



**Universidad
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
NEGOCIOS Y COMPETITIVIDAD**

Tesis

**Gestión de la innovación para la competitividad empresarial de
la empresa Coldfinox S.A.C Lima, 2017**

**Para optar el título profesional de Licenciado en
Administración y Negocios Internacionales**

AUTOR

Br. Pacheco Domínguez, Raúl

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD

Economía, Empresa y Salud

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA

Estrategias de mejora para las empresas aplicando herramientas de Gestión

LIMA - PERÚ

2017

**“Gestión de la innovación para la competitividad empresarial
de la empresa ColdFinox S.A.C Lima, 2017**

Miembros del Jurado

Presidente del Jurado

Mg. Carmen Cecilia, Brenneisen Bustamante

Secretario

MBA José Abel, De la Torre Tejada

Vocal

Mg. Nolazco Labajos, Fernando Alexis

Asesor temático

Lic. José, Picoaga Linares

Dedicatoria

Esta tesis ésta dedicada a Dios por ser la fuerza e inspiración a seguir esforzándome cada día, a mis padres por ser la piedra angular en mi vida personal y profesional, al brindarme durante todo este tiempo el conocimiento y los valores necesarios para poder salir adelante.

.

Agradecimiento

Agradezco a mi asesor de tesis el Lic. José Picoaga Linares por los conocimientos, la paciencia y los consejos que hicieron posible este trabajo.

Agradezco también, al Mg. Fernando Nolazco por los conocimientos compartidos y el apoyo constante en la construcción de este trabajo.

Al Sr. César Evanan Huancahuari por darme las facilidades en que su empresa contribuya y sea parte de este estudio.

Presentación

Señores miembros del jurado:

El presente estudio de investigación titulado “Gestión de la innovación para la competitividad empresario de la empresa Coldfinox Lima, 2017”, tiene por finalidad el de brindar al pequeño empresario, un enfoque renovado con ayuda de herramientas administrativas en como poder mejorar su competitividad empresarial en el rubro de su negocio, siendo estas herramientas de mejora para una buena gestión en su negocio, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada “Norbert Wiener” para optar el grado de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.

La investigación fue aplicada a una empresa del rubro de ventas, de producción, mantenimiento e instalación de productos de refrigeración comercial e industrial y equipos gastronómicos, en la ciudad Lima, en donde se pudo identificar deficiencias significativas en la administración de la empresa, teniendo como consecuencia una limitada capacidad de competitividad frente a sus competidores.

La investigación tiene un sintagma holístico con un enfoque mixto, tipo proyectivo y de diseño no experimental.

La presente investigación consta de VIII capítulos estructurados interrelacionados en forma secuencial determinados por la Universidad Privada Norbert Wiener como estipula en su reglamento. En el capítulo 1 se presenta la problemática de la investigación seguido por los objetivos y su justificación. En capítulo 2 está el marco teórico, se fundamenta en base a las teorías administrativas existentes en donde las teorías enfocadas a la innovación y competitividad, hacen que podamos identificar sub categorías y categorías emergentes, logrando así tener factores que influyan de manera directa con la

problemática, En el capítulo 3 abarca la información de la empresa, proyectos actuales y su perspectiva empresarial en su rubro. En el capítulo 4, se realizan dos diagnósticos, uno cuantitativo en donde por medio de encuestas realizadas a clientes obtenemos información importante, y un diagnóstico cualitativo en donde por medio del Software SPSS podemos plasmar la información obtenida y tener gráficos que nos explican la situación desde esa perspectiva.

En el capítulo 5 se detalla la propuesta, que en esta investigación se titula “Sé Competitivo”, el cual tiene como objetivo brindar al empresario, herramientas administrativas y conceptos enfocados en mejorar la calidad de sus productos, la gestión del talento humano, el liderazgo y por último el cliente. En el capítulo 6 se da la discusión e la investigación en donde se hace una triangulación de todas las conclusiones respecto a la investigación.

En el capítulo 7, abarca las conclusiones y sugerencias sobre el caso en estudio y finalmente, en el capítulo 8 están presentes las referencias bibliográficas que ayudaron a esta investigación.

Br. Raúl Pacheco Domínguez

DNI: 43747942

Índice

	Pág.
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Presentación	vi
Índice	viii
Índice de tablas	xii
Índice de Figuras	xiv
Índice de cuadros	xv
Resumen	xvii
Abstract	xix
Introducción	xxi
CAPITULO I	
PROBLEMA DE INVESTIGACION	
1.1 Problema de investigación	24
1.1.1 Identificación del problema ideal	24
1.1.2 Formulación del problema	26
1.2 Objetivos	27
1.2.1 Objetivo General	27
1.2.2 Objetivo Específico	27
1.3 Justificación	27
1.3.1 Justificación metodológica	28

1.3.2	Justificación practica	28
CAPITULO II		
MARCO TEORICO METODOLOGICO		
2.1	Marco teórico	30
2.1.1	Sustento teórico	30
2.1.2	Antecedentes	40
2.1.3	Marco conceptual	44
2.2	Metodología	59
2.2.1	Sintagma	59
2.2.2	Enfoque	59
2.2.3	Tipo	60
2.2.4	Diseño	60
2.2.5	Categorías y subcategorías apriorísticas y emergentes	61
2.2.6	Unidad de análisis	62
2.2.7	Técnicas e instrumentos	63
2.2.8	Procedimiento para la recopilación de datos	68
2.2.9	Método de análisis de datos	68
2.2.10	Mapeamiento	70
CAPITULO III		
EMPRESA		
3.1.1	Descripción de la empresa	72
3.1.2	Marco legal de la empresa	72
3.1.3	Proyectos actuales	73
3.1.4	Perspectiva empresarial	73
CAPITULO IV		
TRABAJO DE CAMPO		
4.1	Diagnostico Cualitativo	75
4.2	Diagnostico Cualitativo	78
4.3	Triangulación de datos: Diagnostico final	106

CAPITULO V

PROPUESTA DE LA INVESTIGACION

“SÉ COMPETITIVO”

5.1	Fundamento de la propuesta	112
5.2	Objetivos de la propuesta	118
5.3	Problema	118
5.4	Justificación	120
5.5	Resultados esperados	143
5.6	Plan de actividades (detallado por objetivo de la propuesta)	146
5.7	Evidencias (diseño de la maqueta, envases, embalajes, prototipo, etc.)	147
5.8	Presupuesto	148
5.9	Diagrama de Gantt/ Pert CPM	152
5.10	Flujo de caja en un plazo de cinco años considerando tres escenarios	153
5.11	Viabilidad económica de la propuesta	156
5.12	Validación de la propuesta	157

CAPITULO VI

DISCUSIÓN

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

7.1	Conclusiones	163
7.2	Sugerencias	165

CAPITULO VIII

REFERENCIAS

Referencias Bibliografía	167
--------------------------	-----

ANEXOS	175
--------	-----

Anexo 1: Matriz de la investigación	176
-------------------------------------	-----

Anexo 2: Matriz metodológica de categorización	177
--	-----

Anexo 3: Instrumento cuantitativo	178
Anexo 4: Fichas de validación del instrumento cuantitativo	179
Anexo 5: Fichas de validación de la propuesta	188
Anexo 6: Evidencia de la visita a la empresa	192
Anexo 7: Implementación de la propuesta	196
Anexo 8: Evidencia de la propuesta	209

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Tabla de muestra	63
Tabla 2. Tabla de Muestra Holística para la investigación	64
Tabla 3. Tabla de subcategorías e indicadores	66
Tabla 4. Tabla de confiabilidad	68
Tabla 5. Niveles referentes a la Calidad Total	75
Tabla 6. Niveles referentes a RR.HH	76
Tabla 7. Niveles referentes al Benchmarking	77
Tabla 8. Plan Operativo del Área de Estructuras	123
Tabla 9. Plan Operativo del Área de Refrigeración	127
Tabla 10. Plan Operativo del Área de Electricidad	130
Tabla 11. FODA de la empresa	133
Tabla 12. Plan Operativo N° 01	136
Tabla 13. Plan Operativo N° 02	137
Tabla 14. Plan Operativo N° 03	138
Tabla 15. Check List	140
Tabla 16. Plan de actividades	145
Tabla 17. Descripción del presupuesto de la presentación del manual	148
Tabla 18. Presentación de las herramientas a usar en el manual	149
Tabla 19. Capacitación sobre la importancia de la cultura de la innovación	150
Tabla 20. Presupuesto Total de la propuesta	151
Tabla 21. Viabilidad económica del escenario Optimista	156

Tabla 22. Viabilidad económica del escenario Optimista	156
Tabla 23. Viabilidad económica del escenario Pesimista	156
Tabla 24. Lean Manufacturing costo	197
Tabla 25. Estimación del costo de 4 proyectos	197
Tabla 26. Estimación de la ganancia de 4 proyectos	198
Tabla 27. Estimación de la reducción del costo primo	199
Tabla 28. Estimación del costo de 4 proyectos con la reducción total	207
Tabla 29. Estimación de la ganancia de 4 proyectos con la reducción total	207

Índice de Figuras

	Pág.
Figura 1. Representación del campo de acción del gerente general	51
Figura 2. Beneficios para una empresa que lleva a cabo una planeación Estratégica	52
Figura 3: Mapeamiento de la investigación	70
Figura 4. Gráfico de Barras referente a los niveles de la Calidad Total	75
Figura 5. Gráfico de Barras referente a los niveles de la RR.HH	76
Figura 6. Gráfico de Barras referente a los niveles del Benchmarking	77
Figura 7. Ciclo de mejora de calidad	108
Figura 8. Dirección del Negocio en los próximos 5 años	113
Figura 9. Trípode de la competitividad	116
Figura 10. Formulación y ejecución de la propuesta	122
Figura 11. Diagrama de Gantt/Pert CPM del área de Estructuras	126
Figura 12. Diagrama de Gantt/Pert CPM del área de Refrigeración	129
Figura 13. Diagrama de Gantt/Pert CPM del área de Electricidad	132
Figura 14. Flujograma	141
Figura 15. Esquema de las herramientas administrativas	142
Figura 16. Resumen de las proyecciones macroeconómicas 2017-2018	

del Banco Central de Reserva del Perú	143
Figura 17. Diagrama de Gantt/Pert CPM de la propuesta	152
Figura 18. Escenario Optimista	153
Figura 19. Escenario Probable	154
Figura 20. Escenario Pesimista	155
Figura 21. Grafico del VAN y del TIR	156
Figura 22. Chequeo de inventario	200
Figura 23. Procesos del área de estructuras	200
Figura 24. Procesos del área de refrigeración	201
Figura 25. Procesos del área eléctrica	202
Figura 26. Revisión de Calidad Total	203
Figura 27. Reducción de costo con Lean Manufacturing	203
Figura 28. Encuesta de Calidad a clientes post venta	205
Figura 29. Punto de equilibrio de COLDFINOX SAC	206

Índice de Cuadros

	Pág.
Cuadro 1. Categorías y Sub categorías apriorísticas	61
Cuadro 2. Categorías Emergentes	61
Cuadro 3. Procedimiento de Puntuación	67

Resumen

La competitividad es una de las características que hacen que las empresas tengan mayor relevancia en el mercado nacional e internacional, teniendo una filosofía de calidad en todos sus procesos, hacen que sus productos o servicios tengan un valor agregado de muy alta competencia y difícil de igualar, logrando así brindar al cliente (objetivo final) la mejor experiencia posible en su elección. La empresa Coldfinox es una empresa especializada en la construcción, venta y mantenimiento de equipos de frío y calor industrial, la problemática es la falta de una gestión administrativa en la empresa lo cual afecta en un bajo nivel de competitividad en su rubro, disminuyendo su producción y ventas de sus productos en el mercado. Es por eso que en el estudio hemos escogido como teoría base la calidad total de Edwards Deming, ya que así podemos enfocarnos en mejorar los procesos de fabricación, el uso correcto del personal y de los recursos que dispone la empresa logrando así innovar y mejorar la competitividad en el transcurso del tiempo. Es así que el estudio está enfocado en 5 objetivos, diagnosticar las estrategias adecuadas para el problema, conceptualizar por medio de la teoría el fundamento de su aplicación, diseñar estrategias para mejorar la competitividad, validar los instrumentos que se usaran en su análisis y evidenciar mediante herramientas la propuesta del plan estratégico para la empresa.

La investigación se desarrolla por medio de un sintagma holístico, con un enfoque mixto, proyectivo no experimental, en donde se han usado instrumentos como entrevistas y cuestionarios titulados “Encuesta de gestión de la innovación para la competitividad empresarial de la empresa Coldfinox Lima, 2017” con el fin de recolectar datos, para el estudio de la tesis, esto fue aplicado a 50 personas logrando recabar información importante

y gracias a las entrevistas hechas a dueños de empresas del mismo rubro se logró, tener una idea más clara del panorama del negocio en el mercado.

Pasando a los resultados de los diagnósticos Cualitativos pudimos ver que las subcategorías como la Calidad Total presento un 4% deficiente, 34% Regular y 62% Eficiente, La gestión del talento humano por su parte presento un 4% deficiente, 32% Regular y 64% Eficiente y finalmente el Benchmarking presento un 4% deficiente, 22% Regular y 74% Eficiente

Palabras Claves: Calidad total, Gestión del talento humano, Benchmarking, competitividad.

Abstract

Competitiveness is one of the characteristics that make companies more relevant in the national and international market, having a philosophy of quality in all their processes, they make their products or services have an added value of very high competition and difficult to match, this give to the client (ultimate goal) the best possible experience in their choice. The company Coldfinox is a company specialized in the construction, sale and maintenance of industrial cold and heat equipment, the problem is the lack of an administrative management in the company which affects a low level of competitiveness in its field, decreasing its production and sales of its products in the market. That is why in the study we have chosen as the basic theory the total quality of Edwards Deming, since this way we can focus on improving the manufacturing processes, the correct use of the personnel and the resources available to the company, this will give to the company innovation and improving the competitiveness over time. That's why the study is focused on 5 objectives, diagnose the appropriate strategies for the problem, conceptualize through the theory the basis of its application, design strategies to improve competitiveness, validate the instruments used in its analysis and evidence through tools the strategic plan proposal for the company.

The research is developed through a holistic syntagma, with a mixed approach, non-experimental project, where instruments such as interviews and questionnaires have been used entitled "Innovation management survey for business competitiveness of the company Coldfinox Lima, 2017" In order to collect data, for the study of the thesis, this was applied to 50 people gathering important information and thanks to the interviews made to owners

of companies in the same field, it was possible to have a clearer idea of the business landscape in the market.

Turning to the results of qualitative diagnoses we could see that the subcategories such as Total Quality presented a 4% deficient, 34% Regular and 62% Efficient, Human talent management presented 4% deficient, 32% Regular and 64 % Efficient and finally the Benchmarking presented a 4% deficient, 22% Regular and 74% Efficient

Key words: Total quality, Human talent management, Benchmarking, competitiveness

Introducción

La investigación se divide en 8 capítulos, que se explican a continuación.

En el capítulo I se presenta la problemática de la investigación seguido por un objetivo principal y 5 objetivos específicos su justificación. En capítulo II está el marco teórico, en donde se fundamenta en base a las teorías administrativas un enfoque respecto a la innovación y competitividad, logrando así que podamos identificar sub categorías y categorías emergentes, logrando así tener factores que influyan de manera directa con la problemática, En el capítulo III abarca la información de la empresa, proyectos actuales y su perspectiva empresarial en su rubro. En el capítulo IV, se realizan dos diagnósticos, uno cuantitativo en donde por medio de encuestas realizadas a 50 personas en su mayoría a clientes, obtenemos información para luego proceder hacer un diagnóstico cualitativo en donde por medio del Software SPSS podemos plasmar la información obtenida y tener gráficos que nos explican la situación desde esa perspectiva.

En el capítulo V se detalla la propuesta, que en esta investigación se titula “Sé Competitivo”, el cual tiene como objetivo brindar al empresario, herramientas administrativas y conceptos enfocados en mejorar la calidad de sus productos, la gestión del talento humano, el liderazgo y por último el cliente. En el capítulo VI se da la discusión de la investigación en donde se hace una triangulación de las diferentes etapas de la investigación, una conclusión general. En el capítulo VII, abarca las conclusiones y sugerencias sobre el caso en estudio y finalmente, en el capítulo VIII están presentes las referencias bibliográficas que ayudaron a esta investigación.

Finalmente, se espera que el resultado de la investigación sea de gran ayuda a la empresa en poder aplicar estas herramientas, logrando así poder motivar la práctica en estrategias enfocadas a la competitividad en todas sus áreas.

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Problema de investigación

1.1.1 Identificación del problema ideal

La globalización ha sido un avance muy importante en la economía no solo haciendo los networking más amplios, de continente a continente, esto ha hecho una mejora considerable en la relación de los países con futuros socios estratégicos. El término “competitividad” es muy usado al momento de describir la situación económica de un país, pero también se confunde de manera muy fácil con “competencia”, este segundo término engloba de manera general a la situación en el mercado de un país, empresa frente a las ventajas que puede ofrecer a diferencia con la competencia (mayor producción, logística, precios, calidad, etc.); la situación de la economía hace que los países estén en una competencia constante en cómo mejorar sus productos, ya sea por una buena gestión en actividades industriales como tecnológicas, teniendo la mayor ventaja los países desarrollados (EEUU, Alemania, Japón, etc.).

La competitividad tiene muchos conceptos, todo tienden a enfocarlo dependiendo de la situación o escenarios en que se presente, pero mencionado un poco de historia el término “competitividad” ya había aparecido hace mucho tiempo atrás.

Adam Smith menciona la competitividad como “ventaja absoluta” (Jaramillo, 1999) en donde: “sostenía que el libre comercio permitirían a cada país especializar en la producción de los bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta; es decir los países trataría de concentrar sus esfuerzos en los bienes que pueden producir más eficientemente e importarían aquellos cuales tuvieran una desventaja absoluta”(p. 25) .En la economía actual esto se ha de presentar muy a menudo, ya que el existir empresas especializadas en productos específicos hacen que sus avances tecnológicos se incremente con el paso de los años, existiendo una demanda muy alta sobre este producto, al igual que existen países que se

dedican a la exportación e importación de productos específicos ayudados de la globalización de la ventaja absoluta como mencionaba Adam Smith

La economía de un país es un factor muy importante en su avance para lograr la estabilidad económica, con la ayuda de acuerdos internacionales y buenas relaciones comerciales entre socios estratégicos. Actualmente en el país existen muchos rubros de negocios existentes, desde pequeñas empresas como grandes, siendo esta una de las fuerzas económicas del país. No todo el negocio tiene a su cargo un grupo de personas que puedan trabajar en equipo, la mayoría de estas empresas suelen ser delegadas por herencia familiar, descendientes, y en otros casos solo una persona se encarga de la administración, de todo el sistema para evitar generar costos y así tener un control total (no muy eficiente). Las empresas del rubro de refrigeración comercial e industrial en Lima existen en buen número.

El mercado global de equipos de servicio para alimentos / refrigeración comercial fue valorado en US\$31,54 mil millones en 2013, y se prevé que crezca a una tasa de crecimiento anual compuesta (Cagr) del 4,8% desde 2014 hasta 2020, lo que representa un valor de US\$44,33 mil millones en 2020, de acuerdo con un nuevo informe de mercado publicado por Market Research Transparencia. (Estudio del mercado de refrigeración comercial y de alimentos, 2015)

En este rubro de mercado importante tanto nacional como internacional, algunas empresas carecen de planes estratégicos evitando así lograr una mejor eficiencia en su gestión y solo se basan en los conocimientos que tienen por experiencia en cómo funciona el negocio.

Coldfinox es una de ellas, teniendo características que la hacen poder brindar un valor agregado a su proceso y es el de ofrecer productos de alta calidad a un precio acorde a ello,

pero la competencia es alta puesto que no hay un control en los precios de los productos, ya que estos se basan en los talleres informales donde el precio por los productos se ve reducido, teniendo la atención del público, pero obteniendo productos de dudosa calidad.

Las empresas informales siempre suelen querer reducir costos innecesarios evitando controlar personal extra en su planilla, queriendo tener el control de todo el proceso, esto acarrea peligros en diferentes áreas en donde pueda que el empresario no este familiarizado y se guie por simple instinto “empresarial”.

1.1.2 **Formulación del problema**

La empresa Coldfinox se encarga de la producción, venta, instalación y mantenimiento de quipos metal-mecánicos con una vasta experiencia en su rubro, con el paso de los años ha podido consolidar clientes, tanto por recomendaciones externa en la calidad de sus productos, siendo esta su característica más importante.

En un mercado competitivo, esto requiere de una buena administración, de personal especializado en poder diversificar las áreas que tiene la empresa, ya que actualmente el dueño es el encargado de revisar todo el proceso.

Las empresas de este rubro ya están consolidadas, con gran personal de trabajo de manera más organizada, que esto no excluye en que la empresa Coldfinox puede lograr alcanzar este nivel a largo plazo.

Es por eso que se plantea la siguiente interrogante:

¿Cómo podemos mejorar la competitividad empresarial de la empresa Coldfinox sac
Lima, 2017?

1.2 **Objetivos**

1.2.1 **Objetivo general**

Formular una propuesta de gestión de la innovación para la competitividad empresarial de la empresa Coldfinox Lima, 2017

1.2.2 **Objetivos específicos**

Diagnosticar las estrategias actuales necesarias para mejorar la competitividad respecto a la competencia.

Conceptualizar la gestión de la innovación y la competitividad así como otras categorías apriorísticas y emergentes

Diseñar estrategias efectivas reales que pueda ayudar a mejorar la competitividad.

Validar los instrumentos de evaluación de diagnóstico y la propuesta a través de juicio de expertos.

Evidenciar mediante un flujograma la propuesta del plan estratégico.

1.3 **Justificación**

En esta investigación aporta conocimientos importantes , siendo un estudio completo el cual tiene como fin el de aplicar gestiones de innovación , con uso de la teoría en , para poder así mejorar la competitividad de la empresa Coldfinox, el análisis de la literatura siendo contrarrestado con la situación real de la empresa nos permiten proponer estrategias que puedan mejorar la gestión actual, esto nos permitirá que la empresa identifique que factores han de ser mejorados e implementar nuevas herramientas para obtener una mejor competitividad en el rubro que esta y así poder mantener una solidez en el mercado actual.

1.3.1 **Justificación metodológica**

Para la tesis se está usando una metodología de investigación de tipo holístico –proyectivo, el cual nos enfocamos de forma macro en todos los factores que intervienen en el proceso de estudio, para lograr proponer una mejor alternativa en gestión para la empresa. La investigación holística ayudara de obtener una mejora continua en el proceso de su implementación, teniendo mejoras y nuevas alternativas que puedan surgir en el camino a su implementación.

1.3.2 **Justificación práctica**

Esta propuesta quiere mejorar la situación administrativa de la empresa dándole una base de donde poder crecer y conseguir sus objetivos a largo plazo, son pocas las empresas de este rubro que tienen una planificación estratégica de su negocio, lo cual hace que se limiten.

Al aplicar lo investigado en este trabajo lo que se quiere es también, el poder brindar al Dueño (gerente general) de la empresa Coldfinox una visión más panorámica y a la vez más organizada respecto a los elementos que tienen la empresa, y poder así darle una mejor gestión para mejorar su competitividad con la competencia.

CAPITULO II

MARCO TEORICO METODOLOGIA

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Sustento teórico

Las bases de una buena administración son importantes para todo tipo de negocio, existiendo una gran diversidad de rubros en donde el plantear una buena teoría y estrategia administrativa son clave para poder tener una visión más amplia y clara de las metas que se quieren alcanzar.

Las carreras académicas con el paso del tiempo van mejorando, llenándose de nuevas teorías, estudios e investigaciones que hacen que el conocimiento continúe, es aquí en donde la carrera de administración es una de las bases que todo empresa debe conocer; Las teorías administrativas son un legado de la historia industrial universal, en donde con el paso del tiempo a estado evolucionando, hasta hoy en día en donde las distintas etapas de la administración (teorías) son ahora una de las herramientas más poderosas para la economía actual y para las grandes empresas.

Teoría Clásica de la Administración

El origen de la fuerza económica en 1900 eran las distintas empresas que se crearon, por el movimiento económico, en quien pudiese ser el mayor productor industrial, las labores de los obreros , la estructura y las funciones de las empresas fueron los temas en donde la teoría clásica se enfocó y mejoro con el paso del tiempo. A continuación mencionamos un aporte de los célebres pioneros de esta corriente tan importante.

Según Coulter, Robbins, Y Coulter (2010), Fayol tenía una idea distinta:

Mientras Taylor se centraba en los gerentes de primera línea y el método científico, la atención de Fayol se dirigía hacia las actividades de todos los gerentes. Escribía

partiendo de su experiencia personal como director general de una gran empresa. (p. 28)

Fayol menciona que la administración es algo distinta a otras disciplinas, que esta se puede aplicar en cualquier escenario (municipios, empresas, hogares), el autor plantea también dos visiones en aquella época, por un lado, Taylor y por otro Fayol. Taylor propone los 5 principios de la dirección científica, enfocado en delegar, usar métodos científicos, seleccionar, instruir y evaluar el rendimiento; en su tiempo tuvo bastante importancia, pero cuando Henry Fayol publicó su obra “Administración Industrial y General” las bases de la administración cambiaron y tuvieron otro enfoque más jerárquico respecto a todos los integrantes que conforman una empresa (14 principios de Fayol)

Según Rodríguez (1996), Taylor menciona sobre la teoría clásica “que se sostenía que no había trabajo humano, por sencillo que pareciera, que no pudiera ser subdividido, simplificado y racionalizado. Era, además, posible y necesario asegurar una división apropiada de trabajo y responsabilidad entre asalariados y administradores” (p. 34) Cuando existieron las primeras empresas, esta no tenía una idea básica de cómo podía afectar el tener personal calificado en áreas específicas acorde con sus cualidades, solo les importaba el producir en cantidad teniendo la mayor cantidad de personal y trabajar muchas horas, esto le llamó la atención a Taylor cuando trabajó en la empresa Midvale y Bethlehem Steel en Pensilvania como ingeniero mecánico. Hoy en día esta situación es muy poco usual, ya que las empresas tratan de tener a su personal lo más capacitado posible.

P. Robbins, S. Y Coulter, M. (2010), Mayo fue uno de los importantes representantes de la corriente clásica donde podemos mencionar que “Concluyo que el comportamiento y las

actitudes de la gente están muy relacionados, que los factores grupales afectan de manera significativa el comportamiento individual, que los estándares grupales establecen la productividad individual de cada trabajador” (p. 34) Mayo pone énfasis en el valor humano del trabajador, un análisis distinto a comparación de los demás visionarios de aquella época, no todo se basaba en producir sino también en darle un descanso al trabajador para luego así poder volver como más animo a la jornada. Esta simple diferencia en el horario de trabajo atrajo mayor productividad a las empresas, y es algo que se ha mantenido hoy en día, siendo algo valioso para la fuerza laboral.

Cardona Y Ramirez (2016), refieren que para Luther Gulick la administración “es un sistema de conocimientos por medio del cual los hombres establecen relaciones, predicen resultados e influyen en las consecuencias de cualquier situación en que se organicen para trabajar unidos en el logro de propósitos comunes” (p. 29). Las empresas deben estar relacionadas desde el cargo más básico hasta el más alto, todas las áreas deben funcionar como una maquina en donde todos los engranajes deben trabajar perfectamente (ideal), desde 1800, ya los predecesores, tenían una idea de cómo debía funcionar todo el sistema.

Chiavenato (2014) menciona que:

La empresas no solo debían enfocarse en su producción sino también en la estructura jerárquica que debían crear y darle mucha atención, ya que esto era un avance global en darle otra visión al concepto de empresa en aquel entonces, logrando dividir áreas para poder tener un control más eficaz, pero todo siendo manejado por un alto cargo (jefe)”(p.38).

Las empresas en esos tiempos se enfocaban en la producción y ese era su objetivo, pero no tenían una idea de lo importante que era el poder tener áreas en la en donde se podían mejorar las tareas y tener una supervisión mucho mejor al momento de revisar los procesos de sus productos, esto era algo inevitable que se debía implementar ya que con el paso del tiempo el ritmo económico aumentaba, haciendo más competitivos y difícil de destacarse con la competencia

Teoría Neoclásica de la Administración

En esta época las bases que surgieron respecto a las teorías Clásicas de administración, fueron de gran importancia, las teóricas Neoclásicas redefinieron más la importancia de estos postulados, basándose en ellos y aplicando mejoras; Los objetivos y resultados por medio de las prácticas administrativas en esta época fueron cruciales en establecerse en muchas empresas para poder mejorar poco a poco.

En este caso Vélez (2007), menciona que Drucker refiere que al implementar “la llamada también APO (Administración por objetivos) y ciencia gerencial, incorpora en su modelo de operaciones militares aplicadas a la industria, las técnicas cuantitativas de planeación y control que aspiraban a establecer ciencia administrativa, finanzas, contabilidad, estadística”(p. 124).Las empresas con el paso del tiempo se dieron cuenta de que tener objetivos luego de tener una buena producción y mano de obra fueron elementales, mejorando en muchos niveles; Peter F. Drucker enfatizo esto, naciendo del análisis de tropas militares en donde la mayoría de las estrategias nacen del área militar.

Chiavenato (2014), menciona sobre la teoría clásica que “se caracteriza por resaltar los aspectos prácticos de la administración, por el pragmatismo y por la búsqueda de resultados concretos y palpables, sin descuidar los conceptos teóricos. Los neoclásicos desarrollan sus conceptos en forma práctica y útil” (p. 113). La teoría neoclásica como menciona Chiavenato hace que, se reestructure los aportes de la teoría clásica haciendo que se establezcan de manera más sólida, tan importante fueron estos aportes como los fundamentos científicos en las ciencias físicas.

Teoría del Comportamiento (Conductista)

La teoría del Comportamiento trajo bastante polémica en su momento, ya que apareció como oposición a la teoría de relaciones humanas en donde se enfocaban en el interés de las personas y la teoría clásica, pero también tubo aportes para la aparición de la sociología enfocado en la burocracia, aumentando así más el concepto de administración en aquella época.

Chiavenato (2014), menciona que A.H. Maslow habla sobre la teoría de la motivación en donde “afirma que las necesidades se presentan en niveles jerarquizados por orden de importancia e influencia. Cabe decir que esa jerarquía tiene forma de pirámide” (p. 240). La famosa pirámide de Maslow en donde se representa las necesidades humanas (primaria y secundarias), partiendo como base las necesidades fisiológicas, de seguridad, sociales, de estima y de auto realización. Es una clara representación de cómo poder entender y comprender las necesidades humanas y plasmarlo en la empresa de una manera más humana,

Chiavenato (2014), menciona que Herzberg aportó a este movimiento como “intento explicar por medio de una fórmula como era el comportamiento de las personas cuando

estaban trabajando exponiendo dos factores (extrínsecos e intrínsecos), en donde los resultados fueron bastante convincentes “(p. 242). En esta época de la historia los experimentos a los obreros fue bastante importante ya que no solo se quería dar un avance en el tema de los procesos y las tareas sino que se vio el valor del trabajador como pieza clave para una mejorar en la eficiencia en la empresa, descubriendo que no solo el tipo de trabajo era una factor sino que también factores externos eran tan importante en aquel entonces.

Robbins (2004), Mc.Gregor menciona que “Después de observar la manera que los gerentes tratan con sus empleados, concluyo que la opinión de aquellos sobre la naturaleza humana se basa en un conjunto de premisas con las que moldean su comportamiento hacia sus subordinados” (p. 157). Por medio de este enunciado Mc. Gregor, quiso confrontar dos ideas de aquel tiempo una de ellas, la administración tradicional (Teoría X) y la conducta moderna humana (Teoría Y) concluyo que las tomas de decisiones, ideas nuevas y puesto de trabajo de gran responsabilidad debían ser estimulados, y que en los grupos de trabajo debería existir mucha motivación.

Dalton, Hoyle, Y Watts (2006), refieren que McClelland, por medio de su teoría “nos permite asomarnos a los tipos de necesidades y motivos que impulsan la conducta, fortaleciendo al mismo tiempo nuestro conocimiento de cómo influir en el comportamiento ajeno. Sirve para averiguar los motivos y la conducta personal” (p. 66). Mediante su postulado se pudo tener una idea más clara de cómo poder entender a la persona, por medio de la teoría de las necesidades adquiridas, en donde el logro del poder y afinidad eran estas necesidades claves para poder evaluar al personal al momento de buscar líderes en los grupos de trabajo.

Teoría de las Relaciones Humanas

En 1930, los movimientos enfocados en poder entender mejor a las personas aparecen en diferentes corrientes, pero en el momento en donde las máquinas y los trabajos están altamente relacionadas es donde nace la teoría de las relaciones humanas, tratando de poder entender que factores hacen que los trabajadores sean más productivos que otros y en qué tipo de escenarios se presenta más a menudo.

Accid (2010), menciona que María Parker Follet “desarrolló una teoría de la autoridad basada en la aceptación de esta por parte del individuo que después ha sido famosa, y relativamente aceptada por los académicos del management que han seguido cierta línea humanista.” (p. 167). Uno de los factores importantes que afectan al trabajador fue del escenario, en donde este labora, el poder llegar a tener una aceptación fue de suma importancia para poder lograr sacar la mayor productividad que pudiera dar el individuo

Muñoz (2008), menciona que Kurt Lewin “indica que la conducta del individuo o trabajador está en función del propio individuo y del ambiente en que se encuentra inmerso. Se establece como base fundamental de la organización de la organización el principio de las relaciones integradas” (p. 7). Los argumentos de Lewis en esta época fueron de suma importancia ya que pudimos ver cuán importante es el área de trabajo y cómo afecta de forma directa a los trabajadores tanto de forma psicológica como productiva, teniendo una relación directa con producción de las empresas.

Paniagua (2005), refiere que cuando Elton Mayo “dirigió los famosos estudios de Hawthorne que iniciaron una nueva era de preocupaciones para los estudios de administración. Este

extraordinario acontecimiento origino a la teoría neoclásica de la organización y el enfoque de las relaciones humanas para la administración” (p. 68). Elton Mayo paso hacer muy reconocido por sus aportes en el área de la administración siendo una de ellos el famoso experimento en la planta de Hawthorne de la empresa Western Electric Company, los cuales consistían en evaluar el desempeño de los trabajadores en distintos tipos de escenarios en donde la iluminación, las horas de descanso fueron uno de las factores que se usaron en el experimento teniendo resultados muy interesantes y que hoy son usados en las empresas.

Castro (2003), mencion que Chiavenato “gracias a esta escuela se sustituyó en alguna medida el hombre económico en que estuvo centrada la idea –fuerza de la escuela clásica o tradicional, en cualquiera de sus ramas de pensamiento (mecanicista o automático), por el hombre-social” (p. 50). Luego de los distintos estudios , que se dieron la teoria clasica era una de las mas solidas en aquel momento , pero fue cuando el pensamiento humano, el valor de como los trabajadores reaccionaban a distintos factores fue cuando apareciero este movimiento, Chiavenato lo menciona como un cambio de vision de lo capitalista a lo mas humano-social.

Dalton, Hoyle, Y Watts (2007), mencionan que Frank y Lilliam Gilbretch “intentaron medir y mejorar los movimientos del trabajo. Utilizando fotos fijas y en movimiento con el fin de identificar los pasos necesarios para ejecutar una tarea; después eliminaban los no esenciales” (p. 8). No solo como los trabajadores era importante en el contexto de las teorías humanas, sino también existieron estudios de como se debía trabajar de una manera más eficiente, reduciendo los movimiento en el trabajo, este fue el resultado de los estudios de Frank y Lillim Gilbretch teniendo resultados positivos.

Teoría del Desarrollo Organizacional

Con el paso de las nuevas corrientes administrativas (clásicas, neoclásicas, etc.), surgieron el desarrollo organizacional, que se enfocó en el desarrollo, la efectividad y que exista un buen manejo en las relaciones humanas (personas) dentro de una empresa. De esta manera se pudo agilizar más los procesos y plantearse metas, teniendo una visión más clara de la misión de la empresa en aquel entonces.

Garzón (2005), refiere que Edgar Schein “incorporo una visión psicológica a cada una de las etapas identificadas en el proceso de cambio. Con esto buscaba explicar las motivaciones y actitudes psicológicas del individuo, en cada una de las etapas de cambio” (p. 96)

Al momento de que un trabajador se expone a la rutina de trabajo, esta toma decisiones en cada momento, una de ellas y la más importante es donde colocarse o que trabajo le conviene más, y si es así, cuales son los resultados de haber tomado esta decisión, son positivos o negativos, fue estas características en donde Schein se enfocó más.

Para Garzón (2005), refiere que Ralf Kilmann “desarrollo un modelo de cambio de sistema total el cual consistía en brindar un enfoque distinto (integral) en donde se relacionan los clientes y los procesos de las organizaciones enfocados en 5 pasos ,iniciar, diagnosticar, programar ,proponer y evaluar”(p. 97). Este aporte fue de bastante importancia en aquel entonces, ya que Kilmann no solo valoro a los clientes de otra manera no vista antes, sino que apporto unas herramientas para poder ser usado en todas las organizaciones.

Ittner,Roberts, Y Douds (1999), refieren que William Bridges “desarrollo un modelo que nos ayuda a comprender y afrontar las reacciones de las personas al cambio.es una estructura útil que puede utilizar en las discusiones sobre las implicaciones humanas relacionadas con

la implantación del cambio.” (p. 5). Este argumento nos muestra que son dos cosas diferentes un cambio y una transición, para William Bridges la transición es un efecto que se produce desde dentro de la empresa, en donde todo el personal se prepara para poder hacer los cambios necesario y buscar la adaptabilidad del mismo, un cambio va enfocado en los factores externos de la empresa.

Garzón (2005) Warren Bennis menciona que:

El desarrollo organizacional es un cambio en la empresa bastante complejo, abarcando desde los valores, actitudes, hasta llegar a la misma organización de la empresa, con el fin de poder adaptarse al entorno (el mercado), ya que este siempre está en constante movimiento, y las empresas deben adaptarse en el camino (p. 37).

Un desarrollo organizacional implica una serie de análisis en donde todas las áreas de las empresas están vinculadas, este cambio representa una etapa muy importante en la empresa, ya que así se puede identificar nuevas mejoras que se pueden implementar en las distintas áreas.

Gonzáles (2015), refiere que Blake y Herbert utilizaron:

La tecnología de sensibilidad de los laboratorios de adiestramiento de sensibilidad, dinámica de grupo o T-Groups, no para favorecer en esencia el desarrollo de los individuos, sino para desarrollar la organización mediante trabajo con grupos de empleados de la misma empresa. (p. 132)

En esta época de la historia, surgieron muchos experimentos sociales, para poder entender mejor el grupo humano como se desenvolvía. Robert Blake, Herbert Shepard y otros fueron los encargados de dar a explicar cómo era la relación entre los trabajadores y la alta gerencia haciendo que trabajasen en grupo por medio de conferencias para lograr el desarrollo organizacional.

2.1.2 Antecedentes

Nacionales

Alcántara (2017), mediante su investigación *denominada Implementación de un plan estratégico y su incidencia en la gestión de la empresa consorcio mercantil Govesa S.A.C.* tuvo como objetivo determinar la incidencia en la gestión de la empresa consorcio mercantil Govesa S.A.C. por implementación de un plan estratégico, analizando la situación organizacional de la empresa, establecer las necesidades de implementar y elaborar un plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa. La investigación presenta un modelo explicativo descriptivo en donde se usaron los instrumentos como entrevistas, técnicas de tratamiento y análisis de la investigación. Luego esta investigación llega a la conclusión de que el plan estratégico constituye una herramienta importante y necesaria para el desarrollo y crecimiento del negocio,

Castillón Gutiérrez (2016), mediante su investigación denominada *La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, de la avenida distrito de próceres de la independencia, cuadra 10 a la 27, distrito de San Juan de Lurigancho, Provincia de Lima, Departamento de Lima, periodo 2015*, tuvo como objetivo *el determinar las características de la Competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector*

comercio rubro bodegas, de la avenida Próceres de la Independencia, cuadra 10 a la 27, distrito de San Juan de Lurigancho, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015. La investigación presente un modelo teórico y práctico usando encuestas y entrevistas. La investigación llega a la conclusión de los dueños de las empresas mypes sigan con estudios superiores para poder afianzar más sus conocimientos sobre el rubro de su negocio a los empresarios que deben tener la voluntad de convertir su negocio al modo formal y mantener la visión de la empresa y respecto a la competitividad, los empresarios de las bodegas deben seguir invirtiendo y mejorando en el servicio que brindan al público en todas las áreas (tecnología, infraestructura, precios, empatía ,publicidad, etc.) para poder llegar a sus objetivos.

Huari Pérez (2013) mediante su investigación denominada *Procedimiento estándar de implementación de sistemas de información contable computarizada aplicable a la pymes de Huancayo para una gestión financiera eficiente y eficaz*, tuvo como objetivo diseñar procedimientos estandarizados de implementación de sistemas de información contable computarizada aplicable a las pymes de Huancayo, a efectos que permitan una gestión financiera eficiente y eficaz. La investigación presenta un modelo aplicativo (tecnología operativa) pudiendo así explicar, identificar y analizar las variables para su posterior resultado. La investigación llega la conclusión de que el implementar un proceso de gestión de sistemas de información contable computarizada tiene un impacto significativo en la gestión financiera de las mypes de la ciudad de Huancayo, existiendo una efectividad en la reducción de costes, gracias a una automatización en los procesos.

Cruz Merino (2016) mediante su investigación denominada *Caracterización competitividad y gestión de calidad en las mypes rubro banano orgánico en tumbes, 2016*. Tuvo como objetivo determinar las principales características de la competitividad y gestión de calidad en las mypes rubro banano orgánico en tumbes, 2016. La investigación presenta un modelo cuantitativo, nivel de estudio descriptivo diseño no experimental aplicado por medio de una encuesta. La investigación llega a la conclusión de que las empresas tienen la necesidad de cambiar y ser más competitivos en base a lo que muestran las encuestas, la infraestructura al igual que los recursos tecnológicos son áreas en donde se ve una necesidad de mejorar para poder lograr competitividad. Las decisiones se suelen tomar en grupo ya que así pueden ver los problemas de distinto punto de vista, se sugiere también el aporte de profesionales para la toma de decisiones difíciles en la empresa, logrando así una gestión de calidad en la empresa.

Gonzales Luquillas (2014) mediante su investigación denominada *Gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector textil en el marco de la ley N°28015 en el distrito de la victoria – año 2013*. Tuvo como objetivo determinar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de los micros y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la ley N°28015. La investigación presenta un diseño no experimental, de carácter descriptivo, cuyo diseño metodológico es transaccional. La investigación llega a la conclusión de la mayoría de las empresas de este rubro no disponen de herramientas tecnológicas de gestión para una correcta evaluación de gestión empresarial, acompañado de una falta de planeamiento estratégico y no estar preparado para los cambios que pueden darse en el mercado nacional como internacional. La falta de una política empresarial hace

que las opciones a préstamos por medio de entidades bancarias sean limitadas evitando así que la empresa puede lograr crecer.

Internacionales

Huerta (2010) mediante su investigación denominada *Implementación de un modelo de innovación, en las capacidades esenciales de la nueva empresa desarrolladora de viviendas como elemento clave para el incremento de su competitividad*. Tuvo como objetivo el de implementar un modelo de gestión de innovación tecnológica adecuada para una pequeña empresa desarrolladora de vivienda. La investigación es cualitativa, explorativo y descriptiva. En la investigación se llega a la conclusión de que en parte del éxito que pueda tener la empresa, depende mucho de la visión del empresario , ya que al implementar un sistema de gestión de innovación se ha de homogenizar las tareas y obtener un beneficio para lograr así un éxito ,adecuándose a las necesidades. Las empresas pequeñas suelen tener problemas la innovar ya que esto implica altos riesgos, es así que el cliente cumple un papel muy importante, no dependiendo de adaptarnos a él sino, sino en saber qué cambios queremos hacer, ya que al final se ha visto que el cliente se adapta a los cambios que se presentan.

Carrasco Huerta (2014) mediante su investigación denominada *Desarrollo de una estrategia de negocios de innovación abierta en la empresa club de innovación*. Tuvo como objetivo el de adaptar una estrategia de procesos innovadores que sea económicamente y teóricamente viable para que pueda adaptar su estrategia al servicio que ofrece la empresa. La investigación tiene un enfoque cualitativo por cuanto se basa en la observación. Se llega a la conclusión de que existen diferentes tipos de estrategias, que no solo se deben practicar

las más conocidas al negocio , sino que al momento de querer innovar un administrador debe estar abierto a diferentes enfoques. El Know-How de la empresa es de suma importancia ya que siendo parte del grupo “club de innovación” hace que tengas un mayor Feedback con las demás empresas.

2.1.3 Marco conceptual

En esta investigación usaremos conceptos y procesos de administración, tratando de plantear conceptos y herramientas sobre la gestión en innovación que queremos proponer a la empresa Coldfinox para poder mejorar su situación como empresa, esto ayudara también a mejorar la competitividad que existe en su rubro de negocio, ayudado de las teorías de administración disponibles.

Para poder entender mejor como la gestión en la innovación se engloba en la administración, procederemos a explicar tres factores importante para su análisis; alineamiento estratégico, control de calidad y Benchmarking.

Por medio de estos tres conceptos queremos dar un enfoque más amplio en como poder implementarlo en la empresa.

La competitividad es una parte muy importante para nuestra investigación, en donde trataremos de enfocarlo a la situación de la empresa por medio de tres factores: internos, sectoriales y de desarrollo microeconómico.

Siendo estas las partes más importante para la investigación, queremos llegar a una propuesta en donde la empresa Coldfinox pueda poder aplicarlo en sus procesos.

Administración

La historia ha tenido muchos matices respecto su evolución económica, en donde las empresas recién tenían una idea vana de cómo debían empezar un negocio, basándose solo en el resultado final (producción). Los cambios fueron de forma gradual hasta el siglo XX en donde ya aparecían nuevas tendencias, nuevas incógnitas que hicieron de la administración la base del movimiento económico en aquella época y que hoy sigue siendo tan esencial como desafiante.

Ponce (2005), mencionan que para Koontz y O'Donnell “es un sistema por el cual al principio de un periodo que se pretende evaluar, superior y subordinado discuten los resultados específicos que deben obtenerse en él, midiéndolos, siempre que se pueda” (p. 54). Siendo un sistema en donde todos los protagonistas deben estar vinculado y poder entender la misión de cada área en la empresa y poder alcanzar las metas trazadas.

Ponce (2005), refiere que para Odiorne, el concepto de administración:

Es un proceso por el cual, el superior y subordinado de una organización, identifican conjuntamente sus fines comunes, definen cada una de las principales áreas de responsabilidad individual en términos de los resultados que se esperan, y usan estas medidas como guías para manejar la unidad y fijar la contribución de cada uno de los mismos. (p. 54)

La empresa es un núcleo de área con un fin común, en donde el trabajo en equipo y el entendimiento de sus áreas es fundamental, es así que la importancia de las metas de cada área es fundamental para poder entender el propósito de la empresa.

Con otro enfoque Ponce (2005) menciona que según George sobre la administración es:

En esencia, este enfoque divide el trabajo del administrador en sus funciones y, actividades básicas, con el fin de escoger las de mayor importancia para una administración efectiva, y diseña un proceso que, si es seguido, conducirá inevitablemente a una mayor productividad y mayor satisfacción en el trabajo. (p. 54)

Las empresas no solo se deben centrar en la producción sino también , en la selección de personal idóneo para áreas específicas, logrando así una mayor producción , con nuevas ideas y conocimientos .Que a largo plazo beneficiaran a todo el sistema asiéndolo más productivo y competente .

Gestión de la Innovación

En los negocios siempre existen competencias en cada momento para las empresas, produciendo productos específicos o brindando servicios, pero la mayoría hace una diferenciación al momento de agregar innovación a su cadena. Las relaciones entre empresas en los últimos años han sido muy importante, no solo por el avance de la tecnología y de las herramientas que esta brinda, sino también la globalización que ha hecho que los límites fronterizos se vea reducidos en la actualidad, pudiendo llegar un producto de un continente

a otro, o teniendo una conferencia virtual desde la comodidad de la oficina del gerente siendo está proyectada al otro lado del mundo en tiempo real.

Es así que en las últimas décadas la ayuda de la tecnología en sus distintos campos de aplicación ha hecho que la palabra innovación será algo fundamental, en donde las empresas deben estudiarlo, investigarlo, desarrollarlo e implementarlo con el paso del tiempo; Siendo esto algo elemental ya que el ritmo económico siempre es cambiante haciendo que los gerentes estén alertas en la implementación de nuevas estrategias para adecuarse a la situación.

La innovación debe ser algo que hoy en día las empresas deben implementar como una herramienta más en sus procesos, ya que esto les otorga una ventaja fuerte frente a la competencia y así poder estar a la vanguardia en las nuevas tendencias de la economía.

Según Diaz (2012), en la publicación de la revista Estudios Generales menciona sobre la innovación que “para alcanzar las grandes oportunidades que están abiertas para todos en este mundo plano, complejo y totalmente interconectado, hay que ser creativos, innovadores y actuar según una ética sustentable de beneficio para todos” (p. b37). La creatividad va de la mano con la vision que tiene la empresa al momento de querer innovar , ya que aplicar este cambio al sistema da un enfoque distinto , de las metas que se quieren llegar a lograr.

Betz (2011) menciona que :

El concepto de estrategia de innovación es un concepto dentro del dominio de un tema llamado pensamiento estratégico. La idea de estrategia es tomar las decisiones actuales para guiar las direcciones futuras de una organización. En términos de futuro, el problema básico a largo plazo para cualquier empresa es la supervivencia. (p. 161)

Una buena gestión es fundamental para lograr el éxito, es el pilar clave en toda empresa; el pensamiento estratégico y la innovación van en la misma dirección como menciona el autor ya que están son rutas a seguir para la empresa, esto implica una serie de análisis externos en relación con los competidores para poder tener un enfoque más preciso y así poder mantenerse en el mercado actual (supervivencia). La innovación está presente en diferentes etapas en la industria actual, pero tiene un gran impacto a corto y largo plazo con las empresas, obligándolas a replantear sus estrategias y estar más preparadas frente a la competencia que se vuelve más agresiva con el paso del tiempo.

Dodgson, Gann, Y Phillips (2014) mencionan al respecto que:

Manejar esos muchos retos de innovación requiere la combinación de recursos en diferentes procesos de negocio y organización. Para ayudar en el análisis de marcos, se determinan seis procesos amplios utilizados para coordinar las estrategias para crear entregas y captar la innovación, cada uno de los cuales requiere diferentes capacidades de gestión subyacentes. (p. 18)

Las empresas deben analizar muy bien que rumbo quieren tomar y que tipo de innovación comenzar a plantearse a largo plazo. Como menciona Dodgson, Gann & Phillips existen 6 procesos utilizados los cuales son:

1. Investigación y tecnología
2. Orientación hacia el mercado
3. Acoplamiento interno

4. Colaboración externa
5. Integración estratégica
6. Futuro listo

Planeación Estratégica

Las empresas no solo deben estar enfocadas en la situación interna de la empresa, en sus clientes o en la producción, sino también en el futuro de ella (misión y visión), acá la diferenciación entre empresas es la estrategia que aplican en el mercado, quien está más apto a cualquier cambio que pueda darse es el que tendrá la mejor situación posible para su empresa.

La economía de nuestro país es un claro ejemplo de como cualquier cambio , siendo este el más mínimo afecta en gran medida, tanto a la inversión extranjera como privada, y la confianza de los inversionistas se ve invadido de la incertidumbre, esto visto de forma macro, ya que las grandes empresas que empujan la economía nacional están más preparadas ante estos cambios, pero en las empresas pequeñas, las que salen a delante por su experiencia, emprendimiento de los gerentes , son estas las que menos preparadas están.

Esto ocasiona pérdidas tremendas al no tener un plan estratégico, una hoja de ruta en su poder en de cómo poder enfrentar esta situación y poder cambiar de rumbo en el momento adecuado que se presente, es así que las estrategias en toda empresa son vitales para su existencia.

Vicuña (2015) menciona sobre el plan estratégico que:

Es como ver una película desde el final, aunque la película no existe, ya que uno mismo la deberá crear. Y constituye el cimiento para la toma de decisiones estratégicas. Sin este cimiento, las acciones serán dispersas e inconsistentes a medio y largo plazo, como ocurre en muchas empresas en la que la dirección carece de esta competencia. (p. 26)

Los administradores siempre tienen que tener planes de contingencia en donde este prevé la peor situación posible, es aquí en donde los planes estratégicos, son una herramienta fundamental para cualquier empresa, mientras más grande sea una empresa más importancia y complejo se vuelve su estrategia frente al mercado.

Una parte importante de la empresa es el rumbo que toma el gerente, la visión que tiene, tomando sabiamente las decisiones importantes a corto o largo plazo que afectaran en a la empresa; como un director de una orquesta sinfónica, este debe saber construir y manejar el ritmo que tomara la empresa, conocer cada instrumento como funciona, logrando así un equilibrio constante. Cabe mencionar que la tecnología también cumple un papel importante en esta etapa para su posterior ejecución al momento de trazar un plan, es así que estas etapas son primordiales para asegurar su éxito.

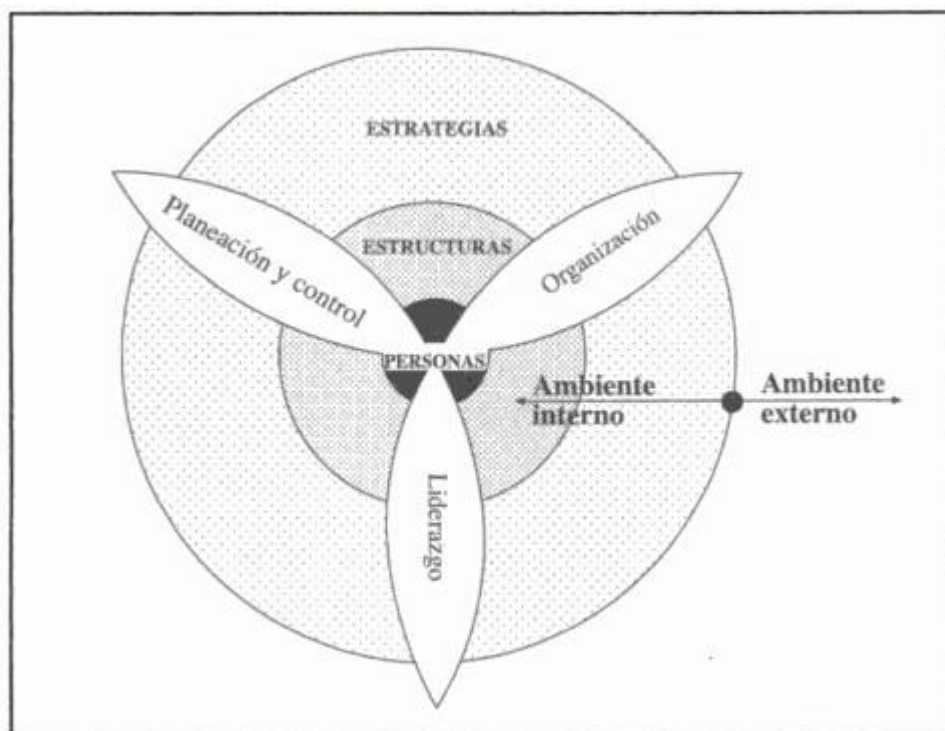


Figura 1 .Representación Del Campo De Acción Del Gerente General

Fuente:Sallenave (2002)

Ventajas

En este apartado Fred (2013) menciona sobre las ventajas de una organización que:

Permite que una organización sea más proactiva que reactiva en lo que se refiere a dar forma a sus futuro, permite que una empresa inicie e influya las actividades (en vez de solo responder a ello) y, de esta manera, ejercer control sobre su propio destino. (p. 14)

Muchos de los altos cargos que han planteado una administración estratégica se han visto beneficiados a tal punto de reconocer la importancia de esta en las empresas actuales, con la función principal de mejorar las estrategias existentes en el sistema.

Implica también mencionar que la comunicación de las distintas áreas es de suma importancia para que las estrategias se cumplan .

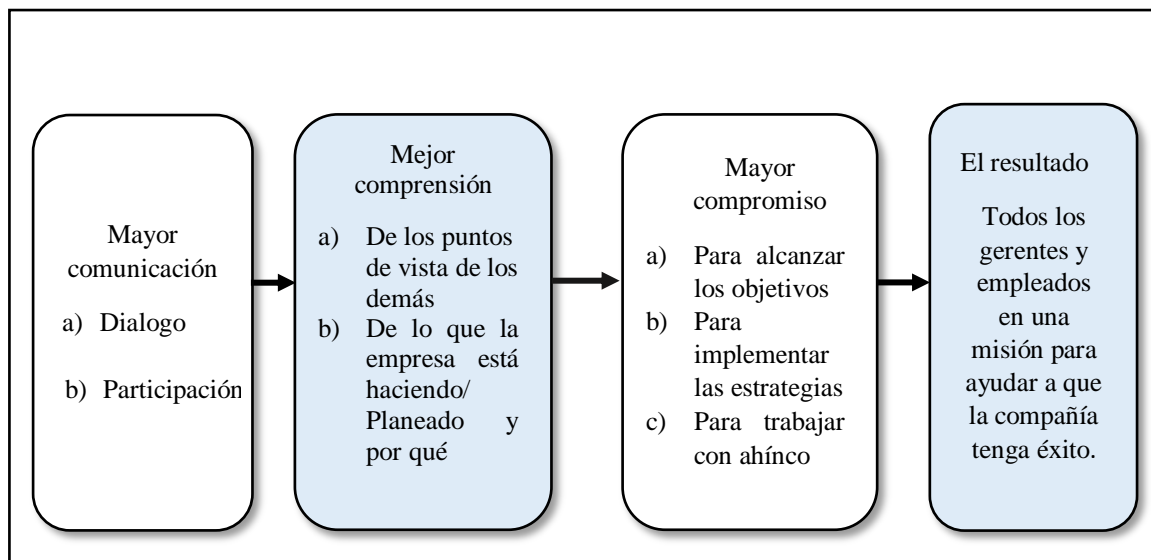


Figura 2. Beneficios para una empresa que lleva a cabo una planeación estratégica

Fuente: Fred R (2013)

Ventaja Competitiva

En un mercado en constante movimiento, en donde las empresas buscan el poder tener más penetración de mercado, conseguir aliados estratégicos y productos innovadores, la competitividad está muy marcada en estos aspectos. En algunos casos cuando las empresas han tenido ideas nuevas, fuera de serie, y han querido plasmarlos en sus productos, esto ha llevado a plantear un riesgo muy alto. Es importante mejorar los productos y servicios con el paso del tiempo para poder tener una ventaja con la competencia, pero esto es arriesgado sin antes tener una estrategia de cómo llegar a plasmarlo correctamente.

Fred R (2013) menciona que: “cualquier cosa que una empresa haga especialmente bien en comparación con las empresas rivales. Cuando una empresa puede hacer algo que las

empresas rivales no pueden hacer o tiene algo que sus rivales desean, eso representa una ventaja competitiva” (p. 08). Las empresas no solo se enfocan en el desarrollo de sus servicios sino que también hacen un análisis de sus entorno en todo momento guiándose de como esta la competencia, por medio de evaluaciones en donde salen el ranking de las empresas más competitivas, con mejores márgenes de ventas o que hallan obtenido premios por mejoras en sus administracion o en su cadena de procesos, esto hace que se analisen entre ellas en hallar que ventaja han tenido respecto a las demás empresas.

Por otro lado Rivera (2012) Day y Wesley mencionan:

Que la ventaja competitiva depende de la calidad de la elección e implementación de la estrategia .Estos autores indican que competencia distintiva o superioridad en recursos y habilidades no es sinónimo de ventaja competitiva, pues si una competencia distintiva no es percibida por el mercado, entonces las habilidades y recursos no generan una ventaja competitiva. (p. 238)

Cuando las empresas disponen de muchas herramientas, están dispuestas a lanzar muchas novedades al mercado, esto es algo bueno en parte, ya que da ventaja en el mercado a tener más opciones para el consumidor, pero como mencionan Day y Wesley esto hace que la falta de una estrategia tenga un alto riesgo y en vez de reflejar una ventaja eso pasa hacer una desventaja fatal con altos riesgos para la empresa.

Administración por Objetivos

Sabemos que las empresas trabajan como un gran componente mecánico constituido por muchos engranajes en donde todos deben trabajar de la forma más eficiente posible, luego

de esto existe la visión a corto o largo plazo, en que quiere llegar u obtener la empresa, es aquí en donde los objetivos cumplen un papel muy importante.

Respecto a esto Ponce (2005) menciona que:

Cuando pensamos en los objetivos, como nos situamos al principio del proceso, nos fijamos más bien en el camino que hay que recorrer, en los medios que a priori juzgamos aptos para alcanzar esos resultados, que en la determinación precisa de lo que queremos llegar. (p. 30)

Esto se aplica en la mayoría de empresas jóvenes teniendo claro lo que quieren llegar a lograr a corto o largo plazo, pero que en el transcurso del proceso surgen ciertos inconvenientes que hacen que el impulso en lograr esa meta se vea frustrado y dejado de lado, siendo este un gran error, en no haber podido planear mejor ese cambio que se quiso hacer.

Ponce (2005), refiere que para Miller la administración por objetivos es:

El proceso de administración por el cual, todo trabajo se organiza en términos de resultados específicos que habrán de alcanzarse en cada tiempo determinado, en forma tal, que las realizaciones concretas contribuyen al logro de los objetivos generales de la empresa. (p. 54)

Los resultados hoy en día se ven reflejados en base a las proyecciones que tienen, en donde cada logro trazado es una meta lograda, las empresas solo deben tener un buen

capital, mano de obra o buenos procesos, sino también el tener un buen enfoque hacia donde se quiere llegar.

Competitividad

Los cambios en la economía son constantes, siendo causados por temas políticos, sociales, etc., esto hace que las empresas se deban de adaptar a este ritmo, más aun con la globalización que ha ayudado mucho a que las empresas ya no se limiten al momento de ofrecer sus servicios u productos. La supervivencia es algo que muy pocas llegan a lograr, por falta de estrategias, capital; líderes que tengan una visión clara del propósito que quieren lograr como empresa, es algo clave hoy en día.

La competitividad, es un término muy importante que caracteriza el avance que a logrado una empresa desde su inicio.

Rodriguez Y Paredes (2005), menciona que para Ivancevich la: “competitividad nacional, la medida en que una nación, bajo condiciones de mercado libre y leal es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercado “(p.25). Las empresas siempre van a tener nuevos retos en cada momento, el tener una buena estrategia esto hará el poder enfrentarse de manera más óptima frente a como el mercado reaccione ante los cambios que se den, es así como podemos diferenciarnos de la competencia, y poder convertirnos en actores competentes en el mercado.

Para Berumen (2006) la competitividad viene hacer: “la capacidad de las empresas para competir en los mercados y en base a su éxito ganar cuota de mercado, incrementar sus beneficios y crecer: generar valor para los accionistas y riqueza para la sociedad”. (p. 49).

Las empresas cuando penetran un nuevo mercado deben tener una plan de como actuar ante

este tipo de situaciones, estando preparadas para poder enfrentar a la competencia y cualquier tipo de situación que se presente.

Calidad Total

Los productos o servicios que ofrecen distintos tipos de empresas están en constante batalla, mejorando la calidad, el precio final etc., es por eso que cuando queremos hablar de calidad en algo tangible esto va ligado directamente con la competitividad.

Cuatrecasas (2012) menciona al respecto que:

La calidad significa pues, en la actualidad, entregar productos y servicios funcionalmente correctos, como ha sido siempre, pero además no puede eludir otras nuevas exigencias en aras de la competitividad, que están marcando la tendencia en la gestión de la calidad en el siglo XXI (p. 578).

Los productos cuando llegan a mano del cliente, este espera lo mejor del producto, que este compuesto por buenos materiales, que tenga un precio competitivo, esto da confianza al cliente en poder volver otra vez o de recomendar el lugar por el producto o servicio adquirido.

Administración de RRHH

Una de las fortalezas de toda empresa es el factor humano, el grupo de trabajo como está conformado, la mayoría de las empresas siempre tratan de obtener un ambiente de trabajo óptimo en donde el trabajador puede sacar su máximo potencial cuando sea requerido,

sintiéndose en confianza, a gusto en el puesto que esta y esto demuestra de que la empresa vela por el bienestar de sus trabajadores.

Way Y Noe (2005) mencionan sobre administración de recursos humanos (ARH) que:

ARH es la utilización de las personas recursos para lograr objetivos organizacionales. Como consecuencia, los gerentes de nivel deben participar en la ARH .Básicamente, todos los gerentes logran hacer a través de los esfuerzos de otro, esto requiere una ARH eficaz. (p. 4).

Las empresas importantes en el mercado actual, tiene como fortalezas su grupo de trabajo, la buena gestion, el tener una comunicación clara y acertiva hacen que la ARH sea algo esencial para el progreso de la empresa. Aun asi existen empresas que no saben la importancia que tiene el grupo de trabajo en las empresas y como lo afecta, esto ocasiona que la desventaja sea notoria en este aspecto (ARH)

Barquero (2005) mencion lo siguiente :

Es la organización y trato de las personas en el trabajo, de manera que desarrollen plenamente sus capacidades y contribuenal logro de los obejtivos de la empresa y al mismo tiempo obtengan, mediante la actividad que ejecutan, su propia realizacion como seres huamanos. (p. 21).

No solo el grupo humano de las empresas viene hacer un punto clave , sino que esta area debe tener una vision distinta, los gerentes deben darle el valor y la importancia

necesaria a esa area, en donde se debe valorar el desempeño de los trabajadores obteniendo asi el mayor desempeño posible.

Benchmarking

Existen muchas herramientas para el gerente actual el cual pueda usarlo en beneficio de su empresa, el Benchmarking es una de las más difundidas por las empresas.

Fred (2013) menciona que el Benchmarking es: “Una herramienta analítica empleada para determinar si las actividades de la cadena de valor de una empresa son competitivas en comparación con las de sus rivales y así favorecer la victoria en el mercado”. (p. 121). Las empresas al momento de buscar un modelo a seguir , es ahí cuando aparece el benchmarking en donde buscan la competencia mas proxima y comparar los procesos y usarlos como una ventaja luego de analizarlo, esto es algo que se a practicado en muchas empresas que han ayudado a sobresalir con la competencia.

Chiavenato (2014), refiere que para Spadolini : “ el benchmarking es un proceso continuo y sistematico de investigacion para evaluar productos, servicios, procesos de trabajo de empresas u organizaciones reconocidas como representantes de las mejores practicas, con el proposito de perfeccionar la propia organizaciòn”(p .438). Todas las empresas al usar el benchmarking buscan mejorar sus procesos con una estrategia, que no implique mucho costo en su realizacion, esto hace que sea algo muy util al momento de no tener un modelo a seguir, es ahí en donde las desiciones que deben de tomar los gerentes es crucial, ya que de esto dependera el ritmo que tomaran en el mercado, guiandose de las empresas con mayor éxito en su rubro.

2.2 Metodología

2.2.1 Sintagma

La investigación holística viene hacer un estudio de forma global y trascendental, en donde no solo beneficiará en buscar una solución a un problema, sino que servirá de ejemplo a futuros nuevos conceptos en donde también puede aplicarse el estudio.

Hurtado (2000) menciona que el sintagma “es un fenómeno psicológico –social en donde las disciplinas de todos los conocimientos se unen para poder ser conceptualizados, para luego llegar a un concepto general de fácil entendimiento y que se vuelva trascendental” (p.11).

2.2.2 Enfoque

Existen diferentes tipos de investigación, pero una de ella y la que se está usando como base esta investigación es la del tipo Mixta, en donde se usan datos cuantitativos y cualitativos, al igual que enlazar ambos componentes para poder dar una idea más amplia del estudio.

Según Gonzales, “la investigación mixta surge de la investigación de los enfoques anteriores. Puede utilizar los dos enfoques, cuantitativo y cualitativo para responder distintas preguntas de investigación de un planteamiento del problema.” (Luna Gonzales, 2016, p. 83)

Usando una investigación del tipo mixta interpolamos datos cualitativos y cuantitativos en búsqueda de tener un análisis más amplio al problema

2.2.3 Tipo

La investigación proyectiva, como su nombre lo refiere, es dar un paso más allá, dar una visión de cómo deberían ser las cosas de la manera correcta, proyectando un escenario en donde se puedan llegar a las metas establecidas.

Hurtado menciona al respecto “la investigación proyectiva trasciende al respecto el campo del “como son “las cosas, para entrar en el “cómo podrían o como deberían ser”, en términos de necesidades, preferencias o decisiones de ciertos grupos humanos” (Hurtado de Barrera, 2000, p. 326)

2.2.4 Diseño

El diseño será de tipo no experimental ya que, este será un estudio enfocado en la observación en donde el investigador no intervendrá en las muestras, ya que así este estudio será efectuado en un tiempo y momento determinado

Sampieri menciona “que en la investigación no experimental estamos más cerca de las variables formuladas hipotéticamente como reales y, en consecuencia, tenemos mayor validez externa (posibilidad de generalizar los resultados a otros individuos y situaciones comunes)” (Hernandez, 2006, p. 222)

2.2.5 Categorías y subcategorías apriorísticas y emergentes

Categorías y Sub categorías apriorísticas

Categoría 1	Categoría 2
Gestión de la Innovación	Competitividad
Subcategoría	Subcategoría
Plan estratégico	Calidad Total
Diferenciación competitiva	Administración del Talento Humano
Administración por objetivos	Benchmarking

Cuadro 1. Categorías y Sub categorías apriorísticas

Fuente: Elaboración del Autor, 2017

Categorías Emergentes

Categorías emergentes
Percepción del usuario
Producto final
Precio
Grupo de trabajo
Motivación laboral
Benchmarking interno
Benchmarking competitivo
Evaluación empresarial

Cuadro 2. Categorías Emergentes

Fuente: Elaboración del autor, 2017

2.2.6 Unidad de Análisis

Población

Selltiz menciona que:

Una vez que se ha definido cuál será la unidad de análisis, se procede a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre cual se pretende generalizar los resultados. Así, una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Como se cito en Sampieri, 2006, p. 235)

Para toda investigacion una de los factores mas importantes es el grupo que se va estudiar , que engloba distintas características, que depende del tipo de estudio que se quiera usar, cabe mencionar que a mayor cantidad de poblacion los resultados seran mas precisos y daran mucho mas informacion.

Hernández menciona que “la población o universo se puede definir como un conjunto de unidades o ítems que comparten algunas notas o peculiaridades que se desean estudiar. Esta información puede darse en medias o datos porcentuales” (Hernández Blázquez, 2001, p. 127). La poblacion o universo son piezas claves para todo investigador que quiere dar con una respuesta ante un problema que afecte a la sociedad, la importancia del valor humano se da en mayor medida en las investigaciones, en el grupo de personas que vienen a ser estudiadas.

Muestra

Para M.Gomez “la muestra debe ser, en esencia, un subgrupo representativo de la población. Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido por sus características al que llamaos población.” (M. Gómez, 2006, p. 111). Para toda investigacion el tener una muestra es de suma importancia ya que no solo representa una parte de la poblacion sino que sera una caracteristica de lo que se quiere a llegar a concluir en el estudio.

Tabla 1. *Tabla de muestra*

Muestra cualitativa			Muestra Cuantitativa		
Muestra	f	%	Muestra	f	%
Gerente General	1	33.3	Encuestados	50	100
Administrador	1	33.3			
Ingeniero	1	33.3.			
Total	3	100	Total	50	100

Fuente:Elaboracion del autor,2017

2.2.7 Técnicas e Instrumentos

Técnicas

Para Moreno B. menciona que :

la entrevista es un recurso que el investigador tiene a su alcance para recabar informacion por medio de preguntas que se plantean en forma directa, esto es, personalmente y en forma oral, a cada uno de los sujetos de la muestra seleccionada. La posibilidad de relacion personal con el entrevistado es una de las ventajas de esta tecnica, permite crear un ambiente de confianza y, si la

actitud del entrevistador lo propicia, es posible obtener información amplia y veraz (Moreno B, Introducción a la metodología de la investigación educativa II, 2000, p. 41)

Instrumentos

Al respecto podemos mencionar de manera puntual lo siguiente:

Sampieri refiere que “un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente. En términos cuantitativos: capturo verdaderamente la realidad que deseo capturar” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006, p. 276). La importancia de los instrumentos de medición en los estudios científicos siguen siendo una gran herramienta, ya que de ella dependerán los resultados a su posterior análisis.

Sampieri menciona que “la vez el instrumento más utilizado para recolectar los datos es el cuestionario. Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la investigación 4ta Edición, 2006, p. 310) Los cuestionarios hoy en día han sido una herramienta muy valiosa, por medio de preguntas cortas u abiertas el investigador puede variar las preguntas dependiendo el tipo de estudio que quiere lograr.

Tabla 2. Muestra Holística para la Investigación

Técnica	Instrumentos
Cualitativa	Encuesta de 15 preguntas
Cuantitativa	Entrevista de 8 preguntas

Fuente: Elaboración el autor, 201

Ficha Técnica del Instrumento

Nombre

Encuesta de Gestión de la Innovación para la competitividad empresarial de la empresa COLDFINOXSA LIMA 2017

Objetivo

El objetivo del cuestionario fue realizar un diagnóstico gracias a la ayuda de los implementar una gestión de innovación para la competitividad en la empresa Coldfinox.

Lugar de aplicación

Plaza Ramón Castilla, Distrito de Cercado de Lima – Perú.

Forma de aplicación

Recolección de la información de forma Individual y personal.

Duración de la aplicación

La duración de la encuesta fue de alrededor de 15 minutos

Descripción de instrumentos

El cuestionario está compuesto por 15 preguntas enfocadas en la categoría Competitividad. Esta categoría está compuesta por 3 subcategorías (Calidad Total, Gestión del Talento Humano y Benchmarking).

Se ha representado las subcategorías en relación con el caso, en donde cada una de ellas está compuesta por indicadores que han surgido en base a nuevos análisis del caso, dando así más información de la situación de la empresa, como se puede ver en la tabla siguiente:

Tabla 3. *Tabla de subcategorías e indicadores*

Subcategorías	Indicadores
Calidad Total	Percepción del usuario
	Producto final
	Precio
Gestión del Talento Humano	Grupo de Trabajo
	Motivación Laboral
	Benchmarking Interno
Benchmarking	Benchmarking Competitivo
	Evolución Empresarial

Fuente: Elaboración del autor, 2017

Procedimiento de Puntuación

Sub categorías	Indicadores	Ítems	Niveles y rangos																			
Calidad Total	<ul style="list-style-type: none"> Percepción del usuario Producto Final Precio 	1,2,3,4,5	Baremos por dimensiones <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Niveles</th> <th colspan="3">Puntaje</th> </tr> <tr> <th>Calidad Total</th> <th>Recursos Humanos</th> <th>Benchmarking</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Deficiente</td> <td>3-7</td> <td>3-7</td> <td>3-7</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>8-12</td> <td>8-12</td> <td>8-12</td> </tr> <tr> <td>Eficiente</td> <td>13-15</td> <td>13-15</td> <td>13-15</td> </tr> </tbody> </table>	Niveles	Puntaje			Calidad Total	Recursos Humanos	Benchmarking	Deficiente	3-7	3-7	3-7	Regular	8-12	8-12	8-12	Eficiente	13-15	13-15	13-15
Niveles	Puntaje																					
	Calidad Total	Recursos Humanos		Benchmarking																		
Deficiente	3-7	3-7	3-7																			
Regular	8-12	8-12	8-12																			
Eficiente	13-15	13-15	13-15																			
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> Grupo de Trabajo Motivación Laboral 	6,7,8,9,10																				
Benchmarking	<ul style="list-style-type: none"> Benchmarking Interno Benchmarking Competitivo Evolución Empresarial 	11,12,13,14,15	Baremos de la Variable <table border="1"> <thead> <tr> <th>Niveles</th> <th>Puntaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Deficiente</td> <td>15-29</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>30-44</td> </tr> <tr> <td>Eficiente</td> <td>45-60</td> </tr> </tbody> </table> <p>Escala de Likert del instrumento: Casi Siempre(3),Normalmente(2) y A veces (1)</p>	Niveles	Puntaje	Deficiente	15-29	Regular	30-44	Eficiente	45-60											
Niveles	Puntaje																					
Deficiente	15-29																					
Regular	30-44																					
Eficiente	45-60																					

Cuadro 3. Procedimientos de puntuación

Fuente: Elaboración del autor, 2017

Validez

La validez del instrumento se dará mediante el juicio de una serie de expertos respecto a la competitividad para la empresa Coldfinox.

Confiabilidad

Tabla 4. *Tabla de confiabilidad*

Nro.	Expertos	Criterio
1	Villón Brumo, Ernesto	Aplicable
2	Aguirre Carbajal, Carlos	Aplicable
3	Picoaga Linares, José Antonio	Aplicable

Fuente: Elaboración del autor, 2017

2.2.8 Procedimiento para la recopilación de datos

Los datos se recopilaran de la siguiente manera:

Primero se buscó información teórica sobre los indicadores a plantear

Se elaboró los instrumentos, con las preguntas en relación con sus indicadores.

Se buscó validar el instrumento a cargo de expertos.

2.2.9 Método de análisis de datos

Análisis de datos

Usamos la literatura y fuente de información sobre el tema para poder tener un sustento teóricos con los resultados; Usamos dos programas a continuación Excel y SPSS.

En el Excel se colocara los resultados de las encuestas en donde de forma ordenada, siendo esta una plantilla para poder luego pasarlo al programa SPSS en donde

Podremos analizar las frecuencias, las categorías y posteriormente hacer una triangulación entre los distintos resultados que podamos obtener, previamente se ha de pedir la autorización a los entrevistados de poder permitirnos hacer las encuestas, y a las empresas de darnos las facilidades para su desarrollo. Procedemos a que nuestros instrumentos sean validados por expertos

Análisis descriptivos

Revisamos que las categorías estén en relación con las dimensiones aplicadas, posterior a esto se procede a analizar y dar una conclusión respecto al resultado obtenido.

Triangulación

Los datos cuantitativos y cualitativos se proceden a hacer una confrontación para identificar nuevas categorías emergentes en el estudio, pudiendo así en volver a diseñar y mejorar el análisis de los datos.

2.2.10 Mapeamiento

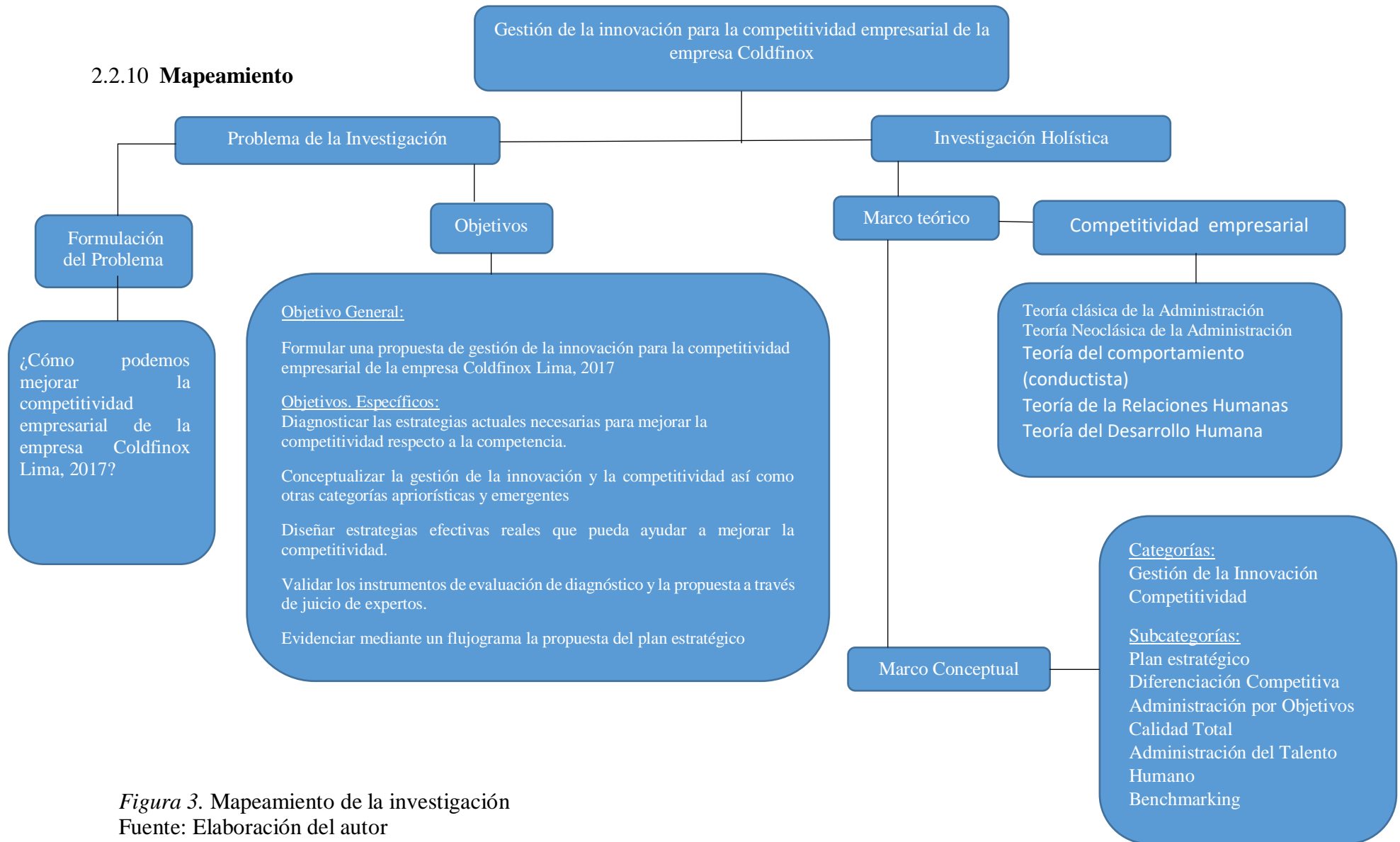


Figura 3. Mapeamiento de la investigación

Fuente: Elaboración del autor

CAPITULO III

EMPRESA

3.1 Descripción de la empresa

La empresa Coldfinox es especialista en la fabricación de productos en refrigeración y claro industrial con más 15 años de experiencia en el rubro. En esta zona de lima se encuentran ubicado diversas empresas del mismo rubro, siendo la diferencia entre ellas de la calidad del producto final.

Es aquí en donde la empresa resalta de la competencia brindando productos de alta calidad como son los siguientes:

Hornos rotativos y equipos en general para panadería y pastelería en vitrinas refrigeradas con cristales curvos.

Exhibidoras de pan, pasteles, calefactoras.

Cámara de conservación y congelación, tavalas, caldas, parrillas, planchas, lavaderos, mesas de trabajo en acero quirúrgico.

Cocinas industriales en acero inoxidable, hornos polleros, pizzeros.

Freidoras de papas, carritos sangucheros.

Equipos de extracción-campanas y ductos.

3.2 Marco legal de la empresa

La experiencia en el mercado hace que la empresa Coldfinox tenga en su catálogo una vasta serie de productos para poder así satisfacer cualquier necesidad de los potenciales clientes, cabe mencionar que el diseño, fabricación y servicio es con sello propio.

La empresa Coldfinox está constituida legamente como una sociedad abierta cerrada, ubicada en la plaza ramón castilla N°033, siendo el único representante y dueño de la empresa el Señor Cesar Evanan Huancahuari.

3.3 **Proyectos actuales**

El negocio de refrigeración industrial tiene mucha demanda en el país, es por ello que existen muchas pequeñas y micro empresas dedicadas a este rubro, en el tema de los precios no hay mecanismos que puedan controlarlo ya que esto varía en relación al producto más barato que busca el cliente, eso hace de forma directa una competencia en quien ofrece un mejor precio.

Es por eso que entre los planes de la empresa Coldfinox es el de poder expandirse, abriendo otro taller para poder tener una mejor cantidad de productos a su disposición. El capital es una parte esencial en todo negocio, en este rubro el mercado se mueve por temporadas, dando al administrador una visión de cómo se mueve el mercado, es por eso que el ahorro de capital para poder invertir en futuros proyectos es algo esencial, es aquí en de la empresa Coldfinox se proyecta en ahorrar un capital a largo plazo.

3.4 **Perspectiva empresarial**

Tener a su disposición un taller más, para el proceso de producción, logrando así incrementar el catálogo de productos, algo importante para su sostenibilidad en el tiempo.

Lograr conseguir socios estratégicos en el interior del país, para poder tener mayor participación en el mercado y una presencia más sólida.

CAPITULO IV
TRABAJO DE CAMPO

4.1 Diagnostico cuantitativo

Tabla 5

Niveles referentes a la Calidad Total

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	2	4,0
Regular	17	34,0
Eficiente	31	62,0
Total	50	100,0

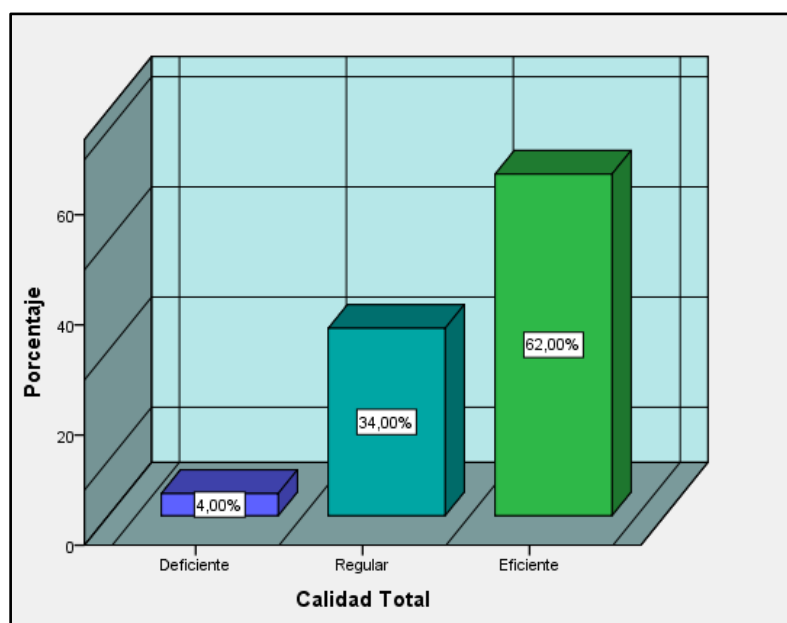


Figura 4. Gráfico de Barras referente a los niveles de la Calidad Total

La tabla N° 5 y Figura 4, se observa que el total de encuestados (50 personas), un 4% manifiesta un nivel de deficiencia, un 34% manifiesta un nivel regular y el 62%, siendo el porcentaje más alto de la tabla, manifiesta un nivel eficiente en base a la competitividad empresarial de la empresa Coldfinox, respecto a la subcategoría Calidad Total

Tabla 6

Niveles referentes a RR.HH

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	2	4,0
Regular	16	32,0
Eficiente	32	64,0
Total	50	100,0

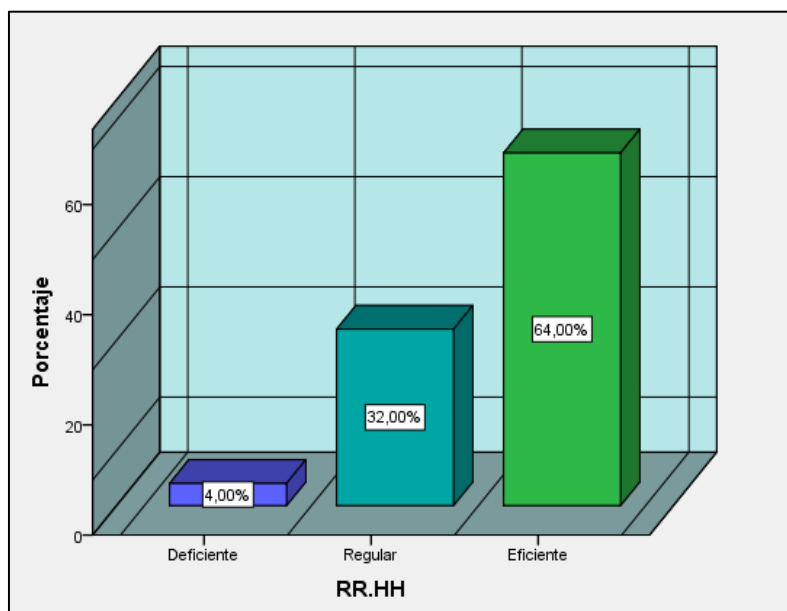


Figura 5. Gráfico de barra referente a los niveles de RR.HH

La tabla N° 6 y Figura 5, se observa que el total de encuestados (50 personas), un 4% manifiesta una deficiencia, un 32% manifiesta un nivel regular y el 64% siendo el porcentaje más alto de la tabla, manifiesta un nivel eficiente en base a la competitividad empresarial de la empresa Coldfinox respecto a la subcategoría RR.HH

Tabla 7

Niveles referentes al Benchmarking

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	2	4,0
Regular	11	22,0
Eficiente	37	74,0
Total	50	100,0

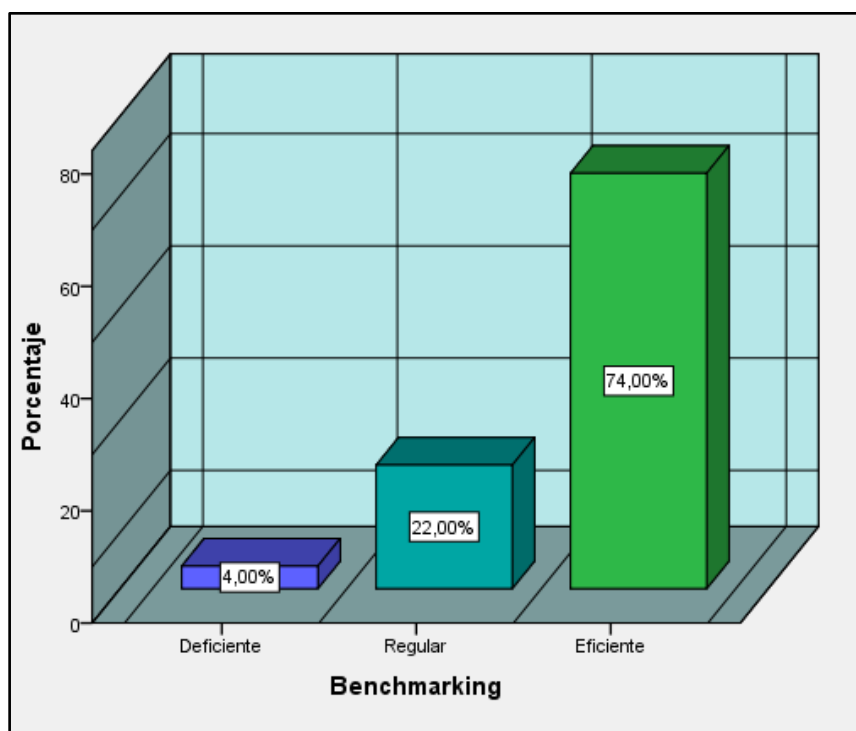


Figura 6. Gráfico de barras referente a los niveles del Benchmarking

La tabla N° 7 y Figura 6 se observa que el total de encuestados (50 personas), un 4% manifiesta un nivel de deficiencia, un 22% manifiesta un nivel regular y el 74% siendo el porcentaje más alto de la tabla, manifiesta un nivel eficiente en base a la competitividad empresarial de la empresa Coldfinox respecto a la subcategoría Benchmarking.

4.2 Diagnóstico Cualitativo

Preguntas de la Entrevista	Entrevista 1 Dueño del Negocio	Entrevista 2 Dueño de Negocio	Entrevista 3 Ingeniero	Codificación	Categoría Emergente	Conclusiones aproximativas
1.-¿La presentación del producto es muy importante en este rubro? Porque?	La presentación es muy importante, aparte de la presentación creo que la funcionalidad del equipo es muy importante para el cliente, para que valla de alguna manera siga trabajando contigo o por recomendaciones. En este rubro siempre anda con las recomendaciones por los familiares andan abriendo otros negocios o similares, es por ese tema.	Claro es muy importante para la gastronomía, nosotros somos fabricantes de exhibidoras para conservación de alimentos ya sea para carne embutidos, bebidas lácteas, todo para restaurantes, para mercado, ese es el rubro que nosotros tenemos, claro es muy importante para conservar los alimentos.	Es importante debido al calentamiento global y la necesidad de trabajar bajo confort térmico.	C1 :Presentación del producto C2 :Conservación y calidad del material	C1, C2: Calidad del producto final	Una de las características que reflejan los entrevistados , es que el productos debe ser de buena calidad para poder así lograr la decisión de compra de los clientes, ya que el mercado es bastante, amplio y la competencias es muy fuerte tanto en los distritos de la capital como Cercado de lima , y El agustino . Una de las características importantes en el producto es la conservación enfocado en el uso de los diversos productos que ofrecen estas empresas, la mayoría usa de insumos como acero inoxidable y otros son de calidad de exportación añadiendo un valor agregado al producto final , cabe mencionar que la variedad de producto está enfocado tanto en el mercado gourmet como negocios locales como

						Panaderías, heladerías, Venta de Comida ambulatoria , lo cual hace que el producto final sea muy importante en su proceso.
2.- Considera usted que la calidad del producto ha venido mejorando? porque?	Bueno en particular yo, siempre desde mi punto de vista admiraba otros productos exportados que tienen otra tecnología y a raíz de eso siempre yo he tratado de buscar la forma y los métodos aunque no tenga la tecnología acá en Perú, pero con ingenio y con este de alguna manera creatividad si se puede, por ahí he ido buscando presentar mejor el producto y atreves del tiempo las	Claro, todo cada año va variando ,en los modelos , la calidad de acero, calidad de acabado, y más que todo la municipalidad exige a nosotros , ósea no a nosotros sino a los clientes que todos sus productos sean de todo acero, puro acero, acero inoxidable para que no hallan algún tipo de contaminación , hongos , cucarachas, entonces, de acuerdo a eso cambia cada temporada , cada gobierno que entra nuevos, entonces el cliente también ya nos pide de acuerdo a sus necesidades de ellos y, ya nosotros tenemos que cambiar	La calidad es elemental ya que se garantizan parámetros de diseño y estándares que no afecten el calentamiento global y la capa de ozono.	C4 :Calidad del producto C5: Innovación C6: Competitividad	C4, C5, C6: Mejora en los proceso de producción	La calidad del producto sin ninguna duda es elemental, diferenciándose de la competencia en los precios o la construcción en su proceso del mismo. Pero la innovación es el valor agregado que no todas las empresas suelen tener a sus disposición y que se vea reflejado en ello, ya que los dueños refieren que el costo para implementarlo es alto ya que la demanda del negocio no es constante, ahí momento que se dan mayores ventas que en otros días lo cual no lo hace constante. La competitividad se ve reflejada algunos negocios, los productos que se ofrecen son el reflejo de años de

	<p>experiencias te van enseñando creo que eso te ayuda a capitalizar mejor.</p>	<p>en la producción y eso.</p>				<p>experiencia, como refieren los entrevistados, han empezado como trabajadores para luego proyectarse en tener su propio negocio, y es ahí en donde la diferencia entre cada empresa es la clave agregando ese valor extra en los productos que ofrecen.</p>
<p>3.- ¿Qué opina con relación a la determinación del precio de los productos de acuerdo a la calidad del mismo?</p>	<p>Mano de obra acá, nuestra localidad diría o acá en Perú en este rubro es muy caro por lo que siempre se trabaja con material de acero y otros componentes que son importados y que están dolarizados y todos los equipos de las unidades de refrigeración se importan, a través de ello siempre el costo</p>	<p>Si varia, varia cada vez es más acero, mejor calidad de acero, entonces mejor acabado y varia el precio va subiendo y además y el acero que importan sube más, cada año sube, ya esas cosas se implementan más entonces el costo de la maquina va subiendo, hoy en la política que tenemos, los productos no esperan un tiempo para subir sino así va subiendo, no hay momento en que se estanque el precio, nosotros también</p>	<p>El precio se determina por la eficiencia de los equipos y que tengan mayor eficiencia energética por ellos no se debe despreciar los costos dependiendo del medio ambiente.</p>	<p>C5: Costo</p> <p>C6: Mano de obra</p> <p>C7: Maquinas especiales</p>	<p>C5, C7:</p> <p>Costos de producción</p>	<p>Los costos en la producción de los productos son relativamente, como refieren los dueños la mayoría de insumos que se usan son nacionales o en algunos casos de piden de otros países, incrementando el precio en la logística.</p> <p>La mano de obra es un caso especial en este rubro, los dueños refieren que en algunos han tenido la oportunidad de tener personal joven a su cargo y haberle instruido por un tiempo determinado, pensado en tenerlos como trabajadores en</p>

	<p>desde mucho más antes siempre era alto en cuestione refrigeración , entonces como había oportunidades de técnicos , familias enteras, empezaron a trabajar, porque antes no había técnicos y a veces venía su hermano otro hermano, se cobraba en dólares las vitrinas entonces vieron como negocio también , empezaron practicando , fabricando .es más que mucho más antes no había equipos para poder fabricar o había equipos pero tenían un costo</p>	<p>tenemos que subir de acuerdo a como sube también.</p>				<p>su empresa, cabe mencionar que esto implica tiempo y costo de parte de los empresario, luego sucede que estos trabajadores dejan de lado el puesto , para proyectarse por la experiencia obtenida como empresario, es ahí en donde la falta de personal calificado es un pequeño problema en los empresarios, haciendo difícil el tener personal con esas características.</p> <p>El uso de máquinas especiales para la producción de estos productos es limitado, ya que no todos los dueños tienen a su disposición talleres de producción, a excepción de los dueños entrevistados que sí disponen, esto hace que el capital sea muy importante al momento de querer aumentar la maquinaria a su cargo.</p>
--	---	--	--	--	--	---

	<p>muy alto, entonces han entrado otros equipos, máquinas de soldar , todas las herramientas, taladros de construcción y un poco más y ahora se han abierto talleres en todos los lugares .</p>					
<p>4.- ¿El tener personal especializado en este rubro es importante, es fácil conseguir gente con estas características?</p>	<p>No , es un poco difícil, yo a través del tiempo he aprendido , bueno yo he tomado familiares, amigo así cercanos e capacitado 3 , 4 años de repente invirtiendo o malogrando materiales y aprenden , se sienten capaces de realizar el</p>	<p>En este rubro, hay mucha competencia, ahí bastante competencia, ahí fabricantes últimamente han sido trabajadores de empresa, como yo y he aprendido y he abierto mi propio negocio y sucede también con los trabajadores que aprenden, abren su propio negocio, así siempre ahí requerimientos,</p>	<p>Es muy escaso y pero se deben de implementar más y mayor especialización en el extranjero y universidades.</p>	<p>C6 :Competencia</p> <p>C7 :Falta de Especialización</p> <p>C8 : Capacitación</p>	<p>C7, C8 :</p> <p>Personal Calificado</p>	<p>Los distritos en donde se logró las entrevistas tanto en cercado de lima como en el agustino, son uno de los lugares en donde se a preciado más negocios de este rubro, la competencias es claro que no es fácil, es bastante reñido al momento de conseguir cliente, algunas empresas cuentan con más de 1 local a sus disposiciones y en el mejor de los casos estas ya exportar sus productos tanto a nivel nacional como internacional.</p>

	<p>trabajo y se abren pero de alguna manera uno invierte , pero de repente uno no recupera la inversión. Yo mediana mente trabajo con chicos que tienen experiencia que van al grano, y ya no tienen dificultades.</p>	<p>siempre hay un poco de escases de personal especializado en esto, pero si uno tiene que mantener su personal.</p> <p>Pasa un tiempo que trabajan 2 5 años y abren su negocio, bueno el negocio es así.</p>				<p>Tener personal calificado es esencial para las empresas, así logran mejorar sus productos y poder invertir en innovación , pero en este rubro el proceso es lento , ya que personal calificado para la producción de estos productos es poca, algunas empresas solo cuentan con 3 o 5 personas encargadas de todo un taller.</p> <p>La capacitación es algo que todas las áreas de trabajo deben tener, en este caso en el rubro metal mecánica es poca, el personal calificado es producto de la experiencia que demora un par de años en perfeccionarse, limitando así la capacidad de recepción de estos trabajadores para las empresas especializadas.</p>
<p>5.- ¿Usted cree que la motivación en los trabajadores es importante? Porque?</p>	<p>Es importante si, la motivación personal bien importante de alguna manera avanza más el trabajo</p>	<p>Si claro, en todo sitio, en todo lugar es importante motivarlos, y si hace un buen trabajo decirlos si bien haces un buen trabajo, llega la semana mira toma,</p>	<p>Es muy importante ya que con ello da mayor crecimiento personal y mejoras en la capacitación y</p>	<p>C8 :Crecimiento personal</p>	<p>C9, C10 y C8 :</p>	<p>El crecimiento personal es fundamental en las empresas, los entrevistados saben del valor que implica aplicarlo en sus negocios, esto es muy importante ya que se lograr un desempeño optimo en los trabajadores.</p>

		<p>una pequeña propina, navidad, año nuevo un trabajador uno que hay que llevarlo a celebrar con sus trabajadores. Ahí empresas que no dan, pero yo en mi caso si les doy, les trato bien hay veces que sábado que van les doy su gaseosa los invito a comer para que puedan trabajar tranquilos también.</p>	<p>así adoptar mejores soluciones tanto económicas como energéticas.</p>	<p>C9: Motivación</p> <p>C10: Eficiencia</p>	<p>Motivación y eficiencia laboral.</p>	<p>La motivación es algo que los empresarios conocen de su importancia, ya sea por hablarles y decirles palabras de felicitaciones, o por premios que se dan reflejo de su buena producción en el transcurso del año a los trabajadores, es así que esto es importante para el bienestar mental del trabajador en poder dar el 100% en su área de trabajo.</p> <p>La eficiencia en este rubro es importante, los empresarios desean que los productos estén con acabados de calidad , lo cual implica que en su proceso se dé con la mayor eficiencia posible de parte de sus trabajadores para con los insumos que usan.</p>
<p>6.- ¿Cual crees usted que deben ser las funciones de un líder en la empresa?</p>	<p>Bueno un líder de una manera , ser tolerante , saber escuchar también hablar en su momento, tampoco no pasa que el líder por</p>	<p>Funciones de un líder bueno yo soy , mi empresa está formado por dos personas, una es el que somos 2 socios uno está encargado de la producción,</p>	<p>El líder debe ser el guía y el ejemplo en la empresa que de la motivación y deseo de superación a sus trabajadores</p>	<p>C9: Empatía</p>	<p>C9, C10</p> <p>Gestión del personal.</p>	<p>La empatía laboral es importante, a veces no todos los negocios disponen de un ambiente ideal, como refieren los entrevistados, el saber escuchar, el ser tolerante son una de las características que</p>

	<p>ser tolerante o conocer más el rubro también pasa el respaldo económico , ser generoso, por ejemplo en una reunión manda a comprar comida o una cerveza o una gaseosa eso va de la mano , pero si responsable en el tema del trabajo el líder tiene que conocer y fundamentar porque , porque a veces cada técnico quiere imponer su conocimiento, y de alguna manera los técnicos si tienen la experiencia pero son, de repente no en conjunto global en caso de mi persona, yo</p>	<p>taller , como yo él se dedica a la producción, y yo me encargo de los que son las ventas, entonces acá el liderazgo es aquel que uno se ha repartido , el que está a cargo de la empresa, halla en la producción, halle él lo que hace es dar un buen trato, eso es muy importante dar un buen trato para que los trabajadores se sientan cómodos , confiados.</p>	<p>para que ellos formen su propio futuro y empresa. Además capacitarlos a y generar méritos y premios por llegar a las metas personales tanto del trabajador como la empresa.</p>	<p>laboral</p> <p>C10 :Liderazgo empresarial</p> <p>C11:Experiencia laboral</p>	<p>buscan al momento de seleccionar a un líder en el grupo de trabajo.</p> <p>El liderazgo empresarial tiene una rol importante en toda empresa, se hace un poco el poder tenerlo en este rubro de negocio, ya que este cumple un papel importante como guía y ejemplo para sus demás compañeros.</p> <p>Los empresario refieren que la experiencia laboral es algo fundamental para poder tener esa caracteriza de líder en la empresa, claro está que el conocimiento da facilidad a disminuir las dudas que se presenten y encontrar soluciones de manera más rápida y eficaz.</p>
--	---	---	--	---	---

	<p>asumo la responsabilidad de cómo gestionar la compra de una mercadería , si es al contado crédito , si es de calidad o menos calidad, yo empiezo a gestionar para fabricar un equipo y al final el motor , los floreciente, todo lo decido yo. Hecho la compra también cuanto se vendió, se rebajó o no se rebajó cuanto costo el equipo todo eso yo manejo. Después de ese manejo, de esa compra todo el proceso , de pagar al personal de los clientes , si es a letras , si es al</p>					
--	---	--	--	--	--	--

	<p>contado todo eso se maneja , pero también uno vive la respuesta del equipo del trabajo si es aun mes o dos meses, un año o dos años, la primera información que recibe es si esta sudado el vidrio, o si está sonando el equipo , entonces ya uno recibe esa información y de alguna manera trata uno de subsanar y esa información queda en uno o a veces , las veces que uno tiene la oportunidad de conversar, a los chicos se les dice paso por esto o por otro ,pero no todos están informados en todos los</p>					
--	---	--	--	--	--	--

	procesos ,solo una parte , por eso el líder debe de conocer					
7.- ¿Se encuentra implantado proceso de mejora continuo en su empresa o área de trabajo?	Si estamos tratando de , el primer punto pasa en quien lo considera tener mayor margen en breve brevedad posible , hacen el contrato y un día entregas el producto enseguida tires la plata sería lo ideal , pero todo tiene un proceso, y en este proceso muchas veces las herramientas, primero creo que el capital para bastecer, para la fabricación, a veces me pasa que no tengo a la mano un contrato, tengo	Si en eso estamos, siempre tiene que ser así uno avanzar, hoy es un poco difícil tener un local propio, por el mismo razón que el alquiler es caro, en zonas industriales es muy caro, tampoco uno puede abrir un local en un sitio donde no haya negocio, en esto tiene que estar en un sitio donde halla mercado, halla modernidad, no se puede abrir en cualquier sitio, entonces abrir en esos sitios cuesta , y ahora como está la competencia no deja mucha ganancia, entonces lo que se trata es de alquilar y alquilar , claro en eso	La empresa está mejorando en el área comercial tratando de lograr mejor socios económicos, para poder posicionarse en el mercado local e internacional. Es una de las metas que la empresa donde laboro está bastante enfocada.	C12 : Mejora de Capital C13 :competencia C14: posicionamiento estratégico	C13, C14: Posicionamiento estratégico en el mercado	El capital para todo es algo importante, los empresarios refieren que esto toma una gran importancia al momento de tomar decisiones de inversión, como puede ser comprar maquinaria, tener otro local de ventas, etc. La mayor parte de las ventas casi un 80% se invierte en la producción. La competencia es algo presente en todo negocio, en este rubro aparte de los propios empresarios están los talleres artesanales que no cuentan con locales propios de ventas, solo el taller sin en donde se hace una competencia no justa, ya que los precios varían en relación a un tienda de ventas. El posicionamiento estratégico en este rubro es

	<p>que gestionar un crédito y muchas maneras, dos serían las herramientas, tres a veces el espacio es muy reducido, este tipo de negocio debe tener un ambiente regular para fabricar tener una espacio de muestra, una sala de ventas, yo considero creo que la mayoría de las empresas tiene esas limitaciones, muchos fabrican en la sala de sus casas no tiene espacio, en un área pequeña, tampoco me puedo dar el lujo de alquilar un</p>	<p>estamos mejorando, yo antes esta tienda no la tenía aquí ., lo tenía en otro sitio más pequeño pero ya vi un local más grande, y ahí estamos avanzando.</p>				<p>importante, algunos dueños viven lejos de donde están ubicados sus locales de ventas, por el propio hecho que no es muy comercial, es ahí en donde el escoger en qué distrito colocar su local de ventas cumple un papel muy importante para estos empresarios.</p>
--	---	--	--	--	--	--

	local grande, poco a poco					
8.- ¿Considera usted que las empresa de este rubro tienen metas a largo o corto plazo? Porque?	Como cada ser humano, en la mayoría de las empresas por histórico, se halla preparado para gerencias una empresa o han empezado así como técnicos como rubro , todos tienen largo plazo tienen sueños tener locales carros en el camino la misma situación te va adecuando, pero los sueños son inmenso, por mi yo quisiera tener sucursales en Ecuador ,Argentina por lo que la mayoría	Todo es a largo plazo, al momento de comenzar sufres, no ves ganancia no ves nada, ay pasa un año dos años recién empiezas adquirir clientes cuando tu entras a este negocio, vas adquirir clientes así, entonces no el , solamente sacas para poder mantener la empresas , ya pasando dos años ya comienzas ya a , bueno depende de cómo vendes también , teniendo clientela, ya esos clientes que tú ya has vendido ya te recomiendan, ósea el negocio es así si tu tratas bien al cliente , regresa, y sino tratas bien, o si la maquina	La empresa donde laboro tiene para 20 años más, ya que debido al calentamiento global generan climas hostiles para el ambiente laboral y además poder así vivir cómodamente.	<p>C10: Cliente</p> <p>C11: Objetivos a largo plazo</p> <p>C12: Experiencia en el negocio</p>	C10, C11 y C12 : Satisfacción del Cliente	<p>Lo clientes son parte esencial en el éxito de todo negocio, algunas empresa tiene mayor disponibilidad en la producción de sus productos para una mayor demanda, pero en este rubro no se da de esta manera, ya que los clientes se gana por la calidad del producto a comprar, para luego poder recomendar al empresario y así poder tener una red de contactos asegurada, en donde los entrevistados refieren que así se mueve en mayor parte su negocio.</p> <p>Respecto a los objetivos a largo plazo el querer ampliar el negocio es algo fundamental, entre ellos el comprar un nuevo local o</p>

	<p>de los clientes , los trabajos que se hacen acá en el Perú por los clientes son ingeniosos ,son buenos , pero una empresa que viene de abajo a , base de esfuerzo , base poquito a poquito bien puede llegar a crecer abismalmente o también a mediamente, a veces el sacrificio del dueño o el gerente viene con algunas consecuencias, en el caso mío, no muy tan joven yo ya con 26 años he empezado este negocio , con 28 años recién , e descuidado muchas cosas,</p>	<p>no trabaja bien o no funciona bien el cliente ya no viene.se van a otra empresa, la atención y hacerle una buena máquina.</p>				<p>ampliar sus taller de producción son una delas metas que tienen previsto estos empresario a largo plazo.</p> <p>La experiencia en el negocio se ve reflejada en la calidad de los productos que ofrecen, inclusive algunos empresarios tienen premios en base a sus procesos de fabricación lo cual dan ese valor agregado al cliente al momento de adquirir sus productos.</p>
--	---	--	--	--	--	--

	<p>personalmente te descuidas si porque si tienes que tratar de medir la economía , yo con mis hijos en un cuartito adelante haciendo el ensamblaje y de ahí otro cuartito y ahí la familia lo limita.</p> <p>Entonces todas esas cosas tienen consecuencias , ya muchos de mis amigos que están en mi rubro mucho más antes están con diabetes así como yo o ya están cansados, es cansador de repente esta base si los hijos empiezan a gerencia con otra metodología si</p>					
--	--	--	--	--	--	--

	<p>pueden avanzar más , yo he visto otros casos así en padres que han avanzado teniendo local de ventas los hijos han entrado , han estudiado , si han avanzado y siguen avanzado , creo que es una base, pero si a los hijos no les gusta ahí queda los locales , las herramientas ahí termino la empresa.</p> <p>Muchas veces Siempre pasa eso para gerencias debe uno tener conocimiento, y a veces los contacto las compra de los insumos es como un secreto profesional, sabes que para</p>					
--	--	--	--	--	--	--

	<p>armar un horno, donde vas a conseguir las piezas , a que tornería vas a ir, o que es lo que vas haces, eso es un rompecabezas que tú tienes que armar, vas mandas hacer, desde cuanto vas a pagar para que te quede margen porque no es que vas a una tornería o ya bueno ya te voy a cobrar esto digamos 2000 soles y otros sitios puedes conseguir 200, 300 soles menos, entonces ahí , eso es el margen , yo he tenido amigos, hijos de sus amigos que bueno han querido seguir</p>					
--	---	--	--	--	--	--

	<p>pero en el camino no han podido seguir , porque no han conocido el negocio, esa es la realidad.</p> <p>De igual manera otros que han tenido la oportunidad así como el señor Máximo San Román, políticamente también de alguna manera, tiene la oportunidad de acceder ciertas cosas ciertos beneficios, y para montar una empresa es capital, es lo primero para lo que quieras, para comercializar, sin la plata no avanzas , tendrás que ser un</p>					
--	---	--	--	--	--	--

	<p>guerrero como yo, ósea a veces tengo miedo porque yo para empezar, estuve 2 años en el comedor popular porque sabía que tenía que comprar herramientas , hacer capital , yo caminaba haciendo seguros de teléfonos de medidores de luz agua, puertas ventanas, así caminaba , ósea a la semana hacia 2 , 3 trabajitos , este bueno gastar así vanamente porque no tenía un trabajo así que me podían pagar, entonces poco a poco uno siempre, he tratado de hacer</p>					
--	--	--	--	--	--	--

	<p>las cosas diferentes, en esa época los carritos sangucheros, incluso las cocinas a gas este trataba de presentar la mejor manera , entonces no me ha dado mucha riqueza pero si un trabajo casi permanente, ese es el avance que se ha hecho, pero después uno ya se da cuenta, ya aparece otra competencia, o tú mismo trabajador haciendo lo mismo pero cobrando menos entonces yo iba por otro sitio, con innovación de repente podrías cobrar un poquito y te</p>					
--	--	--	--	--	--	--

	<p>da un poco de margen he seguido ese camino.</p> <p>Entonces yo , muchos a veces opinan no tienes para hacer mucho más esto, pero la situación misma te va haciendo que tengas la oportunidad de muchas cosas pero, como ante yo con mi esposa de buena salud estaba corriendo rápido porque mi esposa se quedaba en ese tiempo, en este , se quedaba me llamaba en la calle por acá por halla haciendo servicios , estaba avanzando hasta que le dio derrame y se me bajo y bueno y</p>					
--	--	--	--	--	--	--

	<p>muchas cosas se complican y asumir una responsabilidad, comprar un local que tienes que juntar plata para el mes , no tienes otra que pa pensar de juntar plata para el personal y para otras responsabilidades , porque no te deja respirar ya cuando no tienes deuda, ya tienes plata y vas pensando que voy hacer que puedo mejorar, pero mientras estas con un compromiso es difícil, son esas.</p> <p>Había un vendedor que había estado en EE.UU, y los peruanos esto</p>					
--	--	--	--	--	--	--

	<p>que otro no saben organizar esto, yo digo maestro usted que tiene tantos años que cosa ha hecho en su vida, si usted demuestra que ha hecho algo que puedo hacer, que tenga razón pero ahora sí, un vendedor que estuvo en una empresa fracaso, fue a otra y fracaso, y bueno quería trabajar conmigo y yo le dije que sí. Y así entonces ósea estar al frente es otra cosa no es fácil, uno cuanto tiempo he esperado eso no se concreta, ahora todavía mejorar mi empresa por los créditos, por eso</p>					
--	--	--	--	--	--	--

	<p>ahorita estoy haciendo eso, voy a tratar de mejorar mi local la presentación más bien, eso es un sueño que siempre estaba postergado y quiero cumplirlas y así varias cosas, y el propósito de mejor también de tener una taller más , traer más demanda , ahorita de alguna manera este todo el sacrificio de minimizar las cosas de hacer las cosas bien, de repente inviertes un poco más, porque no tienes para otras cosas y está ahí, si tiene de alguna manera resultado. Los clientes ya por</p>					
--	---	--	--	--	--	--

	<p>recomendación les ha ido bien con un equipo ahí llaman te recomiendan y a veces valoran tu trabajo fuerte , ayer me han concretado un venta casi por S/.40,000 para Arequipa, de 22 para arriba es bueno, tengo uno de 28 que ya ahorita estoy por terminar, tengo para el norte ya por S/.30,000 , y ahora Arequipa, pero eso está en el proceso ahí que invertir ,no todo es ganancia, hay que sacar el margen el personal, pero uno va creciendo , lo importante es que el producto que tu haga este</p>					
--	--	--	--	--	--	--

	<p>bien , mira lo que ha pasado en Arequipa, el producto que yo les vendí es un cliente que tiene bastante relación con los mismos. Conoce su rubro y se relaciona con un montón de amigos del mismo rubro, les recomienda, hoy tal amigo fabrica eso, y por eso quiere imponerte precio y como sus amigos de ellos trabajan con sus amigos pero como empezaron manejando, oye yo encuentro por otro precio en tal sitio , iso un trabajito conmigo y le va bien , y este bueno de alguna manera lo de</p>					
--	--	--	--	--	--	--

	<p>dejado también que cotice, que cotice si le da alternativas, y se dio cuenta que el trabajo (el producto) si está bien, pero tampoco ósea no estoy ganado mucho porque la competencia, como otros productos llegan a un margen él quiere llegar a ese margen, por más que yo quiera, hago esto quito esto, ósea él se cierra más a tal precio, ya le voy a dar este precio porque tiene estos detalles, pero ya el margen es mínimo, pero algún momento la competencia, alguien va ver esa máquina</p>					
--	---	--	--	--	--	--

	<p>bien hecha, y bien presentada y me va a llamar, y ahí no le voy a dar el mismo precio que otros un poquito , de repente va a llegar un momento donde llegue a un precio real que puede tener, un precio real para corresponder al personal, y un montón de cosas a la misma empresa mejorar tener su presentación , su tarjeta , sus volantes todo eso y estamos en eso.</p>					
--	---	--	--	--	--	--

4.3 **Triangulación de datos: Diagnóstico final**

Las empresas cumplen un papel muy importante en la economía de toda nación en donde con el paso del tiempo van enfrentándose con obstáculos tanto dentro como fuera de la empresa.

Hoy en día las empresas han estado implementando estrategias de innovación para mejorar su producción y obtener mayores ganancias, con ayuda de teorías administrativas, herramientas tecnológicas, etc. Las empresas peruanas no se excluyen de este grupo, ya que gracias a la característica de emprendimiento que tienen los empresarios de las pequeñas empresas han sido la fortaleza en poder diferenciarse en el mercado.

García (1994) explica que “toda empresa en un sistema económico competitivo necesita establecer un área dentro de la cual se diferencie de la competencia, es decir, tiene ventajas competitivas y, consiguientemente, debe realizar sus capacidades y potenciales dentro de esta área acotada.”(p. 285)

Es así que la competitividad es una característica esencial en toda empresa para poder salir en la lista del anonimato económico que se presente, en el rubro de la empresa Coldfinox eso es algo que se necesita implementar.

Es así que toda empresa, en su proceso de crecimiento opta por aplicar estrategias que le beneficien a largo plazo, para poder así tener presencia frente a la competencia. Estas empresas que fabrican productos (muebles metálicos, exhibidores, etc.) van visto salir

adelante gracias a la experiencia en el negocio de parte de los dueños, que por años en el rubro han podido conseguir el conocimiento necesario.

Pero en el camino se han visto afectados por el ritmo de los avances en el campo de la administración, de cómo debe estar compuesta una empresa para su óptimo funcionamiento, viéndose reflejado en sus constitución demasiado frágil para la actualidad de estos tiempos.

(Diaz, Drapkin, Garcia , & Povill, 2017) Explican respecto a la empresa que las:

Personas y organizaciones entablan una danza permanente de cambios en el entorno en el que conviven para adaptarse y mantener en equilibrio y sincronía. Desarrollan adaptabilidad al mismo o, como alternativa, tienen poder para cambiar «el» entorno o para cambiar «de» entorno. En cualquier caso, si por algún azar pierden la capacidad de hacerlo, ponen en peligro su sobrevivencia. (S/N.14)

Es así que las empresas necesitan adaptarse a su entorno, aplicando estrategias administrativas que lo vuelvan más competitivas, muestra de ellos son los resultados que hemos obtenido en los resultados cuantitativos , siendo la calidad total, la administración de RR.HH y el benchmarking tres factores importantes para poder lograr la competitividad en la empresa Coldfinox.

Le empresa cuenta con valores positivos respecto a este análisis, pero en el análisis cualitativo vemos reflejados otros factores que los empresarios toman en cuenta en el

proceso del ritmo de sus negocios, partiendo tanto desde la importancia que tiene el producto final, hasta lograr la satisfacción al cliente.

Las empresas de este rubro tienen estas características muy marcadas ya que tienen factores de mucha importancia en sus procesos, tanto de producción como de ventas, siendo la meta el de mostrar que el producto este optimo y que cumpla con las necesidades del cliente.

La calidad total, es una pieza fundamental y clave en toda empresa, es por eso que se debe aplicar para poder así mejorar las áreas de la empresa Coldfinox.

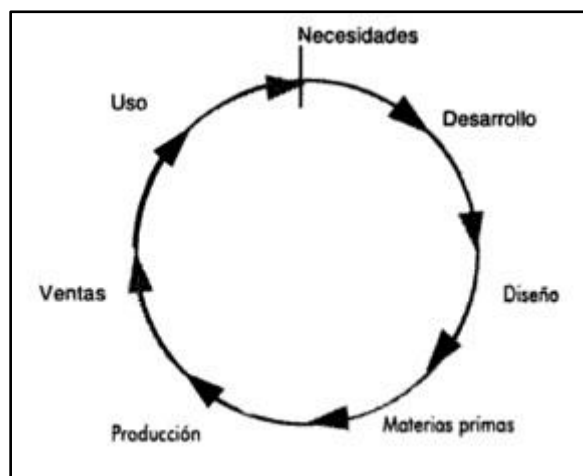


Figura 7. Ciclo de mejora de calidad .Gujardo
(2003)

Mejorando los conceptos de ciclo de calidad que ya cuenta la empresa podemos, hacer más sólido su proceso, ya que las empresas se basan en la ganancia de conocimiento por la experiencias, como se ha visto reflejado en las entrevistas en donde, por medio del trabajo iniciándose como aprendices han podido conseguir esos conocimientos con el paso de los años.

La administración de los recursos humanos es una de las piezas importantes presentes en el estudio, partiendo de la teoría desde los cambios que ha tenido con el paso del tiempo podemos mencionar la teoría X y la teoría Y, en donde Chiavenato(2000) añade que :

Douglas McGregor, uno de los mas influyentes teóricos del comportamiento en la teoría de las organizaciones, se preocupó por distinguir dos concepciones opuestas de administración, basadas en ciertos presupuestos acerca de la naturaleza humana, la tradicional (a la que denomino X), y la moderna (a la que denomino Y).(p. 133)

Podemos añadir que actualmente ahí empresas que no velan por el bienestar de sus trabajadores, y solo se dedican a obtener los objetivos de la empresa a toda costa, queriendo aumentar la productividad a costa de las horas de trabajo de los empleados, aumentandoles el sueldo como recompensa del “esfuerzo” hecho.

Los incentivos economicos siempre han sido algo que a pesar bastante con fuente de motivacion en el empleado,pero es aquí en donde la Teoria X y Teori Y, cambian la perspectiva del empresario peruano, valorando y conociendo cuando importante es el valor humanos, el valor que tiene cada trabajador en su empresa, cuan importante es su posición dentro del ciclo de producción de sus productos.

La competencia entre las empresas, es algo constante, y tener un grupo de trabajo apto, capacitado y competitivo, hara frente a cualquier obstaculo que se presente. Los empresarios conocen lo importante de esto. La importancia que tiene la presencia de los líderes dentro de su grupo de trabajo, que viene hacer también pieza clave en el funcionamiento de grupo de trabajo en la empresa.

Ahí ciertas áreas en donde la empresa debe mejorar , respecto a la calidad total figura un porcentaje del 34% con nivel regular, administración de recursos humanos figura con un porcentaje de 32% con nivel regular y por último el Benchmarking obtiene un porcentaje del 22% con nivel regular, esto se contrasta también en la entrevista en donde podemos tener una idea más amplia del panorama y de la visión que tienen los empresarios en el rubro del negocio. Siendo estos valores bajos lo que se quiere es mejorarlo para poder lograr una solidez en estos tres aspectos importantes en la empresa, por medio de los objetivos que se desea plasmar y obtener.

Finalmente podemos mencionar que por medio del análisis expuesto, la calidad total, La administración de los recursos humanos y el Benchmarking (son estas herramientas poderosas para toda empresa en la actualidad) serán las que nos ayuden a lograr obtener el resultado de volver más competitivo a la empresa Coldfinox, que este sea un modelo a seguir para otras empresas del mismo rubro o afines, por medio de propuestas innovadoras de solución para el estudio.

CAPITULO V
PROPUESTA DE LA INVESTIGACION
“SÉ COMPETITIVO”

5.1 Fundamentos de la propuesta

El empresario peruano se ha caracterizado por ser un emprendedor e innovador, siendo la mayor parte de estos, oriundos del centro del país, por las situaciones económicas que el Perú sufrió en la década del 90 por la inflación, hizo que la mayoría de personas busquen un mejor futuro en la capital, desempeñándose en diferentes áreas tratando de subsistir y salir adelante por ellos mismos o por su familia el cual tenían la responsabilidad de llevar un pan a la mesa.

La existencia de negocios en la capital, en especial en el Cercado de Lima, en donde se produjo la encuesta se pudo apreciar bastante presencia de negocios de este rubro, en donde la mayoría de los negocios nacen por necesidad, y están formado por negocios familiares.

La mayoría de las empresas en el país son de origen familiar, y representan un porcentaje importante en el PBI, y para seguir las el negocio se suele delegar a miembros de la familia (Mendoza, 2017). Los empresarios se basan mucho en los conocimientos que tienen (experiencia) pero con el paso de los años esto se vuelve en una desventaja.

El tener un negocio familiar hace que la responsabilidad en el empresario peruano sea muy importante, delegando esto a sus futuros descendientes o buscando a personal altamente calificado para poder optar con los cargos que buscan.

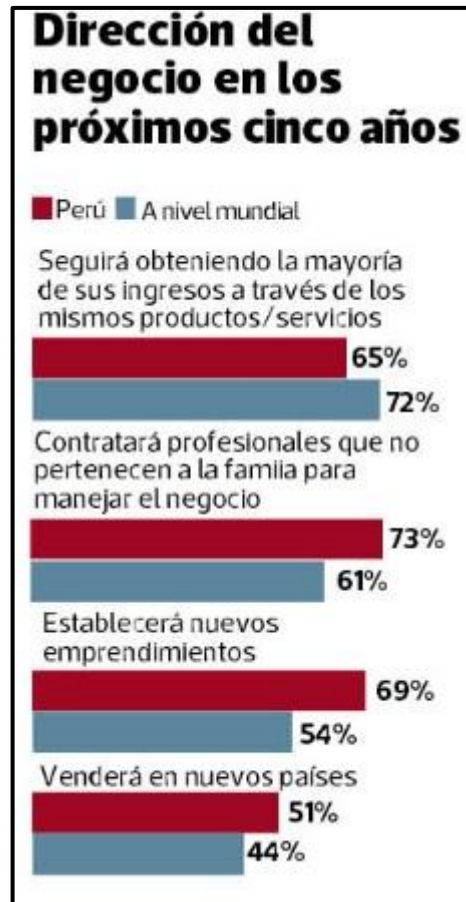


Figura 8. Dirección del Negocio en los próximos 5 años

Fuente: Diario Gestión

En la *figura 8* podemos observar que hay un gran porcentaje (73%) en donde las familias optarías por contratar a personal fuera del grupo familiar, como se da en algunas empresas importantes en la capital.

Esto es una de las características de los negocios presentes hoy en día, que son la fuerza que genera el PBI actual. Podemos mencionar que con el paso de los años los negocios de los pequeños empresario se han visto aumentado, por la propia demanda del público, que a dado que exista más competencia, al igual que la aparición de talleres fuera

de la capital en donde están ubicados en mayor cantidad, dando así mayor oferta en precios y suministros a los empresarios.

La tecnología ha sido algo fundamental en la actualidad, en nuestro país el uso del internet, las facilidades en obtener herramientas de comunicación (celulares, periódicos, comerciales televisivos, etc.), hacen que los empresario sepan de manera más amplia como se mueve el mercado y así pueden captar mayor cantidad de clientes, esto partiendo desde una visión macro en cómo se mueve la economía.

Pero, partiendo desde la teoría, de las diferentes corrientes administrativas que se han dado en el transcurso de la historia, esto ha sido una herramienta muy importante para todos los empresarios, en poder tener una base a la idea de negocio y como poder manejarla en su camino. Pero esta herramienta a la pieza clave en poder diferenciar los negocios exitosos de lo que intentan serlo.

No solo de la experiencia que se gana en el rubro del negocio augura un éxito sólido, sino más bien vienen hacer una idea débil de lo que en verdad busca el empresario al querer lograr una estabilidad en el negocio.

La económica de pende mucho de la idea de innovar, tanto para un país como para sus sociedad, por medio de ideas en donde se deben de difundir para poder así tener un beneficio global. López , Montes Y Vázquez (2007).

Las necesidades son ilimitadas en las personas, y los negocios que aparecen con el paso del tiempo tratan de satisfacer esas necesidades. La existencia de muchos rubros

economicos hoy en dia dan a las personas una variedad de opciones, es aquí en donde los producto cumplen una funcion importante, ya que las características que lo envuelven como el precio, la marca, la innovacion en su proceso, etc, son la diferenciacion final que el cliente quiere llegar a identificar y saber que a toma una decisión inteligente al adquirir el producto o servicio.

La competitividad es una de las claves para que toda empresa se mantenga en su rubro, siendo este aplicado a sus procesos,tanto logísticos, producción, ventas, etc. El poder entender que factores externos e internos afecta a la empresa hacen posible identificar su origen permitiendonos anticiparnos logrando asu una competitividad y rentabilidad a largo plazo en comparacion con la competencia (E. Porter, 2009)

Los micro empresarios ven reflejado otros factores para lograr mejorar sus produccion a todo nivel, pero en el camino descartan esto, por falta de conocimiento, costo o tiempo para poder aplicarlo. Es asi que para lograr mejorar una empresa partiendo de la innovacion es necesario volverlo competitivo logrando asi afrontar los obstaculos empresariales.

Por esta razón se ha planteado una alternativa de solución a la empresa Coldfinox, que tiene el titulo de "Sé Competitivo" el cual tiene la finalidad de poder presentar un manual parar implementar la competitividad como base en la empresa, por medio de actividades que estarán distribuidas por la duración y fechas de su implementación. El apoyo de los altos cargos en la empresa serán esenciales para un óptimo desempeño.

Mediante la implementación del proceso de competitividad, se logrará que el empresario tenga una visión más amplia de su negocio, del impacto que tiene su rubro con las competencia, brindándole así una mejor organización en los procesos de la empresa, lo

cual llevara a una mejor estabilidad empresarial, para poder así lograr cumplir las metas que se tracen a largo plazo. La imagen como analogía de la competitividad es en base a sus componentes que lo conforman y son las herramientas para lograr nuestro propósito.

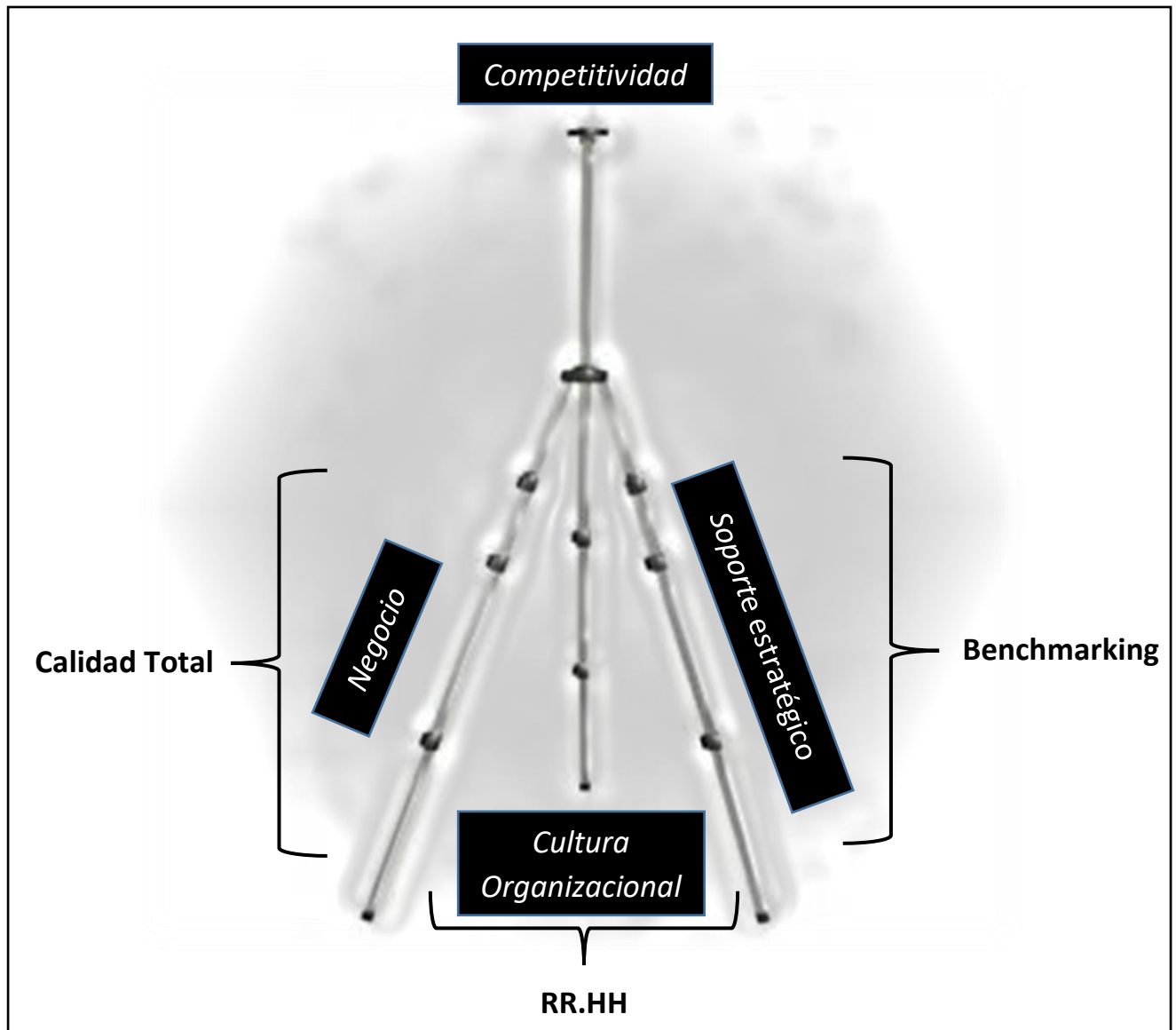


Figura 9. Trípode de la competitividad

Fuente: Elaboración del autor, 2017

Este manual es de mucha ayuda para el empresario, que tiene la visión de iniciar un negocio, y poder construir una buena base en su organización, ayudándose así de la experiencia en la cual se ira adquiriendo con el paso de los años, cabe mencionar que la

información brindada no es absoluta, ya que puedan darse con el tiempo nuevos conceptos, teorías o actividades que hagan que la competitividad se vuelva algo más elemental y fácil de adoptar en la economía nacional.

Los cambios se notan con el paso del tiempo, y la innovación no es la excepción a esta regla, teniendo que practicarse y mejorarse en el camino, y así poder dar con la fórmula correcta para nuestro uso específico otorgándonos así una ventaja muy importante. (Jaramillo, 1999)

Mediante herramientas administrativas podemos clarificar los conceptos que involucran la innovación con la empresa para lograr la meta final, que es el mejorar y lograr ser competitivos, no solo es un objetivo a largo plazo, sino también una transformación empresarial en donde no solo la empresa cambie, sino también el empresario en el trayecto obtendrá nuevos conocimientos tanto en forma específica y general, ampliando el espectro de la idea de negocio que tiene.

Los conceptos de Calidad Total, Administración de RR.HH y el benchmarking serán la base para poder construir el escenario adecuado para la empresa, hoy en día las herramientas administrativas que se han visto implementadas a lo largo de la historia han sido muchas y están en constante cambio, para el propósito de este proyecto se ha seleccionado estas de las cuales son las más importantes para el estudio en la empresa Coldfinox

5.2 **Objetivos de la propuesta**

Diseñar un plan de operativo de innovación para el logro de la competitividad empresarial de la empresa Coldfinox a través de un manual enfocado en la implementación de estrategias administrativas en donde se planifica y gestiona con ayuda de herramientas administrativas que logren el cumplimiento de las metas planteadas

Capacitar al personal con herramientas administrativas que hagan desarrollar sus capacidades y ponerlas en práctica en las distintas áreas de la empresa, llegando así que el personal se vuelva más competente, logrando así gracias a un trabajo en conjunto podamos lograr las metas propuestas y alcanzar un nivel de competitividad reflejada desde los procesos iniciales en la manufactura del producto, hasta la etapa final que es la entrega del mismo al cliente.

5.3 **Problema**

Luego de proceder hacer el análisis final, el cual se obtuvo por medio de las encuestas hechas en la mayoría a público de la zona, de los cuales en su mayoría son clientes de las empresas del mismo rubro de negocio, las entrevistas que fueron hechas a los dueños negocios y a personal que han tenido experiencia en esa área, posteriormente a esto se procedió hacer la triangulación de todos los datos. Hemos partido identificando el problema desde las sub categorías, Calidad total, Gestión del Talento Humano y Benchmarking, siendo estas las dificultades que se han visto presentes al momento de ser expuestas en las entrevistas.

La presentación final en el producto es de suma importancia para todo negocio y en la empresa Coldfinox no es la excepción, aquí es donde se ha podido identificar cuán importante es al momento de la decisión de compra de parte del cliente, en donde la percepción por parte del usuario, combinado con el producto final, y el precio llegan hacer piezas claves. En otros casos esto difiere en parte por el tipo de negocio, en donde las empresas con mayor capital, tienen mayor capacidad de producción o de tener sus propios talleres, esto hace que la competencia sea difícil de mantener. En las entrevistas se pudo analizar que los dueños a pesar de tener buenos productos, les falta aplicar estrategias administrativas para poder tener un mejor control de sus procesos, en algunos casos la falta de personal calificado en ciertas áreas hacen que se limite la productividad en la empresa, es ahí en donde la gestión de capital humano cumple un papel fundamental. Los dueños saben que en este rubro el tener personal capacitado no es sencillo, ya que la mayoría de los trabajadores son fieles a la empresa por un par de años para así poder tener experiencia, para luego crear sus propios talleres o negocios. Esto ocasiona la falta de personal en los talleres, creando una deficiencia en la calidad de los productos.

La falta de liderazgo es algo también presente en las empresa, el empresario peruano ha tenido una idea carente en fundamento teórico respecto a que es un líder o como se debe tratar al personal, y solo se ha guiado por las costumbres que se suelen dar en la relación empresario-empleado, teniendo la idea de que por medio de un compartir, o al decir una palabras de aliento es así como se debe de recompensar el trabajo al personal en la mayoría de los casos, es por eso que los dueños deben reforzar ese concepto de que es un líder y de cómo se debe gestionar al personal; si tan solo pudieran tener estos conceptos más sólidos y ponerlos en práctica se notaría una diferencia y se promovería un buen ambiente de trabajo.

En este rubro existe mucha competencia en donde ya algunas empresas tienen ya posicionado sus productos en el mercado, es así que los microempresarios deben hacer práctica del benchmarking en sus inicios de sus negocios, logrando así el saber cómo se mueve el mercado de este rubro. Los dueños refieren que es un rubro bastante competitivo y ellos lo saben por medio de la experiencia que tienen en el mercado, es así que pudiendo tener esta información valiosa da al futuro emprendedor una idea más clara del panorama de este negocio.

5.4 **Justificación**

La empresa Coldfinox, es una empresa familiar que se dedica a la fabricación de equipos de refrigeración comercial e industrial, y también a la fabricación de equipos gastronómicos en acero inoxidable. La empresa se caracteriza por presentar al mercado equipos de alta calidad en su fabricación, lo cual lo ha diferenciado de la competencia en el transcurso de los años logrando obtener reconocimiento sobre su desempeño, pero aun así presenta problemas, que hacen que su competitividad se vea limitada, esto es muy peligroso ya que la presencia de muchos competidores en sus rubro hacen que cualquier deficiencia en la empresa sea crucial, debilitándola en todas sus áreas. Es aquí en donde la toma de decisiones y estrategias para el negocio son importantes, el empresario debe tener muy en claro esto sino, con el paso de los años se notara una disminución de las ventas, presencia de competidores mejores preparados, fuga de talentos y disminución de presencia en el mercado,

Por lo tanto, la propuesta está en implementar una gestión de la innovación para el logro de la competitividad empresarial, entendiendo que la competencia es muy agresiva.

El avance tecnológico y las nuevas tendencias administrativas ocasionan un declive en la empresa debiendo tomar acción.

El PO propuesto brindaría la solución al problema de la empresa, por motivo se justifica la elaboración diferentes estrategias administrativas enfocadas en la gestión de la competitividad.

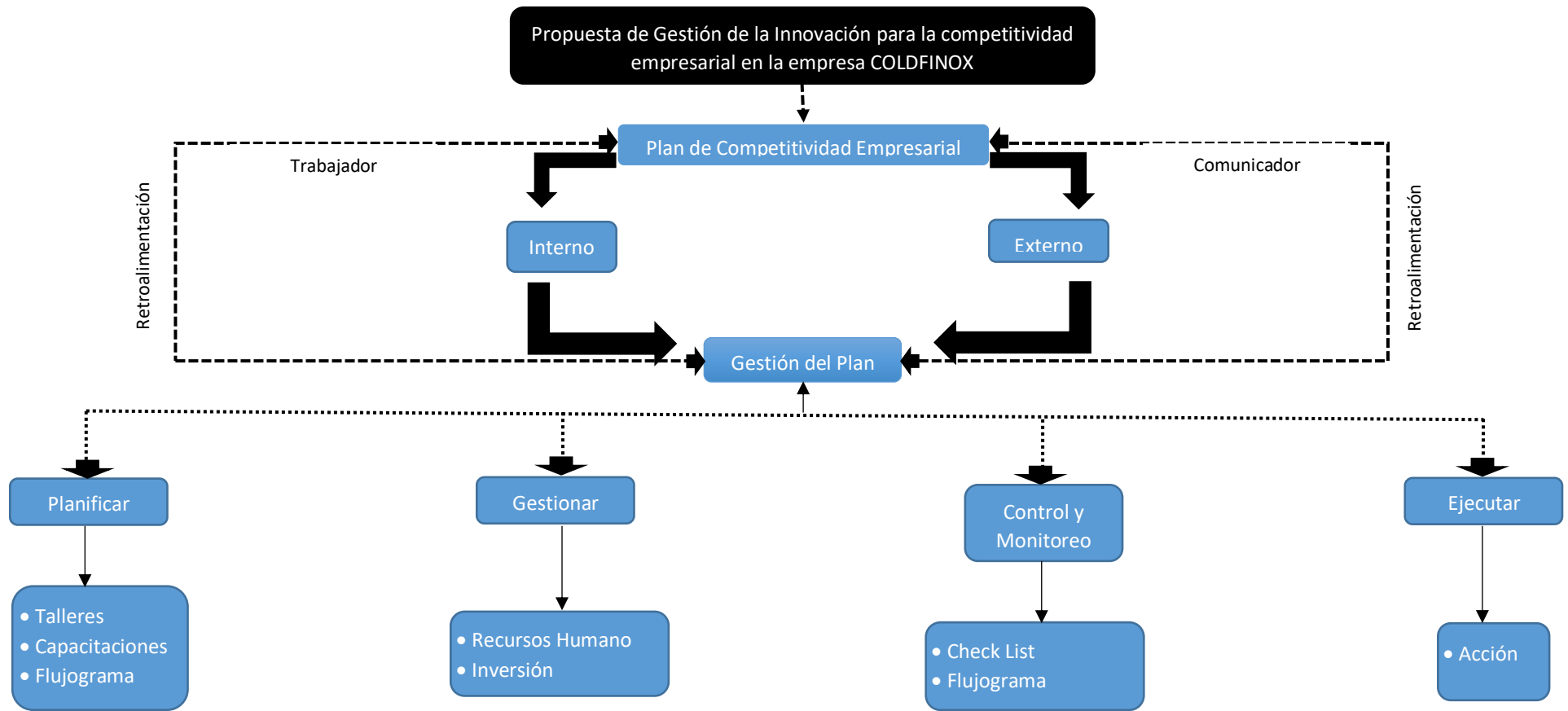


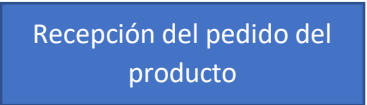

Figura 10. Formulación y ejecución de la propuesta
Fuente: Elaboración del autor, 201

PLAN OPERATIVO DE LA EMPRESA COLDFINOX 2018

Este plan operativo es una herramienta muy importante para toda empresa, está enfocada en implementar acciones que logren corregir aspectos negativos de la empresa. La orientación, el presupuesto, la organización, la reglamentación y programación de cronogramas en la empresa son piezas fundamentales de para la creación del PO. El proponer estas actividades en su conjunto harán que podamos enfrentarnos a las debilidades internas/externas que presenta la empresa y poder mejorarlo en el transcurso de su ejecución.

1. Plan Operativo del Área de Estructuras

Tabla 8. *Plan Operativo del Área de Estructuras*

Descripción De La Actividad – Área De Estructuras	Días							Responsables	Recursos Requeridos	Observaciones
	01	02	03	04	05	06	07		Financiero	
 Recepción del pedido del producto	X							Área de diseño e insumos	S/2,220	
 Diseño del plano	X									

<div data-bbox="398 264 763 368" style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Cotización de insumos y productos</div>	X	X								
<div data-bbox="342 517 824 794" style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 10px; text-align: center; transform: rotate(45deg); transform-origin: center;">Confirmación de stock con el proveedor</div>		X						Área de verificación y calidad del producto	S/2,220	
<div data-bbox="407 852 772 956" style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Recepción en taller de los insumos</div>			X							
<div data-bbox="353 999 826 1214" style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 10px; text-align: center; transform: rotate(45deg); transform-origin: center;">Verificación de los productos</div>			X							

<div data-bbox="405 242 770 347" style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Proceso de corte de las piezas </div>			X	X				Área de procesos finales	S/2,220			
<div data-bbox="338 432 804 659" style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 10px; text-align: center; transform: rotate(-45deg); width: 100%; height: 100%;"> Verificación de los procesos </div>					X	X						
<div data-bbox="394 724 759 829" style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Instalación del armazón </div>							X					

Fuente: Elaboración del autor, 2017

Diagrama De Gantt/Per CPM Del Área De Estructuras

Actividad	Duración Horas	Aplicación	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Recepción del pedido del producto	4 horas	diario	■						
Diseño del producto	4 horas	diario	■						
Cotización de insumos y tiempo	8 horas	diario	■	■					
Confirmación de stock con el proveedor	4 horas	diario		■	■				
Recepción en taller de los insumos	4 horas	diario			■				
Verificación de los productos	4 horas	diario			■				
Proceso de corte de las piezas	8 horas	diario			■	■	■	■	
Verificación de los procesos	8 horas	diario					■	■	■
Instalación del almacén	8 horas	diario							■

Figura 11. Diagrama de Gantt/Per CPM del área de Estructuras

Fuente: Elaboración del autor, 2017

2. Plan Operativo Del Área De Refrigeración

Tabla 9. *Plan Operativo del Área de Refrigeración*

Descripción De La Actividad	Días							Responsables	Recursos Requeridos Financiero	Observaciones
	01	02	03	04	05	06	07			
Recepción del armazón	X							Área de recepción de fase 2 y de frio	S/.2,960	
Selección de motores	X									
Aplicación de juntas de frio		X								
Control de sellado en frio			X					Área de sellado de vidrio	S/.2,960	

Instalación de paredes de vidrio			X							
Verificación de uniones de frío			X							
Proceso de instalación				X						
Instalación de secado térmico					X				Área de instalación térmica 2da fase	S/.2,960
Instalación del armazón 2da fase.					X	X	X			

Fuente: Elaboración del autor, 2017

Diagrama De Gantt/Per CPM Del Área De Refrigeración

Actividad	Duración Horas	Aplicación	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Recepción del armazón	4 horas	diario	■						
Selección de motores	8 horas	diario	■	■					
Aplicación de juntas de frio	8 horas	diario		■	■				
Control de sellado en frio	8 horas	diario		■	■				
Instalación de paredes de vidrio	8 horas	diario			■	■			
Verificación de uniones de frio	8 horas	diario			■	■			
Proceso de instalación	8 horas	diario				■	■		
Instalación de secado térmico	8 horas	diario					■	■	
Instalación del armazón 2da fase	8 horas	diario						■	■


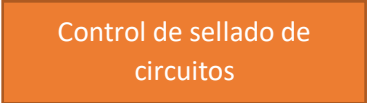
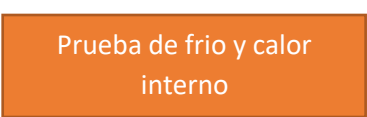
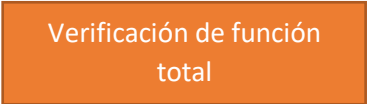
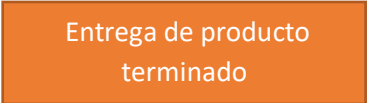
Figura 12. Diagrama de Gantt/Per CPM del área de Refrigeración

Fuente: Elaboración del autor, 2017

3. Plan Operativo del Área De Electricidad

Tabla 10. *Plan Operativo del Área de Electricidad.*

Descripción De La Actividad	Días							Responsables	Recursos Requeridos	Observaciones
	01	02	03	04	05	06	07		Financiero	
Recepción del armazón 2da fase	X							Área de recepción e insumos eléctricos	S/.3,330	
Análisis del diseño de circuitos internos	X									
Pedido de insumos de circuitos eléctricos		X								
Tiempo de instalación			X							

 Circuitos internos			X					Área de sellado e instalación Térmica 2da fase final.	S/.3,330	
 Control de sellado de circuitos			X							
 Prueba de frio y calor interno				X						
 Verificación de función total					X					
 Entrega de producto terminado					X	X	X			

Fuente: Elaboración del autor, 2017

Diagrama De Gantt/Per CPM Del Área De Electricidad

Actividad	Duración Horas	Aplicación	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Recepción del armazón 2da fase	4 horas	diario	■						
Análisis del diseño de circuitos internos	8 horas	diario	■	■					
Pedido de insumos de circuitos internos	8 horas	diario		■	■				
Tiempo de instalación	4 horas	diario			■				
Instalación de paredes de vidrio	4 horas	diario			■				
Control de sellado de circuitos	8 horas	diario			■	■			
Prueba de frio y calor interno	8 horas	diario				■	■		
Verificación de la función total	8 horas	diario					■	■	
Entrega del producto terminado	8 horas	diario					■	■	■

Figura 13. Diagrama de Gantt/Per CPM del área de Electricidad

Fuente: Elaboración del autor, 2017

Tabla 8. FODA de la empresa

Factores Internos Factores Externos	Fortalezas	Debilidades
	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer una variedad de productos de alta calidad • Servicio de calidad de a los clientes • Entrega de productos a tiempo. • Experiencia en el rubro del negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de personal calificado. • Carencia de liderazgo • Carencia de procesos administrativos • Falta de organización en la empresa.
Oportunidades	FO	DO
<ul style="list-style-type: none"> • Cambiar la organización de la empresa • Optar por tener objetivos a largo plazo • Tener clientes fidelizados • Mejorar la competitividad en sus procesos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorando la organización interna para poder tener una mejor organización de nuestro servicio. • Lograr comprender mejor las necesidades de nuestros clientes para poder fidelizarlos mejor. • Por medio de la experiencia en el negocio la competitividad será un valor agregado a nuestro servicio y productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorando la organización de las áreas de la empresa, se lograra tener una mejor gestión del personal. • Por medio de capacitaciones podemos mejorar las habilidades el personal de la empresa. • Por medio de las opiniones de los clientes podemos mejorar ciertas áreas de la empresa.
Amenazas	FA	DA
<ul style="list-style-type: none"> • Costos elevados de insumos. • Falta de regulación de precios en el producto final. • Competencia agresiva • Rotación de personal 	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar alianzas estratégicas con proveedores que puedan ofrecernos seguir manteniendo nuestra calidad en nuestros productos. • Por medio de la experiencia en el rubro, podemos manejar mejor los costos de cada producto respecto a la necesidad del cliente. • Mejorar en los precios de nuestros productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener un mejor control de los insumos que se usan en cada área de trabajo. • Por medio de charlas de liderazgo se puede crear un vínculo empresa-empleado. • Crear nuevos niveles de calidad en nuestro producto, para poder así agregar un valor agregado para el cliente.

Fuente: Elaboración del autor. 2017

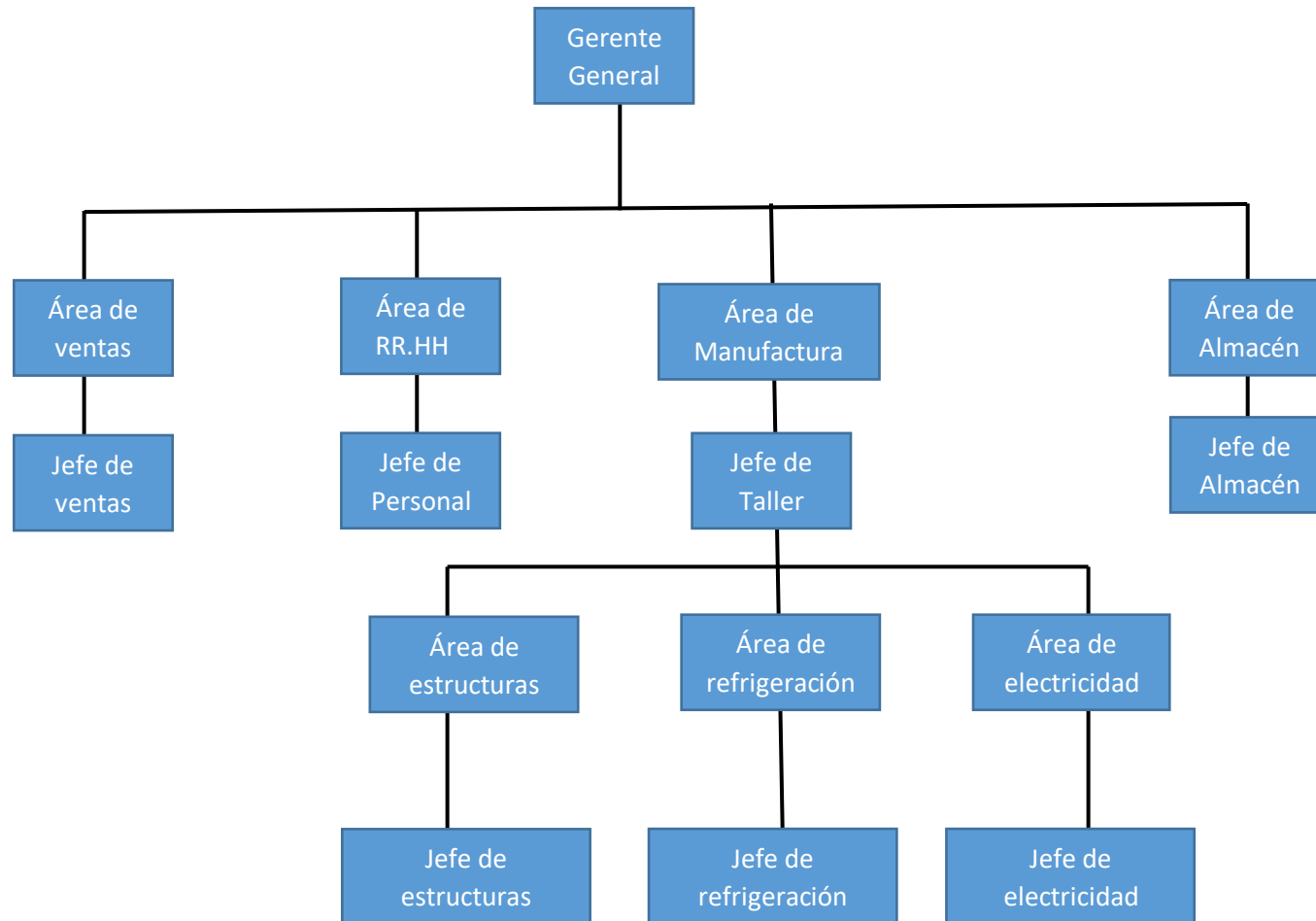


Figura 11. Flujograma de la empresa
Fuente: Elaboración del autor 2017

REGLAMENTOS DE INTERNOS DE LA EMPRESA

Su creación e implementación es de suma importancia en toda empresa, sea pequeña o grande, esto viene hacer unos de los documentos iniciales más importantes que todo empresario debe tener en cuenta. Este proceso ayuda a poder consolidar la relación entre la empresa y el trabajador, en base a una serie de normas que deben de acatarse en el área de trabajo, esto estará sustentando en base a reglamentos de ley que velen por el derecho al trabajador como también pueden formularse en coordinación entre los altos cargos de la empresa. Estos reglamentos puede ser aptos a cambiarse o mejorarse en su proceso de implementación.

Reglamento general:

- La hora de ingreso es de 9:00 am y la hora de salida es a las 6:00 pm, esto está indicado a todas las áreas de la empresa.
- La hora de almuerzo será de 1:30 pm a 2:30pm.
- Los días laborales en la empresa son de lunes a domingo, teniendo un día de descanso rotativo para el personal.
- Los sueldos al personal son mensuales.
- Está prohibido consumir bebidas alcohólicas, fumar en la hora de trabajo.
- De debe usar el uniforme designado en las diferentes área de trabajo.
- Usar los equipos con responsabilidad.
- Usar accesorios de seguridad cuando se vea oportuno.

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LA EMPRESA COLDFINOX SAC

PLAN OPERATIVO ANUAL

De enero a junio del 2018

Tabla 12. *Plan Operativo N° 01*

Descripción de la actividad	Periodo		Cronograma (Enero – Junio)						Responsable	Recursos Requeridos			Observaciones	
	Desde	Hasta	01	02	03	04	05	06		Humanos	Materiales	Financieros		
Hacer una reunión general para la presentación del manual de la competitividad, en donde se explicara la importancia y su planificación.	13/01/18	13/01/18	X							Área de Gerencia	Profesional especializado en competitividad empresarial	Proyector Laptop Micrófono Equipo de Sonido Alquiler del local Manuales a color Folletos Trípticos Coffe Break	S/18, 066	
Definición de estrategias aplicadas al manual con informal adicional actual.	03/02/18	10/02/18		X										

Fuente: Elaboración del autor 2017

Situación Presente: La empresa COLDFINOX SAC carece de conocimiento respecto a estrategias actuales para su negocio, lo cual se le hace difícil el poder implementarlas o ponerlas en práctica.

Situación Futura: La empresa COLDFINOX SAC logro comprender la importancia de la existencia de herramientas de gestión que pueden ser usadas en su negocio, añadiendo así una mejor administración respecto a sus estrategias y objetivos que se quiere lograr en el proceso de implementación.

Tabla 13: *Plan Operativo N° 02*

Descripción de la actividad	Periodo		Cronograma (Enero – Junio)						Responsable	Recursos Requeridos			Observaciones
	Desde	Hasta	01	02	03	04	05	06		Humanos	Materiales	Financieros	
Realizar las organizaciones de capacitaciones y charlas necesarias en la empresa.	17/02/18	27/02/18		X					Área de Gerencia				
Capacitación de Lean Manufacturing Aplicar uso de herramientas (Check list y Hoja de verificación)	28/02/18	03/03/18		X	X				Área de Manufactura				
Capacitación de Diagrama de Ishikawa (Causa y efecto) Aplicar uso de herramienta (brainstorming)	05/03/18	10/03/18			X				Área de RR.HH	Profesional especializado en competitividad empresarial	Proyector Laptop Micrófono Equipo de Sonido Alquiler del local	S/33,015	
Capacitación de Benchmarking Aplicar herramienta (grafico de Pareto)	12/03/18	16/03/18			X				Área de Ventas		Manuales a color Folletos Trípticos Coffe Break		
Capacitación de la técnica del Océano Azul/Océano Rojo Aplicar uso de herramientas (lluvia de ideas y mapas conceptuales)	18/03/18	21/03/18			X				Área de RR.HH	Profesional especializado en Calidad empresarial			
Capacitación de la importancia de la cultura de la innovación Aplicar uso de herramientas(brainstorming y encuestas)	23/03/18	28/03/18			X				Área de Gerencia				

Situación Presente: La empresa COLDFINOX SAC presenta mucha motivación con la serie de temas a tratar en las capacitaciones, ya que estas estarán abordando temas conceptuales en donde se usaran herramientas administrativas para su mejor comprensión en las sesiones de capacitación con el público presente.

Situación Futura: La empresa COLDFINOX SAC entiende los conceptos y herramientas usados en las capacitaciones, siendo esto una ayuda que ellos pueden implementarlo en las distintas etapas de las áreas de la empresa. Cabe mencionar que esto les ayudara en poder tener un mejor manejo de los procesos que se den en el área de la empresa.

Tabla 11: *Plan Operativo 03*

Descripción de la actividad	Periodo		Cronograma (Enero – Junio)						Responsable	Recursos Requeridos			Observaciones
	Desde	Hasta	01	02	03	04	05	06		Humanos	Materiales	Financieros	
Implementar el uso de la cultura del lean Manufacturing (just in time) en el área de manufactura. Aplicar uso de herramientas (Check list, Hoja de verificación y evaluación)	01/04/18	31/05/18				X	X		Área de Gerencia	Profesional especializado en competitividad empresarial			
Implementar el uso del diagrama de Ishikawa (causa y efecto) en el área de Recursos Humanos. Aplicar el uso de herramientas (brainstorming)	01/06/18	15/06/18						X		Profesional especializado en calidad empresarial	Proyector Laptop Micrófono Equipo de Sonido	S/57,400	
Implementar el uso del Benchmarking y la técnica del Océano Azul/ Océano Rojo en el área de Ventas.	16/06/18	26/06/18						X			Alquiler del local		

<p>Aplicar el uso de herramientas (grafico de Pareto)</p> <p>Implementar capacitaciones (de liderazgo, como ser competitivo en tu entorno de trabajo e incentivar la creatividad en el área de trabajo) en el área de Recursos Humanos.</p> <p>Aplicar el uso de herramientas. (entrevistas, encuestas, reglamentos internos)</p>	27/05/18	30/06/18									X		<p>Profesional especializado en herramientas de calidad empresarial.</p>	<p>Manuales a color Folletos Trípticos Coffe Break</p>	
--	----------	----------	--	--	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--

Fuente: Elaboración del autor 2017

Situación Presente: La empresa COLDFINOX SAC pone mucho énfasis en la implementación de las herramientas brindadas a sus áreas correspondientes, al igual que el uso de herramientas para su correcta evaluación. Podemos mencionar el modelo de Check list (*tabla 12*) es de gran ayuda ya que gracias preguntas sencillas se puede indagar por distintos problemas que se puedan presentar.

Situación Futura: La empresa COLDFINOX SAC puedo poner en prácticas y en ejecución a largo plazo la mayoría de las herramientas brindadas, otorgándole una visión y una gestión más adecuada en las diferentes áreas de la empresa, otorgándole un mejor manejo desde la construcción de sus productos hasta el contacto con el cliente final.

Tabla 15. *Check List*

Lista de chequeo _____			
Control De Calidad De Productos Fabricados			
Ítems inspeccionados :		Fecha de inspección:	
Puntos chequeados: 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>		Inspector	
1.-Materiales Usados			
¿Los materiales usados están en buenas condiciones?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	N/A <input type="checkbox"/>
¿Se han recibido la cantidad solicitada?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	N/A <input type="checkbox"/>
Código del Material			
2.-Actividades realizadas			
¿Se siguieron los procedimientos establecidos?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	N/A <input type="checkbox"/>
¿Se usaron las verificaciones previas de los procesos?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	N/A <input type="checkbox"/>
¿Se registró cada proceso aplicado a la tarea?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	N/A <input type="checkbox"/>
3.-Problemas			
¿El producto final es conforme?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	N/A <input type="checkbox"/>
¿Se ha identificado algún problema al final del proceso?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	N/A <input type="checkbox"/>
Código de problema:			
4.-Tiempo de producción			
¿Se presentaron retrasos en la producción?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	N/A <input type="checkbox"/>
¿Las maquinas funcionaron correctamente?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	N/A <input type="checkbox"/>
Tiempo de duración de la jornada:			
5.-Entrega y logística			
¿El producto cuenta con fecha y código de entrega?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	N/A <input type="checkbox"/>
¿El producto cumplió con los requisitos del pedido?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	N/A <input type="checkbox"/>
Observación:			
6.-Clientes			
¿Se concretó la entrega del producto al cliente?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	N/A <input type="checkbox"/>
¿Existió algún reclamo o sugerencia del producto?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	N/A <input type="checkbox"/>
¿Se entregó la factura al cliente?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	N/A <input type="checkbox"/>
Observaciones Generales:			

Fuente: Elaboración del autor.

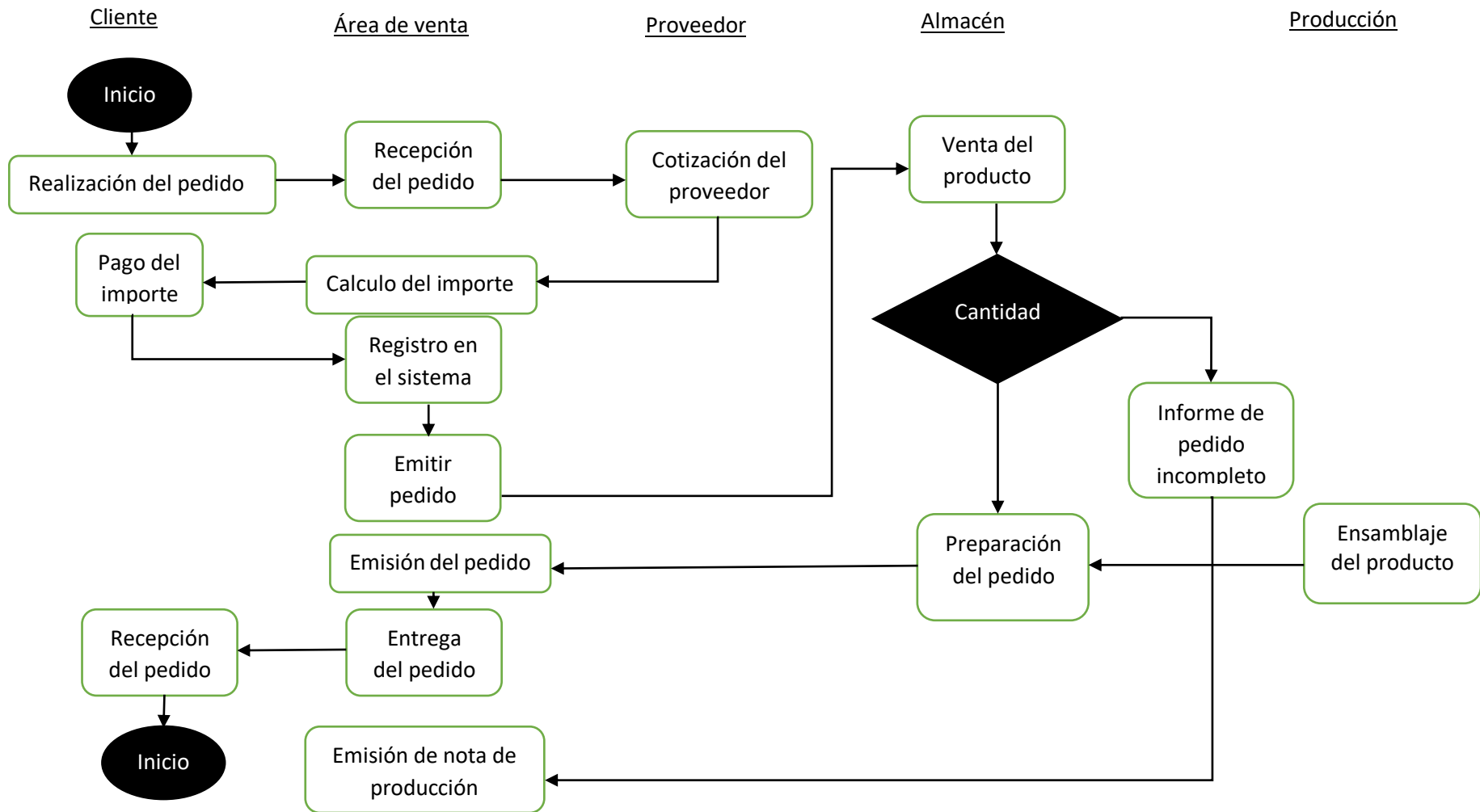


Figura 14. Flujograma del proceso de compra.

Fuente: Elaboración del autor, 2017



Figura 15. Esquema de las herramientas administrativas

Fuente: Elaboración del autor, 2017

5.5 Resultados Esperados

Luego de haber mencionado los puntos anteriores, la propuesta “Sé Competitivo” quiere lograr mejorar la competitividad ya presente en la empresa Coldfinox en un 15%, enfocado en la calidad total de sus productos y en la gestión del talento humano. Sabemos que este valor es poco, a comparación de otras empresas que disponen de más herramientas, pero tomando como sustento la situación económica por el cual el país hace unos meses sufrió desastres naturales por causa de la corriente del niño, ocasionando destrates en diferentes provincias, esto ocasiono que la económica calmara su ritmo, ocasionando tremendas perdidas monetarias.

Es así que como vemos en la imagen a continuación sobre el reporte del panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2017-2018 del Banco Central de Reserva del Perú,

RESUMEN DE LAS PROYECCIONES						
	2015	2016	2017 ^v		2018 ^v	
			RI Dic.16	RI Mar.17	RI Dic.16	RI Mar.17
Var. % real						
1. Producto bruto interno	3,3	3,9	4,3	3,5	4,2	4,1
2. Demanda interna	3,1	0,9	4,0	3,3	4,0	3,7
a. Consumo privado	3,4	3,4	3,5	3,1	4,0	3,4
b. Consumo público	9,8	-0,5	4,2	3,2	2,2	2,2
c. Inversión privada fija	-4,4	-6,1	5,0	2,5	5,0	5,3
d. Inversión pública	-7,3	-0,4	7,4	11,0	4,5	5,0
3. Exportaciones de bienes y servicios	3,5	9,7	4,7	4,2	4,6	5,0
4. Importaciones de bienes y servicios	2,5	-2,3	3,6	3,2	3,7	3,4
5. Crecimiento de nuestros socios comerciales	3,2	2,8	3,1	3,2	3,2	3,3
Nota:						
Brecha del producto ²² (%)	-1,5 ; -0,5	-1,5 ; 0,0	-1,0 ; 0,0	-1,5 ; 0,0	-0,5 ; 0,0	-1,0 ; 0,0
Var. %						
6. Inflación	4,4	3,2	2,0 - 2,5	2,0 - 2,5	2,0 - 2,2	2,0 - 2,2
7. Inflación esperada ²³	-	-	2,9	3,0	2,8	2,9
8. Depreciación esperada ²⁴	-	-	1,6	-1,5	1,4	1,7
9. Términos de intercambio ²⁵	-6,3	-0,8	3,9	5,4	-1,6	-1,6
a. Precios de exportación	-14,9	-3,8	7,3	10,0	-0,1	-0,2
b. Precios de importación	-9,2	-3,0	3,2	4,4	1,6	1,5

Figura 16. Resumen de las proyecciones macroeconómicas 2017-2018 del Banco Central de Reserva del Perú

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

Por medio de la figura 13, podemos observar que el producto bruto interno tendrá una tendencia al alza pasando de 3.5 a 4.2 para el año 2018, al igual que las exportaciones crecerán de 4.2 a 4.6, es así que analizando el panorama económico nacional, podemos ver como de bebemos actuar con miras al próximo año.

Ciertamente pueden existen otros factores que influyan en la competitividad de la empresa, esto solo se lograra identificar en el proceso de la implementación de las estrategias administrativas en la empresa. Esto es un proceso de cambio progresivo, en donde todas las estrategias cumplen un papel muy importante y en donde todas las áreas de la empresa están vinculadas desde el primer en donde se decida iniciar con el cambio.

Podemos añadir que estos cambios son de suma importancia al momento de evaluar la situación de la empresa en la actualidad, no solo ya que trae mejoras en los sistemas, sino también que ofrece ventajas y una evolución empresarial en su proceso como empresa. Cabe mencionar que su servicio de producción y ventas mejorarían dando así un mejor concepto de trabajo organizacional, en donde el cliente siendo este el ultimo usuario, se vería altamente beneficiado por la calidad final que representa el producto luego de nuevas mejoras en su control, dando así a la empresa Coldfinox un referente muy importante en su rubro con la competencias, en donde la competitividad e innovación en sus procesos sean una característica muy importante en la empresa.

5.6 Plan de actividades para las capacitaciones

Tabla 16. *Plan de actividades*

Actividad	Descripción	Tarea (lo que se debe hacer para lograr eso)	Cronograma	Responsables
Realizar las organizaciones de capacitaciones y charlas necesarias en la empresa.		Alquiler de una local de conferencia.		Área de Gerencia
Capacitación de Lean Manufacturing Aplicar uso de herramientas (Check list y Hoja de verificación)	Se mencionara una descripción de las actividades a realizar, seguido del uso de las herramientas para cada capacitación.	Exposición de presentación del documento		Área de Manufactura
Capacitación de Diagrama de Ishikawa (Causa y efecto) Aplicar uso de herramienta (brainstorming)	Se presentara el manual en formato físico el cual será entregado ya que esto ayudara de guía visual para los asistentes	Confirmación de la asistencia del personal Uso de herramientas audiovisuales (proyectores o PPT)	17 de Febrero del 2018 al 28 de marzo del 2018	Área de RR.HH
Capacitación de Bechmarking Aplicar herramienta (grafico de Pareto)		Rueda de preguntas Cofee Break para lao asistentes al final del evento		Área de Ventas
Capacitación de la técnica del Océano Azul/Océano Rojo				Área de RR.HH

Aplicar uso de herramientas (lluvia de ideas y mapas conceptuales)				
Capacitación de la importancia de la cultura de la innovación Aplicar uso de herramientas(brainstorming y encuestas)				Área de Gerencia

Fuente: Elaboración del autor, 2017

5.7 Evidencias (diseño de la maqueta, envases, embalajes, prototipo, etc.).


Se diseñara un plan operativo como pieza fundamental para la empresa, en donde esto se hará con la ayuda de unos especialistas en el rubro del negocio, dotándole de un enfoque más preciso en la organización de la empresa.

Se evaluara la implementación de las herramientas estratégicas mencionada , para poder analizar el grado de eficiencia y el de sus resultados, pudiendo así identificar nuevas fuentes de ventajas competitivas en la organización, seguido a esto se harán evaluación de liderazgo empresarial, para poder analizar el grado de gestión de talento humano en la empresa

5.8 Presupuesto

1. Presupuesto para la presentación del manual


Tabla 17. Descripción del presupuesto de la presentación del manual

			
Administrador Cesar Evanan Huancahuari Dirección: Plaza Ramón Castilla N°033 - Lima Teléfono 998312660 975231031 e-mail: inrefricar_union_3@hotmail.com ,cesar_evanan@hotmail.com			
	Unidad	Costo	Total
Actividades			
Presentación del manual de la competitividad empresarial a los dueños de la empresa y trabajadores	1	S/. 500	S/. 500
Explicación de la importancia de la competitividad plasmada en el manual para la empresa.	1	S/. 500	S/. 500
Planificar el uso del manual en la empresa	1	S/. 500	S/. 500
Taller de análisis de la empresa y del FODA	1	S/. 350	S/. 350
Definir las estrategias aplicadas en el manual	1	S/. 500	S/. 500
Taller informativo sobre el contenido del manual	1	S/. 250	S/. 250
Proporcionar información adicional al manual	1	S/. 250	S/. 250
Proyector			
Proyector	4	S/. 450	S/. 1,800
Laptop	4	S/. 1,500	S/. 6,000
micrófono	4	S/. 50	S/. 200
Equipo de sonido	4	S/. 350	S/. 1,400
Especialista			
Especialista en Competitividad empresarial	5	S/. 1,000	S/. 5,000
Local			
Alquiler	4	S/. 500	S/. 2,000
Impresiones de folletos			
Manual	60	S/. 45.00	S/. 2,700
Folletos	60	S/. 3.00	S/. 180
Trípticos	45	S/. 2.00	S/. 90
Alimentación			
Coffe break (para 15 personas)	3	S/. 450	S/. 1,350
Subtotal			S/. 18,066

Fuente: Elaboración del autor, 2017

1. Presentación de las herramientas a usar en el manual


Tabla 18. *Presentación de las herramientas a usar en el manual*

			
Administrador Cesar Evanan Huancahuari Teléfono 998312660			
Dirección: Plaza Ramón Castilla N°033 - Lima e-mail: inrefricar_union_3@hotmail.com ,cesar_evanan@hotmail.com			
	Unidad	Costo	Total
Actividades			
Presentación de las herramientas a usar en el manual	1	S/. 500	S/. 500
Hacer una charla sobre la herramienta Lean Manufacturing	1	S/. 500	S/. 500
Hacer una charla sobre el Diagrama de Ishikawa	1	S/. 500	S/. 500
Hacer una charla sobre el Benchmarking	1	S/. 500	S/. 500
Explicación e interpretación de la técnica Océano Azul/ Océano Rojo	1	S/. 800	S/. 800
Charla sobre la importancia de las herramientas administrativas aplicadas al negocio y al estilo de vida de las personas.	1	S/. 750	S/. 750
Proyector	6	S/. 450	S/. 2,700
Laptop	6	S/. 1,500	S/. 9,000
micrófono	6	S/. 50	S/. 300
Equipo de sonido	6	S/. 350	S/. 2,100
Especialista			
Especialista en Competitividad empresarial	2	S/. 1,000	S/. 2,000
Especialista en Calidad empresarial	4	S/. 1,500	S/. 6,000
Local			
Alquiler	6	S/. 500	S/. 3,000
Impresiones de folletos			
Manual	0	S/. 45.00	S/. 0
Folletos	45	S/. 5.00	S/. 225
Trípticos	45	S/. 2.00	S/. 90
Manual de Juegos	60	S/. 30.00	S/. 1,800
Alimentación			
Coffe break (para 15 personas)	5	S/. 450	S/. 2,250
	Subtotal		S/. 33,015

Fuente: Elaboración del autor, 2017

2. Capacitación sobre la importancia de la cultura de la innovación

Tabla 19. Capacitación sobre la importancia de la cultura de la innovación

			
Administrador Cesar Evanan Huancahuari Teléfono 998312660			
Dirección: Plaza Ramón Castilla N°033 - Lima e-mail: inrefricar_union_3@hotmail.com ,cesar_evanan@hotmail.com			
	Unidad	Costo	Total
Actividades			
Capacitación sobre la importancia de la cultura de la innovación	1	S/. 750	S/. 750
Importancia de los talleres en la empresa	1	S/. 500	S/. 500
Implementar el uso del Lean Manufacturing	0	S/. 700	S/. 700
Evaluación de su aplicación en la empresa	4	S/. 500	S/. 2,000
Implementar el uso del diagrama de Ishikawa	1	S/. 700	S/. 700
Implementar el uso del Benchmarking	1	S/. 700	S/. 700
Taller en la aplicación de la técnica de Océano Azul/ Océano Rojo	1	S/. 850	S/. 850
Controlar la aplicación por medio de evaluaciones	1	S/. 500	S/. 500
Charla sobre el liderazgo en la innovación.	1	S/. 800	S/. 800
Charla sobre la organización de la innovación	1	S/. 500	S/. 500
Implementar Fechas especiales de la competitividad en la empresa	1	S/. 400	S/. 400
Incentivar la creatividad en las áreas de la empresa	1	S/. 500	S/. 500
Diseñar valores competitivos para cada área	1	S/. 400	S/. 400
Promover medidas de flexibilidad laboral en la empresa	1	S/. 500	S/. 500
Programar reuniones mensuales con los trabajadores	1	S/. 250	S/. 250
Evaluar mensualmente a los trabajadores	1	S/. 350	S/. 350
Diseñar nuevas políticas más flexibles para la empresa	1	S/. 400	S/. 400
Premiar al mejor trabajador por su desempeño	1	S/. 500	S/. 500
Selección de un líder cada 3 o 6 meses	1	S/. 250	S/. 250
Proyector	10	S/. 450	S/. 4,500
Laptop	10	S/. 1,500	S/. 15,000
micrófono	10	S/. 50	S/. 500
Equipo de sonido	10	S/. 350	S/. 3,500
Especialista			
Especialista en Competitividad empresarial	7	S/. 1,000	S/. 7,000
Especialista en Calidad empresarial	1	S/. 1,500	S/. 1,500
Especialistas en herramientas de calidad empresarial	3	S/. 1,000	S/. 3,000
Local			
Alquiler	10	S/. 500	S/. 5,000
Impresiones de folletos			
Manual	0	S/. 45.00	S/. 0
Folletos	150	S/. 5.00	S/. 750
Trípticos	75	S/. 2.00	S/. 150
Manual de Juegos	0	S/. 30.00	S/. 0
Alimentación			
Coffe break (para 15 personas)	11	S/. 450	S/. 4,950
Subtotal			S/. 57,400

Fuente: Elaboración del autor, 2017

Presupuesto Total

Tabla 20. *Presupuesto Total de la propuesta*

Código	Actividad	Costo
1.0	Presentación del manual de la competitividad empresarial a los dueños de la empresa y trabajadores	S/. 5,543
1.1	Explicación de la importancia de la competitividad plasmada en el manual para la empresa.	S/. 5,513
1.2	Planificar el uso del manual en la empresa	S/. 5,893
1.3	Definir las estrategias aplicadas en el manual	S/. 4,600
1.4	Proporcionar información adicional al manual	S/. 2,030
2	Presentación de las herramientas a usar en el manual	S/. 4,455
2.1	Hacer una charla sobre la herramienta Lean Manufacturing	S/. 5,750
2.2	Hacer una charla sobre el Diagrama de Ishikawa	S/. 5,750
2.3	Hacer una charla sobre el Benchmarking	S/. 5,750
2.4	Explicación e interpretación de la técnica Océano Azul/ Océano Rojo	S/. 6,155
2.5	Charla sobre la importancia de las herramientas administrativas aplicadas al negocio y al estilo de vida de las personas.	S/. 5,155
3	Capacitación sobre la importancia de la cultura de la innovación	S/. 5,625
3.1	Implementar el uso del Lean Manufacturing	S/. 5,605
3.2	Implementar el uso del diagrama de Ishikawa	S/. 5,605
3.3	Implementar el uso del Benchmarking	S/. 5,605
3.4	Taller en la aplicación de la técnica de Océano Azul/ Océano Rojo	S/. 6,225
3.5	Charla sobre el liderazgo en la innovación.	S/. 5,205
3.6	Charla sobre la organización de la innovación	S/. 4,830
3.7	Implementar Fechas especiales de la competitividad en la empresa	S/. 4,775
3.8	Incentivar la creatividad en las áreas de la empresa	S/. 5,275
3.9	Promover medidas de flexibilidad laboral en la empresa	S/. 5,275
3.10	Premiar al mejor trabajador por su desempeño	S/. 2,275
		Subtotal S/. 112,894

Fuente: Elaboración del autor, 2017

5.9 Diagrama de Gantt/ Pert CPM

Índice De Actividades	Inicio	Fin	Duración (Horas)	Aplicación	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Abril
A	25/01/18	25/01/18	4	Diario						
B	03/02/18	10/02/18	4	Diario						
C	17/02/18	27/02/18	4	Diario						
D	28/02/18	03/03/18	4	Diario						
E	05/03/18	10/03/18	4	Diario						
F	12/03/18	16/03/18	4	Diario						
G	18/03/18	21/03/18	4	Diario						
H	23/03/18	28/03/18	4	Diario						
I	01/04/18	31/05/18	4	Diario						
J	01/06/18	15/06/18	4	Diario						
K	16/06/18	26/06/18	4	Diario						
L	27/06/18	30/06/18	4	Diario						

Figura17. Diagrama de Gantt/Pert CPM de la propuesta

Fuente: Elaboración del autor, 2017

5.10 Flujo de caja en un plazo de cinco años considerando tres escenarios

Escenario Optimista


		(Tasa de Crecimiento) de ingresos		10%		
		Promedio de ingresos 2015-2016		S/. 400,000		
		(Tasa de Crecimiento) de gastos		8%		
		Tasa de Costo de Oportunidad (COK)		10%		
		1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ingreso de Ventas		S/. 440,000	S/. 480,000	S/. 520,000	S/. 560,000	S/. 600,000
TOTAL DE INGRESOS		S/. 440,000	S/. 480,000	S/. 520,000	S/. 560,000	S/. 600,000
EGRESOS						
Costo de produccion		S/. 194,400	S/. 208,800	S/. 223,200	S/. 237,600	S/. 252,000
Gastos Administrativos		S/. 24,138	S/. 25,926	S/. 27,714	S/. 29,502	S/. 31,290
Gastos de Venta		S/. 10,260	S/. 11,020	S/. 11,780	S/. 12,540	S/. 13,300
Gastos varios		S/. 3,726	S/. 4,002	S/. 4,278	S/. 4,554	S/. 4,830
<i>Presentacion del manual de la competitividad</i>		S/. 25,465	S/. 27,352	S/. 29,238	S/. 31,124	S/. 33,011
<i>Presentacion de las herramientas a usar en el manual</i>		S/. 35,656	S/. 38,297	S/. 40,939	S/. 43,580	S/. 46,221
<i>Capacitacion sobre la importancias de las herramientas Adminsitrativas</i>		S/. 56,300	S/. 58,941	S/. 61,582	S/. 64,224	S/. 66,865
TOTAL DE EGRESOS		S/. 349,946	S/. 374,338	S/. 398,731	S/. 423,124	S/. 447,516
FLUJO DE CAJA		-S/. 112,894.00	S/. 90,054	S/. 105,662	S/. 136,876	S/. 152,484
VAN			S/. 335,577			

Figura 18. Escenario Optimista
Fuente: Elaboración del autor, 2017

Escenario Probable


		(Tasa de Crecimiento) de ingresos		6%		
		Promedio de ingresos 2015-2016		S/. 400,000		
		(Tasa de Crecimiento) de gastos		7.5%		
		Tasa de Costo de Oportunidad (COK)		10%		
		1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ingreso de Ventas		S/. 424,000	S/. 448,000	S/. 472,000	S/. 496,000	S/. 520,000
TOTAL DE INGRESOS		S/. 424,000	S/. 448,000	S/. 472,000	S/. 496,000	S/. 520,000
EGRESOS						
Costo de produccion		S/. 193,500	S/. 207,000	S/. 220,500	S/. 234,000	S/. 247,500
Gastos Administrativos		S/. 24,026	S/. 25,703	S/. 27,379	S/. 29,055	S/. 30,731
Gastos de Venta		S/. 10,213	S/. 10,925	S/. 11,638	S/. 12,350	S/. 13,063
Gastos varios		S/. 3,709	S/. 3,968	S/. 4,226	S/. 4,485	S/. 4,744
<i>Presentacion del manual de la competitividad</i>		S/. 25,347	S/. 27,116	S/. 28,884	S/. 30,653	S/. 32,421
<i>Presentacion de las herramientas a usar en el manual</i>		S/. 35,491	S/. 37,967	S/. 40,443	S/. 42,920	S/. 45,396
Capacitacion sobre la importancias de las herramientas		S/. 60,523	S/. 64,745	S/. 68,968	S/. 73,190	S/. 77,413
TOTAL DE EGRESOS		S/. 352,809	S/. 377,423	S/. 402,038	S/. 426,652	S/. 451,267
FLUJO DE CAJA		-S/. 112,894	S/. 71,191	S/. 69,962	S/. 69,348	S/. 68,733
VAN		S/. 152,761				

Figura 19. Escenario Probable

Fuente: Elaboración del autor, 2017

Escenario Pesimista


		(Tasa de Crecimiento) de ingresos		3%		
		Promedio de ingresos 2015-2016		S/. 400,000		
		(Tasa de Crecimiento) de gastos		7%		
		Tasa de Costo de Oportunidad (COK)		10%		
		1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ingreso de Ventas		S/. 412,000	S/. 424,000	S/. 436,000	S/. 448,000	S/. 460,000
TOTAL DE INGRESOS		S/. 412,000	S/. 424,000	S/. 436,000	S/. 448,000	S/. 460,000
EGRESOS						
Costo de produccion		S/. 192,600	S/. 205,200	S/. 217,800	S/. 230,400	S/. 243,000
Gastos Administrativos		S/. 23,915	S/. 25,479	S/. 27,044	S/. 28,608	S/. 30,173
Gastos de Venta		S/. 10,165	S/. 10,830	S/. 11,495	S/. 12,160	S/. 12,825
Gastos varios		S/. 3,692	S/. 3,933	S/. 4,175	S/. 4,416	S/. 4,658
<i>Presentacion del manual de la competitividad</i>		S/. 25,230	S/. 26,880	S/. 28,531	S/. 30,181	S/. 31,832
<i>Presentacion de las herramientas a usar en el manual</i>		S/. 35,326	S/. 37,637	S/. 39,948	S/. 42,259	S/. 44,570
<i>Capacitacion sobre la importancias de las herramientas Admsitrativas</i>		S/. 60,241	S/. 64,182	S/. 68,123	S/. 72,064	S/. 76,005
TOTAL DE EGRESOS		S/. 351,168	S/. 374,141	S/. 397,115	S/. 420,088	S/. 443,062
FLUJO DE CAJA		-S/. 112,894	S/. 60,832	S/. 49,859	S/. 38,885	S/. 27,912
VAN		S/. 42,410				

Figura 20. Escenario Pesimista

Fuente: Elaboración del autor, 2017

5.11 Viabilidad económica de la propuesta

Al momento de haber hecho la proyección con los diferentes tipos de escenario en la empresa, procedemos hacer la viabilidad económica de la propuesta, haciendo una comparación con el VAN (Valor Actual Neto) y el TIR (Tasa Interna de Retorno).

Tabla 21. *Escenario Optimista*

Escenario Optimista	
Tasa de ingreso	8%
Tasa de gasto	10%
VAN	S/.335,577
TIR	88%

Tabla 22. *Escenario Probable*

Escenario Probable	
Tasa de ingreso	6%
Tasa de gasto	7.5%
VAN	S/-.152,761
TIR	56%

Tabla 23. *Escenario Pesimista*

Escenario Pesimista	
Tasa de ingreso	3%
Tasa de gasto	7%
VAN	S/-.42,410
TIR	27%

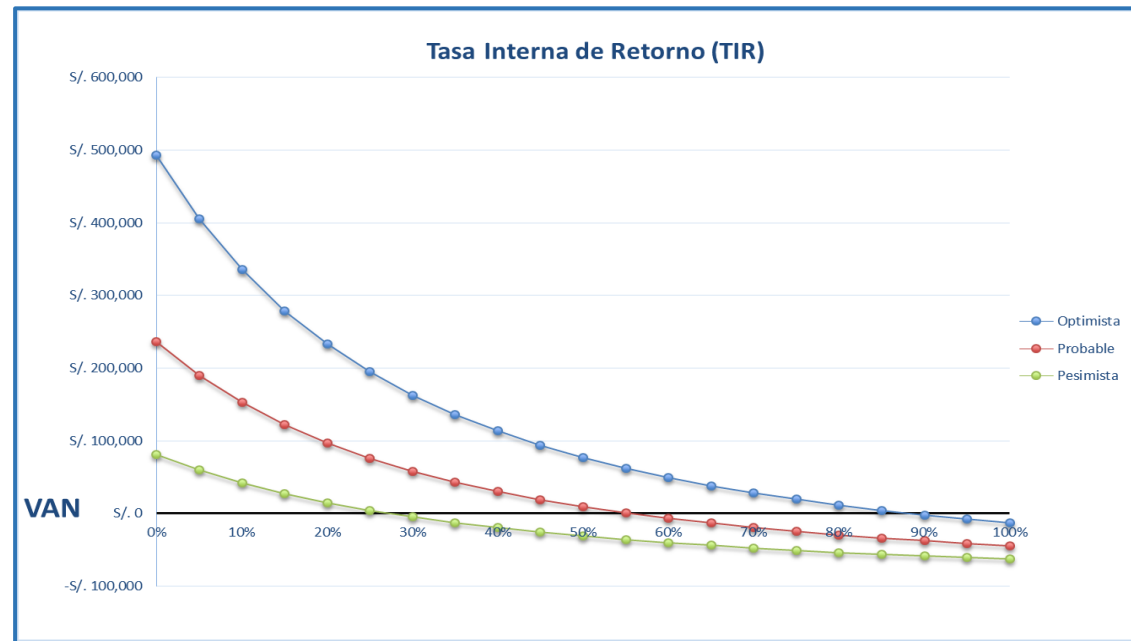


Fig. 21. Grafico del VAN y del TIR
Fuente: Elaboración del autor, 2017

Luego de analizar los cuadros de los distintos escenarios podemos mencionar que la empresa Coldfinox, está en la disponibilidad de aplicar las herramientas mencionadas, y también podemos ver en las tablas .32, 33y 34 la rentabilidad que da la presencia de cada escenario, algo muy importante para la toma de decisiones del empresario

5.12 Validación de la propuesta

La propuesta “Sé Competitivo” fue validada por el especialista en el rubro de gestión, el Licenciado José Picoaga Linares actual docente de la Universidad Privada Nolbert Wiener y el Gerente General de la empresa Coldfinox, el Sr. Cesar Evanan Huancahuari, una persona con más de 15 años de experiencia en el rubro .

CAPITULO VI
DISCUSIÓN

La presente tesis titulada Gestión de la Innovación para la competitividad empresarial de la empresa Coldfinox Lima, 2017 ha logrado finalizar correctamente el conjunto de proceso de la investigación y el de la propuesta de solución a los problemas que se ha presentado la empresa Coldfinox, la cual presentaba una falta de estructura organizacional como base en su empresa.

Se pudo analizar también factores claves que influían directamente al desempeño del negocio, la calidad del producto, el personal y las competencias fueron piezas claves para partir en soluciones para la empresa. Por medio de las teorías administrativas pudimos dar un enfoque general de cómo actuar ante la situación real de la empresa, cada teoría esta enlazada con la situación de la empresa, es así que pudimos identificar categorías (Innovación y Competitividad) y sub categorías (plan estratégico, diferenciación competitiva, administración por objetivos, calidad total, administración del talento humano y Benchmarking)

Las teorías administrativas, categorías y subcategorías, fueron herramientas muy importantes ya que así se pudo trazar un plan estratégico sustentando cada paso y cada actividad en el proceso. Los diagnósticos también tuvieron un papel determinante, al igual que las entrevistas y las encuestas, en donde se pudo tener una idea más amplia y detallada, desde los mismos protagonistas, clientes, gerente del rubro, con esto pudimos obtener las categorías emergentes, las cuales nos dieron más detalle en donde poder enfocarnos con más certeza para la propuesta.

La propuesta “Sé Competitivo” nace de la necesidad de mejorar la gestión de la empresa, llevándola a incentivar la innovación en todos sus procesos logrando así la competitividad,

es así que en la situación que se encuentra la empresa Coldfinox hemos considerado oportuno enfocarnos y fortalecer los conceptos de calidad total, la gestión del talento humano y el liderazgo en la empresa, como un eje para la lograr conseguir una visión más competitiva para la empresa.

Las empresas manufactureras siempre han tenido la necesidad de innovar en sus procesos, es así que (Monstes, Fernández, & Vázquez, 1997) menciona que la competitividad es el resultado de la comparativa entre empresas respecto a sus movimiento en mercados, en donde el producto, el precio y la calidad son factores importantes para poder diferenciar la ventaja presente en ello. Esto factores no solo se ven en los mercados sino que se se vuelven mas agresivos, es asi que el manual trata de ayudar a la empresa q tener una base mas solida en sus fortalezas.

En el contenido del manual estan presentes herramientas como el Lean Manufacturing, el diagrama de Ishikawa y el propio Benchmarking, esto enfocado en la mejora de los procesos de produccion, identificar errores y como solucionarlos, son estas herramientas enfocadas en la situacion de la empresa Coldfinox con el fin de su mejoramiento en el mercado.la importancia que tiene el producto final cunmple un papel muy importante en su rubro, es asi que el agregar la tecnica del oceáno azul/ oceáno rojo tiene el fin de ayudar tambien al empresario a poder tener una vision del negocio mas actualizada y mas precisa.

Los objetivos presentados en el estudio, vienen representar como el gerente debe actuar con la empresa, tomando en cuenta cada parte del proceso, en donde todo el personal

deba estar involucrado, al igual que las áreas de la empresa dándole así una seguridad en el logro de sus objetivos.

La calidad total y la gestión del Talento Humano son factores que tuvieron mucha importancia en la situación de la empresa, con valores de 62% y 64% de valor regular respectivamente, dan una idea de cómo se puede mejorar aun ese aspecto del negocio.

Las empresas saben muy bien cómo deben estar formadas para enfrentar el mercado competitivo, en donde la planeación estratégica cumple un papel importante, es así que la competitividad unida con la innovación se hace algo fácil de lograr a largo plazo teniendo un rumbo planificado.

Finalmente podemos agregar que la investigación enfocada en la competitividad teniendo como problema la falta de innovación hace un enfoque en la calidad total, la gestión del talento humano y el benchmarking como herramientas necesarias para su implementación en la empresa y poder solucionar las deficiencias que presenta, estas herramientas no son absolutas pudiendo cambiar con el tipo de escenario que pueda afrontar la empresa, es así que tomando en cuenta este enfoque, la empresa puede lograr mejorar su falta de competitividad y hacer mejor todos sus servicios, logrando brindar al cliente un producto distinto con un valor agregado que será la innovación.

CAPITULO VII
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

7.1 Conclusiones

Primero: Se identificó que la empresa Coldfinox carece de estrategias administrativas que fomenten la innovación en sus procesos, ya que por medio de las entrevistas se pudo profundizar sobre los problemas que pasaba la empresa para mejorar su gestión ocasionándole una disminución en la fabricación y ventas de sus productos, viéndose reflejado en la falta de clientes .

Segundo: Con ayuda de la teorías administrativas se pudo lograr conceptualizar adecuadamente los conceptos respecto a innovación y competitividad ya que gracias a las categorías aprioristas y emergentes, se pudo lograr analizar e implementar estos conceptos, logrando así poder enfocarnos en plantear soluciones concretas con el problema.

Tercero: Se logró diseñar estrategias efectivas, reales y actualizadas gracias a las teorías administrativas que pueden mejorar la competitividad en sus procesos administrativos a la empresa Coldfinox. Esto nace en función a una serie de evaluaciones como encuestas y entrevistas, en donde se pudo identificar que el producto final y la gestión del personal son los factores más importantes que afectan a este rubro de negocio, y en donde las entrevistas también reflejaron la postura de los dueños de los negocios ante esta problemática.

Cuarto: Se pudo validar por medio de expertos las herramientas planteadas y el manual, ya que esto ayudaría a que la empresa Coldfinox tenga una mejor estructura administrativa fomentando la competitividad en base a las prácticas innovadoras,

como la selección de líderes de forma temporal, promoviendo así el buen clima laboral, como la práctica y la evaluación de los procesos de manufactura en la empresa evitando pérdidas y detectando errores que pueden ser prevenidos.

Quinto: Mediante un flujograma, esquematización de la propuesta (Plan operativo de innovación) se pudo evidenciar el fundamento de la propuesta, ya que así podemos tener un orden y una correcta evaluación de los procesos a ser aplicados en la empresa Coldfinox en donde estas herramientas pueden ser mejoradas con el paso del tiempo obteniendo así mejores resultados.

7.2 Sugerencias

Primero: Tener procesos Administrativos sólidos en la formación de la empresa es algo que se debe implementar en todo negocio, Coldfinox no es la excepción, y es que teniendo una buena estructura desde el área de ventas hasta la gerencia de la empresa, esto da una mayor formalidad en su proceso.

Segundo: Tener estrategias que ayuden a mejorar los proceso de elaboración del producto, implementando la innovación y competitividad, son piezas claves para poder fortalecer más la empresa con la competencia en donde los precios también cumplen un papel importante.

Tercero: El tener presente, la misión, visión de la empresa hacen que los objetivos que se planteen sea más posible de alcanzarlos, el tener presente una identidad empresarial en el rubro de mercado no solo le da a la empresa de una característica sino también le brinda ese valor agregado en la elaboración de sus productos, siendo así fácilmente caracterizado por los potenciales clientes.

Cuarto: practicar políticas de buena gestión empresarial son aspectos que deben tener en cuenta poder implementar logrando así bienestar social en la empresa, en donde los trabajadores se puedan sentir cómodos, viendo que su trabajo es valorado y recompensando.

CAPITULO VIII

REFERENCIAS

Referencias Bibliográficas

Accid. (2010). *Nuevas Tendencias en Management fundamentos y aplicaciones*. España: Sage.

Anaya Tejero, J. (2007). *Logística integral La Gestión operativa de la Empresa 3era edición*. España: Esic .

Audisio, N. (2006). *Gestión por beneficios*. Argentina: Brujas.

Barquero Corrales, A. (2005). *Administración de Recursos Humanos*. Costa Rica: Universidad estatal a distancia.

Belio Galindo , J. (2007). *Claves para gestionar precio, producto y demanda*. España: Wolters Kluwer.

Berumen, S. (2006). *Competitividad y Desarrollo Social*. España: ESIC.

Betz, F. (2011). *Managing Techological Innovation Competitive Advantage from Change*. En F. Betz, *Managing Techological Innovation Competitive Advantage from Change* (pág. 161). Canada: Wiley.

Calderon Hernandez, G., y Castaño Duque, G. (2005). *Investigacion en administracion en America Latina: Evolución y Resultados*. Colombia: Edigraficas.

Chiavenato, I. (2000). *Administracion de Recursos Humanos quinta edicion*. Colombia: McGrawHill.

Chiavenato, I. (2014). *Introduccion a la teoria general de Administracion*. Mexico: McGrawHill Education.

Chiavenato, I. (2014). *Introduccion a la Teoria General de la Administracion*. Mexico: MxGrawHill Education.

Chiavenato, I. (2014). *Introduccion de la Teoria General de la Administracion*. Mexico: McGrawHill Education.

Chiavenato, I. (2014). *Introduccion la Teoria General de la Administracion*. Mexico: McGrawHill Education.

Chiavenato, I. (2014). *Introduccion la Teoria General de la Administracion*. Mexico: McGrawHill Education.

Clegg, B. (2000). *Motivacion al Instante*. Mexico: Granica.

Cuatrecasas Arbós, L. (2012). Gestión de la calidad total. En L. Cuatrecasas Arbós, *Gestión de la calidad total*. (pág. 578). Madrid: Diaz de Santo.

Cuatrecasas Arbós, L. (2012). *La produccion , procesos relacion entre productos y procesos*. MAdrid: Diaz de Santos.

Dalton Ed D, M., G Hoyle, D., y Watts Sphr, M. (2007). *Relacion Huamanas 3era edicion*. En M. Dalton Ed D, D. G Hoyle, & M. W. Watts Sphr, *Relacion Huamanas 3era edicion* (pág. 8). Mexico: Thomson.

Dalton, Hoyle, & Watts. (2006). *Relaciones Humanas tercera edición*. En Dalton, Hoyle, & Watts, *Relaciones Humanas tercera edición* (pág. 66). Mexico: Thomson.

Denton, K. (1991). *Calidad en el servicio de los clientes*. España: Diaz de Santos.

Diaz. (2012). La gobernanca y los sistemas regionales de innovación. *Estudios Generales Journal of Managementand Economics for Iberoamerica*, 37.

Diaz, Drapkin, Garcia , y Povill. (2017). *La empresa total*. Barcelona : PROFIT.

- Dodgson, M., Gann, D., y Phillips, N. (2014). *The Oxford Handbook of Innovation Management*. United Kingdom: Oxford University Press.
- Dutka, A. (1998). *Manual de AMA para la satisfaccion del cliente*. España: Granica.
- E. Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. España: Desuto.
- Ena Ventura, B., Delgado González, S., y Ena Ventura, T. (2006). *Gestion Administrativa de Personal*. España: Internacional Thonsom Editores Paraninfo.
- Ezquer Matallana, F., y Castellano Delgado, J. (2010). *"BIG TO SMALL" Las Estrategias de las grandes corporaciones al alcance de la mediana empresa*. España: Netbiblo.
- Fernzadez Isoird, C. (2004). *Comportamiento Estrategico*. Madrid: Diaz de Santos.
- Fred R, D. (2013). Conceptos de Administración Estratégica. En D. Fred R, *Conceptos de Administración Estratégica* (pág. 121). Mexico: Pearson.
- Fred R, D. (2013). Conceptos de Administración Estratégica. En D. Fred R, *Conceptos de Administración Estratégica* (pág. 121). Mexico: Pearson.
- Fred R, D. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. Mexico: Pearson.
- Garcia. (1994). *Introduccion a la Economia de la Empresa*. Madrid: Diaz de Santos.
- García Jimenez, J. (1998). *La Comunicación Interna*. España: Diaz de Santos.
- Garzón . (2005). *El Desarrollo Organizacional y el cambio plnaneado*. Bogotá: Centro Editorial Universidad del Rosario.
- Garzón. (2005). *Desarrollo Organizacional y Cambio Planeado*. Bogota: Centro Editorial Universidad del Rosario.

- Garzón. (2005). *El Desarrollo Organizacional y el cambio planeado*. Bogota: Centro Editorial Universidad del Rosario.
- Guajardo. (2003). *Calidad Total*. Mexico : Pax Mexico.
- Hamilton Wilson, M., y Pezo Paredes, A. (2005). *Formulación y Evaluación de proyectos tecnologicos empresariales aplicados*. Bogota: Quebecor World.
- Hernández Sampieri, C., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodologia de la investigacion 4ta edición*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernández Blázquez, B. (2001). Técnicas estadísticas de la investigación social. En B. Hernández Blázquez, *Técnicas estadísticas de la investigación social* (pág. 127). España: Dias de Santo.
- Hernández Sampieri, C., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). Metodologia de la investigacion. En R. Hernandez Sampieri, *Metodologia de la investigacion* (pág. 222). Mexico: Mc Graw-Hill.
- Hernández Sampieri, C., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación 4ta Edición*. Mexico: McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, C., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación 4ta Edición*. Mexico: McGraw-Hill.
- Hurtado Barrera. (2000). Metodologia de la investigacion holistica. En J. Hurtado de Barrera, *Metodologia de la investigacion holistica* (pág. 11). Caracas: Sypal.
- Hurtado de Barrera, J. (2000). Metodologia de la investigacion holistica. En J. Hurtado de Barrera, *Metodologia de la investigacion holistica* (pág. 326). Caracas: Sypal.

- Idalberto, C. (2014). Introducción a la teoría general de la administración. En C. Idalberto, *Introducción a la teoría general de la administración* (pág. 113). Mexico: McGraw-Hill.
- Jaramillo. (1999). *Competitividad 3ed.* Quito: Abya-Yala.
- Jiménez Castro, W. (2003). Evolución del pensamiento administrativo en la educación costarricense. En W. Jiménez Castro, *Evolución del pensamiento administrativo en la educación costarricense* (pág. 50). Costarica: Euned.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing sexta edición.* Mexico: PEARSON.
- L. Ittner, P., G. Roberts, D., y F. Douds, A. (1999). Destrezas del consultor interno. En P. L. Ittner, D. G. Roberts, & A. F. Douds, *Destrezas del consultor interno* (pág. 5). Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- López Trujillo, M., & Correa Ospina, J. (2007). *Planeación estratégica de tecnologías informáticas y sistemas de información.* Colombia: Universidad de Caldas.
- Luna Gonzáles, A. (2015). Proceso Administrativo. En A. C. Luna Gonzáles, *Proceso Administrativo* (pág. 132). Mexico: Patria.
- Luna Gonzales, A. (2016). Plan estratégico de negocios. En A. C. Luna Gonzales, *Plan estratégico de negocios* (pág. 83). Mexico: Patria.
- Luna Rodriguez, R., & Pezo Paredes, A. (2005). Cultura de la innovación y gestión tecnológica para el desarrollo de los pueblos. En R. Luna Rodriguez, & A. Pezo Paredes, *Cultura de la innovación y gestión tecnológica para el desarrollo de los pueblos* (pág. 25). Colombia: Andres vello.

- Luna Rodriguez, R., & Pezo Paredes, A. (2005). Cultura de la Innovacion y la Gestion Tecnologica para el desarrollo de los pueblos. En R. Luna Rodriguez, & A. Pezo Paredes, *Cultura de la Innovacion y la Gestion Tecnologica para el desarrollo de los pueblos* (pág. 25). Colombia : Andres Bello.
- M. Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. En M. M. Gómez, *Introducción a la metodología de la investigación científica* (pág. 111). Argentina : Brujas.
- Martinez Guillen, D. (2012). *La Gestión Empresarial*. Madrid: Diaz de Santos.
- Mendoza. (Miercoles de Mayo de 2017). *Gestión*. Obtenido de Gestión:
<https://gestion.pe/empresas/55-empresas-familiares-peru-tiene-plan-sucesion-establecido-2188807>
- Mendoza Roca, C. (2004). *Presupuesto para empresas de manufactura*. Colombia: Uninorte.
- Monstes Peon, J., Fernández Sánchez, E., & Vázquez Ordás, C. (1997). *Competitividad de le empresa un enfoque basado en la teroia de recursos*. España: Spa.
- Moreno B, G. (2000). Introducción a la Metodologia. En G. Moreno B, *Introducción a la Metodologia* (pág. 41). Mexico: Progreso.
- Moreno B, G. (2000). Introducción a la metodologia de la investigación educativa II. En G. Moreno B, *Introducción a la metodologia de la investigación educativa II* (pág. 41). Guadalupe: Progreso.
- Muñoz López, A. (2008). El mundo de las empresas de las pymes y a las unimundiales. En A. Muñoz López, *El mundo de las empresas de las pymes y a las unimundiales* (pág. 7). España: Diaz de Santos.

- Ordoñez Puime, A., Piñeiro Di Blasi, J., y Crespo, R. (2013). *Control de la Calidad del Producto Semi elaborado*. Malaga: IC Editorial.
- P. Robbins, S., & Coulter, M. (2010). *Administración*. Mexico: Prentice Hall.
- P. Schnaars, S. (1991). *Estrategias de Marketing*. España: Diaz de Santos.
- P. Robbins, S. (1998). *Fundamentos de Comportamiento Organizacional quinta edición*. Mexico: PRENTICE-HALL HISPANOAMERICA.
- P. Robbins, S. (2004). Comportamiento Organizacional. En S. P. Robbins, *Comportamiento Organizacional* (pág. 157). Mexico: Pearson Educacion.
- Paniagua. (2005). *Principales Escuelas del Pensamiento Administrativo*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia San Jose.
- Podmoroff, D. (2005). *How to Hire, Train and Keep the Best Employees for Your Small Business*. United States: Atlantic Publishing Group.
- Porret Gelabert, M. (2010). *Gestión de Personas*. España: ESIC.
- Ramirez Cardona, C., y Del Pilar Ramirez, M. (2016). *Fundamentos de Administración*. Bogota : Ecoe Ediciones.
- Rey Sacristán, F. (2001). *Mantenimiento total de la producción TPM Proceso de Implantación y Desarrollo*. España: FC.
- Reyes Ponce, A. (2005). *Administración por objetivos*. Mexico: Limusa.
- Rivera Camino, J. (2012). *Dirección de Marketing : fundamentos y aplicaciones*. Madrid: ESIC.
- Rodriguez Mansilla, D. (1996). *Gestión Organizacional*. Mexico: Plaza y Valdés .

- Rodriguez Valencia, J. (2010). *Administracion de pequeñas y medianas empresas sexta edición*. Mexico: Cengage Learning.
- Rosa Díaz, I., Rondán Cataluña, F., y Díez de Castro, E. (2013). *Gestión de Precios*. Madrid: Esic.
- Sallevane, J. (2002). *El Gerente General*. Bogota: Norma.
- Santos, D. d. (1996). *Gestion y Motivacion Personal*. España: Diaz de Santos.
- Varo. (1994). *Gestio estrategica de la calidad en los servicios sanitarios*. España: Diaz de Santos.
- Vélez Bedoya, Á. (2007). *Los Clasicos de la Gerencia*. Bogota: Editorial Universidad del Rosario.
- Wayne Mondey , R., y M . Noe, R. (2005). *Administración de Recursos Humanos 9vena Edición*. Mexico: PEARSON.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de la investigación

Título de la Investigación: Gestión de la innovación para la competitividad empresarial de la empresa Coldfinox Lima, 2017

Planteamiento de la Investigación	Objetivos	Justificación Metodológica
Formulación del problema. ¿Cómo mejorar la competitividad empresarial de la empresa Coldfinox Lima, 2017?	Objetivo general	<p>Para la tesis se está usando una metodología de investigación de tipo holístico –proyectivo, nos enfocamos de forma macro en todos los factores que intervienen en el proceso de estudio, para lograr proponer una mejor alternativa en gestión para la empresa. La investigación holística ayudara de obtener una mejora continua en el proceso de su implementación, teniendo mejoras y nuevas alternativas que puedan surgir en el camino a su implementación.</p> <p>Practica: Esta propuesta quiere de la mejorar la situación administrativa de la empresa dándole una base de donde poder crecer y conseguir sus objetivos a largo plazo, son pocas las empresas de este rubro que tienen una planificación estratégica de su negocio lo cual hace que lo limite</p>
	Formular una propuesta de gestión de la innovación para la competitividad empresarial de la empresa Coldfinox Lima, 2017	
	Objetivos específicos	
	Diagnosticar las estrategias actuales necesarias para mejorar la competitividad respecto a la competencia.	
	Conceptualizar la gestión de la innovación y la competitividad así como otras categorías apriorísticas y emergentes	
Diseñar estrategias efectivas reales que pueda ayudar a mejorar la competitividad.		
Validar los instrumentos de evaluación de diagnóstico y la propuesta a través de juicio de expertos.		
Evidenciar mediante un flujograma la propuesta del plan estratégico		
Metodología		
Sintagma y enfoque	Diseño	Método e instrumentos
Holístico -Mixto	Proyectiva	Método cualitativo ,cuantitativo Encuestas y Entrevistas

Anexo 2: Matriz metodológica de categorización 4

Objetivo general	Objetivos específicos	Categorías	Sub Categorías	Unidad de análisis	Técnicas	Instrumentos
Formular una propuesta de gestión de la innovación para la competitividad empresarial de la empresa Coldfinox Lima, 2017	Diagnosticar las estrategias actuales necesarias para mejorar la competitividad respecto a la competencia	Gestión de la Innovación	Plan estratégico Ventaja Competitiva Administración por objetivos	Dueños de empresas del rubro Ingeniero con experiencia en ese rubro	Entrevista	Cuestionario
	Conceptualizar la gestión de la innovación y la competitividad así como otras categorías apriorísticas y emergentes					
	Diseñar estrategias efectivas reales que pueda ayudar a mejorar la competitividad	Competitividad	Calidad Total Administración de RRHH Benchmarking	Clientes	Encuesta	Encuesta
	Validar los instrumentos de evaluación de diagnóstico y la propuesta a través de juicio de expertos.					
	Evidenciar mediante un flujograma la propuesta del plan estratégico					

Anexo 3: Instrumento cuantitativo

ENCUESTA DE GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LA EMPRESA COLDFINOXS.A LIMA, 2017

Nombre:
Edad:
Sexo:

Instrucciones: En el siguiente grupo de declaraciones se refiere a lo que usted piensa Sobre la empresa COLDFINOX. Para cada declaración señale, por favor hasta qué punto piensa que la empresa CORINSER debería tener las características descritas en cada Declaración.

Escala	Niveles		
	1	2	3
	A veces	Normalmente	Casi Siempre

Sub Categoría	Indicadores	Preguntas	Escala		
			1	2	3
Calidad Total	Percepción del Usuario	1. Cree usted que los materiales de última tecnología para la fabricación de los productos es importante para el cliente			
		2. Influye en su decisión de compra la infraestructura del lugar del establecimiento comercial.			
	Producto Final	3. Considera importante que el producto sea de alta calidad para mi decisión de compra			
	Precio	4. Usted como cliente busca un precio competitivo al momento de adquirir un producto			
		5. Para usted, considera que el precio es más importante que la calidad del producto			
Recursos Humanos	Grupo de Trabajo	6. Piensa que sea importante la presencia de un personal de alto cargo que supervise todas las funciones que se realiza en ella			
		7. Considera que el equipo de trabajo de una empresa es lo que decide el éxito de esta			
		8. Estima que las capacitaciones en las empresas deben ser constantes			
	Motivación Laboral	9. Piensa usted que sea importante para los trabajadores, que la empresa se preocupe por los objetivos individuales.			
		10. Considera usted que las empresas deben brindar incentivos a sus trabajadores para mejorar su desempeño y motivarlos			
Benchmarking	Benchmarking interno	11. Con relación al tiempo en la fabricación de los productos, considera usted que deben ser más cortos			
		12. Considera usted que las empresas deben mejorar constantemente en sus diversos procesos para ofrecer un mejor servicio al cliente			
	Benchmarking Competitivo	13. Considera los precios de la empresa que sean competitivos en el mercado.			
		14. Considera que existe una alta competencia en precios y calidad en este negocio			
	Evolución Empresarial	15. Considera usted que las empresas debe estar aptas mejorar sus servicios con el paso del tiempo			

Anexo 4: Fichas de validación del instrumento cuantitativo



CERTIFICADO DE VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Osmeiro Villos Bruno..... identificado con DNI Nro 43297584..... Especialista en Acreditación..... Actualmente laboro en Universidad Norbert Wiener Ubicado en Av. P.T. 20.2.1..... Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Coherencia: El ítem tiene relación lógica con el indicador y la dimensión/sub categoría.

Relevancia: El ítem es parte importante para medir el indicador y la dimensión/sub categoría.

Claridad: La redacción del ítem permitirá comprender a la unidad de análisis.

Suficiencia: La cantidad de ítems es suficiente para responder al indicador y la dimensión/sub categoría.

Nro	DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 1: Categoría CalidadTotal	Coherencia				Relevancia				Claridad				Suficiencia				Puntaje	Sugerencia
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Cree usted que los materiales de última tecnología para la fabricación de los productos es importante para el cliente				X				X				X				X	16	
2	Influye en su decisión de compra la infraestructura del lugar del establecimiento comercial.				X				X				X				X	16	
3	Considera importante que el producto sea de alta calidad para mi decisión de compra				X				X				X				X	16	
4	Usted como cliente busca un precio competitivo al momento de adquirir un producto				X				X				X				X	16	
5	Para usted, considera que el precio es mas importante que la calidad del producto				X				X				X				X	16	
DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 2: Recursos Humanos																			

2. Debe añadir ítems en la dimensión/sub categoría

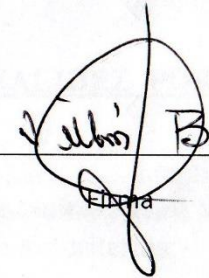
.....

3.

.....

.....

Es todo cuanto informo;

A handwritten signature in black ink, written over a horizontal line. The signature is stylized and appears to be 'J. Albo' followed by a flourish. To the right of the signature, there is a small square box containing the number '13'.



Universidad
Norbert Wiener

CERTIFICADO DE VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS

Yo, CARLOS AGUIRRE CARBATAL identificado con DNI Nro 43320110 Especialista en
ADMINISTRACION Actualmente laboro en UNIV. WIENER Ubicado en LIMA Procedo a revisar la
 correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Coherencia: El ítem tiene relación lógica con el indicador y la dimensión/sub categoría.

Relevancia: El ítem es parte importante para medir el indicador y la dimensión/sub categoría.

Claridad: La redacción del ítem permitirá comprender a la unidad de análisis.

Suficiencia: La cantidad de ítems es suficiente para responder al indicador y la dimensión/sub categoría.

Nro	DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 1: Categoría CalidadTotal	Coherencia				Relevancia				Claridad				Suficiencia				Puntaje	Sugerencias				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4						
1	Cree usted qué los materiales de última tecnología para la fabricación de los productos es importante para el cliente				X				X								X				X	11	
2	Influye en su decisión de compra la infraestructura del lugar del establecimiento comercial.			X				X					X				X				X	11	
3	Considera importante qué el producto sea de alta calidad para mi decisión de compra				X				X				X				X				X	15	
4	Usted como cliente busca un precio competitivo al momento de adquirir un producto			X					X				X				X				X	12	
5	Para usted, considera qué el precio es mas importante que la calidad del producto				X				X				X				X				X	13	
DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 2: Recursos Humanos																							

		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
6	Piensa que sea importante la presencia de un personal de alto cargo que supervise todas las funciones que se realiza en ella			X			X					X				X			11	
7	Considera que el equipo de trabajo de una empresa es lo que decide el éxito de esta			X			X					X				X			11	
8	Estima qué las capacitaciones en las empresas deben ser constantes				X			X				X				X			15	
9	Piensa usted que sea importante para los trabajadores, qué la empresa se preocupe por los objetivos individuales.				X			X				X				X			14	
10	Considera usted que las empresas deben brindar incentivos a sus trabajadores para mejorar su desempeño y motivarlos				X			X				X				X			15	
DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 3: Benchmarking																				
11	Con relación al tiempo en la fabricación de los productos, considera usted que deben ser mas cortos		X				X X					X				X			10	
12	Considera usted que las empresas deben mejorar constantemente en sus diversos procesos para ofrecer un mejor servicio al cliente				X		X					X				X			12	
13	Considera los precios de la empresa que sean competitivos en el mercado.		X				X					X				X			10	
14	Considera que existe una alta competencia en precios y calidad en este negocio		X				X					X				X			10	
15	Considera usted que las empresas debe estar aptas para mejorar sus servicios con el paso del tiempo				X		X					X				X			12	

(si el puntaje obtenido esta entre 1 y 2 el experto debe de sugerir los cambios).

Y después de la revisión opino que el instrumento Sí No debe de ser aplicado:

1. Debe de añadir Dimensión/sub categoría.....

2. Debe añadir ítems en la dimensión/sub categoría

.....

3.

.....

.....

Es todo cuanto informo;



CARDU AGUIRRE CARBATAL
Firma
DOCENTE



CERTIFICADO DE VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS

Yo, José Antonio Piroga Ruales identificado con DNI Nro. 03464256 Especialista en Administración Actualmente laboro en Un. N. Wiener Ubicado en Mr. P. T. 2021 Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Coherencia: El ítem tiene relación lógica con el indicador y la dimensión/sub categoría.

Relevancia: El ítem es parte importante para medir el indicador y la dimensión/sub categoría.

Claridad: La redacción del ítem permitirá comprender a la unidad de análisis.

Suficiencia: La cantidad de ítems es suficiente para responder al indicador y la dimensión/sub categoría.

Nro	DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 1: Categoría CalidadTotal	Coherencia				Relevancia				Claridad				Suficiencia				Puntaje	Sugerencias
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Cree usted qué los materiales de última tecnología para la fabricación de los productos es importante para el cliente				✓				✓				✓				✓	16	
2	Influye en su decisión de compra la infraestructura del lugar del establecimiento comercial.				✓				✓				✓				✓	16	
3	Considera importante qué el producto sea de alta calidad para mi decisión de compra				✓				✓				✓				✓	16	
4	Usted como cliente busca un precio competitivo al momento de adquirir un producto				✓				✓				✓				✓	16	
5	Para usted, considera qué el precio es mas importante que la calidad del producto				✓				✓				✓				✓	16	
DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 2: Recursos Humanos																			

6	Piensa que sea importante la presencia de un personal de alto cargo que supervise todas las funciones que se realiza en ella					✓					✓				✓			✓	16
7	Considera que el equipo de trabajo de una empresa es lo que decide el éxito de esta					✓					✓				✓			✓	16
8	Estima qué las capacitaciones en las empresas deben ser constantes					✓					✓				✓			✓	16
9	Piensa usted que sea importante para los trabajadores, qué la empresa se preocupe por los objetivos individuales.					✓					✓				✓			✓	16
10	Considera usted que las empresas deben brindar incentivos a sus trabajadores para mejorar su desempeño y motivarlos					✓					✓				✓			✓	16
DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 3: Benchmarking																			
11	Con relación al tiempo en la fabricación de los productos, considera usted que deben ser mas cortos					✓					✓				✓			✓	16
12	Considera usted que las empresas deben mejorar constantemente en sus diversos procesos para ofrecer un mejor servicio al cliente					✓					✓				✓			✓	16
13	Considera los precios de la empresa que sean competitivos en el mercado.					✓					✓				✓			✓	16
14	Considera que existe una alta competencia en precios y calidad en este negocio					✓					✓				✓			✓	16
15	Considera usted que las empresas debe estar aptas mejorar sus servicios con el paso del tiempo					✓					✓				✓			✓	16
<p>(si el puntaje obtenido esta entre 1 y 2 el experto debe de sugerir los cambios).</p> <p>Y después de la revisión opino que el instrumento <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No debe de ser aplicado:</p> <p>1. Debe de añadir Dimensión/sub categoría.....</p>																			

2. Debe añadir ítems en la dimensión/sub categoría

3. *Si cumple*

Es todo cuanto informo;

[Handwritten signature]

Firma

Anexo 5: Fichas de validación de la propuesta

Anexo 2. Ficha de validez de la propuesta

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: Gestión de la Innovación para la competitividad Empresarial de la empresa Coldjinox SAC. Lim
 Nombre de la propuesta: Se Competitivo

Yo José Antonio Picoaga Linares identificado con DNI Nro 07464286 Especialista en Administración
 Actualmente laboro en Un. Nueva Ubicado en M. P.T. 2021 Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.
Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.
Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

Nº	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	✓		✓		✓			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	✓		✓		✓			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	✓		✓		✓			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación aplicada proyectiva	✓		✓		✓			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	✓		✓		✓			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	✓		✓		✓			
7	La propuesta tiene un plan de acción e intervención bien detallado	✓		✓		✓			
8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	✓		✓		✓			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	✓		✓		✓			

10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	X							
----	---	---	--	--	--	--	--	--	--

Y después de la revisión opino que:

1.
2.
3.

Es todo cuanto informo;


Firma

Anexo 2. Ficha de validez de la propuesta

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: Gestión de la Innovación para la competitividad Empresarial de la empresa Coldfinox SAC. Lim
 Nombre de la propuesta: Se. Competitivo

Yo, José Antonio Picoaga Linares identificado con DNI Nro 07464286 Especialista en Administración Actualmente laboro en Un. Nueva Ubicado en M. P. 2021 Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

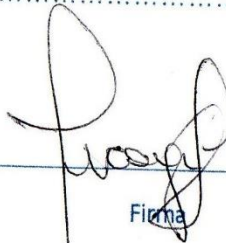
Nº	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	✓		✓		✓			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	✓		✓		✓			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	✓		✓		✓			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación aplicada proyectiva	✓		✓		✓			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	✓		✓		✓			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	✓		✓		✓			
7	La propuesta tiene un plan de acción e intervención bien detallado	✓		✓		✓			
8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	✓		✓		✓			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	✓		✓		✓			

10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito									
----	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Y después de la revisión opino que:

- 1. Si cumple
- 2.
- 3.

Es todo cuanto informo;


Firma

Anexo 6: Evidencia de la visita a la empresa









Anexo 7: Implementación de la propuesta

IMPLEMENTACION DE HERRAMIENTAS DE LEAN MANUFACTURING EN LA EMPRESA COLDFINOX SAC

Las mypes presentan siempre muchos retos cuando quieren entrar al mercado nacional, problemas burocráticos, económicos o de personal especializado son algunos de los obstáculos se enfrentan día a día, la empresa COLDFINOX SAC pertenece a este grupo empresarial de gente emprendedora en poder querer salir adelante, gracias a la experiencia adquirida en su giro de su negocio enfocado a la construcción, venta y mantenimientos de productos de refrigeración y calor industrial.

Las herramientas que se quieren implementar en esta ocasión forma parten de Lean Manufacturing, una técnica en la cual muchas empresas ya están aplicando en sus procesos en la construcción de sus productos, es por eso que se ha optado por escoger algunas herramientas específicas que forman parte de este proceso.

Objetivos del Lean Manufacturing

Para el giro del negocio de la empresa COLDFINOX SAC nos vamos a enfocar en lo siguiente:

1. Control de la producción
2. Descripción de los procesos
3. Aplicar un Mejora continua (Just in Time)

Costo:

Tabla 24. Lean Manufacturing costo

Herramientas	Costo	Duración
Lean Manufacturing	S/. 5,605	12 meses

Fuente: Elaboración del autor, 2017

El costo mensual es de S/ 467,08 el cual equivale a un 8.33% del monto total siendo esta cantidad considerable para su posterior implementación y evitar que tenga un gran impacto en la contabilidad de la empresa.

Costo de la producción:

La empresa COLDFINOX SAC, para su adecuado funcionamiento y logrando alcanzar la competitividad frente a su competencia es de mucha importancia el buen manejo de los costos ante cada proyecto que se va a llevar implementar.

Tabla 25. Estimación del costo de 4 proyectos

Estimación del costo de 4 proyecto (mensuales)	
Costo Primo	S/.10,000
MOD	S/.11,200
CIF	S/.1,480
Total	S/.22,640

Fuente: Elaboración del autor, 2017

De esta manera podemos ver que el costo total de la producción de 4 proyectos (equipos) rondando los S/.2, 500 a los S/.8, 000 es de un total de S/.22, 640. Cabe añadir que el valor del producto es variable dependiendo en mucho de los requisitos del cliente.

Tabla 26. Estimación de la ganancia de 4 proyectos

Estimación de la ganancia de 4 proyecto (mensuales)	
Ingreso de ventas	S/.26,000
Total (-)	S/.22,680
Ganancia	S/.3,320

Fuente: Elaboración del autor, 2017

Es así que de esta manera podemos ver que las ganancias mensuales por 4 proyectos que se hagan en un mes son de alrededor de **S/.3, 320**.

1. Control de la producción:

Las pequeñas empresas carecen de herramientas que ayuden en su organización, el tener un buen esquema de trabajo en este caso, el control de la producción, compra de insumos, materiales. Etc., es de mucha importancia tener un registro de ello, es así que las empresas suelen tener insumos de más convirtiéndose eso en pérdida, algo que al empresario por corto tiempo no ve importante y necesario implementar.

En el área de taller, en donde se arma y diseñan los productos a los clientes, está encargado de 3 grupos de trabajo los cuales están conformados por:

- Técnicos estructurales (6 personas)
- Técnicos de refrigeración (6 personas)
- Técnicos electricistas (2 personas)

2. Descripción de Procesos:

- Área de estructuras

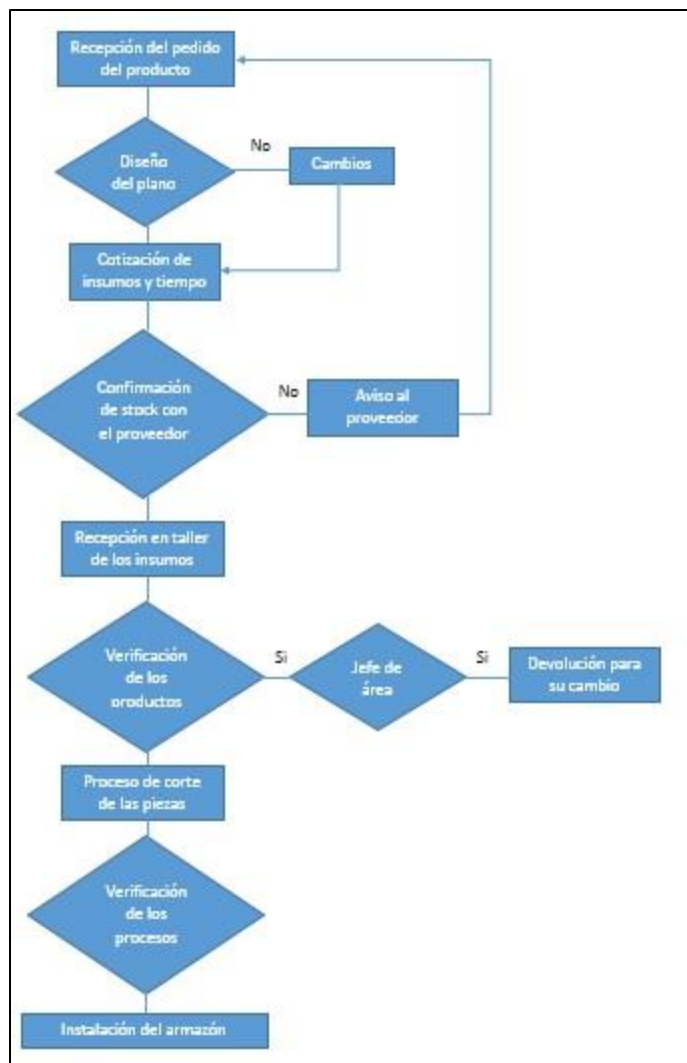


Figura 23. Procesos del área de estructuras
Fuente: Elaboración del autor, 2017

- Área de refrigeración

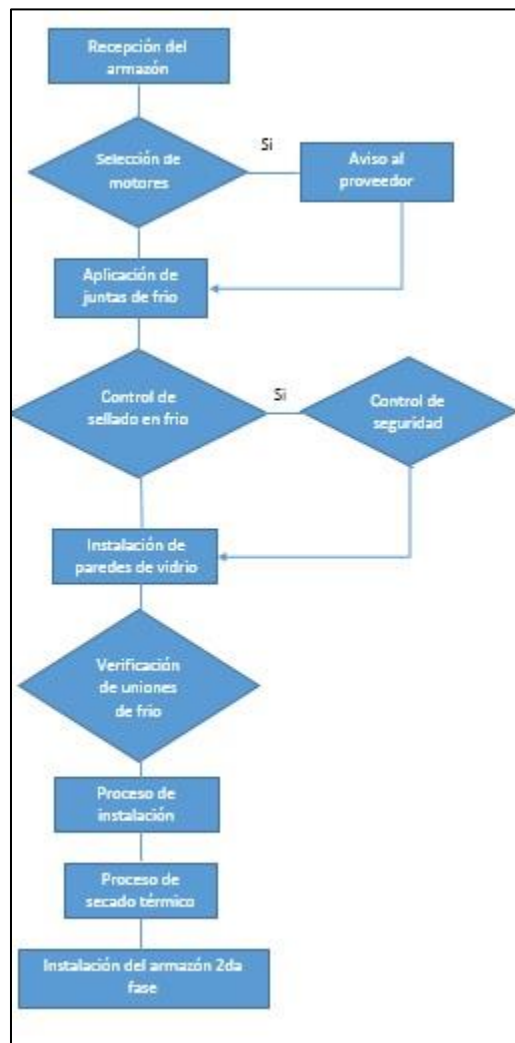


Figura 24. Procesos del área de refrigeración

Fuente: Elaboración del autor, 2017

- Área eléctrica

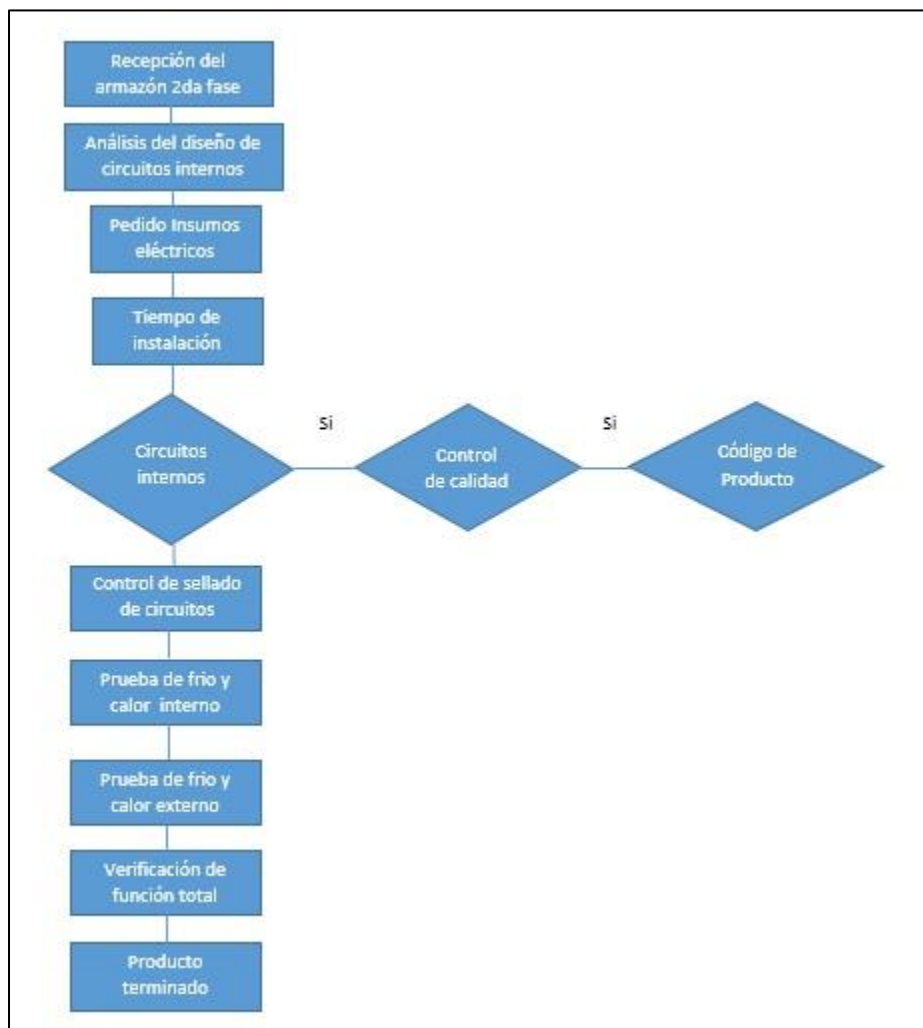


Figura 25. Procesos del área eléctrica

Fuente: Elaboración del autor, 2017

Al poder tener una serie de procesos ordenados en cada área de la zona de producción, esto ayudara a poder tener un conocimiento de las etapas que pasa el pedido de un producto, desde la orden de compra hasta el producto terminado. Es así que esto ayudara e tener una mejor organización como base en la empresa, pudiendo ser mejorado y ampliado aún más con el paso del tiempo y con las mejoras que la empresa lograra conseguir en mediano y largo plazo.

3. Aplicar una mejora continua

La empresa COLDFINOX SAC tiene la ventaja de ofrecer productos competitivos en el mercado, usar materiales de alta calidad en sus procesos, es por eso que para poder mejorar y hacerlo constante, es importante hacer saber es esto a los trabajadores. No solo el personal tiene sus funciones en la empresa sino también hacerlo participes como operarios de calidad en cada fase de la construcción de un proyecto, desde su inicio en la creación del plano hasta su funcionamiento final.

NIVELES DE EVALUACIÓN		Semana 1		Semana 2		Semana 3		Semana 4		observaciones
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Los productos llegaron a tiempo al área.										
Los productos están completos en su entrega.										
Las órdenes de los procesos están clara.										
Los almacenes de la primera fase cumplen los estándares de calidad.										
El funcionamiento de las herramientas es óptimo en el área.										
El tiempo de producción es óptimo en el área.										
El personal cumple sus funciones establecidas.										
Se plantea con anticipación cambio en el proceso.										
Se lleva un control de cada proceso en la construcción del proyecto										
Se cumple con responsabilidad las tareas en cada área										

Figura 26. Revisión de Calidad Total

Fuente: Elaboración del autor, 2017

Esto nos ayudara a verificar de manera eficaz, que el grupo de trabajo humano vea cuán importante son los procesos que se dan en la empresa, y así poderlos mejorar y hacer más competitivo la empresa, con el aporte de cada uno y durante las evaluaciones mensuales) pondrá en evidencia que cosas podemos mejorar y aplicar en el área, al igual que la calidad pasa ser una pieza fundamental teniendo como propósito primordial satisfacer la necesidad del cliente a optar por nuestros productos.

Es de esta manera con estas herramientas queremos mejorar evitar tener proyectos pequeños e inconclusos respecto a la confiabilidad de los clientes con nuestro servicio, teniendo un conocimiento de ello podemos prever situaciones complicadas y adaptarnos a la oferta y demanda que puede dar en el mercado.

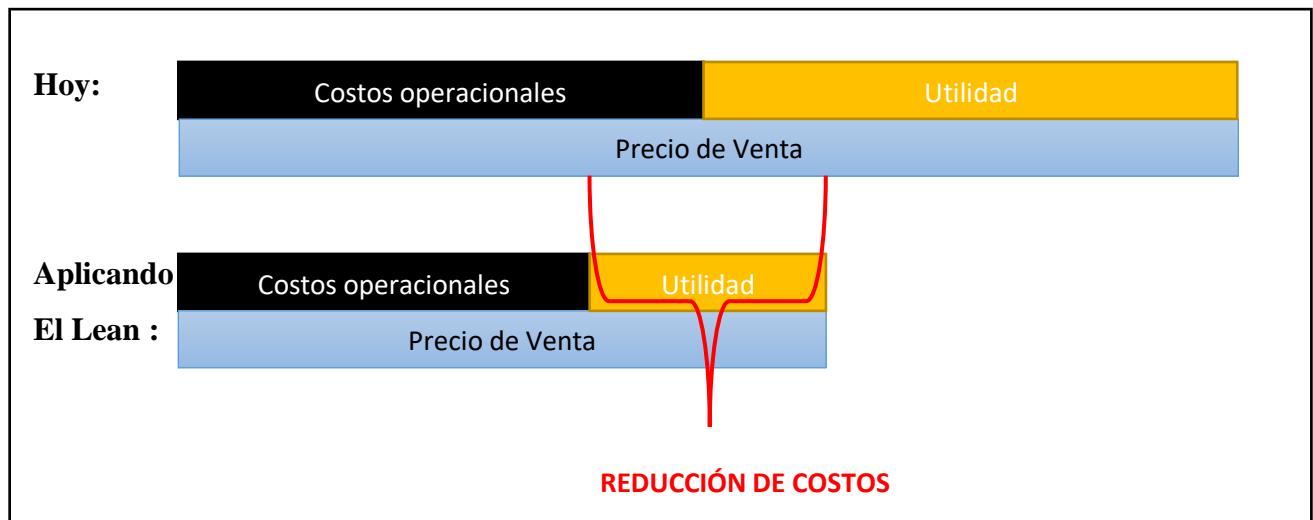


Figura 27. Reducción de costo con Lean Manufacturing

Fuente: Elaboración del autor, 2017



ENCUESTA DE CALIDAD

Dirigida a nuestros clientes, porque son la esencia de la existencia de la empresa, en poder ofrecerles productos de alta calidad en el rubro de calor y frio industrial, enfocados en brindarle nuevos procesos de construcción en nuestros equipos usando materiales de alta calidad tanto nacionales como importados.

Es así que queremos saber su opinión, la satisfacción que se ha logrado luego de obtener nuestro servicio o alguno de nuestros productos que están en nuestros catálogos, favor de contestar con un X en cualquiera de las casillas.

Productos / Servicios	Muy Mala	Mala	Regular	Buena	Muy Buena
Cual fue el trato del personal al momento de su compra.					
La calidad del producto al momento de la compra					
El tiempo de entrega del producto					
La postventa del producto en el lugar de entrega					

Valore de forma global el servicio/compra en la empresa COLDFINOX SAC:



Sugerencias :

Muchas gracias por su aporte, para poder así brindarle un mejor servicio de calidad con productos de alta competitividad.

COLDFINOX SAC

Figura 28. Encuesta de Calidad a clientes post venta

Fuente: Elaboración del autor, 2017

Teniendo los datos sobre los ingresos que hace la empresa COLDFINOX SAC, podemos hacer un punto de equilibrio:

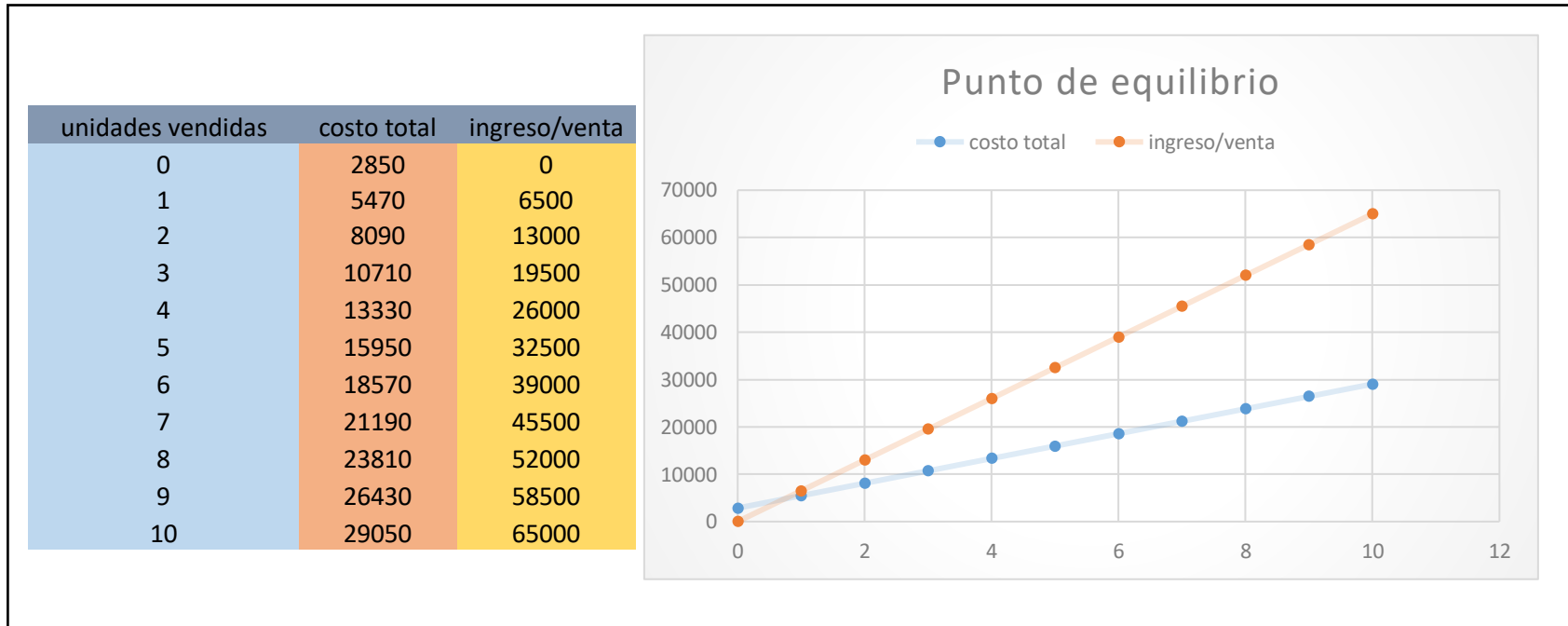


Figura 29. Punto de equilibrio de COLDFINOX SAC

Fuente: Elaboración del autor, 2017

Con el gráfico podemos concluir que la empresa con la situación actual teniendo una venta mensual de un montón de S/6,500 soles está en el punto de equilibrio, esto significa que en ese nivel no hay pérdidas ni ganancias, para la empresa es importante saber esta información, no solo para saber el empresario sepa en qué momento no hay pérdidas, sino también en darle una visión de que la empresa no debe quedarse en el ritmo de facturas montos pequeños sino que se debe optar por tener ingresos más altos para poder generar mayor utilidad al mediano plazo.

Tabla 28. Estimación del costo de 4 proyectos con la reducción total

Estimación del costo de 4 proyecto (mensuales)		Reducción de un 10%	Total
Costo Primo	S/.10,000	S/1,000	S/9,000
MOD	S/.11,200	-	S/.11,200
CIF	S/.1,480	S/.148	S/.148
Total	S/.22,640	S/.1148	S/20.348

Fuente: Elaboración del autor, 2017

Luego de esto se procede a calcular el costo de las ganancias, añadiendo el valor del Lean en un costo mensual de 12 meses(S/.467.08)

Tabla 29. Estimación de la ganancia de 4 proyectos con la reducción total

Estimación del ganancia de 4 proyecto (mensuales)	
Ingreso de ventas	S/.26,000
Lean Manufacturing	S/.467.08
Total (-)	S/.20,348
Ganancia	S/.5,184

Fuente: Elaboración del autor, 2017

De esta manera podemos ver que al aplicar el Lean Manufacturing en un plazo de 1 año, y teniendo como información el punto de equilibrio de la empresa, de la ganancia que obtiene mensual que es un monto de S/.3,320, al aplicar las nuevas estrategias y cambios se puede generar una ganancia de S/.5,148 que equivale a un 163.19% de incremento en las ganancias.

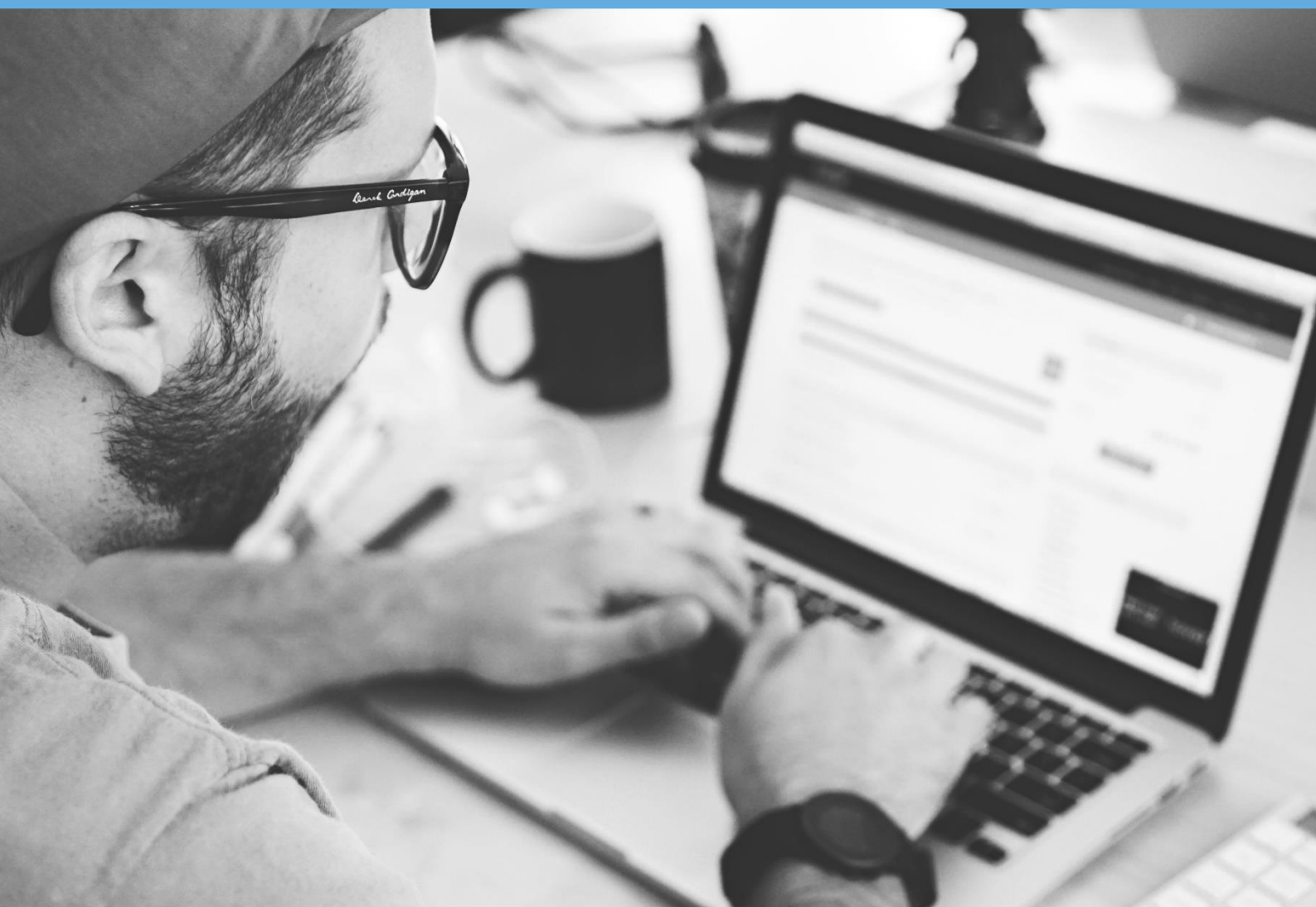
Las estrategias para mejorar una empresa y hacerla más competitiva son muchas, algunas muy costosas enfocadas solo a grandes empresas que tienen el capital para su ejecución, pero para poder ponerlo en práctica en mypes, en empresas que tienen un corto tiempo en el negocio, esto les parece muy difícil de hacer o ejecutarlas, ya que el problema también es económico. Pero si a los empresarios les mostramos una propuesta fiable y realista, sin altos costos a corto plazo, puede hacer que vean lo importante que es este tipo de herramientas en la actualidad, y de cómo puede beneficiar a su negocio y darle ese impulso de creatividad, calidad y competitividad que tanto hace falta hoy en día en la economía peruana.

Anexo 8: Evidencia de la propuesta

SÉ COMPETITIVO!

"Las grandes oportunidades nacen de haber aprovechado las pequeñas"

Bill Gates



**MANUAL DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL ENFOCADA A LA
EMPRESA COLDFINOX S.A.**

Introducción

SÉ COMPETITIVO

El manual de la competitividad titulado *Sé Competitivo*, está enfocado en ayudar a plantear nuevas estrategias administrativas por medio de una serie de herramientas y técnicas que son muy usadas en el mercado, por pequeñas y grandes empresas en la actualidad.

Esto ayuda a plantear nuevos retos al joven empresario, gerente, administrador, en tener una visión más actualizada en cómo afrontar los retos en el mercado, actual, en donde la competitividad será una pieza clave para el logro de la innovación en la empresa y en el mercado



Cabe mencionar que las herramientas usadas en este manual tiene un enfoque holístico, es decir los conceptos y sus aplicaciones no son absolutas ni limitadas, ya que con el paso del tiempo están pueden ser mejoradas, logrando tener una retroalimentación en los casos de sus aplicación.





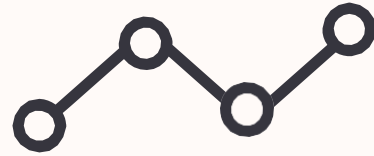
INDICE

Contenido	Pag
Logo de la empresa	1
Lema de la empresa	1
¿Quiénes somos?	3
¿Qué hacemos ?	3
Misión	5
Visión	5
Productos	7
Herramientas Administrativas	9
Importancia	9
Ventajas	9
Lean Manufacturing	11
図の香石川(Diagrama de Kaoru Ishikawa)	15
Océano Azul/Océano Rojo	19
Liderazgo en la Innovación	29
Cultura de la Innovación	32
Organización de la Innovación	34

LOGO Y LEMA DE LA EMPRESA



COLDFINOX S.A.C



LEMA DE LA EMPRESA

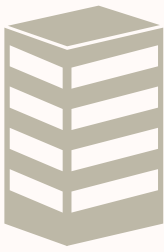
La empresa debe tener siempre una actitud de competitividad frente a los obstáculos que se presenta, con el lema:

"La calidad es nuestra mejor arma"

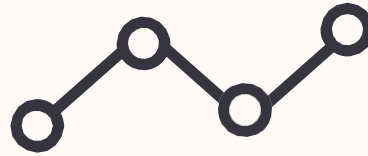


Quienes somos y Que hacemos?





COLD FINOX SAC



QUIENES SOMOS?

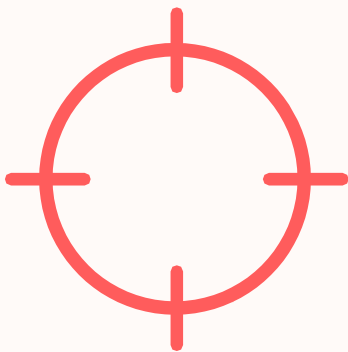
Somos una empresa con más de 15 años de experiencia en el mercado en la venta y construcción de productos de refrigeración comercial e industrial y equipamiento en equipos gastronómicos en acero inoxidable,

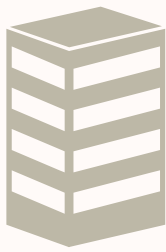


QUE HACEMOS?

Ofrecemos fabricación, venta, mantenimiento e instalación de productos de alta calidad, en base a acero inoxidable, con una gran variedad de productos en refrigeración comercial e industrial y equipos gastronómicos.

Misión y Visión





COLDFINOX SAC



8.1.1 MISIÓN

Ofrecer producto de la más alta calidad y durabilidad para nuestros clientes ofreciéndoles soluciones para sus necesidades, generando así un valor agregado para el Cliente.



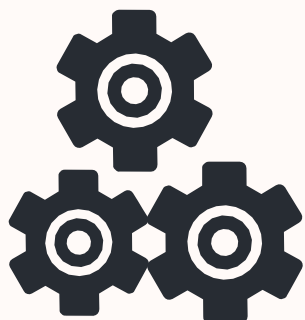
8.1.2 VISIÓN

Ser la empresa líder en el segmento de refrigeración comercial e industrial y equipamiento en equipos gastronómicos que de alta calidad.



COLDFINOX SAC 2017

Productos



COLD FINOX S.A.C

INDUSTRIA EN REFRIGERACION Y CALOR

HELADERO 02



CONGELADORA 01



EXHIBIDORA MULTIPLE 01



EXHIBIDORA 20



HELADERO 01



EXHIBIDORA DE TORTA



EXHIBIDORA 05



CONGELADORA 02



FREIDORA



ANTICUCHERA



COCINA 01



REPOSTERO



MOSTRADOR 02



MOSTRADOR 01



MESA DE TRABAJO 02



MESA DE TRABAJO 01



COLDFINOX SAC 2017

HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS IMPORTANCIA Y VENTAJAS

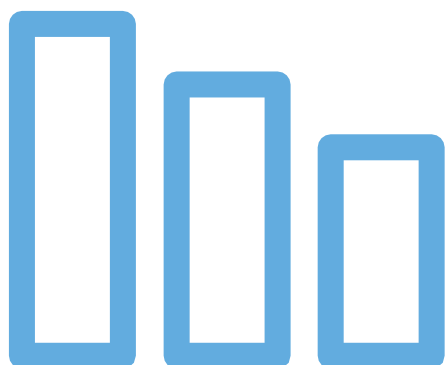


Herramientas Administrativas

Las herramientas para los negocios son de gran ayuda antes obstáculos que puedan presentarse en el camino, teniendo que ser evaluadas al final de su implementación para ver los resultados.

Importancia:

Las empresas suelen ser propensas a situaciones en donde muchos factores pueden desencadenar el éxito de ellas, es así que teniendo el conocimiento de estas herramientas el empresario está preparado a seleccionar la que vea más correcta y se adapte al problema específico, logrando resolver o identificar los problemas.



Ventajas:

Tener planes de contingencia ya previsto antes que suceda el evento.

Reducir perdidas en la empresa.

Adelantarse antes de los hechos y poder solucionarlos a tiempo.

Generar mayor competitividad en su procesos administrativos

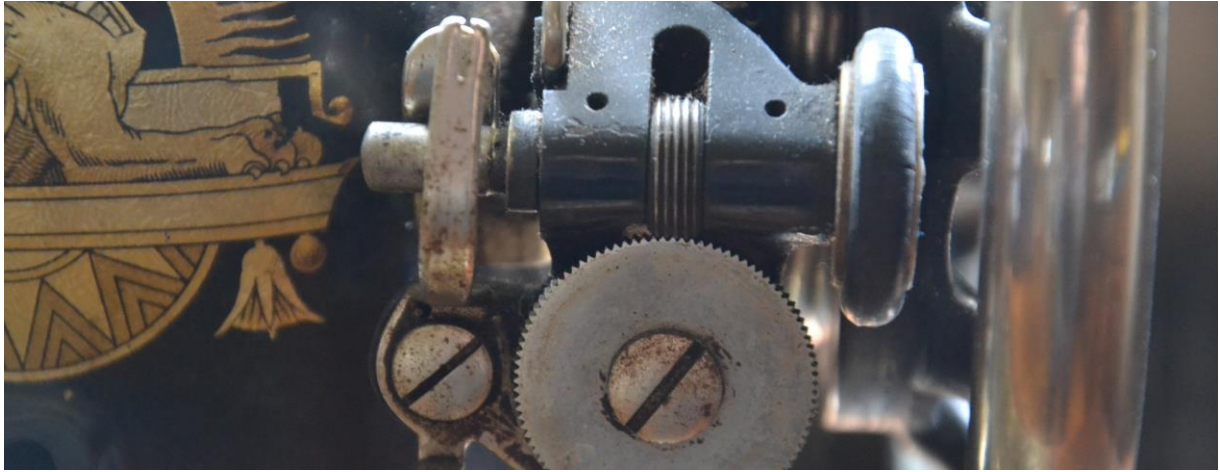


LEAN MANUFACTURING

COLDFINOX SAC 2017



LEAN MANUFACTURING



SE RÁPIDO, PERO PERFECTO

El Lean Manufacturing se encarga de analizar la cadena productiva, y de eliminar o cambiar los procesos en donde se presenta mayor pérdida o demora en su aplicación, reduciendo así el tiempo y logrando una mayor satisfacción al cliente

LOS 6 PRINCIPIOS

Calidad Perfecta a la primera

Proceso "Pull"

Minimización del Desperdicio

Flexibilidad

Mejora Continua

Construcción de una buena
relación con los proveedores

LOS 6 PRINCIPIOS

1.- Calidad Perfecta a la primera:

Como su término menciona se enfocada en reducir cualquier error, detectarlo y solucionarlo

2.- Minimización del desperdicio:

Quitar las actividades que no den un valor a la cadena de producción y ocasionen demora.

3.- Mejora Continua

Una serie de procesos en donde se reduce el costo, se mejora la calidad, se aumenta la productividad y el conocimiento sobre ello se comparte.

4.- Proceso "Pull":

Los productos sufren una presión por pedido del cliente, pero no se acelera la producción.

5.- Flexibilidad:

Producir de manera rápida diferentes productos, sin sacrificar la eficiencia debido a volúmenes menores de producción en el proceso.

6.- Construcción de una buena relación con los proveedores:

Tener una mejor comunicación para así poder compensar los riesgos, costes que se presenten en el camino.



"El Lean Manufacturing es una de las herramientas más reconocidos de la fabricación moderna, en donde se le compara con una casa que tiene un sistema estructural."



La mejor calidad, con el menor coste. El menor tiempo de entrega, la mayor seguridad y con plena moral

Justo a tiempo (JIT)

Pieza correcta, en la cantidad correcta, cuando se necesita

- Takt time
- Flujo continuo
- Sistema Pull
- Cambio rápido de herramientas
- Logística integral
- 5S

- ✓ Desarrollo de proveedores
- ✓ Polivalencia
- ✓ Metas comunes
- ✓ Selección de personal

JIDOKA

Calidad en la fuente, hacer los problemas visibles

- Paradas automáticas
- Sistema andón
- Separación hombre maquina
- Poka-Yoke
- Análisis de causa raíz
- Control de calidad en el puesto de trabajo

Lean Manufacturing

- ✓ Henci Genbutsu
- ✓ 5 Por que?
- ✓ Identificación de los desperdicios
- ✓ Resolver problemas

Producción Nivelada (Heinjunka)

Gestión Visual (Hazlo Visible)

Procesos estables y estandarizados

Pensamiento a largo plazo





香石川の図

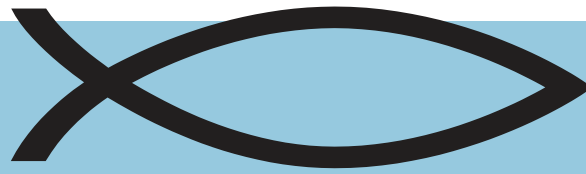
(Diagramade Kaoru Ishikawa)

COLDFINOX SAC 2017

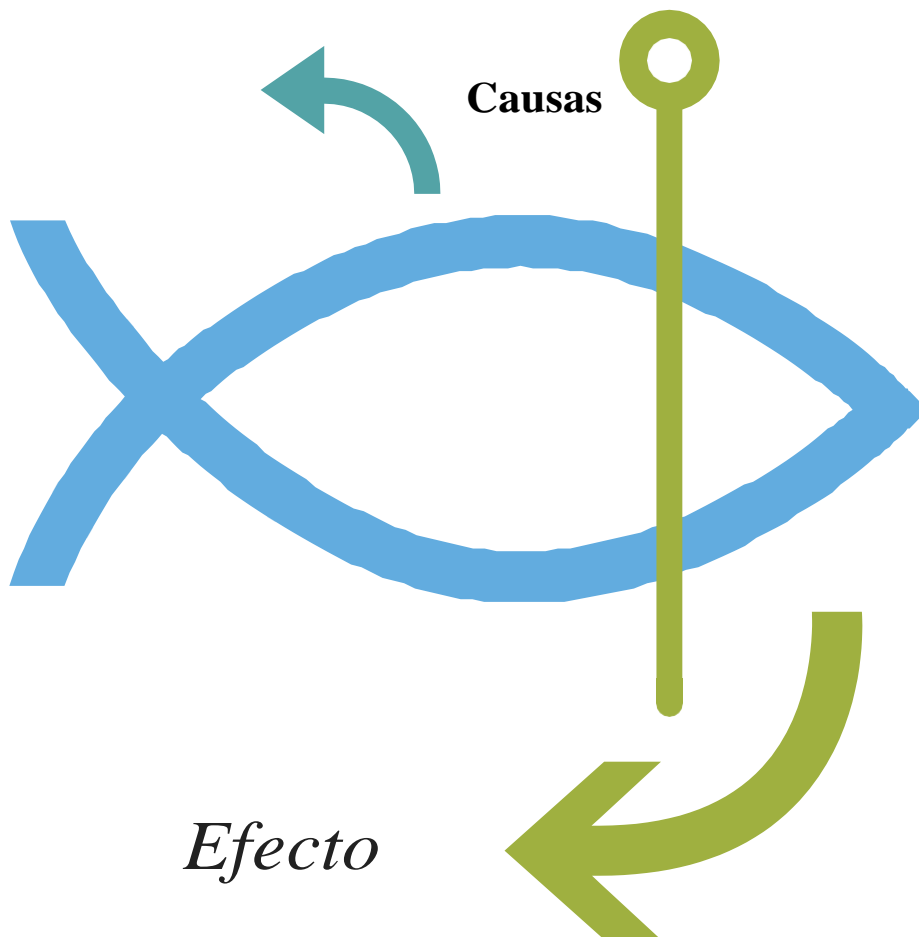


香石川の図

Diagrama de Kaoru
Ishikawa

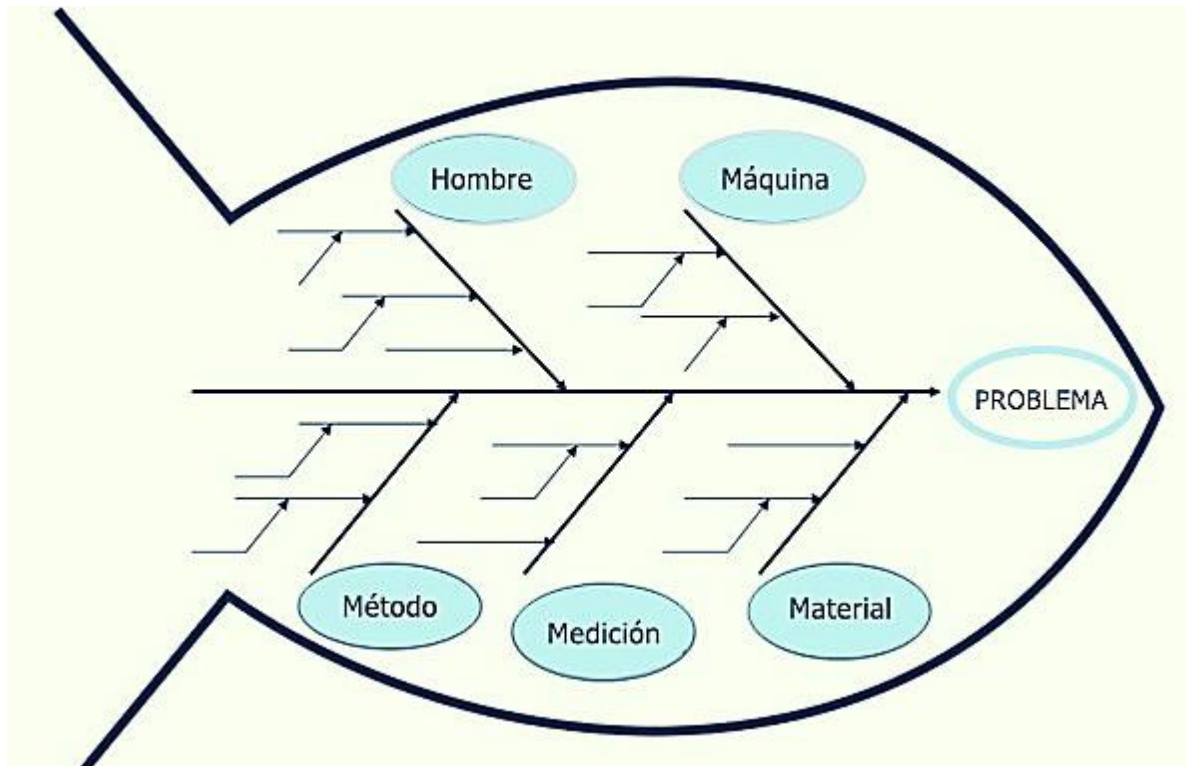


Esta herramienta es utilizada para identificar las causas potenciales de un problema, y en su gráfico lo que se quiere representar es la relación entre el efecto (problema) y su causa.

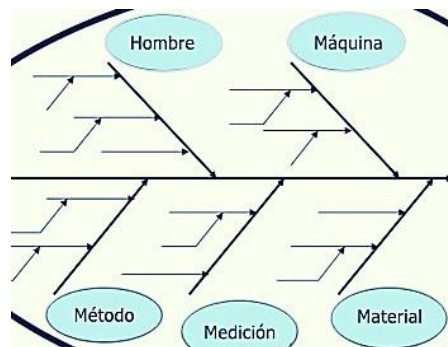


香石川の図

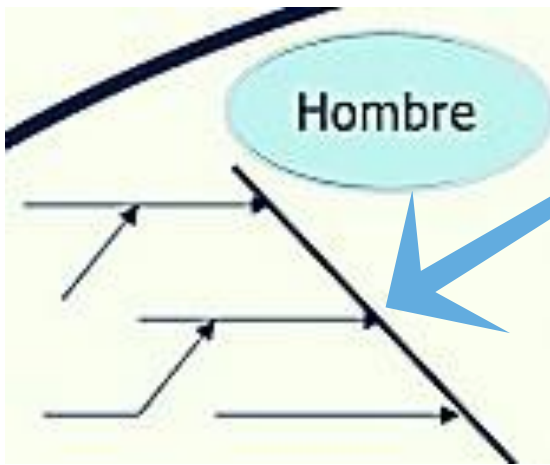
Diagrama de Kaoru
Ishikawa



Primero identificamos las causas como se muestra en el dibujo

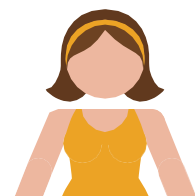


Dentro de las causas, pueden salir otras causas secundarias, y también se colocaran...



Hacer una lluvia de ideas de las causas principales, ayudara a poder tener una solución más precisa y aumentar el panorama del escenario problema.

Luego se realiza un análisis de los cambios hechos, para poder ver si las acciones tomadas son las correctas.





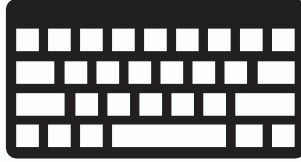
Océano Azul

Océano Rojo



OCEANO AZUL /OCEANO ROJO

ALEJEMOS LA COMPETENCIA Y MEJOREMOS EL MERCADO POR MEDIO DE LA INNOVACIÓN



OCEANO AZUL

Querer alejar se de la competencia
Querer ampliar el mercado
Crear nuevos mercados
Aprovechar huecos en el mercado intactos

OCEANO ROJO

Alta competencia en espacio ya existentes
La competencia se vuelve constante
Estrategias enfocadas a un bajo costo
Explotar al máximo la demanda



Y tu empresa a que océano pertenece?



OCEANOAZUL / OCEANO ROJO

ALEJEMOS LA COMPETENCIA Y MEJOREMOS EL MERCADO POR MEDIO DE LA INNOVACIÓN

COMO CREAR NUEVOS MERCADOS?

1



Reconstruir la frontera

2



Enfocarse en la idea global y no en los resultados financieros.

3



Ir más allá de la demanda existente

4



Analizar el éxito a la inversión comercial (reducir los riesgos)



OCEANO AZUL /OCEANO ROJO

ALEJEMOS LA COMPETENCIA Y MEJOREMOS EL MERCADO POR MEDIO DE LA INNOVACIÓN

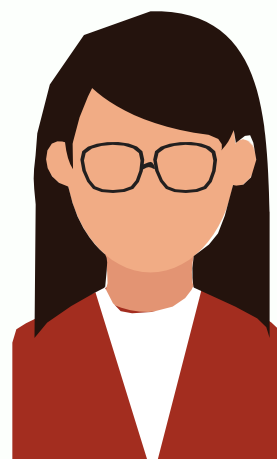


RECONSTRUIR LA FRONTERA

Ofrecer algo nuevo

Desafiar los Objetivos que se trazan

Diseñar nuevos productos



OCEANO AZUL /OCEANO ROJO

ALEJEMOS LA COMPETENCIA Y MEJOREMOS EL MERCADO POR MEDIO DE LA INNOVACIÓN

2

ENFOCARSE EN LA IDEA GLOBAL Y NO EN
LOS RESULTADOS FINANCIEROS

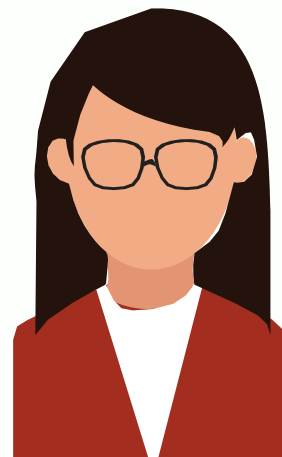
Despertar Visual

Exploración Visual

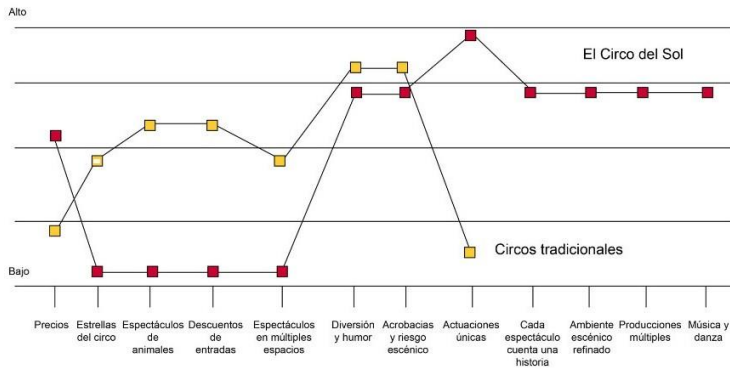
Feedback

Comunicación Visual

Eso forma parte del lienzo estratégico,
verdad?



EMPRESA VS COMPETIDORES



Así es, por ejemplo esto es el despertar visual en donde se gráfica la empresa vs sus competidores.



oh que genial !!



La exploración visual son las variables competitivas del negocio?



Claro, son las características de la empresas que pueden se cambias en su proceso



El Feeback es el intercambio de las opiniones con los clientes



Así es, y recuerda que la Comunicación Visual es hacer que todo lo que sucede en la empresa sea entendido por el empleado.



Que interesante.



OCEANO AZUL /OCEANO ROJO

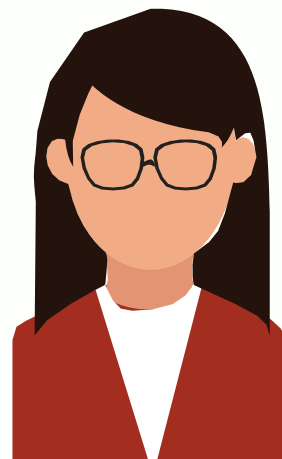
ALEJEMOS LA COMPETENCIA Y MEJOREMOS EL MERCADO POR MEDIO DE LA INNOVACIÓN



IR MÁS ALLA DE LA DEMANADA ESTETICA

No centrarse en resolver
solo las necesidades de los
clientes.

Apuntar a los No Clientes



OCEANO AZUL /OCEANO ROJO

ALEJEMOS LA COMPETENCIA Y MEJOREMOS EL MERCADO POR MEDIO DE LA INNOVACIÓN

4

ANALIZAR EL ÉXITO A LA INVERSIÓN
COMERCIAL (REDUCIR LOS RIESGOS

Reducir los riesgos de
implementación (precio,
costos)

Mejorar la experiencia del
usuario (compra,
entrega,etc)

Derribar barreras para
nuevos clientes
potenciales



OCEANO AZUL / OCEANO ROJO

ALEJEMOS LA COMPETENCIA Y MEJOREMOS EL MERCADO POR MEDIO DE LA INNOVACIÓN

Es así que en la estructura de costos de la técnica Océano Azul/Océano Rojo se enfoca en :

- En introducir innovaciones que racionalicen la cadena de suministros
- Reducir Costos relacionados con otros.
- Transformar el modelo de precios establecidos con nuevas estrategias competitivas.

Y recuerdas que las técnicas cambian con el tiempo, por medio de su uso y su practica.



Liderazgo de la Innovación



EL LIDERAZGO ES IMPORTANTE PARA CONSEGUIR LA INNOVACIÓN?

Claro que si, existen muchos factores por la cual una empresa puede ser competitiva, pero si hablamos del capital humano, este se vuelve en una pieza clave para el éxito de su compañía



Pero como diferencio al líder en mi empresa?



Un líder debe ser:

- Innovador
- No imita
- inspirar confianza a sus compañeros
- tener una visión a largo plazo
- Preguntar Que? y Porque?
- Desarrolla nuevas herramientas en su trabajo



Son muy poco los que cumplen esas características en mi empresa



Las personas suelen confundir a los lideres en su grupo de trabajo, pero si sabes como identificarlos ya tienes un factor de éxito en tu empresa.



Podemos mencionar también que la experiencia laboral en una área específica puede ser otra característica importante, pero ahí situaciones en donde la experiencia frente a la empatía con el grupo de trabajo hacen que la experiencia pierda valor como característica de un líder.



LAS BASES DE UN BUEN LÍDER



Cultura de la Innovación



EN BUSCA DE LA PRODUCTIVIDAD

Mientras la economía sigue evolucionando, creando nuevos mercados, esto ocasiona que las empresas practiquen nuevas estrategias en los negocios, es ahí en donde la innovación se convierte en una herramienta clave para poder mejorar la productividad en las empresas



Entonces las empresas deben practicar culturas enfocadas a la innovación, para mantenerse vigentes en el medio?



Claro , eso es muy importante porque la empresa crece y sus proceso se vuelven mas competitivos en comparación con sus competidores.



La cultura de la inovación

Capcidad
para asumir
riesgos

Participacion
colectiva de
toda la
empresa

Abiertos a
ideas nuevas

Analisis
profundo de
todo el
proceso de la
empresa

Cooperacion
Externa

Metas a
largo plazo

Organización de la Innovación



SÉ COMPETITIVO

Para lograrlo es necesario que la empresa entienda la importancia de ciertos factores , y tenga la visión de mejorar sus procesos constantemente,



El recurso Humano es fundamental para esto, ya que por medio de una buena gestión y clasificación del personal, esto ocasiona una motivación, incentiva a que los empleados se esfuercen , logrando asi las metas en la empresa.



Motiva a tus trabajadores por medio de :

- Fomentar el trabajo equipo
- Medir la satisfacción laboral
- Crear políticas de incentivos en la empresa
- Que sean participes en proyectos
- Delegar autoridades



No te olvides de aplicar tecnologías relacionadas con la gestión en tu empresa, esto te ayudara a poder mejorar los procesos en tu empresa y crear un sistema mas fortalecido .



Por ultimo podemos mencionar que una empresa siempre esta en constante aprendizaje y cambio,



Es como un ser vivo que va evolucionando, y si se lastima debe uno hacerle caso y curar ese daño, al igual que en la empresa las deficiencias deben ser escuchas y tomadas en cuenta para prevenir mas adelante.



COLD FINOX S.A.C
INDUSTRIA EN REFRIGERACION Y CALOR



**Universidad
Norbert Wiener**

