo?

Fuente: Elaboración propia

El 2.2% de las personas encuestadas del área de producción de la empresa Plasencia Cigars considera que la materia prima con la que realiza el producto es muy buena, un 17.8% respondió que la calidad de la materia prima es buena y un 80% que respondió que la materia prima que le suministra la empresa es regular.

Como se muestra en el gráfico el porcentaje mayor respondió que la calidad de la materia prima con la que realiza su trabajo es regular, como en la empresa se realizan puros de diferentes tamaños y marcas, la calidad de la materia prima puede variar esto respecto a la población encuestada que respondieron que es buena y la otra aparte de encuestados que respondieron que la calidad de la materia prima es muy buena.

Según Enríquez Rodríguez (2019), menciona que la calidad de la materia prima no solo se basa en que el material sea hoja grande, que esta no se encuentre picada, sino que también determinan su calidad por su olor y su color.

6.1.4 Variedad del producto

Alta variedad de producto: La flexibilidad del proceso permite adaptarse a distintos tipos de necesidades de los clientes. Operadores ampliamente capacitados: De modo de mantener un proceso productivo flexible que se adapte a las necesidades de los clientes, se requiere de trabajadores altamente capacitados, de modo que puedan abordar las distintas necesidades de producción. (Shop, 2015)

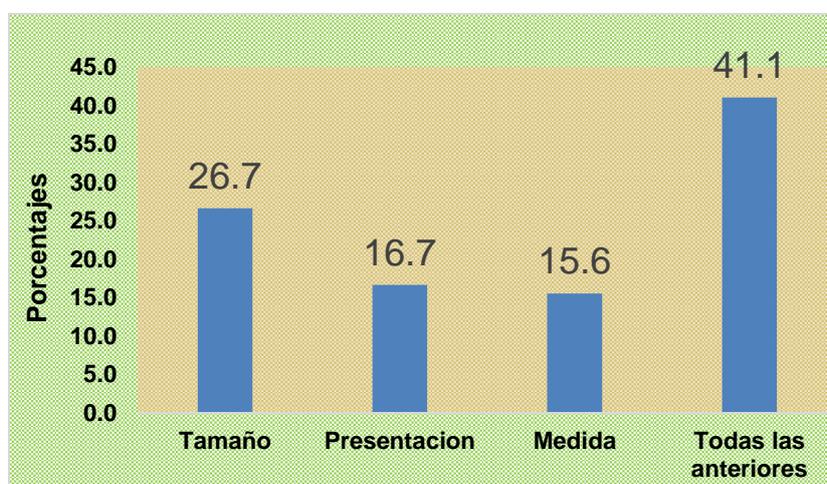


Gráfico N°4 ¿De acuerdo a que se da la variedad del producto?

Fuente: Elaboración propia

Según los encuestados el 41% considera que todas que todos las opciones antes mencionadas cuentan, un 26% considera que se da por tamaño, el 16.7% dice que por la presentación y el 15.6 que se da por medida.

La variedad de productos se da según varios aspectos es la opinión de la mayor parte de encuestados para ellos todos estos cuentan a la hora de elaborar el producto o cuando un cliente pide dicho producto toma en cuenta todos estos aspectos para que se elaboren a como el desee, pero hay quienes consideran que solo por tamaño, otros por presentación y algunos por medida.

Según Enríquez Rodríguez (2019), menciona que el producto que realizan este se caracteriza porque se realizan de diferentes marcas, medidas y presentaciones. Esto va de acuerdo a lo que respondió el mayor porcentaje de encuestados.

6.1.5 Adaptabilidad

Implica adaptarse a las nuevas realidades. El mundo cambia constantemente, y también nuestras necesidades cotidianas. (Horwath, 2014)

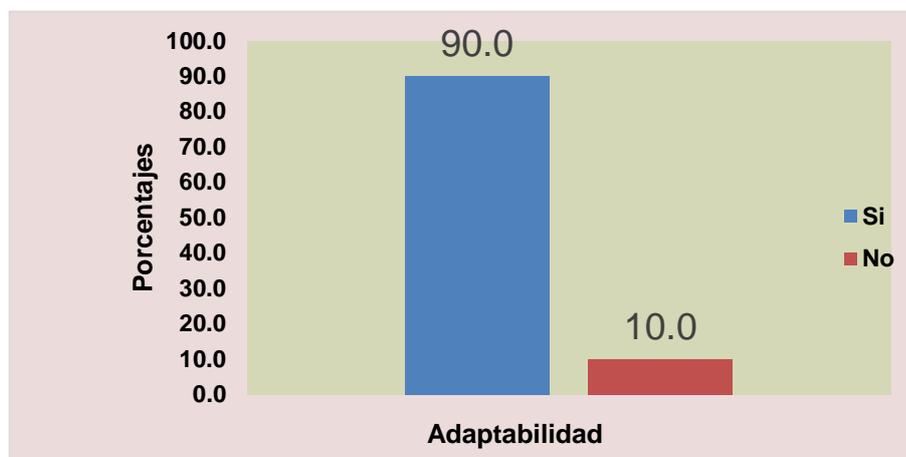


Gráfico N°5 ¿Se adapta con facilidad a la variedad de productos que realiza en la empresa?

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a lo que respondieron los encuestados un 90% si se a la variedad de productos que se realizan en la empresa y el otro 10% dice que les cuesta un poco.

La mayoría de los colaboradores se adaptan con facilidad a la variedad de productos que se elaboran en dicha empresa, ya que siempre están en constante renovación, pero siempre lo hacen con el cuidado de que estos productos se realicen de la manera correcta. Esta mayoría de los colaboradores que se adapten con facilidad esto puede deberse a la gran experiencia y años de laborar en dicha empresa y una cantidad muy baja de colaboradores que respondieron

que les cuesta debido a la variedad del producto debido al tamaño o marca también por el tiempo de experiencia o de laborar en dicha empresa.

6.1.6 Normas de producción

Para Nuño (2017), en esta etapa se transforman las materias primas hasta que se obtiene el producto o servicio final.

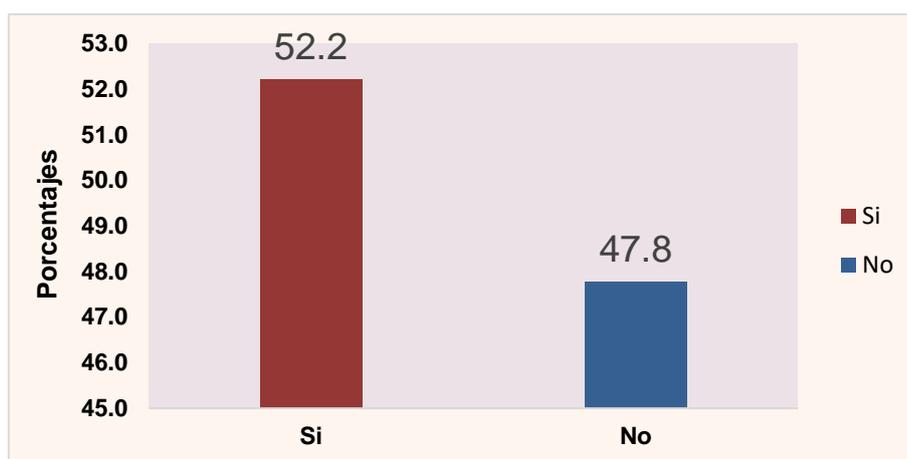


Gráfico N°6 ¿Hay alguna norma establecida de producción?

Fuente: Elaboración propia

Según encuestas aplicadas en empresa Plasencia Cigars S.A dirigida a colaboradores del área de producción, el 52.2% responden que si hay una norma establecida de producción y el 47.8% respondieron que no hay ninguna norma de establecida de producción lo cual desconocen.

En el gráfico N°6 se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas consideran que si hay una norma establecida ya que, cuando una persona es nueva le dan una meta laboral como mínimo para seguir laborando y le inducen a seguir para aumentar su producción, en cambio hay personas que realmente no tienen tal conocimiento quienes comentan que a ellos no les orientaron al inicio y por lo tanto se contradicen.

Conociendo un poco de tal empresa está claro que aunque haya contradicciones entre los colaboradores, si existe una norma establecida de producción ya que cuando se inicia un trabajo, tal vez no sea lo primero que le dicen pero si hay un mínimo de producción u tarea asignada para seguir laborando.

6.1.7 Mejora en la productividad

Para López Herrera (2013), Productividad, es la generación de riqueza en general, y debe estar sustentada por la ética y la moral, para que haya beneficio social en armonía con la ecología del planeta. Con ello, se quiere decir categóricamente, que si la generación de riqueza no cubre esos requisitos, y solo cumple con la rapidez y el ahorro en el manejo de recursos para producir en masa; le faltaría su parte importante, que es crear la política social fundamentada en la distribución de la riqueza, para tener un bienestar integral colectivo.

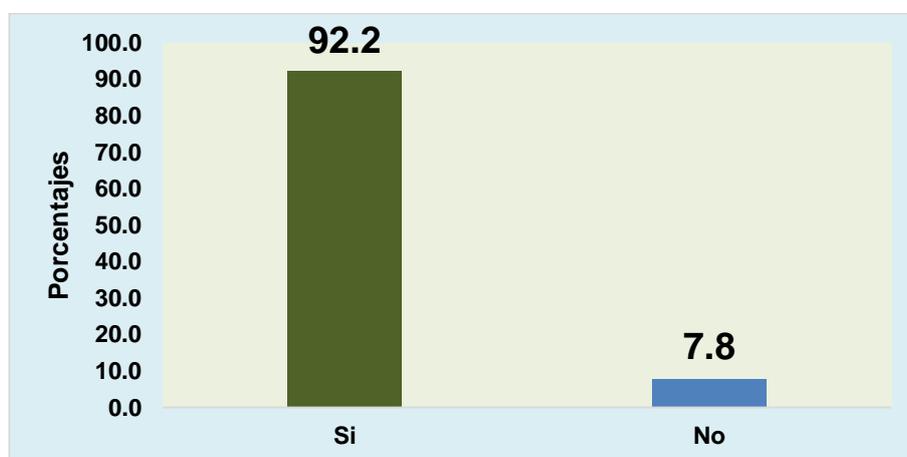


Gráfico N°7 ¿Considera que la capacitación contribuye a que usted mejore su productividad?

Fuente: Elaboración propia

Según resultados obtenidos de encuestas realizadas en empresa Plasencia Cigars S.A dirigida a los colaboradores del área de producción, el 92.2% creen

que la capacitación si contribuye a mejorar la productividad y el 7.8% responden que no.

Según las encuestas la capacitación contribuye a mejorar la productividad ya que es necesario para un mejor desempeño laboral y funcional de la empresa, en cuanto a las mejoras en el entorno; es considerable retomar que aunque hay personas que no creen que sea necesario la capacitación para mejorar su productividad, es de acuerdo que aún no conocen o no quieren conocer los beneficios que conlleva a realizar capacitaciones.

Según Enríquez Rodríguez (2019), en la entrevista nos comenta que la capacitación contribuye para un mejor trabajo eficiente y eficaz para elaborar el producto de acuerdo a las exigencias del cliente.

6.1.8 Instrucciones de trabajo

Las Instrucciones de trabajo son documentos que describen de manera clara y precisa la manera correcta de realizar tareas que pueden generar inconvenientes o daños de no realizarse de la manera establecida. Es decir, describen, dictan o estipulan los pasos que se deben seguir para realizar correctamente alguna actividad o trabajo específico. Se debe tener en cuenta que no todos los procesos necesitan contar con un procedimiento, y que un mismo proceso puede tener asociado uno o varios procedimientos. (Robledo, 2017)

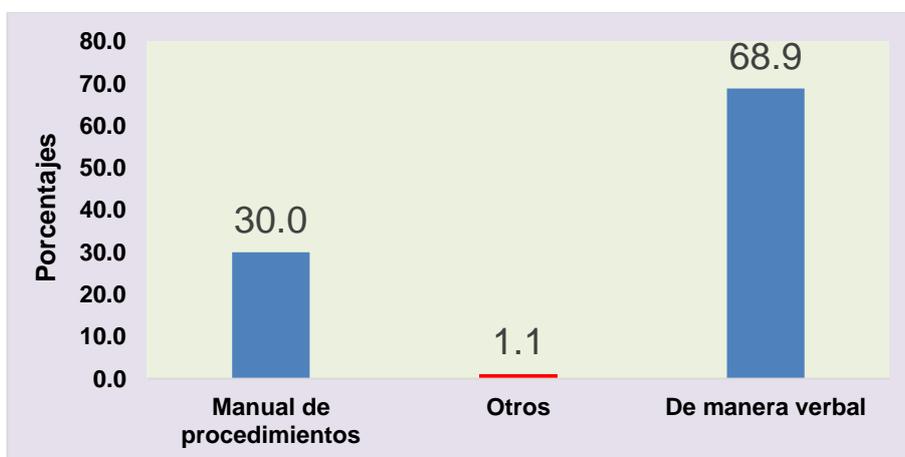


Gráfico N°8 ¿Qué proceso utiliza la empresa para dar a conocer las instrucciones de trabajo?

Fuente: Elaboración propia

Según encuestas aplicadas a colaboradores de empresa Plasencia Cigars S.A, el proceso que la empresa utiliza para dirigirse a ellos es de manera verbal con un total de 68.9%, el 30% dice que existe un manual de procedimientos y el 1.1% describen que pueden ser otros procesos.

Una de las formas de brindar las instrucciones de trabajo que más se practica en esta empresa es de manera verbal ya que si a ellos se les orienta algo, van y le dicen al colaborador ya sea si les asignan un determinado trabajo les comunican como hacerlo, y que algunos suponen existe un manual de procedimiento, pero no lo tienen en un documento disponible ya sea en físico, en cambio una parte de los colaboradores describen que pueden ser otros procesos los cuales ellos desconocen.

Un mismo proceso puede tener asociado uno o varios procedimientos ya que se diversifica en el momento oportuno, como lo puede ser en las diferentes marcas de puros que existen que va asociado a otras diferentes marcas pero su presentación es diferente.

6.2 Objetivo N°2 Identificar los factores que inciden en la innovación de la empresa.

6.2.1 Cambios respecto la materia prima

Según Horwath (2014), cambio es hacer de lo ya existente algo nuevo, mejorarlo, modificarlo, adaptarlo, simplificarlo. Puede cambiarse un proceso, un método, un formato, un instrumento, un producto, un material.



Gráfico N°9 ¿Se adapta con facilidad ante los cambios que surgen dentro de la empresa respecto a la materia prima?

Fuente: Elaboración propia

Según encuestas aplicadas en empresa Plasencia Cigars S.A dirigida a colaboradores el 75.6% dicen que si se adaptan con facilidad, ante los cambios que surgen respecto a la materia prima y el 24.4% consideran que no se adaptan con facilidad.

En el Gráfico N°9 se observa que no todos los colaboradores cuentan con una misma opinión sujeta a adaptarse con facilidad, algunos lo hacen con facilidad ya que le dedican tiempo y amor a su trabajo y mientras otros aunque no les guste estos cambios, están sujetos a adaptarse porque su jefe inmediato se lo orienta.

6.2.2 Implementación de capacitaciones

Para Siliceo Aguilar (2004), la capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador; para que el objetivo general de una empresa se logre plenamente, es necesaria la función de capacitación que colabora aportando a la empresa un personal debidamente adiestrado, capacitado y desarrollado para que desempeñe bien sus funciones habiendo previamente descubierto las necesidades reales de la empresa.

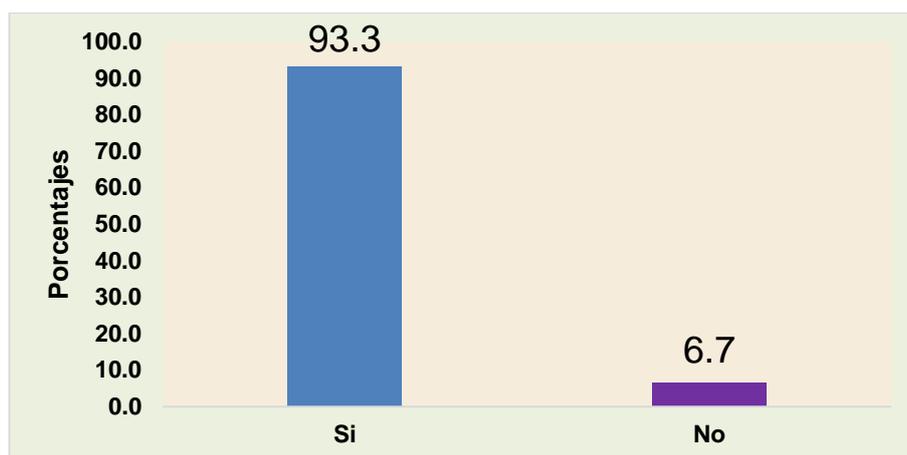


Gráfico N°10 ¿Considera de forma positiva que la empresa implemente capacitaciones para dar solución a estos cambios?

Fuente: Elaboración propia

Según información obtenida mediante la aplicación de las encuestas a los colaboradores de Plasencia Cigars S.A. el 93.3%, si consideran que la empresa implemente capacitaciones y el 6.7% no les parece conveniente

Conociendo el resultado obtenido por dichas encuestas la capacitación es una necesidad que contribuye al buen funcionamiento de la misma; sabiendo generar el aprovechamiento para llevar un proceso eficiente y eficaz al realizarlas para crear un bien a los colaboradores y a dicha organización; por lo tanto hay algunas personas que desconocen o no quieren conocer la efectividad de estas capacitaciones.

6.2.3 Instrucciones para un mejor flujo productivo

Para Horwath (2014), el mejoramiento en muchos aspectos suponen una mejoría, bien porque ahorran tiempo, hacen más efectivo o fácil un proceso, reducen costos, o bien porque su impacto medioambiental es menor.

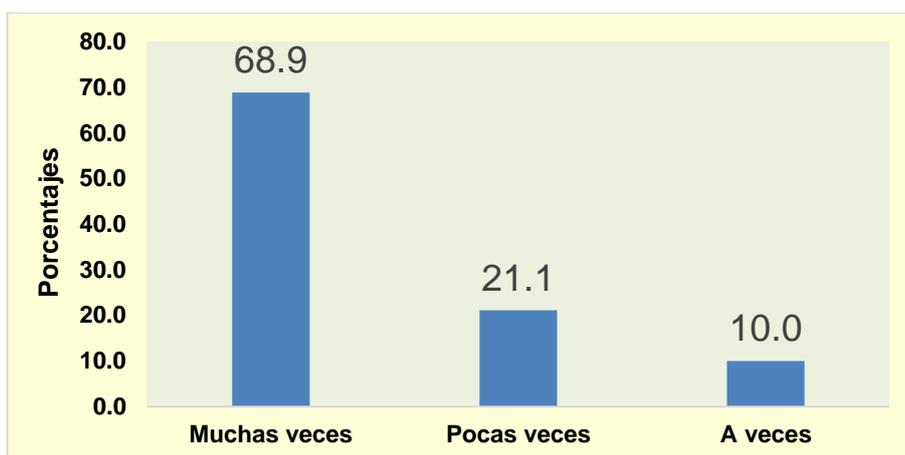


Gráfico N° 11 ¿Contribuye usted al buen funcionamiento de las instrucciones para el mejoramiento del flujo productivo de la empresa?

Según encuestas aplicadas en empresa Plasencia Cigars S.A dirigida a colaboradores hay un nivel de confianza que el 68.9% si contribuyen muchas veces al buen funcionamiento de las instrucciones para el mejoramiento del flujo productivo de la empresa, el 21.1% pocas veces lo hacen y el 10% de colaboradores realmente no lo hacen.

Según las personas encuestadas ellas contribuyen al funcionamiento de las instrucciones ya que de ella generan sus ingresos, tomando en cuenta que el que hay colaboradores que pocas veces lo hacen de acuerdo a que no toman en cuenta que el mejoramiento no solo es para la compañía sino para ellos mismos.

6.2.4 Equipo y maquinaria

Para Murillo (2016), maquinaria y equipo son los bienes tangibles que constituyen uno de los grandes grupos que integran los activos de las empresas, destinados a la producción y venta de mercancías o servicios propios del giro del negocio de los cuales estima que su tiempo de uso o consumo sea prolongado.

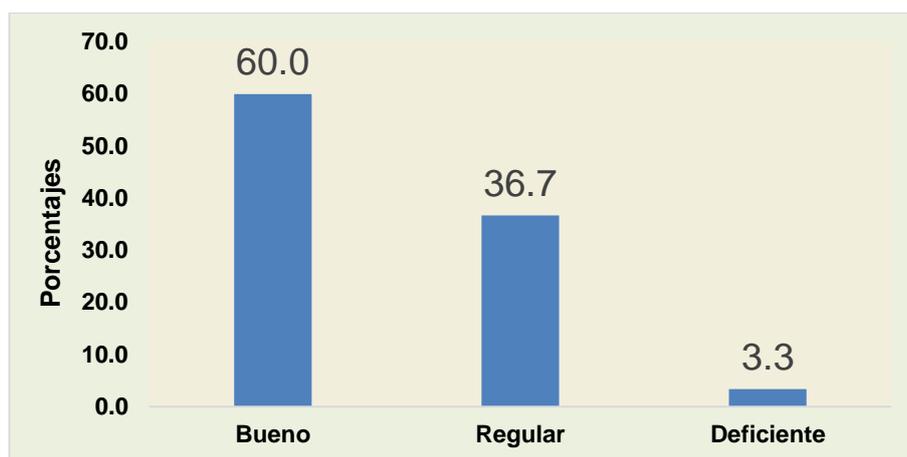


Gráfico N°12 ¿En qué estado se encuentra el equipo y maquinaria que suministra la empresa?

Fuente: Elaboración propia

Según encuestas aplicadas dirigida a colaboradores de empresa Plasencia Cigars S.A. el 60% de los colaboradores respondieron que el equipo y maquinaria que suministra la empresa en buen estado, tomando en cuenta que hay un 36.7% que consideran regular ya que no reconocen que está bueno, pero tampoco malo y, una pequeña parte de 3.3% que admiten que se encuentra en mal estado lo cual lo catalogan deficiente.

De acuerdo al criterio de la mayoría de los colaboradores encuestados el equipo y maquinaria que utilizan para realizar el trabajo se encuentran en buen estado, sin embargo hay otra parte de ellos que opinan que están regular y una cantidad muy baja dice que están en mal estado.

De acuerdo a lo que se observó se puede decir que las herramientas que utilizan los colaboradores de dicha empresa se encuentran en buen estado.

6.2.5 Mantenimiento de equipo y maquinaria de trabajo (Ucha, 2003)

Para Ucha (2003), en términos generales por mantenimiento se designa al conjunto de acciones que tienen como objetivo mantener un artículo o restaurarlo a un estado en el cual el mismo pueda desplegar la función requerida o las que

venía desplegando hasta el momento en que se dañó, en caso que haya sufrido alguna rotura que hizo que necesite del pertinente mantenimiento y arreglo.

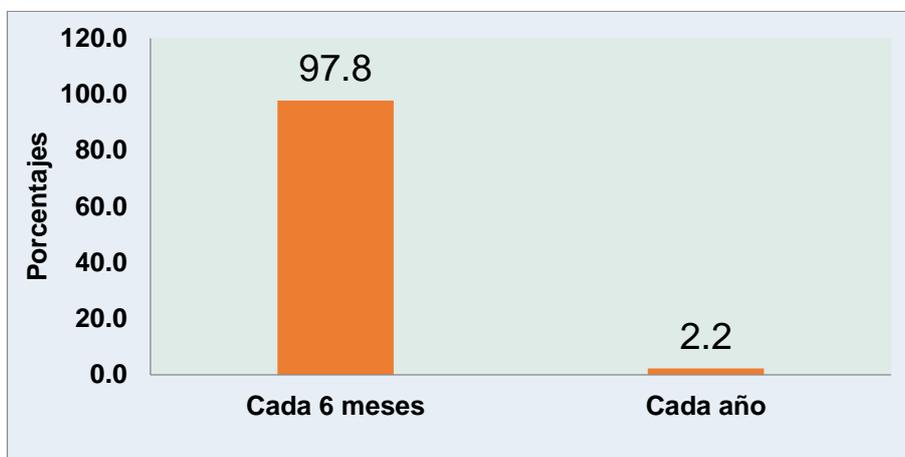


Gráfico N°13 ¿En qué periodo considera que la empresa debe brindar mantenimiento al equipo y maquinaria que utiliza?

Fuente: Elaboración propia

Según encuestas aplicadas dirigida a colaboradores de empresa Plasencia Cigars S.A. el 97.8% consideran conveniente que el período por el cual le deben brindar mantenimiento al equipo y maquinaria que utilizan es cada seis meses, aunque, si era necesario antes mucho mejor para ellos; en cambio el 2.2% respondieron que cada año, pero por lo visto son personas que consideran un mantenimiento en general hacia toda la empresa.

De acuerdo a la opinión de la mayoría de los encuetados mencionaron que el mantenimiento se le debe dar cada seis meses o en menos tiempo posible porque son herramientas básicas para el producto que elaboran y son de uso diario, hay un porcentaje muy bajo que opina que cada año cuando ellos salen de vacaciones y cuando regresen empezar con las herramientas en buen estado.

6.2.6 Herramienta efectiva la innovacion

Innovación es todo aquel cambio que supone una novedad, mejora, solución, simplificación o adaptación de lo ya existente. Se asocia a la idea del progreso y el bienestar. (Innovación y sus Características, 2018).

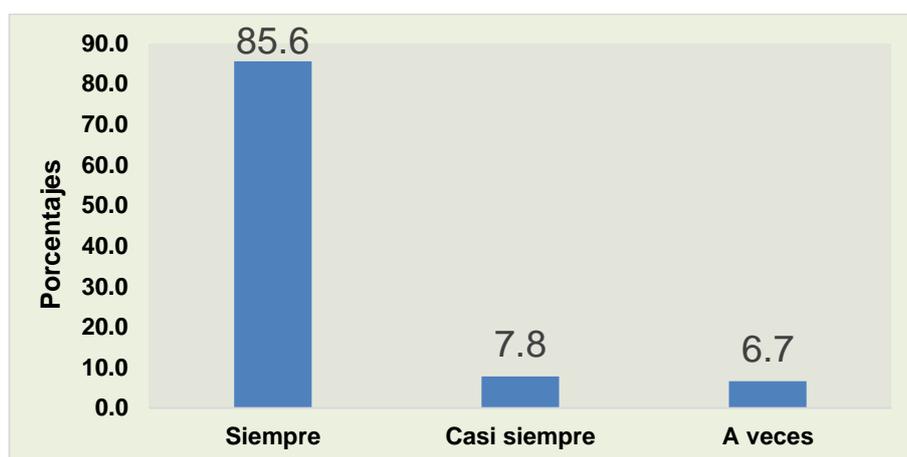


Gráfico N°14 *¿Considera que es una herramienta efectiva la innovacion?*

Fuente: Elaboración propia

Según las encuestas aplicadas a colaboradores se obtuvo un valor de 85.6% lo cual consideran que la innovación siempre es una herramienta efectiva para las mejoras de los productos, el 7.8% creen que casi siempre es efectiva la innovación por cual hay poca credibilidad y un 6.7% que creen que posiblemente a veces la innovación pueda ser una herramienta efectiva, esto va dependiendo del conocimiento que ellos poco manejan o que no quieren conocer que es para mejorar el progreso existente.

Según el criterio de la mayor parte de los colaboradores considera que si es una herramienta efectiva ya que mejoran la calidad de productos y en todas las áreas, hay un porcentaje bajo que considera que casi siempre es efectiva por lo que no siempre se dan los resultados esperados, y otro porcentaje más bajo creen que a veces puede ser efectiva, esto se debe a que tal vez no conocen mucho sobre lo que es innovacion o como se implementa.

Según Enríquez Rodríguez (2019), en la entrevista considera que es una necesidad para obtener buenos resultados y expandirse en el mercado ya que no se pueden quedar estático por que la competencia cada día es más alta.

6.2.7 Mejoramiento de la empresa

Para Horwath (2014), el mejoramiento en muchos aspectos suponen una mejoría, bien porque ahorran tiempo, hacen más efectivo o fácil un proceso, reducen costos, o bien porque su impacto medioambiental es menor.

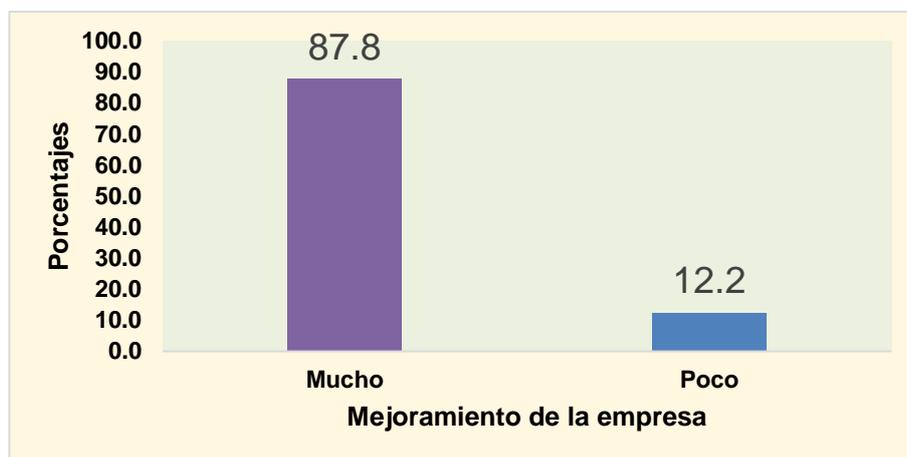


Gráfico N°15 ¿La innovación contribuye al mejoramiento de la empresa?

Fuente: Elaboración propia

Según las encuestas aplicadas a colaboradores de empresa Plasencia Cigars S.A. el grafico muestra que un total de 87.8% respondieron que si contribuye mucho y, el 12.2% poco contribuye al mejoramiento acá caben las personas que llegan a su trabajo solo por responsabilidad.

Un gran porcentaje de los colaboradores opina que la innovacion contribuye mucho tanto a la empresa como a ellos porque si la empresa está innovando en productos constantemente hay más pedidos y son más aceptados en el mercado y así ellos obtendrán muchas ganancias y otra parte de ellos considera que poco

contribuye, estos se puede decir que no les interesa lo que pase dentro de la empresa para ellos lo único importante obtener beneficio económico.

6.3 Objetivo N°3 Valorar la innovación en la mejora del proceso productivo de la Empresa.

6.3.1 Capacitaciones dirigidas a los colaboradores

La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador; para que el objetivo general de una empresa se logre plenamente, es necesaria la función de capacitación que colabora aportando a la empresa un personal debidamente adiestrado, capacitado y desarrollado para que desempeñe bien sus funciones habiendo previamente descubierto las necesidades reales de la empresa. (Siliceo Aguilar, 2004)

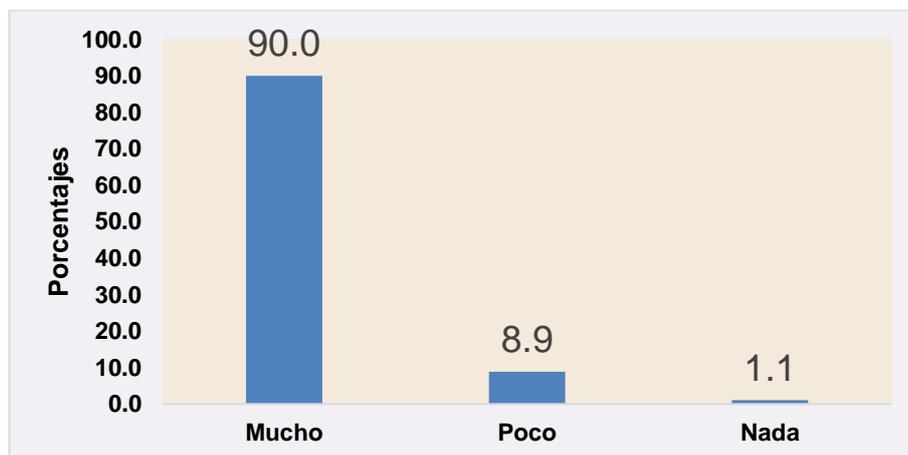


Gráfico N°16 ¿Es una estrategia innovadora que la empresa realice capacitaciones dirigidas a los colaboradores?

Fuente: Elaboración propia

Según encuestas aplicadas dirigida a colaboradores de empresa Plasencia Cigars S.A. se obtuvo un valor del 90% a que si es una estrategia innovadora que la

empresa realice capacitaciones ya que les compete mucho para las mejoras de cada proceso que se realiza, el 8.9% creen que es poco estratégico ya que ellos no se involucran mucho en las necesidades que se asemejan al cambio, en una organización siempre deben de haber trabajadores que no les parece absolutamente nada estratégico que la empresa realice capacitaciones dirigidas a ellos con el 1.1% ya que es pérdida de tiempo y ponen de excusa que tienen cosas más importantes que hacer.

Una gran parte de los colaboradores consideran que si es una estrategia innovadora que la empresa realice capacitaciones dirigidas a ellos ya que de esa manera ellos realizarían mucho mejor los productos con más eficiencia y eficacia y esto le saldría más beneficioso a la empresa porque un porcentaje bajo dice que es poco estratégico ya que ellos no se involucran mucho y un porcentaje muy bajo que no es importante que es una pérdida de tiempo.

6.3.2 Productividad y competitividad

Productividad, es la generación de riqueza en general, y debe estar sustentada por la ética y la moral, para que haya beneficio social en armonía con la ecología del planeta. Con ello, se quiere decir categóricamente, que si la generación de riqueza no cubre esos requisitos, y solo cumple con la rapidez y el ahorro en el manejo de recursos para producir en masa; le faltaría su parte importante, que es crear la política social fundamentada en la distribución de la riqueza, para tener un bienestar integral colectivo. (López Herrera, 2013, pág. 15)

Para García (2013), estrategias competitivas, son aquellas que dependen de la elección de una estrategia correcta que pueda delinear la forma de crear y sostener una ventaja competitiva que le asegure una rentabilidad aceptable.

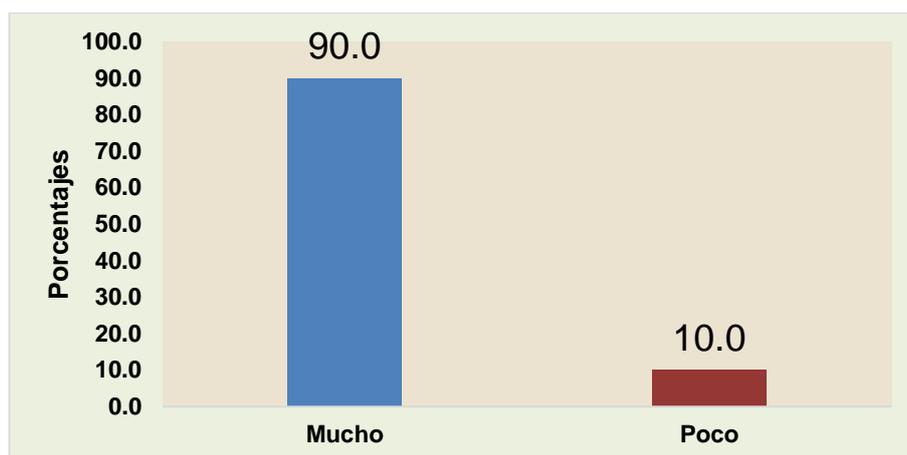


Gráfico N°17 ¿Considera que esta estrategia innovadora lo llevaría a ser más productivo y competitivo?

Fuente: Elaboración propia

Según encuestas aplicadas en empresa Plasencia Cigars S.A. dirigida a los colaboradores del área de producción, el 90% de los encuestados afirman que esta estrategia innovadora si lo llevaría a ser mucho más productivo y competitivo ya que la innovación es un método para ser más eficientes y eficaces, de acuerdo al tipo de trabajo que realizan y no solo para ellos sino también para dicha organización; y, un 10% que consideran de poca importancia esta estrategia innovadora, este porcentaje mínimo no conoce o no quieren reconocer que las capacitaciones mejorarían considerablemente su productividad, que la capacitación lo conllevaría a ser más competitivo.

Según la mayoría de encuestados considera que esta estrategia si lo llevaría a ser más productivo y competitivo ya que es un método para ser más eficientes y eficaces además de que no siempre están haciendo lo mismo siempre es bueno cambiar un poco y otros colaboradores consideran que no tiene mucha importancia estos porque no se adaptan a los cambios siempre quieren estar en una zona de confort.

6.3.3 ¿Han implementado estrategias que le permita a la empresa sostener una ventaja competitiva?

Según Enríquez Rodríguez (2019), en la entrevista comenta que si han implementado estrategias para conocer un mejor funcionamiento eficiente y eficaz que genere una ventaja competitiva fuerte en el mercado.

6.3.4 Mejoras en la empresa

Hoy se denomina Empresa a una unidad económica autónoma organizada para combinar un conjunto de factores de producción, con vista a la producción de bienes o la prestación de servicios para el mercado. (Ramírez Cardona, 2010)

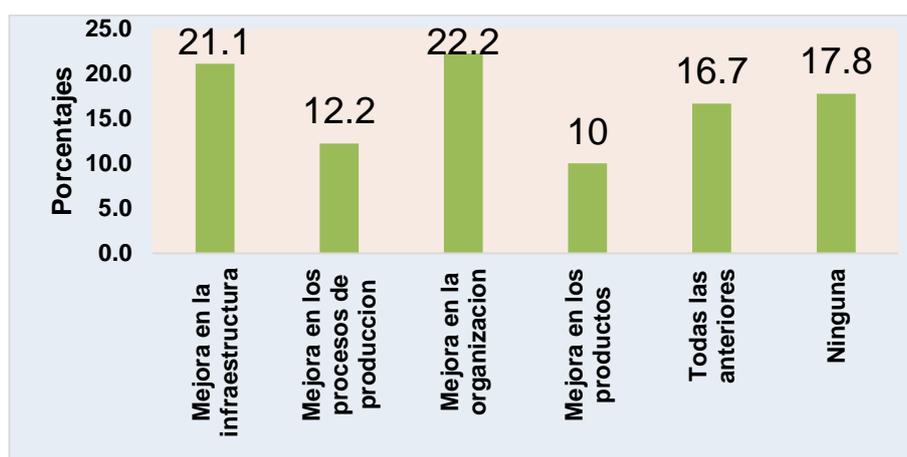


Gráfico N°18 ¿Que mejoras se han realizado en la empresa?

Fuente: Elaboración propia

El 21.1% de los colaboradores del área de producción indican que se han realizado mejoras en infraestructura, seguido de un 12.2% de los colaboradores de dicha área que indican que se han realizado mejoras en los procesos de producción, además un 22.2% que muestra que se han realizado mejoras en organización, un 10% que indica que se han mejorado los productos, el 16.7% nos indica que se han mejorado en todas las opciones anteriores y por último un 17.8% que indicó que en ninguna de las opciones anteriores se ha mejorado.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en las encuestas, que se realizaron en la empresa Plasencia Cigars, la mayor cantidad de colaboradores indicaron que se han realizado mejoras en la empresa, esto indica que la empresa si mantiene en constantes cambios en las opciones antes mencionados o de acuerdo a la situación que lo amerite, Los colaboradores que mencionaron que no se ha mejorado en ninguna de las opciones antes mencionada esto puede deberse a que los colaboradores no toman como mejoras los cambios que se han realizado en la empresa o porque estos no inciden con ellos directamente.

Según en la guía de observación la empresa está bien organizada en sus distintas áreas como también lo indica el porcentaje obtenido en la encuesta, todo el personal bien distribuido en las áreas que le corresponden, cada era con un jefe encargado para la dirección del personal de cada área; cuenta con buena infraestructura lo que permite que los colaboradores realicen sus actividades en un ambiente agradable.

6.4 Objetivo. 4 Proponer estrategias que promuevan la mejora en la innovación Del proceso productivo

Para la creación de estrategias se realizó el análisis FODA de la empresa Plasencia Cigars SA. De Estelí también realizándose un cruce de variables para implantar estrategias que coadyuven a la empresa.

Estrategia 1. Mano de obra calificada.

Objetivo: Aprovechamiento de mano de obra calificada para la elaboración de un producto de calidad.

Actividades

- ✓ Involucrar a los jefes de áreas, a los colaboradores para tener un mejor resultado en el producto.
- ✓ Realizar nuevas técnicas y métodos de producción.

- ✓ Implicar directa e indirectamente la creación de un proceso de fabricación de un producto esperado.

Estrategia 2. Mejor distribución del trabajo

Objetivo: fomentar el trabajo en equipo para un mejor desempeño laboral.

Actividades

- ✓ Desarrollar equipos de trabajo en las diferentes áreas de la empresa.
- ✓ Implementar manual de funciones.
- ✓ Compartir responsabilidades.

Estrategia 3. Reglamento interno para la asistencia a capacitaciones.

Objetivo: Elaborar reglamento interno para que los colaboradores asistan a las capacitaciones que brinda la empresa ya que no todos asisten y así obtener un proceso productivo eficiente.

Actividades:

- ✓ Fortalecer el orden laboral y la educación de los colaboradores.
- ✓ Enfrentamiento a la indisciplina en ocasión al desempeño propio de los colaboradores.
- ✓ Coadyuvar a los colaboradores que deben hacer conciencia jurídica y laboral que influye al aporte de solucionar problemas.

Estrategia 4. Contratación de personal.

Objetivo: Contratar personal para distribuir las tareas o funciones de una manera más adecuada en el área de Talento Humano.

Actividades:

- ✓ Entrevistar a personas idóneas que cumplan con los requisitos para el respaldo en esta área.

- ✓ Capacitarlo para que desarrollen correctamente esta actividad.
- ✓ Incorporarlo a la empresa con el objetivo de llevar a cabo un seguimiento responsable para fortalecer la adaptación de la persona al nuevo puesto de trabajo y a la organización.

VII. CONCLUSIONES

La empresa Plasencia Cigars SA. De Estelí es una empresa que ha realizado varios cambios y mejoras en varios aspectos como: infraestructura, cuenta con grande beneficios para los colaboradores y no tanto solo para los colaboradores de dicha empresa sino que también para colaboradores de otras empresa.

Se concluye que en empresa Plasencia Cigars S.A los procesos productivos están funcionando de buena manera ya que también ellos implementan estrategias tanto interna como externamente cumpliendo con las etapas del proceso productivo que son (diseño de proceso, producción y distribución de producto).

Se argumenta que esta empresa cumple con los factores de la innovación, ya que se identifican cada una de las características de la misma en diferentes áreas de la empresa y cuenta con una buena inversión propia, también se refleja el capital humano posible para crear una buena cultura empresarial sólida.

Lo antes mencionado argumenta al supuesto de investigación, el cual supone que la innovación contribuye a la mejora del proceso productivo de la empresa, ya que las mejoras en las diferentes áreas de la empresa han contribuido al mejor desempeño de los colaboradores de dicha organización.

Propuesta de estrategias para que la empresa contribuya al mejoramiento de cada uno de los procesos y los factores de innovación en algunas áreas de la empresa donde se encuentran puntos débiles que hay que superar.

VIII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la empresa:

- 1- Obtener la confianza de los colaboradores para generar un ambiente laboral agradable.
- 2- Aplicar estrategia de acuerdo a las necesidades que surgen dentro de la empresa.
- 3- incorporar personal capacitado para supervisar cada uno de los procesos.
- 4- Formar alianza con la competencia.
- 5- Estar siempre activo en el marketing para obtener nuevos clientes.
- 6- Implementar innovaciones de forma constante en sus procesos de trabajo.
- 7- Utilizar métodos para el cumplimiento de cada una de las etapas del proceso productivo.
- 8- Implementar ventajas competitivas e innovadoras para diferenciarse de la competencia.

IX. BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

Acevedo Ibáñez, A., & López, A. F. (2004). *El proceso de la entrevista conceptos y modelos*. Mexico: Grupo Noriga Editores. Obtenido de https://books.google.com.ni/books?id=V-Wi4_aHmKAC&lpg=PA7&dq=que%20es%20entrevista&pg=PA3#v=onepage&q=que%20es%20entrevista&f=false

Da Silva, K. (15 de Septiembre de 2018). *Cuida tu Dinero*. Recuperado el 19 de 06 de 2019, de <https://www.cuidatudinero.com/13714602/cuales-son-las-caracteristicas-mas-importantes-de-una-empresa>

Enríque Gonzalez, C. A. (14 de 11 de 2019). Variedad del producto. (A. Castillo Castillo, Entrevistador) Estelí. Recuperado el 14 de 11 de 2019

Enríque, I. C. (14 de 11 de 2019). Capacitacion para elaborar el producto. (A. C. Castillo, Entrevistador)

Enriquez Gonzalez, C. A. (14 de 11 de 2019). Calidad de la materia prima. (A. Castillo Castillo, Entrevistador) Estelí. Recuperado el 14 de 11 de 2019

Enríquez Gonzalez, C. A. (14 de 11 de 2019). Instrucciones de trabajo. (A. Castillo Castillo, Entrevistador) Estelí. Recuperado el 14 de 11 de 2019

Enríquez Rodriguez, C. A. (14 de 11 de 2019). Capacitacion para elaborar el producto. (A. Castillo Castillo, Entrevistador) Estelí. Recuperado el 14 de 11 de 2019

Eugarrios Méndez, N. J., & Tórres López, O. A. (31 de 01 de 2017). *Google*. Recuperado el 02 de 06 de 2019, de Unan-Managua: <http://repositorio.unan.edu.ni/3867/1/5740.pdf>

Fano, F. J. (25 de Septiembre de 2015). *Google*. Recuperado el 01 de Julio de 2019, de Mejora Competitiva: <https://www.mejoracompetitiva.es/2015/09/que-es-estrategia/>

Gámez, C. (2016). *Dialnet*. Recuperado el 02 de 06 de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=77588>

- García, A. (2013). *Estrategias Empresariales*. Bogotá, Colombia: Bilineata Publishing.
- González González, Y. (27 de 02 de 2019). *Gestiopolis*. Recuperado el 2019 de 06 de 02, de <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-innovacion-y-la-tecnologia-en-los-servicios-extrahoteleros/>
- GRASSO, L. (2006). *Encuestas Elementos Para su diseño y Análisis*. (E. G. Editor, Ed.) Córdoba, Argentina: primera edición. Recuperado el 04 de Agosto de 2019, de https://books.google.com.ni/books?id=jL_yS1pfbMoC&lpg=PP1&dq=encuesta&pg=PA13#v=onepage&q=encuesta&f=false
- Hernández Blázquez, B. (2001). *Técnicas Estadísticas de Investigación Social*. (J. Bravo, Ed.) España, Madrid: Díaz de Santos.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metología de la Investigación* (6ta edición ed.). México, Colonia Desarrollo Santa Fe, México: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Horwath, R. (2014). *Eleve su Estrategia* (Primera Edición ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- López Herrera, J. (2013). *Productividad*. Estados Unidos, EEE.UU: Copyright.
- López Mielgo, N., Montes Peón, J. M., & Vázquez Ordás, C. J. (2007). *CÓMO GESTIONAR LA INNOVACIÓN EN LAS PYMES* (Primera edición ed.). España: Gesbiblo, S. L.
- Mancia Arteaga, R. E. (12 de 03 de 2012). *Google*. Recuperado el 02 de Julio de 2019, de Escuela de Organización Industrial: <https://www.eoi.es/blogs/reneuardomancia/2012/03/12/%C2%BFporque-es-tan-importante-innovar/>
- Naghi Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la investigación* (2da Edición ed.). México : Limusa Noriega Editores. Recuperado el 08 de 08 de 2019, de <https://books.google.com.ni/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&lpg=PA44&dq=concepto%20de%20investigaci%C3%B3n%20a>

plicada&pg=PA3#v=onepage&q=concepto%20de%20investigaci%C3%B3n%20aplicada&f=false

Nagy, J. (23 de 04 de 2017). *Caja de Herramientas comunitarias*. Recuperado el 08 de 12 de 2019, de Caja de Herramientas comunitarias: <https://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/estructura/estrategia-planificacion/desarrollar-estrategias/principal>

Nuño, P. (15 de 11 de 2017). *Emprendepyme.net*. Recuperado el 12 de 10 de 2019, de Emprendepyme.net: <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-procesos-productivos.html>

Pardinas, F. (2005). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. Mexico: trigesimooctava edición. Recuperado el 01 de Agosto de 2019, de <https://books.google.com.ni/books?id=PDqKweTKbhUC&lpg=PA89&dq=QUE%20ES%20OBSERVACION&pg=PA89#v=onepage&q=QUE%20ES%20OBSERVACION&f=false>

Ramírez Cardona, C. (2010). *Fundamentos de Administración* (Tercera Edición ed.). (Y. Madero, Ed.) Bogotá, D.C., Colombia: Litoperla Impresores Ltda.

Rivera, E. Y., & Somoza Membreño, I. F. (31 de 01 de 2017). *Google*. Recuperado el 04 de JUNIO de 2019, de Google: <http://repositorio.unan.edu.ni/3963/1/5739.pdf>

Robledo, P. (12 de 05 de 2017). *alba TIAN*. Recuperado el 27 de 11 de 2019, de alba TIAN: <https://albatian.com/es/blog/diferencias-entre-procesos-procedimientos-e-instrucciones-de-trabajo/>

Rubio, L., & Baz, V. (2004). *El poder de la competitividad*. México: P. I. M. C. A. C. Instituto Mexicano.

Shop, J. (09 de 01 de 2015). *Gestión de Operaciones*. Recuperado el 19 de 06 de 2019, de <https://www.gestiondeoperaciones.net/procesos/caracteristicas-de-un-proceso-productivo-job-shop-produccion-tipo-taller/>

Significados.com. (23 de 04 de 2018). Recuperado el 18 de 06 de 2019, de <https://www.significados.com/caracteristicas-de-la-innovacion/>

Siliceo Aguilar, A. (2004). *Capacitación y desarrollo de personal* (Cuarta edición ed.). México: LIMUSA, S.A.

Suñé Torrents, A., Gil Vilda, F., & Arcusa Postils, I. (2004). *Manual Práctico de Diseño de Sistemas Productivos*. (2. Dña Juana I de Castilla, Ed.) Madrid, España, Madrid: Ediciones Diaz de Santos, S.A.

Tórrez Benavides, A. A., Urbina Martínez, G. R., & Vílchez Zamora, Y. F. (2017). *Factores que inciden en la innovación*. FAREM, Estelí. Estelí: FAREM-ESTELI.

Ucha, F. (Diciembre de 2003). *Definición ABC*. Recuperado el 19 de 06 de 2019, de <https://www.definicionabc.com/economia/proceso-productivo.php>

Videa Cruz, J. G., Acevedo Morales, M. J., & González González, J. D. (2017). *Innovación en la Gestión Administrativa*. FAREM-ESTELÍ, Esteli. Estelí: FAREM-ESTELÍ.

X. ANEXOS

10.1 Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES							
	I Semestre				II Semestre		
Actividades	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Elaboración de la línea de investigación							
Delimitación del tema							
Antecedentes							
Planteamiento del problema							
Formulación de objetivos y justificación							
Elaboración de marco teórico							
Formulación de supuesto							
Formulación de cuadro de operacionalización							
Formulación de instrumentos							
Aplicación de instrumentos							
Análisis de los resultados							
Elaboración de estrategias							
Recomendaciones							
Conclusiones							
Elaboración de documento final							

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura propia. • Mano de obra calificada. • Producto de calidad. • Exportaciones de productos en masa. • Terreno propio para el cultivo de tabaco. • Mejor conocimiento de los procesos productivos para los colaboradores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento de nuevas marcas que han sido bien aceptadas. • Ser reconocida a nivel mundial por elaborar un buen producto de calidad. • Atraer a nuevos clientes potenciales. • Posicionamiento fuerte en el mercado internacional. • Apertura de nuevas sucursales. • Generación de empleo. • Implementar cambios y mejoras dentro de la empresa
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de unidad. • Deficiente organización en los procesos. • Exceso de trabajo a una sola persona. • Inasistencia de los colaboradores a las capacitaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte competencia • Entrada de nuevos competidores al mercado. • Pérdida de clientes. • Alto valor de la materia prima. • Perder la confianza de los clientes

10.2 FODA

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS	
<p>ESTRATEGIAS - FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (F₂, O₂) 2. (F₆, O₄) 	<p>ESTRATEGIAS-DA</p>
<p>ESTRATEGIAS-FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (F₅, A₄) 	<p>ESTRATEGIAS- DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (D₃, O₆) 2. (D₄, O₇) 3. (D₃, O₇)

10.3 Encuesta



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Estimado colaborador, su opinión es importante para evaluar la innovación en el proceso productivo de empresa Plasencia Cigars S.A.; la seriedad y sinceridad con la que conteste estas preguntas permitirán conocer los aspectos que se deben mejorar para el buen funcionamiento en la empresa.

GÉNERO: Femenino Masculino

Área: _____ Cargo: _____ Tiempo de laborar: _____

1. ¿Qué mejoras se han realizado en la empresa?

- Mejora en la infraestructura
- Mejora en los procesos de producción
- Mejora en la organización
- Mejora en los productos
- Todos
- Ninguno

2. ¿Se le ha dado capacitación para elaborar el producto de acuerdo a las exigencias del cliente?

Siempre A veces
Casi siempre Nunca

3. ¿Su jefe inmediato le instruye de forma correcta para elaborar el producto?

Siempre
Casi siempre
A veces
Nunca

4. ¿Cómo considera la calidad de la materia prima con la que realiza su trabajo?

Muy Buena
Buena
Regular

5. ¿De acuerdo a que se da la variedad de producto?

Tamaño
Presentación
Medida
Todos

6. ¿Se adapta con facilidad a la variedad de productos que se realiza en la empresa?

Si
No

7. ¿Se adapta con facilidad ante los cambios que surgen dentro de la empresa respecto a la materia prima?

Sí No

8. ¿Hay alguna norma establecida de producción?

Si

No

9. ¿Considera de forma positiva que la empresa implemente capacitaciones?

Si

No

10. ¿Considera que la capacitación contribuye a que usted mejore su productividad

Si

No

11. ¿Qué proceso utiliza la empresa para dar a conocer las instrucciones de trabajo?

Manual de funciones

Manual procedimientos

De forma verbal

Otros

12. ¿Contribuye usted al buen funcionamiento de las instrucciones para el mejoramiento del flujo productivo de la empresa?

Muchas veces

Pocas veces

A veces

13. ¿En qué estado considera que se encuentra el equipo y maquinaria que suministra la empresa?

Bueno Deficiente

Regular

14. ¿En qué período considera que la empresa debe brindar mantenimiento al equipo y maquinaria que utiliza?

Cada 6 meses

Cada año

15. ¿Considera que es una herramienta efectiva la innovación?

Siempre

Casi siempre

A veces

Nunca

16. ¿Contribuye al mejoramiento de la empresa?

Mucho

Poco

Nada

17. ¿Es una estrategia innovadora que la empresa realice capacitaciones dirigida a los colaboradores?

Mucho

Poco

Nada

18. ¿Considera que esta estrategia innovadora lo llevaría a ser más productivo y competitivo?

Mucho

Poco

Nada

10.4 Guía de observación



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Somos estudiantes de la carrera de Administración de Empresas V año de la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-ESTELI/UNAN-MANAGUA.

Objetivo: Determinar la innovación en el proceso productivo de Empresa Plasencia Cigars S.A. en la ciudad de Estelí, I semestre del año 2019

Actividades	Elementos a Observar	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Observaciones
1-Proceso de producción			✓			
1-1 como es la eficacia del proceso de producción			✓			
1-2 como es la			✓			

eficiencia del proceso de producción						
1-3 como es la Comunicación entre el jefe inmediato y colaborador				✓		
1-4 En qué estado se encuentran las herramientas que utilizan los colaboradores			✓			
1-5 Como es el desempeño de los colaboradores			✓			
1-6 Como es el flujo		✓				

de producción						
1-7 Como es la calidad de la materia prima				✓		
1-8 Como es la innovación que ha implementa do la empresa			✓			

10.5 Entrevista



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Somos estudiantes de la carrera de Administración de Empresas V año de la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-ESTELI/UNAN-MANAGUA.

Objetivo: Determinar la innovación en el proceso productivo de Empresa Plasencia Cigars S.A. en la ciudad de Estelí, I semestre del año 2019

Para la recopilación de información se solicitará ayuda de Lic. Fátima Castellanos quien desempeña el cargo de Analista del Talento Humano.

Fecha: _____

Hora: _____

1. ¿En qué año fue fundada esta empresa

2. ¿Cuál es la misión de la empresa?

3. ¿Cuál es la visión de la empresa?

4. ¿Hay un proceso definido para la elaboración del puro?

5. ¿Es eficiente y eficaz el proceso productivo que se realiza en la empresa?

6. ¿Qué acondicionamientos se le da a la materia prima para cumplir con las exigencias de los clientes?

7. ¿Se ha dado capacitación para elaborar el producto de acuerdo a las exigencias del cliente?

8. ¿Se cumple con los pedidos de los clientes en tiempo y forma?

9. ¿De acuerdo a que criterios determina la calidad de la materia prima?

10. ¿Sus proveedores de materia prima son nacionales, extranjeros o ambos?

11. ¿Han implementado estrategias para la organización de la empresa?

12. ¿Han implementado estrategias para la mejora de los procesos productivos?

13. ¿La empresa es innovadora?

14. ¿Utilizan estrategias de innovación en la comercialización de los productos?

15. ¿Han innovado los productos que oferta la empresa?

16. ¿Han innovado en los procesos de producción?

17. ¿En qué áreas aplica más innovacion la empresa?

18. ¿Cómo considera la innovación para la mejora de los procesos productivos?

19. ¿Han implementado estrategias que le permita a la empresa sostener una ventaja competitiva?

10.6 Fotografías







