

“ITFIP”

INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



INFORME DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN. IMPACTO DE LA INNOVACION SOBRE LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS DEL MUNICIPIO DEL ESPINAL –TOLIMA, COLOMBIA



SC6793-1

RESUMEN

Las empresas del sector servicios aportan en gran medida al PIB, puesto que es uno de los sectores que ha avanzado en el mercado municipal y regional. En este contexto, la importancia que tiene la innovación para estas empresas es vital para el crecimiento de la misma, la innovación genera avances significativos, en la medida que esta genere nuevas soluciones y mejoras en la organización, propiciando el incremento de competitividad, beneficiando no solamente a las empresas sino a toda la economía global. Para ello se da respuesta a la siguiente pregunta de investigación ¿De qué manera la innovación interna y externa afecta la competitividad y las perspectivas de las empresas del sector servicios del municipio del Espinal-Tolima, Colombia?, con el propósito de Determinar y analizar el impacto de la innovación sobre la competitividad de las empresas del sector servicios del municipio del espinal-Tolima, Colombia. En materia de innovación y competitividad presentan fortalezas como: la implementación de tecnología facilita el proceso de las actividades reduciendo tiempo y mejorado la calidad el servicio, la formación y capacitaciones de empleados, la introducción de servicios en el mercado y mejoramiento de procesos

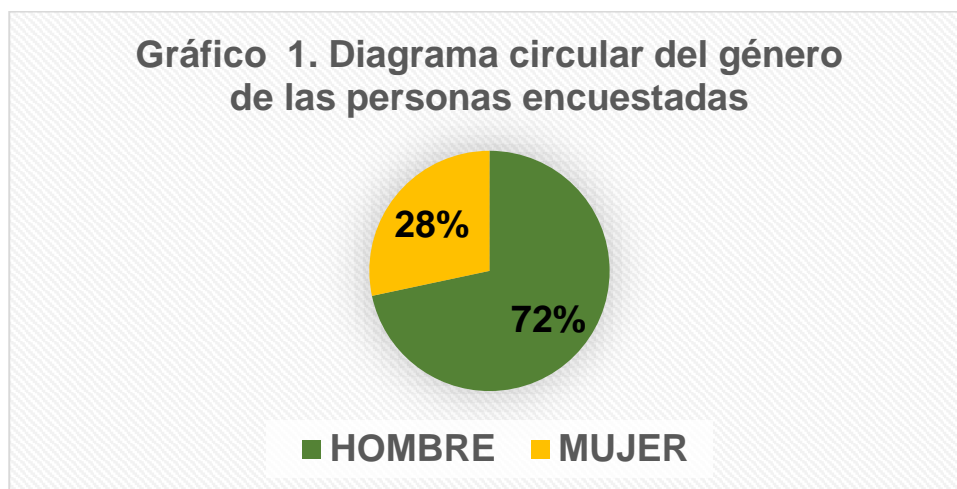
Palabras claves: Innovación, competitividad, Impacto, mejoramiento, servicios.

10. INFORME DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN. IMPACTO DE LA INNOVACION SOBRE LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS DEL MUNICIPIO DEL ESPINAL –TOLIMA, COLOMBIA

10.1 GENERO DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

Tabla 1. Género de las personas encuestadas

Opción	ni	hi
hombre	43	71.6
mujer	17	28.3
total	60	100



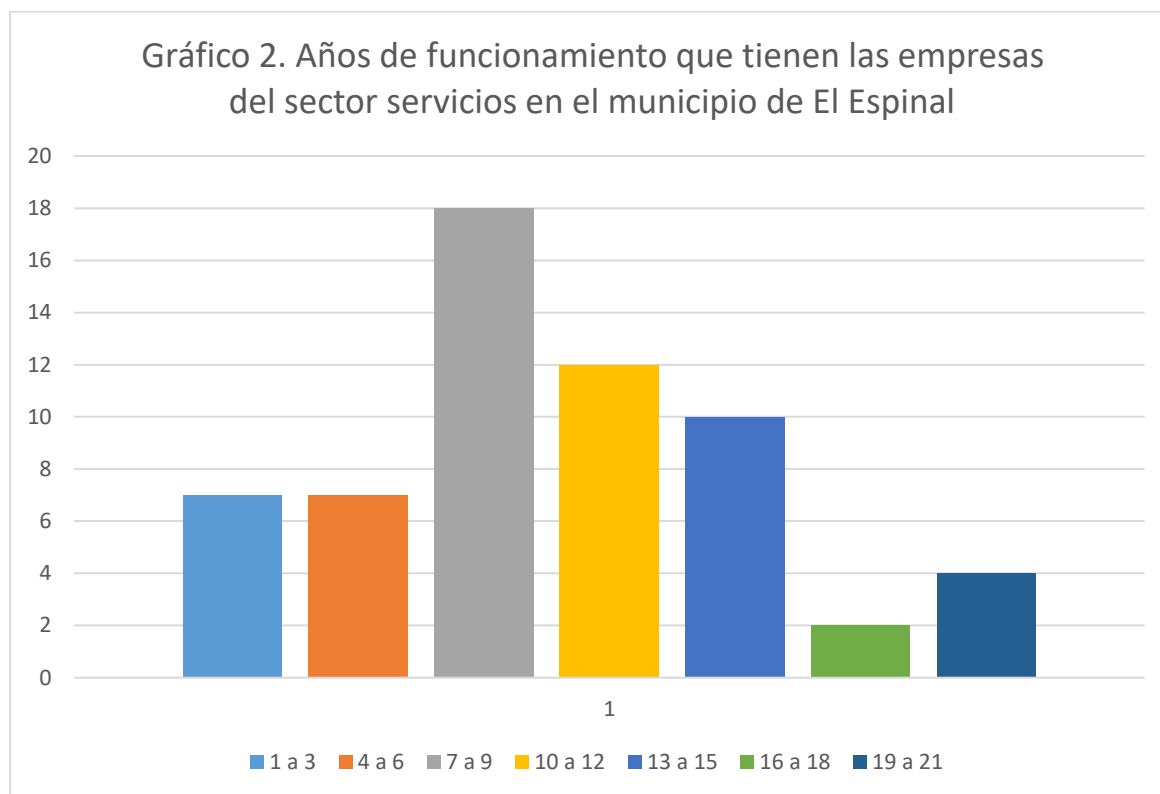
10.2 IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

La información recolectada para la investigación fue suministrada por una muestra de 60 encuestas en el sector servicios de El Espinal Tolima; los datos corresponden a un 72% del género masculino y un 28% femenino (ver tabla. 2, gráfica. 2).

Tabla 2. Años de funcionamiento que tiene la empresa en el municipio de El Espinal Tolima

Opción	ni	hi
1 a 3	7	11.6
4 a 6	7	11.6
7 a 9	18	30

10 a 12	12	20
13 a 15	10	16.6
16 a 18	2	3.3
19 a 21	4	6.6
TOTAL	60	100

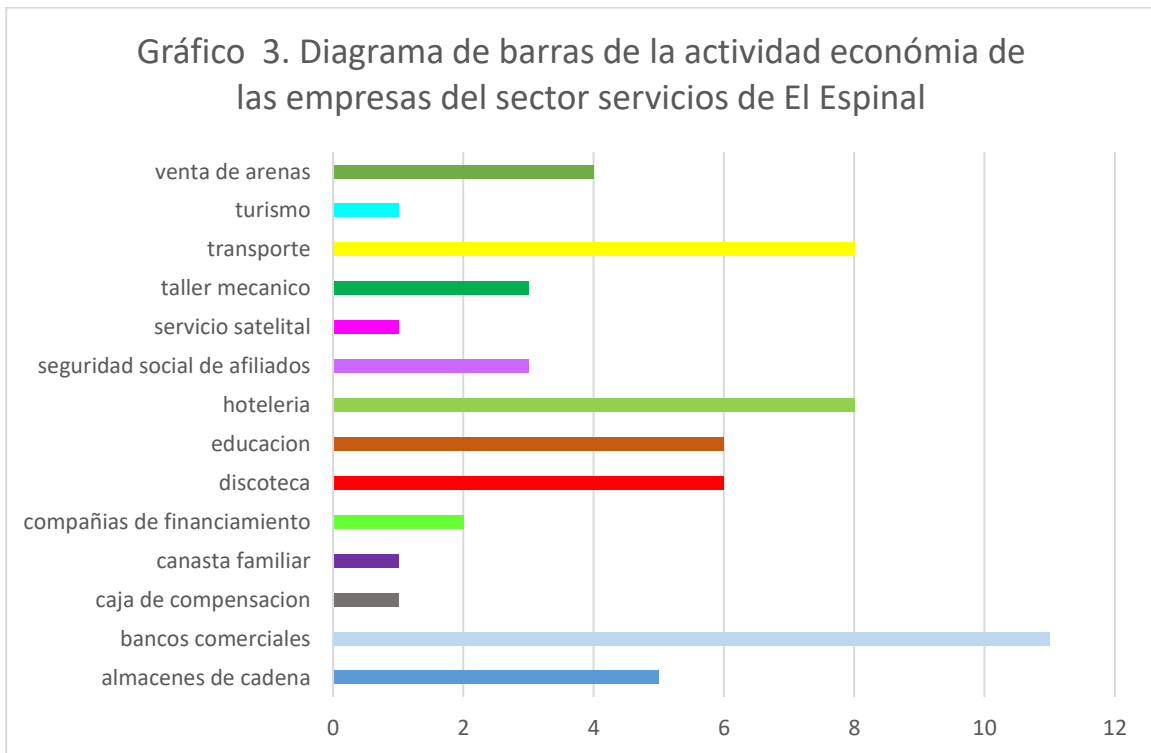


10.3 AÑOS DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESAS

Según los datos recolectados la mayoría de las empresas del sector servicios llevan entre 7 a 9 años DE FUNCIONAMIENTO, en que incursionaron en el mercado con 18 empresas, seguido de 12 compañías que tienen una trayectoria de 10 a 12 años; con un rango intermedio se encuentran 10 organizaciones que llevan 13 a 15 años en el mercado espinal uno, luego 7 empresas que tienen de 4 a 6 años y 1 a 3 años respectivamente; y con un nivel inferior, pero no menos importante 4 compañías con 19 a 21 años y 2 empresas que llevan 16 a 18 años, compitiendo en el mercado emergente; es decir, que la gran mayoría de las organizaciones llevan un tiempo pertinente en la región y por ende genera un impacto en la economía de El Espinal y la calidad de vida de los conciudadanos.

Tabla 3. Actividad económica de las empresas del sector servicios de El Espinal.

Opción	ni	hi
almacenes de cadena	5	8.3
bancos comerciales	11	18.3
caja de compensación	1	1.6
canasta familiar	1	1.6
compañías de financiamiento	2	3.3
discoteca	6	6.6
educación	6	6.6
hotelería	8	13.3
seguridad social de afiliados	3	3
servicio satelital	1	1.6
taller mecánico	3	3
transporte	8	13.3
turismo	1	1.6
venta de arenas	4	6.6
TOTAL	60	100



10.3 ACTIVIDAD ECONOMICA

El sector servicios tiene diferentes actividades económicas las cuales hacen que el mercado sea dinámico y cambiante. En el Espinal la actividad económica más representativa para el caso de estudio son los bancos comerciales con 11 de ellos, seguido de los hoteles y transporte con 8 empresas respectivamente, las discotecas y educación con 6 compañías, 5 almacenes de cadena, 4 ventas de arena, 3 talleres y seguridad social, 2 compañías de financiamiento y 1 caja de compensación, canasta familiar, servicio satelital y turismo. Lo anterior, para tener una información más heterogénea del impacto de la innovación que estas organizaciones genera en la región.

Tabla 4. Empresas exportadoras

Opción	
SI	NO
0	60

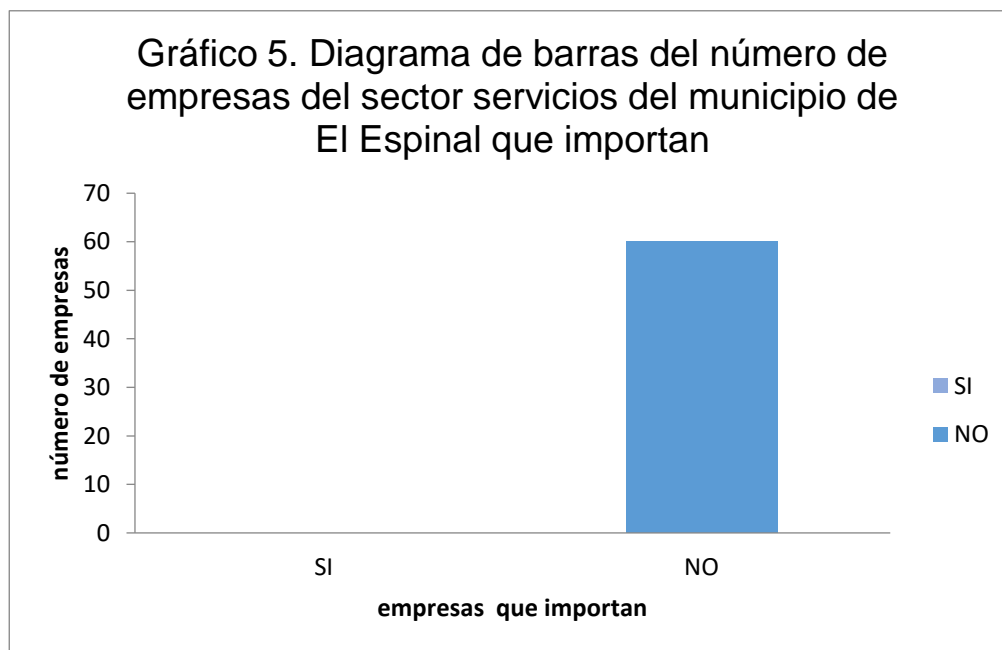


10.4 EMPRESAS EXPORTADORAS

Según la información recolectada en la investigación de campo las empresas del sector servicios de El Espinal Tolima no exportan o no vende sus productos (servicios) en el mercado internacional.

Tabla 5. Empresas importadoras

Empresa importadora	
SI	NO
0	60

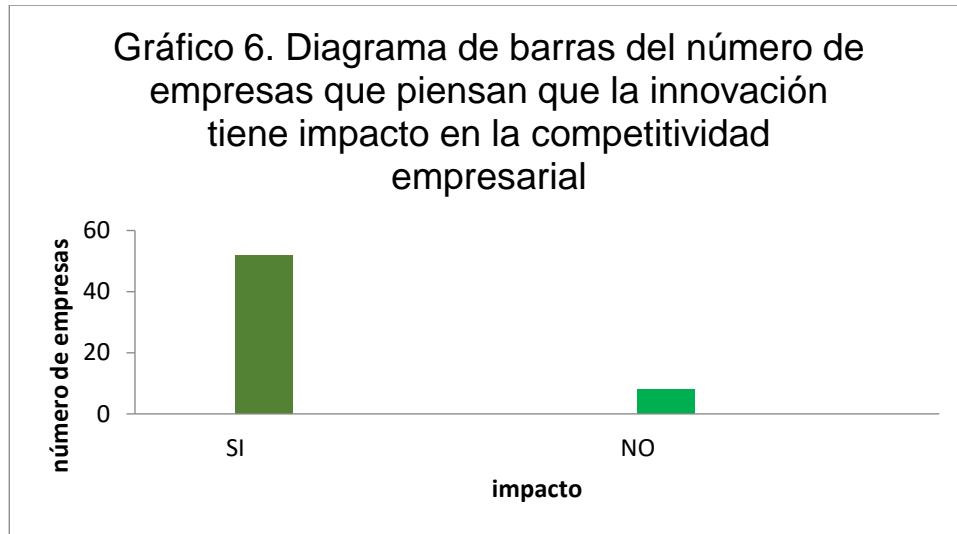


10.5 EMPRESAS QUE IMPORTAN

Según los datos, las empresas del sector servicios de El Espinal no importan o compran directamente del exterior productos para llevar a cabo la actividad.

Tabla 6. Impacto de la innovación en la competitividad empresarial

Opción	ni	hi
Si	52	86.6
No	8	13.3
Total	60	60



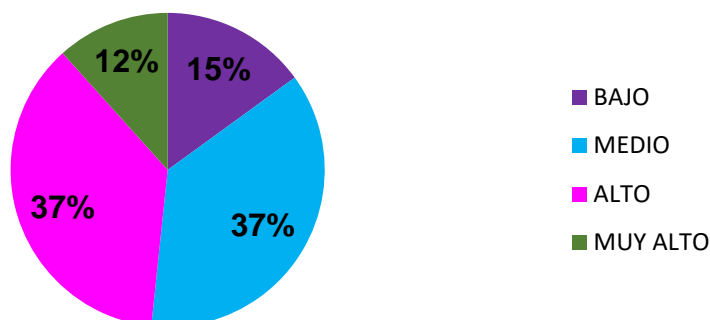
10.6 INNOVACION EN EL IMPACTO EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

La mayoría de las personas que laboran en las empresas del sector servicios opinan que la innovación genera un impacto en la competitividad, con 52 empleados que contestaron positivamente frente a 8 individuos que opinan lo contrario. Es decir, que la innovación sí influye en la competitividad de las compañías, ya que, permite adaptarse a los cambios del entorno mejorando continuamente los procesos, estructura, tecnología, servicios y métodos; obteniendo ventaja competitiva frente a otras organizaciones, pues aumenta la eficacia y eficiencia lo que conlleva a que cumplan con los objetivos a corto, mediano y largo plazo; posicionándose en los mercados emergentes.

Tabla 7. Nivel de innovación en el sector servicios de El Espinal

Opción	ni	hi
Bajo	9	15
Medio	22	37
Alto	22	37
Muy alto	7	12
Total	60	60

Gráfico 7. Diagrama circular del nivel de innovación en el sector servicios de las empresas de El Espinal Tolima



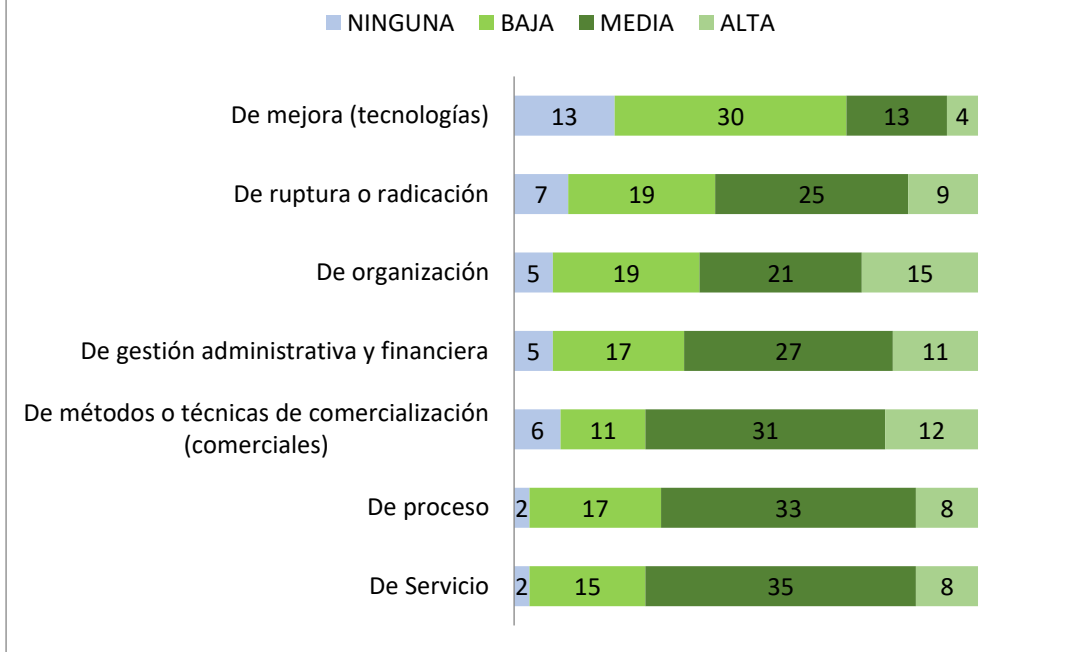
10.7 NIVEL DE INNOVACIÓN

La innovación que presenta el sector servicios en el municipio de El Espinal se encuentra con un nivel alto y medio con un porcentaje del 37% que equivalen 22 empresas encuestadas respectivamente, seguido de un 15% bajo y 12% muy alto. Es decir, que la innovación en estos tiempos de cambios continuos ha tomado gran relevancia en el mundo empresarial, pero no se ha aplicado en todo su conjunto. Razón por la cual, no ha alcanzado el nivel deseado.

Tabla 8. Impacto de la innovación en las actividades implementadas por las empresas.

tipos de innovación	ninguna	baja	media	alta
de servicio	2	15	35	8
de proceso	2	17	33	8
de métodos o técnicas de comercialización (comerciales)	6	11	31	12
de gestión administrativa y financiera	5	17	27	11
de organización	5	19	21	15
de ruptura o radicación	7	19	25	9
de mejora (tecnologías)	13	30	13	4
total	40	128	185	67

Gráfico 8. Diagrama de barras del impacto de las actividades de innovación implementadas por las empresas del sector servicios de El Espinal Tolima, 2016



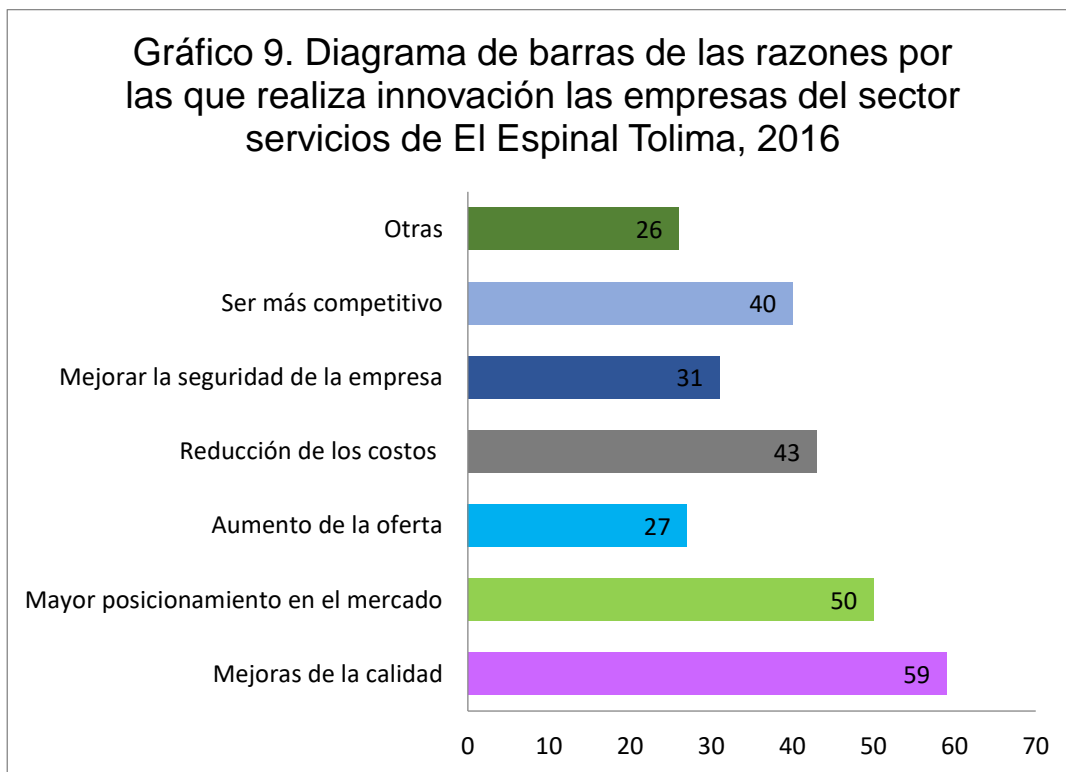
10.8 IMPACTO DE LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS DE EL ESPINAL TOLIMA, 2016

El impacto que genera las actividades relacionadas con la innovación en las empresas del sector terciario como son los servicios, procesos, métodos de comercialización, gestión administrativa y financiera, organización, ruptura y de mejora (tecnologías); se encuentra en un nivel medio con un total de 185, seguido de bajo con 128, alto 67 y ninguna 40. Es decir, que la innovación se aplica en la región pero de manera moderada lo que impide a que el sector servicios sea realmente competitivo frente a otros sectores de la economía, lo anterior se sustenta a que hay un gran porcentaje de organizaciones que el nivel de innovación es bajo 128 lo que obstaculiza a que este sector compita en el mercado regional y nacional.

Tabla 9. Razones por las que realiza innovación las empresas

Opción	ni	hi	ns/nr	%ns/nr
Mejoras de la calidad	59	98.3	1	1.6
Mayor posicionamiento en el mercado	50	83.3	10	16.6
Aumento de la oferta	27	45	33	55
Reducción de los costos	43	71.6	17	28.3
Mejorar la seguridad de la empresa	31	51.6	29	48.3
Ser más competitivo	40	66.6	20	33.3
Otras	26	43.3	34	56.6
Total	276	459.7	144	239.7

Gráfico 9. Diagrama de barras de las razones por las que realiza innovación las empresas del sector servicios de El Espinal Tolima, 2016



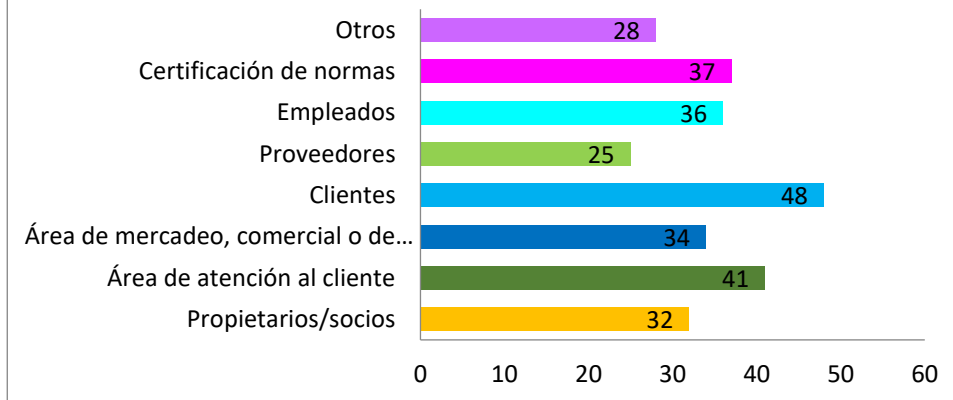
10.9 RAZONES POR LAS CUALES SE REALIZA INNOVACIÓN A LAS EMPRESAS

La principal razón según los datos recolectados en la investigación para que las empresas del sector servicios realicen innovaciones, es para mejorar la calidad en sus servicios, procesos, estructura, es decir, en toda la organización (calidad total), con 59 compañías a su favor, esto con el fin de ofrecerles lo mejor a los clientes que en últimas son la base que sostienen la compañía. Seguido de mayor posicionamiento en el mercado con 50, reducir los costos 43, ser más competitivos 40, mejora la seguridad de la empresa 31, aumento de la oferta 27 y otras 26. Cualquiera que sea la razón por las que las organizaciones innoven es factible para mejorar; elevando la competitividad y crecimiento económico regional y con ello la calidad de vida de los conciudadanos.

Tabla 10. Fuentes de innovación en las empresas del sector servicios

Opción	ni	hi	ns/nr	%ns/nr
Propietarios/socios	32	53.3	28	46.6
Área de atención al cliente	41	68.3	19	31.6
Área de mercadeo, comercial o de ventas	34	56.6	26	43.3
Clientes	48	80	12	20
Proveedores	25	41.6	35	58.3
Empleados	36	60	24	40
Certificación de normas	37	61.6	23	38.3
Otros	28	46.6	32	53.3
Total	281	468	199	331.4

Gráfico 10. Diagrama de barras de las fuentes de innovación de las empresas del sector servicios de El Espinal Tolima



10.10 FUENTES DE INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS

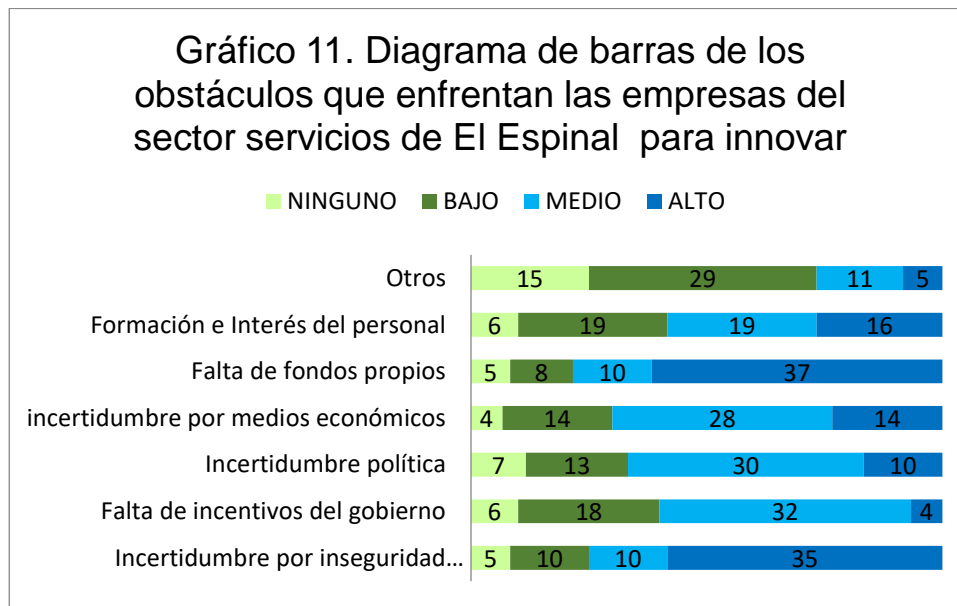
En base a los datos recolectados de la muestra, la principal fuente de innovación que tienen las empresas del sector servicios en el municipio de El Espinal Tolima son los clientes con 48, esto se debe a que los individuos son exigentes al momento de escoger un servicio, siempre busca lo mejor y las organizaciones están en la obligación de ofrecerle los que estos de mande de no hacerlo corren el riesgo de salir del mercado.

Otra fuente que tienen las compañías para innovar es el área de atención al cliente con 41, por ser esta la que tienen mayor relación directa con las personas están atentas a las recomendaciones de los clientes para mejorar en sus procesos y servicios; seguido de la certificación de normas con 37, ya que, actualmente la forma de administrar una empresa es mediante la administración por procesos y requieren que las organizaciones realicen cambios que favorezcan a las compañías para mantener el SGC actualizado.

Los empleados con 36 también da la iniciativa para realizar una novedad, con un total no menor de 32 están los propietarios, estos son los que deben estar más interesados en realizar cambios en sus compañías para que crezcan en el mercado regional mejorando los resultados de los estados financieros. Con rangos inferiores están otras fuentes y proveedores con 28 y 25 respectivamente.

Tabla 11. Obstáculos para innovar

obstáculos para innovar	ninguno	bajo	medio	alto
incertidumbre por inseguridad social/delincuencia	5	10	10	35
falta de incentivos del gobierno	6	18	32	4
incertidumbre política	7	13	30	10
incertidumbre por medios económicos	4	14	28	14
falta de fondos propios	5	8	10	37
formación e interés del personal	6	19	19	16
otros	15	29	11	5
total	48	111	140	121

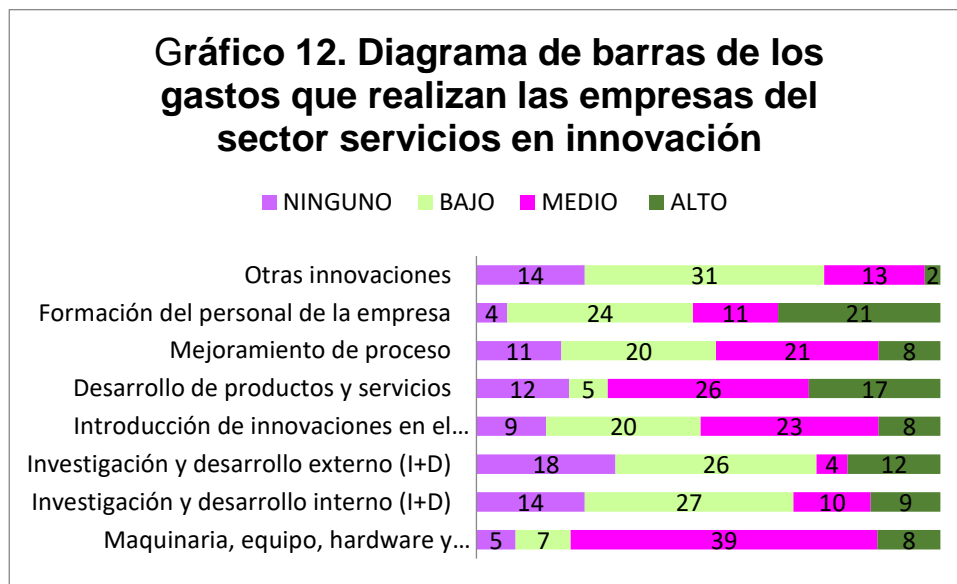


10.11 OBSTÁCULOS PARA INNOVAR

El nivel de los obstáculos para innovar como son la incertidumbre por inseguridad social, falta de incentivos del gobierno, incertidumbre política, incertidumbre por medios económicos, falta de fondos propios, formación e interés personal entre otros; es medio con un total de 140, seguido de alto con 121, bajo 111 y ninguno 48. El obstáculo más alto es la falta de fondos propios con 37, seguido de la inseguridad social / delincuencia estos dos factores resultan en un impedimento para los gerentes y propietarios de las empresas del sector servicios para innovar, y los de nivel bajo son la incertidumbre política, falta de incentivos del gobierno y otros obstáculos.

Tabla 12. Gastos en actividades de innovación

Opción	ninguno	bajo	medio	alto
maquinaria, equipo, hardware y software	5	7	39	8
investigación y desarrollo interno (i+d)	14	27	10	9
investigación y desarrollo externo (i+d)	18	26	4	12
introducción de innovaciones en el mercado	9	20	23	8
desarrollo de productos y servicios	12	5	26	17
mejoramiento de proceso	11	20	21	8
formación del personal de la empresa	4	24	11	21
otras innovaciones	14	31	13	2
total	87	160	147	85



10.12 GASTOS EN ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN

Los gastos que realizan las empresas del sector servicios en el municipio de El Espinal Tolima en materia de innovación como son en maquinaria, investigación y desarrollo tanto interno como externo, introducción de innovaciones en el mercado, desarrollo de servicios, mejoramiento de procesos, formación del personal y otras innovaciones es bajo con un total de 160, seguido de medio 147, ninguno 87 y alto 85. Donde más invierte es en la capacitación del personal con 21.

Es decir, que las empresas no invierten lo suficiente para realizar cambios y novedades en las mismas organizaciones lo que resulta un impedimento para ser más competitivos con

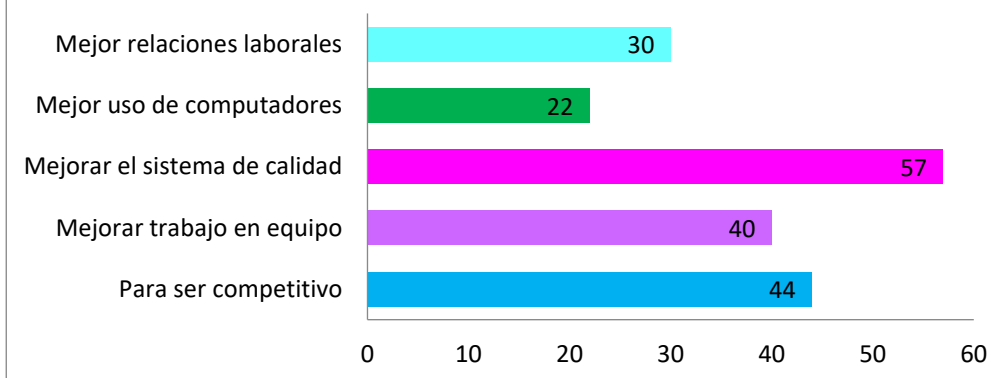
compañías del mismo sector y de otros sectores de la economía. A consecuencia de esto, las empresas bajan la productividad y rentabilidad lo que resulta en recortes de personal afectando la calidad de vida de las personas.

Uno de los factores que impiden a que invierta es la falta de recursos propios y la disponibilidad de acceder a créditos.

Tabla 13. Razones para invertir en la capacitación del personal de la empresa

Opción	ni	hi	ns/nr	%ns/nr
Para ser competitivo	44	73.3	16	26.6
Mejorar trabajo en equipo	40	66.6	20	33.3
Mejorar el sistema de calidad	57	95	3	5
Mejor uso de computadores	22	36.6	38	63.3
Mejorar relaciones laborales	30	50	30	50
total	193	321.5	107	178.2

Gráfico 13. Diagrama de barras de las razones para invertir en la capacitación de personal en las empresas del sector servicio de El Espinal

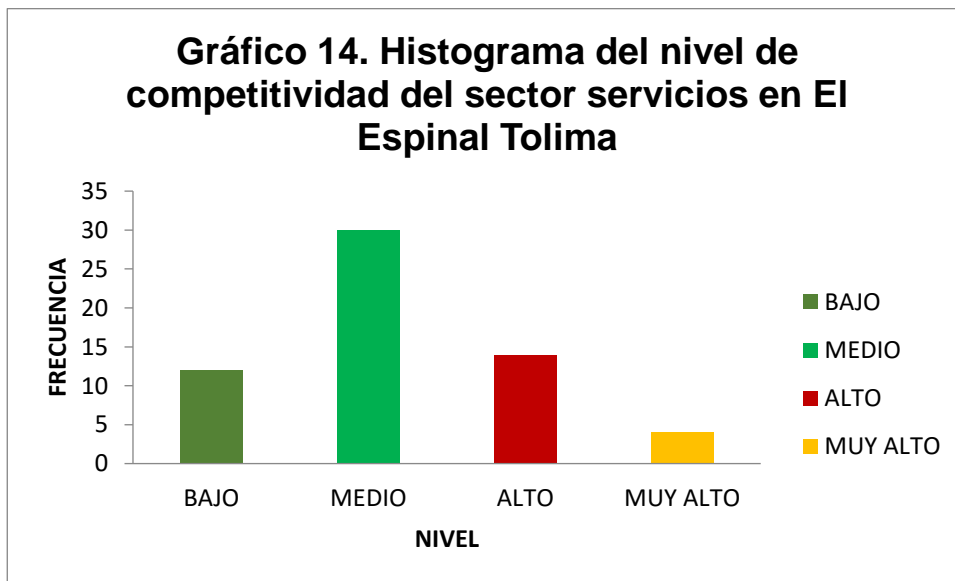


10.13 RAZONES PARA INVERTIR EN LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DE LA EMPRESA

La principal razón para que las compañías inviertan en la capacitación del personal es mejorar el sistema de calidad con 57, seguido para ser más competitivo con 44, mejorar el trabajo en equipo 40, mejor relaciones laborales 30 y mejor uso de computadores 22. Es decir, que las organizaciones saben que el capital humano es indispensable para innovar y entre más conocimientos tengan será mejor para las empresas, pues son los empleados los encargados de llevar a cabo las actividades y funciones para cumplir con los objetivos empresariales propuestos.

Tabla 14. Nivel de competitividad del sector servicios

opción	ni	hi
Bajo	12	20
Medio	30	50
Alto	14	23.3
uy alto	4	6.6
Total	60	100

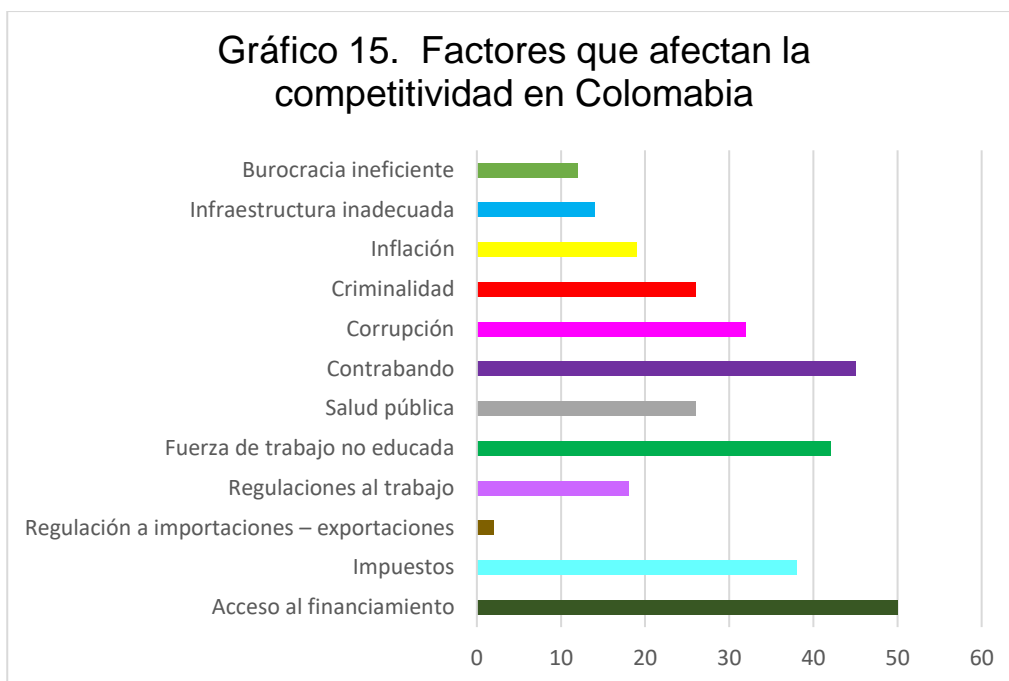


10.14 NIVEL DE COMPETITIVIDAD

El nivel de competitividad de las empresas del sector servicios del municipio de El Espinal Tolima es medio con 30, seguido de alto 14, bajo 12 y muy alto 4. Es decir, que la competitividad de este sector no es tan alta como se esperaba sino que están en relación a la innovación pues entre más cambios realicen las empresas que conforman el sector terciario adquieren ventaja competitiva frente a otros sectores de la economía.

Tabla 15. Factores que afecta la competitividad en Colombia

Opción	ni	hi	ns/nr	%ns/nr
Acceso al financiamiento	50	83.3	10	16.6
Impuestos	38	63.3	22	36.6
Regulación a importaciones-exportaciones	2	3.3	58	96.6
Regulaciones al trabajo	18	30	42	70
Fuerza de trabajo no educada	42	70	18	30
Salud pública	26	43.3	34	56.6
Contrabando	45	75	15	25
Corrupción	32	58.3	28	46.6
Criminalidad	26	43.3	34	56.6
Inflación	19	31.6	41	68.3
Infraestructura inadecuada	14	23.3	46	76.6
Burocracia ineficiente	12	20	48	80
Total	324	526.7	396	659.5



10.15 FACTORES QUE AFECTAN LA COMPETITIVIDAD EN COLOMBIA

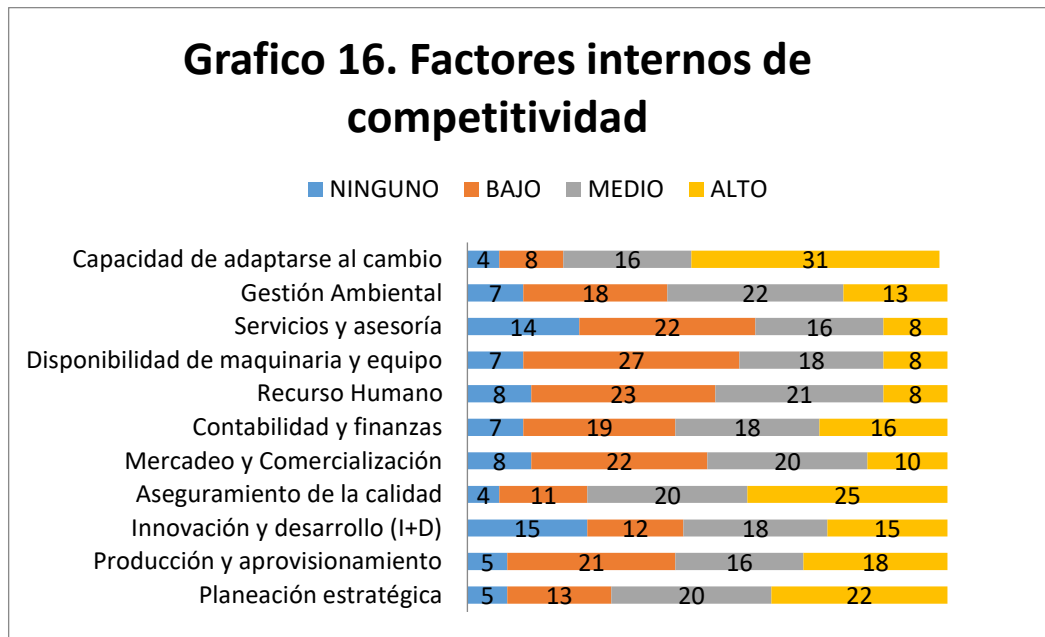
Analizando la información recolectada mediante la investigación de campo, el factor principal que afecta la competitividad de las empresas del sector servicios en Colombia es el acceso al financiamiento con 50, pues al momento de pedir un crédito se presenta inconvenientes como son los tramites extensos y requisitos que la mayoría de MYPES no cumplen obstaculizando el proceso de expansión y competitividad.

Seguido del contrabando con 45 pues de manera directa o indirecta afecta la competitividad, ya que, ofrecen los mismos servicios pero a menores precios un caso particular seria en la compra de maquinaria o equipo de contrabando para prestar un servicio que en últimas seria de menor costo reduciendo el precio.

La fuerza laboral inadecuada o falta de conocimientos propicios para el cargo especifico con 42, baja el rendimiento laboral y por ende la competitividad; con rangos inferiores pero no menos relevantes están los impuestos con 38, la corrupción 32, salud pública y criminalidad con 26, la inflación 19, regulaciones en el trabajo 18, infraestructura inadecuada 14, burocracia ineficiente 12, y las regulaciones con importación y exportación con 2.

Tabla N.16 Factores internos de competitividad

factores internos de competitividad	ninguno	bajo	medio	alto
planeación estratégica	5	13	20	22
producción y aprovisionamiento	5	21	16	18
innovación y desarrollo (i+d)	15	12	18	15
aseguramiento de la calidad	4	11	20	25
mercadeo y comercialización	8	22	20	10
contabilidad y finanzas	7	19	18	16
recurso humano	8	23	21	8
disponibilidad de maquinaria y equipo	7	27	18	8
servicios y asesoría	14	22	16	8
gestión ambiental	7	18	22	13
capacidad de adaptarse al cambio	4	8	16	31
total	84	196	205	174



10.16 FACTORES INTERNOS DE COMPETITIVIDAD

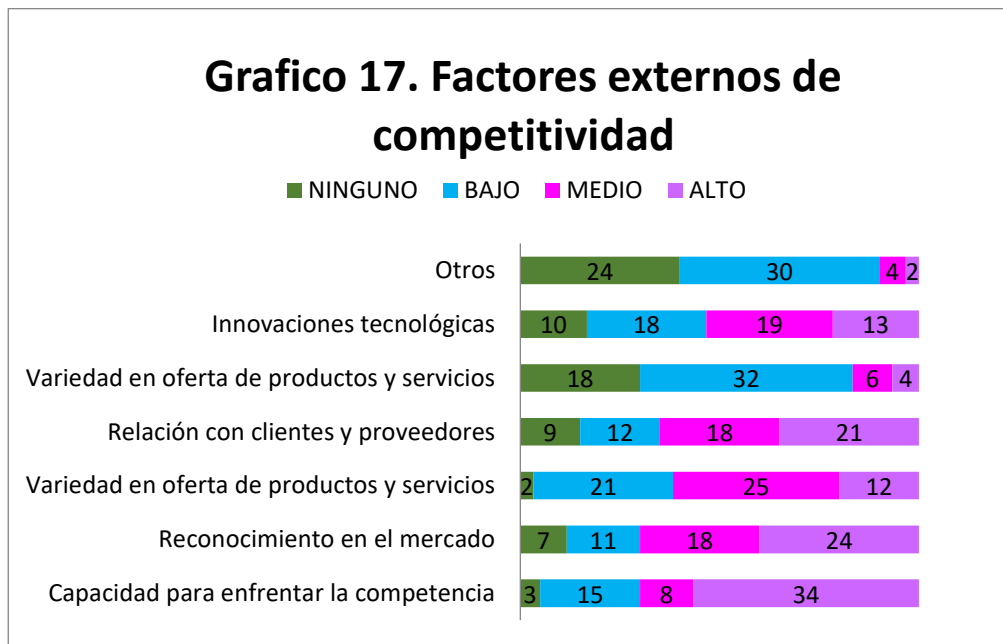
Los factores internos de competitividad que tienen las empresas del sector servicios de El Espinal como son la planeación estratégica, producción y aprovisionamiento, innovación y desarrollo, aseguramiento de la calidad, mercadeo y comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, disponibilidad de maquinaria y equipo, servicios de asesoría, gestión ambiental

y capacidad para adaptarse al cambio. La incidencia es de un nivel medio con un total de 205, seguido de bajo con 196, alto 174 y bajo 84.

Es decir, que las empresas que hacen parte de este sector no implementa en gran medida estos factores para elevar la competitividad, por consiguiente, la rentabilidad de estas organizaciones bajan por no ser tan competitivas en el mercado centrándose solamente a cubrir un mercado municipal sin aspiraciones de crecer.

Tabla 17. Factores externos de competitividad

factores externos de competitividad	ninguno	bajo	medio	Alto
capacidad para enfrentar la competencia	3	15	8	34
reconocimiento en el mercado	7	11	18	24
variedad en oferta de productos y servicios	2	21	25	12
relación con clientes y proveedores	9	12	18	21
Beneficios de la legislación actual	18	32	6	4
innovaciones tecnológicas	10	18	19	13
otros	24	30	4	2
total	73	139	98	110



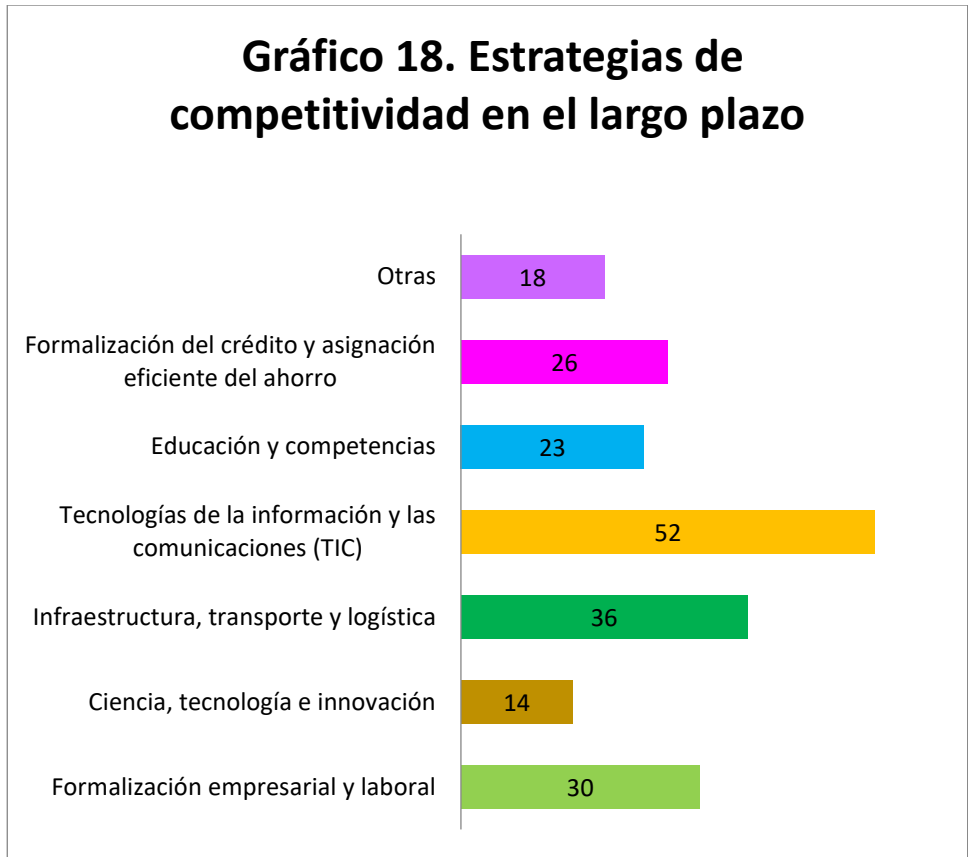
10.17 FACTORES EXTERNOS DE COMPETITIVIDAD

Los factores externos de competitividad que tienen las empresas del sector servicios como son el caso de la capacidad para enfrentar la competencia, reconocimiento en el mercado, variedad de oferta de servicios, relación con los clientes y proveedores, beneficios de la legislación actual, innovaciones tecnológicas entre otros; están en un nivel bajo con 139, seguido de alto con 110, medio 98 y ninguno 73.

Es decir, que las empresas al no implementar innovaciones en todos los campos la competitividad de factores externos disminuye siendo la organización afectada por múltiples variables que ponen a la compañía en peligro pues no tienen la capacidad suficiente para enfrentar el mercado, no cuenta con una imagen corporativa, bajando la demanda de este servicio y la oferta.

Tabla 18. Estrategias de competitividad en el largo plazo

Opción	ni	hi	ns/nr	%ns/nr
Formalización empresarial y laboral	30	50	30	50
Ciencia, tecnología e innovación	14	23.3	46	76.6
Infraestructura, transporte y logística	36	60	24	40
Tecnologías de la información y las comunicaciones (tic)	52	86.6	8	13.3
Educación y competencias	23	38.3	37	61.6
Formalización del crédito y asignación eficiente del ahorro	26	43.3	34	56.6
otras	18	30	42	70
Total	199	304.5	221	368.1



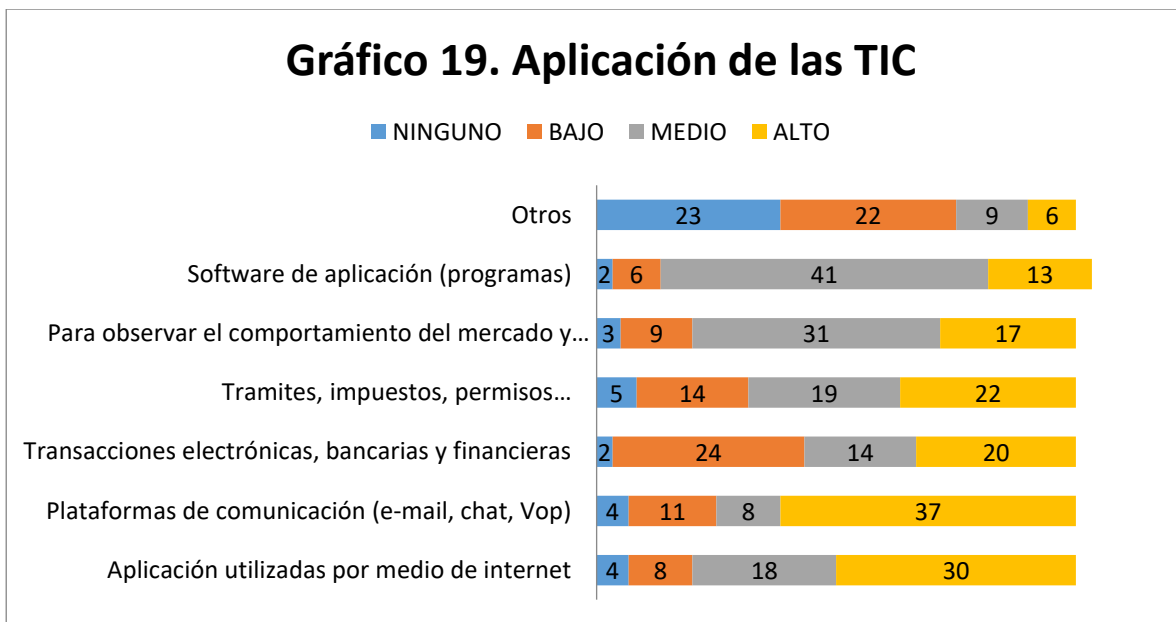
10.18 ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD EN EL LARGO PLAZO

Las estrategias que implementan las organizaciones pertenecientes al sector servicios del municipio de El Espinal Tolima son las TIC con 52, por ser una herramienta muy útil, que a su vez sirve para ofrecer los servicios un mercado objetivo más amplio incurriendo en costos moderados; seguido de la infraestructura, transporte y logística con 36 que son utilizadas para mejorar el lugar, el tiempo de respuesta hacia el cliente externo; la formalización empresarial y laboral con 30, la formalización del crédito con 26, otras estrategias con 18 y ciencia, tecnología e innovación con 14.

Hay que tener presente que las empresas del sector servicios no cuenta con una estrategia de I+D+I lo cual es clave para el éxito de la organización. Pues tan solo 14 de ellas lo implementa

Tabla 19. Aplicación de las TIC

aplicación de tic	ninguno	bajo	medio	alto
aplicación utilizadas por medio de internet	4	8	18	30
plataformas de comunicación (e-mail, chat, vop)	4	11	8	37
transacciones electrónicas, bancarias y financieras	2	24	14	20
Tramites, impuestos, permisos...	5	14	19	22
para observar el comportamiento del mercado y clientes	3	9	31	17
software de aplicación (programas)	2	6	41	13
otros	23	22	9	6
total	43	94	140	145



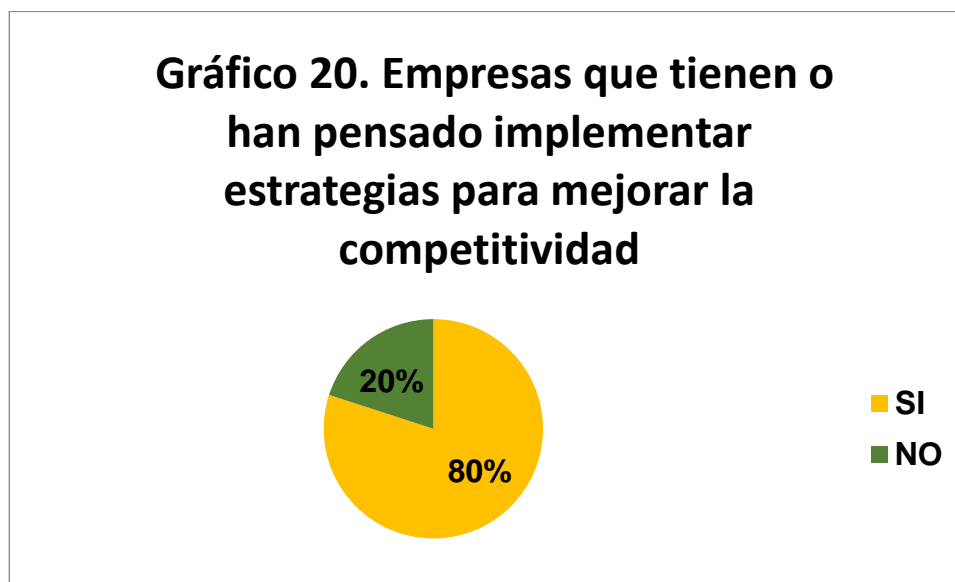
10.19 APLICACIÓN DE LAS TIC

Según la información recolectada las empresas del sector servicios utilizan más las TIC, como son la aplicaciones por internet, plataformas de comunicación, transacciones electrónicas, trámites, software de aplicación y otros con un nivel alto 145, seguido de 140 medio, bajo 94 y ninguno 43. Por consiguiente se puede apreciar que la gran mayoría de las organizaciones hacen

uso de las herramientas tecnológicas para llevar a cabo sus actividades de manera más eficaz y eficiente mejorando la rentabilidad y cumplimiento de los objetivos. (Ver tabla N.21).

Tabla N.20 Empresas que tienen o han pensado implementar estrategias para mejorar la competitividad

Opción	ni	hi
Si	48	50
No	12	23.3
Total	60	60



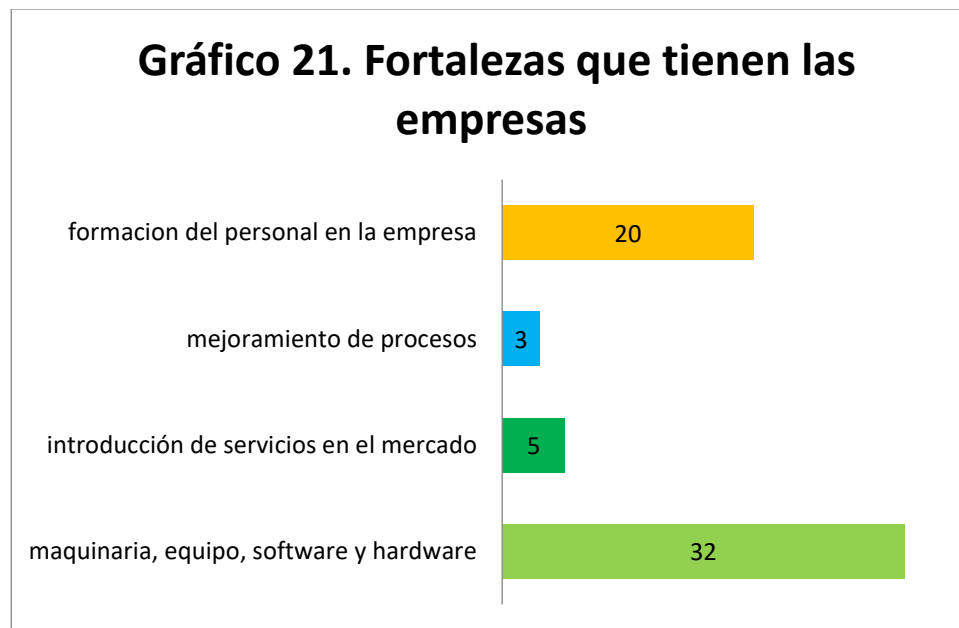
10.20 EMPRESAS QUE TIENEN O HAN PENSADO IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD

Según la información recolectada la mayoría de las empresas tienen o piensan implementar estrategias para mejorar la competitividad con el fin de tener un organización que se proyecte en el futuro con grandes volúmenes de ventas mejorando los resultados financieros, con un total de 48 y 12 que no han pensado en implementar estrategias pues piensan que incurrirían en gastos en

los cuales actualmente la compañía no están disponible para asumirlos y por ende pueden correr el riesgo de salir del mercado.

Tabla N.21 Fortalezas que tienen las empresas.

Fortaleza	ni	hi
maquinaria, equipo, software y hardware	32	53.3
introducción de servicios en el mercado	5	8.3
mejoramiento de procesos	3	5
formación del personal en la empresa	20	33.3
total	60	100

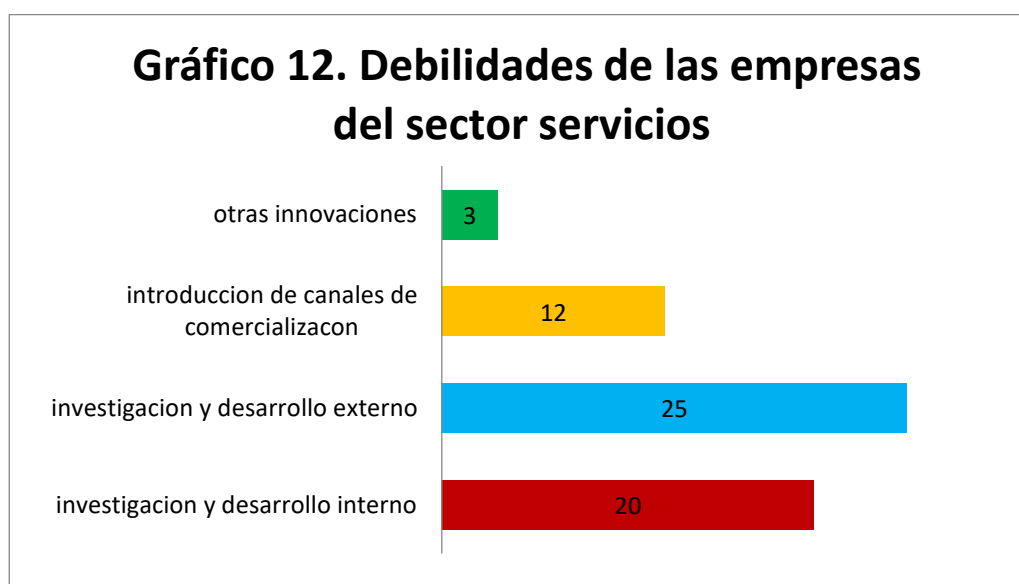


10.21 FORTALEZAS QUE TIENEN LAS EMPRESAS

Las fortalezas que tienen las empresas del sector servicios son en la parte de tecnología que facilita el proceso de las actividades reduciendo tiempo con un total de 32, seguido de formación del personal como son capacitaciones para que los empleados puedan realizar sus funciones a cabalidad sin ningún inconveniente con 20, con rangos inferiores están la introducción de servicios en el mercado y mejoramiento de procesos con 5 y 3 respectivamente.

Tabla N.22 Debilidades de las empresas del sector servicios

debilidades	ni	hi
investigación y desarrollo interno	20	33.3
investigación y desarrollo externo	25	41.6
introducción de canales de comercialización	12	20
otras innovaciones	3	5
total	60	100



10.22 DEBILIDADES DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS

Una de las debilidades que se ha encontrado con esta investigación es que la gran mayoría de las empresas del sector servicios no realizan estudios internos y externos de desarrollo en la implementación de nuevas innovaciones por tal motivo, no están acorde con el mercado y no saben en que innovar incurriendo en gastos elevados, seguido de la introducción de canales de comercialización con 12, ya que siempre utilizan los mismos mecanismos para llegar al cliente

11. CONCLUSION

El presente estudio impacto de la innovación en la competitividad de las empresas del sector de servicio en el municipio espinal-Tolima. Este sector juega un papel importante en la innovación, ya que rompe paradigmas en el mercado, esto se hace con el fin de mejorar la calidad de vida del personal humano y de las organizaciones.

Cuando se habla de innovación en las empresas, se piensa inmediatamente en un producto nuevo, en algo palpable, tangible; romper el paradigma de este concepto dentro de las empresas de servicios es un reto, ya que el innovar abarca mucho más que un nuevo producto (tangible) en el mercado. El posicionamiento de las empresas de servicios en el mercado mundial ha ido escalando vertiginosamente en los últimos años, transformándose en un ingreso mucho más alto en la mayoría de las potencias a nivel mundial, nacional, departamental y municipal, lo que demuestra que la innovación se hace imprescindible dentro de cualquier organización de servicios.

También este estudio ayuda que los empresarios y gerentes estén más actualizados con la tecnología y con los métodos o herramientas de investigación, ya que muchas organizaciones no aplican estos métodos y hacen que las compañías pierdan la confiabilidad tanto internamente como externamente con el capital humano.

Este estudio ayudo mucho a conocer las carencias que tiene el sector servicio en la economía, ya que se evaluó respectivamente cada organización originando un marco de confiabilidad con las diferentes organizaciones como: la cámara de comercio y La alcaldía municipal. Ya que ayudaron a que este proyecto tenga una viabilidad y resultado para mirar desde los diferentes puntos de vista si el trabajo investigativo tuvo un éxito o limitación del mismo.

12. RECOMENDACIONES

Esta recomendación está dedicada a las empresas o compañías del sector servicios a conllevar un método mejorable de innovación, ya que no contribuye al mejoramiento de calidad en los productos y hasta en la imagen de las mismas empresas, por eso cuentan con grandes fallas y esto hace que la economía interna de la organización este bajando.

Este problema hace que las empresas no sean competitivas y el mercado este exigiendo cambios cada vez más, por tal motivo, las compañías deben contar con estrategias o objetivos de ayuden a cautivar esa energía administrativa y fortalecer sus atributos de mando hacia los consumidores o el entorno como tal.

BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA. (14 de 07 de 2004). *RICYT*. Obtenido de RICYT: <http://www.ricyt.org/>
- Albrecht. (2010). *marketing*. Obtenido de http://www.victoria-andrea-munoz-serra.com/MARKETING/MERCADOTECNIA_DE_SERVICIOS.pdf
- Alic. (1996). *economia*. Obtenido de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/246.htm>
- Amaya. (2004). Obtenido de repository: <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/11762/1/Proyecto%20Innovacion.pdf>
- Ansoff, H. (2016). Obtenido de <http://planeacion-estrategica.blogspot.com.co/>
- aragon. (s.f.). Obtenido de <http://www.camarasaragon.com/innovacion/Concepto.asp>
- Aragon, C. (2016). Obtenido de <http://www.camarasaragon.com/innovacion/Concepto.asp>
- Bednar, R. y. (29 de 03 de 2010). *conceptos de calidad*. Obtenido de concetos de calidad: <http://xxxxturismoxxx.blogspot.com.co/2010/03/conceptos-de-calidad-segun-diversos.html>
- cabral, s. (10 de 9 de 2013). *productividad*. Obtenido de productividad: <http://www.bscgla.com/04.%20Educacion/00010.%20Productividad/Productividad.pdf>
- CALIDAD. (2016). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Calidad>
- calidad, w. y. (28 de 8 de 2010). Obtenido de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Calidad_en_el_servicio
- Castillo. (10 de 12 de 2010). *repositorio.autonoma*. Obtenido de repositorio.autonoma: <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/90/1/Tesis%20Innovacion%20P%20roducto%20Mipymes.pdf>

CEIM. (24 de 08 de 2010). *EMPRESARIOS DE MADRID*. Obtenido de EMPRESARIOS DE MADRID: <http://www.ceim.es/>

Chandler, A. (2016). Obtenido de <http://planeacion-estrategica.blogspot.com.co/>

Colombia, S. S. (2013). Obtenido de <http://construyendocientificossociales.blogspot.com.co/2013/04/sector-terciario-o-de-servicios.html>

cornella. (2014). Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/eventos-y-formacion/5-razones-por-las-que-toda-empresa-deberia-innovar>

Crosby. (29 de 03 de 2010). *conceptos de calidad*. Obtenido de conceptos de calidad: <http://xxxxturismoxxx.blogspot.com.co/2010/03/conceptos-de-calidad-segun-diversos.html>

Deming. (29 de 03 de 2010). *conceptos de calidad*. Obtenido de conceptos de calidad: <http://xxxxturismoxxx.blogspot.com.co/2010/03/conceptos-de-calidad-segun-diversos.html>

derecho. (2010). Obtenido de <http://www.derecho.com/c/Propietario>

Dubrin, A. J. (23 de 5 de 2010). *desarrollo de habilidades*. Obtenido de desarrollo de habilidades: <http://es.slideshare.net/leonorlgomez/desarrollo-de-habilidades-pdf>

empresa, m. (21 de 2 de 2010). *pymes*. Obtenido de <http://www.pymesyautonomos.com/estrategia/la-importancia-de-la-innovacion>

enciclopedia, t. d. (2016). Obtenido de <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/523-tipos-de-competencia/#ixzz4SebkbCuI>

Estandares. (10 de 10 de 1987). *unlu*. Obtenido de unlu: <http://www.unlu.edu.ar/~ope20156/normasiso.htm>

Gadrey, J. (2010). Obtenido de servicios: <http://docplayer.es/17431851-Innovacion-en-las-empresas-de-servicios-presentado-por-adriana-maria-diaz-p-presentado-a-jesus-salvador-moncada.html>

gordillo. (12 de 12 de 2016). *conceptmaps*. Obtenido de conceptmaps: <http://conceptmaps.it/KM-Creativity-esp.htm>

Gryna, J. Y. (29 de 03 de 2010). *conceptos de calidad*. Obtenido de conceptos de calidad: <http://xxxturismoxxx.blogspot.com.co/2010/03/conceptos-de-calidad-segun-diversos.html>

Haguenaure. (1996). *banrepcultural*. Obtenido de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/246.htm>

Huerta. (2 de 04 de 2010). *infontavit*. Obtenido de infontavit: http://infontavit.janium.net/janium/TESIS/Maestria/Huerta_Reynoso_Gabriela_45532.pdf

icontec. (09 de 9 de 2016). *gestion de calidad*. Obtenido de gestion de calidad: <http://www.fomento.es/NR/rdonlyres/9541acde-55bf-4f01-b8fa-03269d1ed94d/19421/CaptuloIVPrincipiosdelagestindelaCalidad.pdf>

Jeannethe Jiménez, A. C. (3 de 3 de 2015). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos6/prod/prod.shtml#que#ixzz4SeWnV7WJ>

Management, E. (1996). Obtenido de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/246.htm>

Porter, M. (9 de 2 de 2005). *sangrefria*. Obtenido de sangrefria: <http://www.sangrefria.com/blog/2005/02/09/porter-y-la-competitividad/>

porter, M. (2016). Obtenido de <http://planeacion-estrategica.blogspot.com.co/>

SCHUMPETER. (1980). *CREATIVIDAD E INNOVACION*. EE.UU: CREATIC.

Scoop. (2014). Obtenido de repository: <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/11762/1/Proyecto%20Innovacion.pdf>

Semana. (19 de 8 de 2016). *semana*. Obtenido de <http://www.semana.com/educacion/articulo/colombia-global-innovation-index-2016/489500>

Silver, H. y. (12 de 9 de 2005). *rinace*. Obtenido de rinace: <http://www.rinace.net/rlei/numeros/vol3-num2/Rev.%20Ed.%20Inc.%20Vol3,2.pdf>

Smcookler. (2010). Obtenido de CRECIMIENTO:
<http://www.fediap.com.ar/administracion/pdfs/Adopci%C3%B3n%20de%20tecnolog%C3%ADa%20como%20fuente%20del%20crecimiento%20de%20la%20econom%C3%ADa%20Argentina.pdf>

Wikipedia. (2010). *wikipedia*. Obtenido de
<https://es.wikipedia.org/wiki/Competitividad>

wikipedia. (2015). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Recursos_humanos

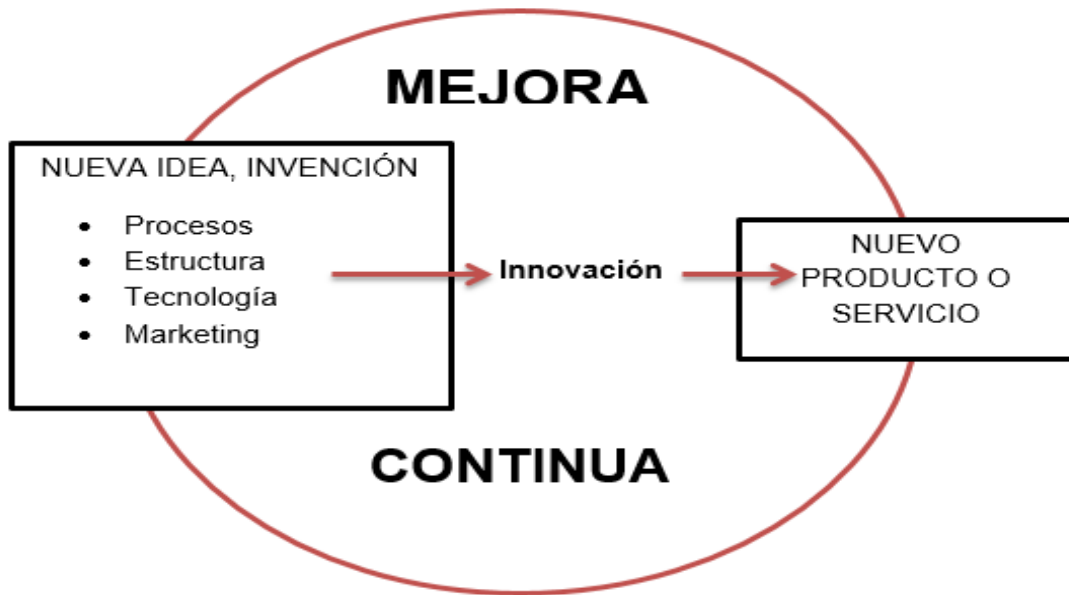
wikipedia. (17 de 8 de 2016). Obtenido de wikipedia:
https://es.wikipedia.org/wiki/Aseguramiento_de_la_calidad

Zabala, M. (12 de 12 de 2016). *proyectos de innovacion*. Obtenido de proyectos de innovacion:
<http://documentslide.com/documents/elaboracion-de-proyectos-de-innovacion.html>

ZAMORANO. (1999). Obtenido de
<http://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/926/1001>

ANEXOS

Anexo A. La innovación como proceso continuo



Anexos B. comprensión de la naturaleza del acto de servicio.

¿Cuál es la naturaleza del acto de servicio?	¿Quién o qué es el receptor directo del servicio?	
	Personas	Poseiones
Acciones tangibles	Servicios dirigidos a los cuerpos de las personas Transportación de pasajeros Cuidado de la salud Alojamiento Salones de belleza Terapia Física Gimnasio Restaurantes/bares Corte de pelo Servicios funerarios	Servicios dirigidos a las posesiones físicas Transporte de carga Reparación y mantenimiento Almacenamiento/depósito Servicios de conserjería Distribución de menudeo Lavandería y tintorería Reabastecimiento de combustible Jardinería ornamental/cuidado del césped Eliminación de basura/reciclado
Acciones intangibles	Servicios dirigidos a las mentes de las personas Publicidad/relaciones públicas Artes y entretenimiento Radio y teledifusión/cable Consultoría administrativa Educación Servicios de información Conciertos Psicoterapia Religión Voz telefónica	Servicios dirigidos a activos intangibles Contabilidad Banca Procesamiento de datos Trasmisión de datos Seguros Servicios legales Programación Investigación Inversiones en valores Consultoría de software

Fuente: ALBRECHT, Karl. La Revolución del Servicio. Bogotá: 3R editores. 1998. PP 235

A 41

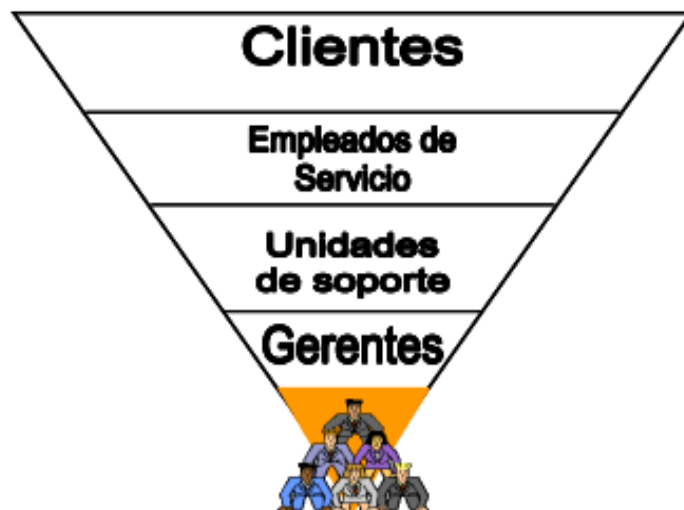
Anexos C. El modelo de gerencia tradicional vs paradigma de la gerencia del servicio.

Modelo Tradicional	Foco	Gerencia del Servicio
Productividad del capital y trabajo orientado a utilidad	Precepto Económico	Calidad del servicio da utilidad
Realización de tareas asignadas; cumplir normas del trabajo	Enfoque del trabajo	Manejar momentos de verdad; asegurar percepción de los clientes sobre el resultado

Medidas normativas de resultados	Criterios de evaluación	Evidencia de la satisfacción de los clientes
Control y sumisión a las normas	Enfoque de supervisión y gerencia	Capacitación, soporte y asistencia
Estructura, proceso, y control legislativo	Enfoque organizacional	Soporte y alineación de recursos en el personal de enlace
Manejo a través de estructura	Enfoque ejecutivo	Creación y mantenimiento de una cultura del servicio

Fuente: ALBRECHT, Karl. La Revolución del Servicio. Bogotá: 3R editores. 1998. PP 102

Anexos D. Estructura de la organización según la gerencia del servicio



Fuente: ALBRECHT, Karl. La Revolución del Servicio. Bogotá: 3R editores. 1998. PP 104

Anexos E. triángulo de servicio



Fuente: Kart Albrecht. La Revolución del servicio