

El rol de la innovación en los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida

The role of innovation in the successful entrepreneurship in the metropolitan area of Mérida

Rangel Morales, Adriana María y
Tinto Arandes, José Antonio

Universidad de Los Andes. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. E-mail: arandes@ula.ve

Recibido: 9/06/2014/Aprobado: 27/06/2014

Resumen

En las actuales condiciones de competitividad, las empresas locales se enfrentan al desafío de mantener su desarrollo económico dentro de mercados que se encuentran cada vez más saturados. Ante esta realidad, se presenta la interrogante de cómo se puede mejorar esta situación para así construir organizaciones con éxito y continuidad en el tiempo. A partir de esta premisa la presente investigación tuvo como propósito determinar el rol de la innovación en los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida. Para esto se establecieron los criterios que permiten catalogar un emprendimiento como exitoso, a su vez se identificaron los elementos innovadores que presentaron las empresas calificadas como emprendimientos éxitos. Para lograrlo se aplicó un enfoque mixto, de tipo exploratorio-descriptivo con un diseño correlacional-causal, a través del análisis factorial. Los resultados obtenidos evidencian que el rol de la innovación es potenciar el éxito y la permanencia en el tiempo a través de la participación del mercado, la competitividad y la productividad. Todo esto a partir de la realización de innovaciones relacionadas con la adquisición de tecnología incorporada o no al capital, así como de actividades de mercadeo y comercialización, diseño de productos y servicios, capacitación e innovación y desarrollo. Importantes hallazgos y consideraciones son expuestos para contribuir al desarrollo local y regional del área metropolitana de Mérida.

PALABRAS CLAVES: Desarrollo Local, Innovación, emprendimiento, éxito empresarial. Marketing.

Abstract

In the current competitive conditions, local businesses face the challenge of sustaining economic development within markets that are increasingly saturated. Given this reality, the question of how to improve this situation in order to build successful organizations and continuity over time is presented. From this premise, the present investigation was to determine the role of innovation in successful ventures metropolitan area Mérida State. For this the criteria for cataloging a venture as successful turn innovative elements that had qualified companies were identified as successful ventures were established. To achieve a mixed descriptive exploratory approach, type a causal-correlational design was applied, through the factor analysis. The results evidence that the role of innovation is to enhance the success and permanence in time through market share, competitiveness and productivity. All this from the realization of innovations related to the acquisition of embodied technology or capital, as well as marketing activities and marketing, product design services, training and development and innovation. Important findings and considerations are exposed to contribute to local and regional development of the metropolitan area of Mérida.

KEYWORDS: Local Development, Innovation, entrepreneurship, business success. Marketing.

1. La innovación factor clave del éxito empresarial

Los negocios se reinventan continuamente en la búsqueda de mejorar su desarrollo económico, la calidad de vida de sus clientes, el desarrollo social y el entorno ambiental que les rodea. La innovación juega un papel importante en esta dinámica empresarial. Las nuevas ideas y oportunidades que se adoptan en las empresas las convierten en organizaciones capaces de afrontar con éxito los desafíos del mundo actual. En las nuevas condiciones competitivas de globalización e incertidumbre las empresas deben lograr fortalecer el papel de la innovación, tanto en empresas establecidas como en la creación de nuevas empresas, para garantizar su continuidad en el mercado. Al respecto, Gómez, Villena y Shilkrut (2007) exponen que:

Para las empresas de hoy, la competencia es cada vez más abrumadora: la tecnología, el contar con recursos humanos altamente preparados, son realidades que obligan a las empresas a luchar incansablemente por mejorar su propuesta de valor. El centro de este esfuerzo está precisamente en la capacidad de innovar. (p.7).

El Foro Económico Mundial en Reporte de Competitividad Global 2010-2011 explica que la innovación es importante para las economías, pues las acerca a las fronteras del conocimiento. Este Foro destaca que las economías menos desarrolladas pueden mejorar su productividad a partir de aceptar en sus países las tecnologías existentes, ya que a medida que esas economías se desarrollan deberán crear y presentar nuevos productos para fomentar la competitividad.

Estrada, García y Sánchez (2009) en su estudio empírico sobre factores determinantes del éxito competitivo, de la PYME en México, revelan que las empresas con alto rendimiento le dan mayor importancia a la innovación en productos, procesos y gestión. Este resultado pone de manifiesto la importancia de la innovación para el desarrollo de la competitividad, el estímulo, la creatividad y la eficiencia. Este estudio, desde una visión empírica, encontró que las PYME con mayor éxito competitivo son aquellas que planean estratégicamente, que innovan en sus procesos y productos, que gestionan con un nivel tecnológico superior en comparación con competidores del mismo sector.

De igual manera, Cervilla de Olivieri (2005) en su estudio, sobre excelencia operacional mediante la innovación y el mejoramiento continuo de los procesos en la industria venezolana de autopartes, muestra como empresas venezolanas aplican la innovación en procesos y productos para lograr alcanzar ventajas competitivas sostenibles como calidad, flexibilidad y reducción en los costos y en tiempos del ciclo productivo, esto les ha permitido producir vehículos con atributos importantes para los consumidores. Dentro de estos atributos podemos señalar: calidad, precio, rapidez y confiabilidad en la entrega.

De lo antes expuesto se puede concluir que en todo emprendimiento que pretenda crecer y ser rentable en los agitados tiempos es necesario

innovar; Ya no es suficiente con hacer las cosas bien, hay que hacerlas mejor para así generar ideas que permitan superar a los competidores, especialmente en estos tiempos de economía interconectada y de mercados abiertos. Existe acuerdo en que la innovación es el elemento clave que explica la competitividad. Porter (citado en Escorsa y Valls, 2003), por ejemplo, expresa que: “La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. Las empresas consiguen ventajas competitivas mediante innovaciones” (p.19).

Es importante señalar que este proceso innovador, destacado en distintas investigaciones, debe estar sobre la base del conocimiento y las necesidades del consumidor con la finalidad de lograr el éxito de la introducción de las innovaciones en el mercado. En este punto el marketing juega un papel importante, ya que ayuda a la identificación de las verdaderas necesidades y expectativas del mercado, además de ayudar al diseño, la comunicación y comercialización de dichas innovaciones; se infiere así que las tres piedras angulares de un emprendimiento exitosos son la creatividad, la innovación y el marketing, las cuales son definidas por Schnarch (2007) de la siguiente manera:

La creatividad se relaciona con la búsqueda y aprovechamiento de oportunidades de ideas que satisfagan necesidades reales y sentidas del mercado; la innovación se refiere a la aplicación y desarrollo de productos y empresas y el marketing no solo ayuda a la identificación de esos requerimientos, sino que aporta al diseño, comercialización e introducción de esas innovaciones a la validación y comercialización. (p.1)

La innovación se establece como la función fundamental del emprendimiento, ya sea en una compañía existente o en una nueva empresa. Ésta es el medio por el cual el empresario crea nuevos recursos generadores de riqueza o incrementa los recursos existentes con un potencial mejorado para producir riqueza en las regiones (Drucker, 2002)

Cada año en Venezuela se abren muchas empresas, esto la ubica para el año 2007 en el cuarto lugar de países con actividad emprendedora tem-

prana, luego de Tailandia, Perú y Colombia. En el GEM 2009 (Auletta, Rodríguez y Vidal, 2011) Venezuela disminuyó su posición al octavo lugar, aun así sigue dentro de los 10 países más emprendedores en el mundo, aunque el dato resulta ser muy positivo, el nivel potencial de emprendimiento es bajo y su porcentaje de fracaso es alto.

En este sentido, según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), elaborado en Venezuela, la brecha entre los valores de creación de empresas y empresas establecidas es particularmente llamativa, ya que por cada empresa nueva hay 0,34 empresas establecidas, lo cual denota un problema de “mortalidad infantil” de las organizaciones (Auletta, Rodríguez y Vidal, 2011), debido a varios factores dentro de los que podemos señalar: a) la falta de habilidades de los emprendedores para identificar y explotar oportunidades b) la administración de recursos c) el equipo de trabajo y d) el manejo del entorno y sus regulaciones.

En relación a la iniciativa empresarial y al desarrollo económico de un país, Fernández, Rodríguez y Vidal (2008) expresan que: “los países con menores ingresos presentan una alta actividad emprendedora, en su mayoría por necesidad y no por oportunidad” (p.16), este el caso de Venezuela donde existe un crecimiento en la actividad emprendedora, pero con una paridad de poder de compra bajo, esto permite sostener que la gran cantidad de emprendedores en un país no es suficiente para generar el desarrollo económico; las nuevas empresas deben tener características que permitan un impacto positivo en la calidad de vida de las sociedades (Fernández y otros, 2008). En relación con ello, para lograr un impacto en la economía las empresas deben generar innovaciones que satisfagan al mercado, que aprovechen nuevos nichos y aumente la competitividad.

A nivel mundial la innovación de los países es comparada a través del índice mundial de innovación, el cual es un instrumento de análisis que toma en cuenta para su evaluación los recursos para desarrollarla, tales como capital humano, investigación, infraestructura, desarrollo empresarial; y sus resultados, como producción científica y producción creativa de 142 países.

Para el año 2013 países de Europa (Suiza se mantiene en el primer lugar) y Estados Unidos se mantienen en los primeros cinco lugares de naciones más innovadoras. Con respecto a América Latina, los países más innovadores son Costa Rica en el puesto 39, Chile en el 46 y Barbados en el 47. De los países con índices más bajos de la región, se encuentran Paraguay 100, Honduras 107 y Venezuela 114, representando un avance de cuatro puestos respecto a 2012 pero una caída de 12 posiciones al contrastar con los resultados obtenidos en 2011.

A pesar de estos resultados, Soumitra Dutta profesor de la Universidad Cornell opina que Latinoamérica es una región que está tomando decisiones políticas adecuadas en materia de innovación (Cornell University, INSEAD y WIPO, 2013), ya que la mayoría de sus países está mejorando sus posiciones.

A pesar de que Chile descendió siete puestos del índice global de innovación en el 2013, este país continúa siendo el país de América Latina con más reconocimiento internacional en esta temática. La tasa de innovación de este país se ha ubicado en el promedio de países pertenecientes a la Unión Europea, ya que el porcentaje de empresas que innovaron en Chile en 2013 es de 26,9%, mientras que el promedio de la UE es de 26,8. Según la afirmación de diversos actores, tanto del gobierno como de asociaciones empresariales, en Chile las políticas de promoción han incentivado de forma importante a que las empresas se atrevan a tomar el desafío, disminuyendo los riesgos, costos del aprendizaje y puesta en marcha de la innovación dentro de las empresas. Se debe señalar que en este país se le ha dado un impulso al emprendimiento e innovación a través de más de 100 programas enfocados en generar una cultura de la innovación (innovación.cl, 2014).

Por su parte, en Venezuela a través de las incubadoras de empresa y los distintos parques tecnológicos creados en el país se promueven proyectos innovadores. Esta promoción se produce a través de la capacitación técnica empresarial y la transferencia de conocimientos de las universidades al sector privado. A su vez el Estado Venezolano en el

2005 creó un Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación que va del 2005 al año 2030, como un instrumento participativo para la formulación de las políticas públicas de ciencia y tecnología que impulsen el desarrollo integral del país, enmarcado en la Ley Orgánica de Ciencia Tecnología e Innovación (LOTCI) aprobada en el 2005 y reformada en el 2010. La finalidad de este plan según el Centro Nacional de Innovación Tecnológica (CENIT) (2010) se refiere a:

Construir una cultura científico-tecnológica que oriente sus potencialidades y capacidades hacia la transformación de la sociedad venezolana, a partir de la configuración de valores y modelos de acción que la hagan pertinente, integral, de producción colectiva, comprometida con la inclusión y la vida en el planeta.

De acuerdo con estadísticas publicadas por el Ministerio para el Poder Popular de Ciencia, Tecnología e Innovación (MCTI) en el año 2006, se observó un incremento del apoyo financiero a proyectos de ciencia, tecnología e innovación, esto permitió que Venezuela experimentara un cambio significativo, de un 0,48% a un 1,78% de inversión financiera en relación al PIB nacional. Para el año 2007 se evidencia aún más este impacto, ya que se realizó una inversión de 2,69% del PIB, esto pone a Venezuela, según el informe de la Red Iberoamericana de Ciencias y Tecnología (RICYT), en primer lugar dentro de los países con más aporte en Ciencia y Tecnología. Este resultado ubica a Venezuela por encima de Estados Unidos y Canadá, pues en estos se invirtieron 2,66% y 1,88%, a su vez Venezuela logra sobrepasar países que muestran una tradición en inversión en esta materia como España, Portugal y Brasil.

El estado Mérida como parte del entorno nacional se ha insertado en esta iniciativa con la creación de La Corporación Parque Tecnológico de Mérida, los centros y la cátedra de innovación y emprendimiento de la Universidad de Los Andes, así como también de la creación del Sistema Regional de Innovación (SRI) para la gestión de la ciencia y la tecnología a través de FUNDACITE-Mérida, el cual ofrece, tal y como lo afirman Aguilar, Terán y Blanco (2006), "oportunidades para el desarrollo integral de la región a través de la innovación, la competitividad y el desarrollo del conocimiento local" (p.14). Existen otras instituciones

públicas en el estado Mérida y a nivel nacional, para potenciar la innovación en la región, tales como INAPYMI, las cuales financian las iniciativas empresariales, el Programa al Estímulo a la Investigación (PEI) y el proyecto para fomentar la inventiva nacional con el propósito de beneficiar a las comunidades.

Sin embargo, al observar el entorno empresarial a nivel nacional se puede apreciar que en la mayoría de las nuevas empresas la innovación juega un papel menor. De hecho si se toman en cuenta los resultados del Global Entrepreneurship Monitor, el 60,9% de los clientes de nuevos emprendimientos considera que los productos o servicios ofrecidos no son novedosos (Fernández, Rodríguez y Vidal, 2008), lo cual muestra un limitado nivel de innovación en la oferta incorporada al mercado, esto trae como consecuencia que su nivel de competitividad sea bajo, limitando su perduración en el mercado por la falta de estrategias que potencien actividades novedosas y exitosas para continuar en el tiempo. De igual manera, el reporte de Competitividad Global 2011-2012 del Foro Económico Mundial señala que Venezuela tiene un pobre desempeño en cuanto a la innovación, ubicándose en el puesto 126 entre 142 países.

En el área metropolitana de Mérida se observan cierres de nuevas organizaciones en menos de tres años de creadas, de hecho las Pequeñas y Medianas Industrias en el Municipio Libertador del estado Mérida tiene alta proporción de desaparecer años antes de llegar a la consolidación, de las empresas creadas en el año 2000 para el año 2007 habían desaparecido un 64.29% (Colls, 2007). De igual manera, Fernández et al (2008), en el reporte GEM para Venezuela revela que la actividad emprendedora ha disminuido en la Región Andina (Táchira, Mérida y Trujillo), para el 2003 la región andina había sido la más emprendedora de Venezuela, pero para el año 2008 se encontraba en el penúltimo lugar con un índice de actividad de emprendedora del 8,12%.

Una de las causas de lo planteado, tal como lo expresa Fernández, Rodríguez y Vidal (2008), desde el punto de vista del emprendedor, es la formación empresarial inadecuada. Los nuevos emprendedores

cuentan con pocas herramientas para desarrollar la creatividad, generar ideas novedosas y llevarlas a la realidad. Colls (2007), muestra en sus resultados que los emprendedores de empresas cerradas en el Municipio Libertador del Estado Mérida han realizado como causas de cierre la ausencia de estrategias de innovación, la falta de habilidades de dirección y situaciones adversas del entorno.

Por tanto, se presentan interrogantes de cómo lograr mejorar estas situaciones y permitir construir organizaciones con iniciativas innovadoras que garanticen el éxito y su perduración en el tiempo. A tal efecto, se pretende con esta investigación conocer si aquellas empresas que han sido exitosas del área metropolitana de Mérida han realizado actividades novedosas en sus procesos y de ser cierto, cómo las han desarrollado, es decir, comprender mejor de qué manera la innovación ha influido en los factores que han contribuido a su nacimiento y desarrollo.

Es por ello, que esta investigación estuvo centrada en determinar cual es el rol que tiene la innovación en los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida. Se exploraron los elementos innovadores presentes en las prácticas de empresas exitosas. Este estudio pretende dar a conocer de qué manera influye la innovación en el éxito empresarial para lograr que perduren en el tiempo y permitan el desarrollo económico del área Metropolitana del Estado Mérida, a su vez busca generar conocimiento contextualizado a la realidad merideña, que permita comprender las acciones de los emprendimientos exitosos en la región y contribuir a crear conocimiento para la formación de nuevos empresarios exitosos en nuestra región.

2. Metodología empleada para estudiar la relación entre innovación y emprendimientos exitosos

La presente investigación ha adoptado un enfoque mixto que según Hernández, Fernández y Baptista (2003), "constituye el mayor nivel de integración entre los enfoques cualitativo y cuantitativo, donde ambos se combinan durante todo el proceso de investigación" (p.22).

El enfoque cuantitativo permitió entender varios aspectos, en primer lugar, los patrones de aplicación de innovación, en segundo lugar, la identificación de los elementos innovadores de los emprendimientos exitosos, en tercer lugar, los objetivos de los gerentes en la aplicación de actividades innovadoras y en cuarto lugar su percepción sobre lo que significa lograr el éxito empresarial en el área metropolitana de Mérida. Además, permitió realizar un análisis de la correlación de factores para establecer la correspondencia entre la innovación y el éxito de los emprendimientos del área metropolitana de Mérida.

El enfoque cualitativo según Hernández, Fernández y Baptista (2003) "Con frecuencia se basa en métodos de recolección sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones... Su propósito consiste en "reconstruir" la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido" (p.5). A partir de este enfoque, se estudió la opinión de los expertos en cuanto a los criterios contextualizados en la realidad merideña para considerar un emprendimiento como exitoso.

El acoplamiento de ambos enfoques, logró proporcionar conocimientos con los cuales se pudo definir cómo influye la innovación en el éxito de los emprendimientos del área metropolitana de Mérida.

De acuerdo con las características que presenta este estudio, se considera una investigación de campo, con un diseño no experimental. Hernández, Fernández y Baptista (2003) lo definen como "la investigación donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos" (p.207).

Los estudios no experimentales en su diseño tienen otras características, una de ellas es que este estudio se plantean en un momento único en el tiempo, por lo que es de naturaleza transversal. Además la investigación está dada por un diseño correlacional causal que según lo explica Hernández, Fernández y Baptista (2003) "Describen relaciones en uno o más grupos o subgrupos y suelen describir primero las variables incluidas en la investigación para luego establecer las relaciones entre éstas

(en primer lugar, son descriptivos de variables individuales; pero luego van más allá de las descripciones: establecen relaciones)” (p.275). Este diseño da respuesta a los tres últimos objetivos específicos formulados en esta investigación.

Por las características de la investigación ha sido necesario presentar dos poblaciones y dos muestras. La muestra 1 se tomó de los emprendimientos del área metropolitana de Mérida que cumplieron con los criterios determinados por los expertos y contrastados con los fundamentos teóricos para ser considerados como emprendimientos exitosos. Luego se aplicó un muestreo probabilístico a las empresas que cumplieron con los criterios, generando una selección aleatoria de la muestra total. La técnica usada fue el muestro aleatorio simple. Malhotra (2004) expone que en esta técnica “Cada elemento de la población se selecciona de forma independiente a otro elemento y la muestra se toma por un procedimiento aleatorio de un marco de muestreo” (p.325). La muestra 2 estuvo conformada por 6 profesores adscritos al Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial CIDE. Para la selección se realizó un muestreo no probabilístico de juicio, definido por Hair y otros (2004) como el método donde “se selecciona a los participantes de acuerdo con la creencia del investigador u otra persona experimentada de que llenarán los requisitos del estudio. El supuesto fundamental es la creencia subjetiva del investigador de que las opiniones de un grupo de expertos percibidos sobre el tema de interés son representativas de la población meta definida entera”(p.351).

Para la recolección de datos se usaron tres técnicas en las que se aplicó el enfoque mixto de la naturaleza de la investigación: encuesta a los empresarios, entrevista a los expertos y observación documental para revisar notas de prensa, vídeos, documentales, indicadores financieros públicos y publicidad de las empresas del área metropolitana de Mérida del listado de la Cámara de Industria y Comercio del Estado Mérida para identificar los emprendimientos exitosos a estudiar. Cabe destacar que se tomó como base para la elaboración y análisis de las encuesta de innovación la metodología planteada por el Manual de Oslo y el Manual de Bogotá, los cuales son guías con estándares internacio-

nales para la recogida e interpretación de datos sobre innovación tecnológica y no tecnológica. El Manual Latinoamericano de Indicadores de Innovación Tecnológica (Manual de Bogotá), contiene e incorpora la trayectoria de conocimientos y el aporte de numerosos investigadores y expertos tanto de la región, como fuera de ella.

El análisis de los resultados se dividió en varias etapas, en primer lugar: el análisis de contenido de las entrevistas a los expertos se realizó con el programa NVivo10, utilizado para el análisis de textos y transcripciones de entrevistas. Los resultados obtenidos se contrastaron con la revisión bibliográfica del marco teórico. Con las conclusiones de este análisis se identificaron los emprendimientos exitosos del Área Metropolitana del Estado Mérida, a partir de revisar la información documental de cada empresa que se comparó con los criterios establecidos por los expertos.

Para dar conocer los elementos innovadores en los emprendimientos exitosos, se aplicó la encuesta a los emprendimientos exitosos escogidos y los resultados obtenidos se codificaron para construir una base de datos que posteriormente fue utilizada para realizar un análisis descriptivo de las respuestas. Finalmente, se analizaron las relaciones entre las variables de emprendimientos exitosos y las de innovación, aplicando el coeficiente de correlación de Pearson. Debido al alto volumen de variables estudiadas, se realizó un análisis factorial para dar respuesta al quinto objetivo específico, el cual es una técnica de reducción de datos que sirve para encontrar grupos homogéneos de variables.

3 Criterios para considerar emprendimientos como exitosos del área metropolitana de Mérida

Ahora bien, el éxito organizacional puede ser estudiado desde muchas perspectivas. Existen indicadores comunes y otros muy propios del entorno donde se desarrolla la organización. Las fuentes teóricas consultadas llevaron a priori a identificar diversas variables organizacionales relacionadas con el éxito, las cuales se resumieron en seis variables que podían ser medidas con facilidad en la población estudiada. Sin embar-

go, luego de analizar las opiniones de los expertos con respecto a los criterios para catalogar un emprendimiento como exitoso y ver las coberturas de las distintas categorías se infiere que los principales criterios son: crecimiento (incluyendo apertura de nuevos establecimientos), calidad de productos y servicios, innovación, participación en el mercado, calidad del recurso humano, satisfacción al cliente, tiempo en el mercado y el entorno agrupando la responsabilidad social, la sustentabilidad, buena relación con el entorno y enfoque en el entorno merideño, ya que son los criterios que presentan mayor cobertura y las palabras asociadas al discurso de los expertos con mayor frecuencia están asociadas a estas características, las cuales coinciden con los distintos estudios realizados a nivel mundial, nacional y regionalmente.

El hallazgo más importante de esta primera fase de la investigación se refiere a que las empresas del Área metropolitana de Mérida también pueden ser clasificadas como exitosas por los factores de éxito estándares señalados por los distintos autores consultados, pero además incluyen un elemento como es la responsabilidad social y el respeto por el entorno natural y cultural merideño. Autores como Song, Pedoynitsyna, Van der Bij y Halman (2008) consideraron como un factor de éxito las alianzas para la investigación y desarrollo, Araujo (2006) también consideró los convenios y la cooperación con proveedores, universidades o centros de investigación para el desarrollo de nuevos productos o procesos para el desarrollo.

A partir de estos resultados, se realizó un cuadro de doble entrada con el total de empresas afiliadas a la Cámara de Industria y Comercio del Estado Mérida para diciembre de 2012, se vació la información tomada de la observación directa de documentos, notas de prensa, páginas web, audios y vídeos que dieran información relevante sobre estas empresas. De la observación se extrajeron los aspectos relacionados con los criterios exitosos, a partir de allí se comenzó a sumar puntos para cada criterio. Los puntajes de frecuencia indican que de las 430 empresas identificadas, para el área metropolitana de Mérida, 34 cumplieron con cuatro o más de los ocho criterios.

Durante la aplicación del cuestionario a los emprendedores también se

validaron los criterios definidos en la primera fase de la investigación para validarlos de manera cuantitativa. Para esto se realizaron una serie de preguntas a partir de los factores de éxito previamente establecidos en el análisis de contenido desarrollado en el primer objetivo específico de esta investigación. Con los datos adquiridos se busca realizar una correlación con los hallazgos en innovación para establecer una correspondencia entre innovación y emprendimientos exitosos. A continuación se presentan los resultados de las preguntas planteadas en esta sección a la muestra encuestada.

Cuadro 1

Aspectos más Importantes que han Llevado a los Emprendimientos al Éxito Actual Como se observa en la tabla anterior las respuestas obtenidas de los encuestados son muy diversas, pues éstos consideran en un 36% que el buen servicio al cliente conduce al éxito actual, el 32% piensa que

Aspectos Importantes para el éxito	Nº de empresas	%
Aplicar la ciencia para beneficiar a la sociedad	2	7
Buen servicio al cliente	10	36
Constancia	9	32
Innovación en servicios y/o productos	9	32
Conocimiento de los productos	1	4
Constante contacto con el cliente	3	11
Calidad, Integración y empoderamiento del personal	4	14
Perseverancia	5	18
Disciplina	3	11
Planificación	3	11
Relaciones con el Gobierno	2	7
Alta Tecnología	1	4
Calidad de Producto	3	11
Racionamiento de Costos	2	7
Responsabilidad Social	2	7
Paciencia	4	14
Objetivos Claros	2	7

es la constancia y la innovación en servicios y productos produce lo que el éxito, un 18% resaltó la perseverancia, un 14%, la integración, empoderamiento y calidad del personal, así como también la paciencia fue indicada por un 14% de los encuestados, la calidad de producto, planificación, la disciplina y el constante contacto con el cliente fueron resaltados por un 11% de los entrevistados. Otros aspectos como tener objetivos claros, la responsabilidad social, el racionamiento de costos, las relaciones con el gobierno y la aplicación de la ciencia para beneficiar a la comunidad representaron un 7%.

De los datos antes señalados se desprende que aspectos como la constancia, perseverancia, paciencia y la disciplina están asociados a características internas del emprendedor. A pesar de que en el enfoque de este estudio no se considera el perfil del emprendedor, cabe resaltar que en algún punto de las entrevistas realizadas se mencionaron estos aspectos, los sujetos participantes de este estudio están convencidos que sin una carga de energía positiva y las características antes mencionadas no es posible tener éxito en el entorno del Área Metropolitana de Mérida.

Lo antes expuesto se podría conceptualizar como el espíritu empresarial, definido por Timmons (2004) (citado por Varela, 2008) como la habilidad para transformar algo de la nada, como la destreza para ver la oportunidad donde otros ven caos, contradicciones, confusiones y peligro. En este mismo orden de ideas, los expertos también destacaron ese aspecto en el primer objetivo específico, donde resaltaron parte de estas características. En definitiva es el emprendedor el motor que mueve a las organizaciones y que estimula el desarrollo de las prácticas que llevarán a un emprendimiento hacia ser considerado como exitoso.

Específicamente con la relación entre los criterios para catalogar un emprendimiento como exitoso y las respuestas de los encuestados se observa que el *buen servicio al cliente* es uno de los aspectos que más resalta para garantizar el éxito, así como la *innovación de productos y servicios*, el *recurso humano* enfocado con el nivel de integración, *empoderamiento y calidad* que demuestran, la calidad de los productos y servicios. Ahora

bien, *la responsabilidad social* es un aspecto al que los expertos le dieron gran importancia, solo obtuvo un 7% de mención por parte de los emprendimientos entrevistados. De este resultado se puede inferir que son muy pocos los emprendedores que valoran la importancia que tiene estar en armonía con el entorno, cabe señalar que este aspecto es muy importante, pues genera lealtad por parte del cliente que es parte la comunidad en la que se desenvuelve la empresa.

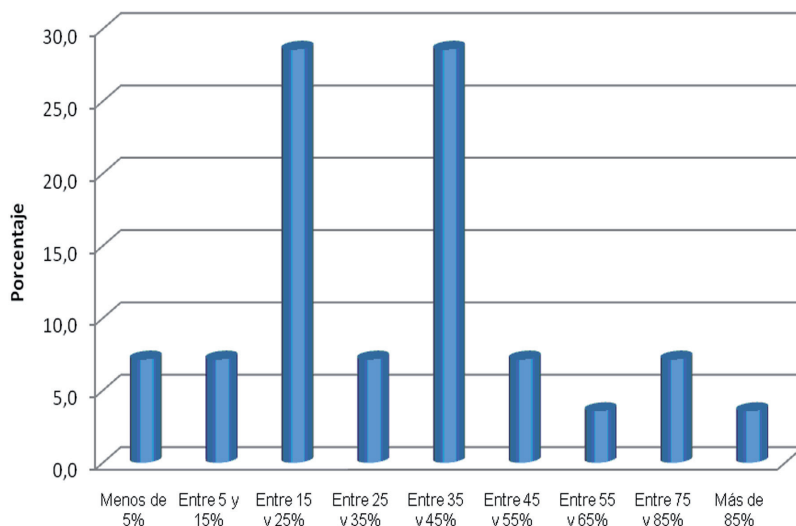
Un aspecto que no había sido considerado por los expertos, pero que si obtuvo una presencia de un 7% de las respuestas, se refiere a las relaciones con el gobierno, al respecto en la revisión teórica varios autores realzan la importancia de los planes de cooperación con proveedores, universidades, centros de investigación y la creación de redes, sin embargo ninguno es enfático en las relaciones con el Estado, sólo se refieren a este actor como promotor en la creación de la políticas públicas para financiar y promover la cultura emprendedora. Ahora bien, en los últimos años en Venezuela el Estado se ha convertido en accionista de empresas productivas, derivado de sus políticas sociales, es posible que éste haya ayudado a potenciar acuerdos comerciales con inversión de recursos importantes, en los cuales se haya beneficiado a estos emprendimientos, habría que realizar una investigación más exhaustiva para indagar sobre este aspecto.

En relación a la participación de los emprendimientos catalogados como exitosos en el área metropolitana de Mérida un 28,6% expresó tener entre un 15% y un 25% de participación en el mercado merideño, otro 28,6% también indicó que su cuota de mercado se encontraba entre un 35% y 45%. Los porcentajes referidos a una participación de menos 5%, entre un 5% y 15%, entre un 25% y 35%, entre un 75% y 85% corresponden a una frecuencia de 2 empresas respectivamente, representando un 7,1% cada intervalo. Sólo una empresa indicó tener una participación mayor al 85% por ser prácticamente la única empresa a nivel nacional que produce y comercializa este tipo de producto.

Al agrupar los intervalos de respuesta se observa que un 64,3% de los emprendimientos exitosos encuestados tienen entre un 15% y un 45%

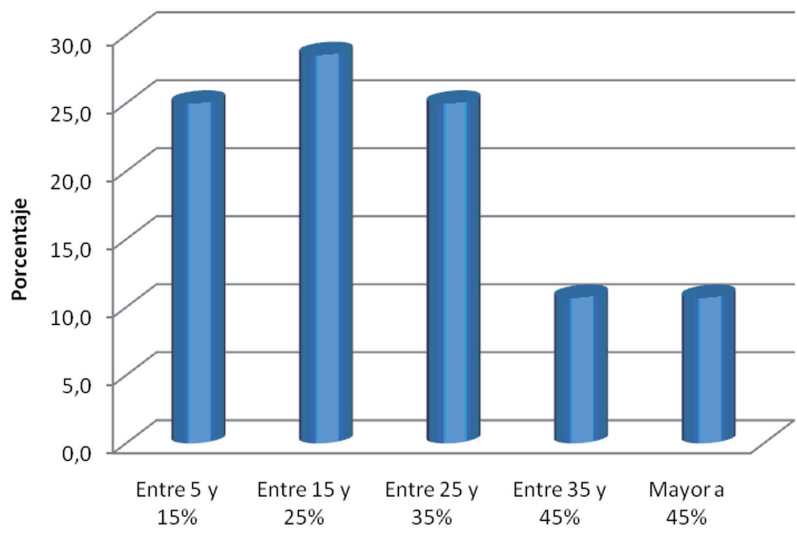
de participación en el mercado, representando un porcentaje elevado de ventas dentro de sus propios mercados. La alta participación en el mercado muestra que existe una propuesta de valor atractiva para los consumidores, la cual debe estar basada en ventajas competitivas sólidas que han permitido que se hayan mantenido en el mercado. Estos resultados verifican que los emprendimientos exitosos encuestados cumplen con unos de los criterios más importantes reflejados por los expertos y en el marco referencial para catalogar a un emprendimiento como exitoso. Dvir y Shenhar (citado por García, Ronda y Pérez, 1999) proponen un modelo según el cual el éxito o el fracaso de las empresas está determinado en parte por factores internos, agrupados en tres categorías: la estrategia de negocio, los procesos de creación y la conexión con el mercado, medido a través de la cuota de mercado, satisfacción del cliente y volumen de ventas.

Gráfico 1. Participación en el Mercado Merideño de los Emprendimientos Exitosos
El crecimiento financiero de los emprendimientos exitosos encuestados refleja que en los últimos cinco años 28,6% ha logrado entre un 15% y



25%, un 25% entre un 5% y 15% y el otro 25% ha alcanzado entre un 25% y 35%. Si se agrupan los intervalos de crecimiento con mayor frecuencia, se observa que el 53,6% de la muestra evidencia un crecimiento financiero en los últimos cinco años entre 15% y 35%. Suárez y González (citado por García, Ronda y Pérez, 1999) destaca el crecimiento empresarial como un factor de éxito no basado en rentabilidad, a su vez los expertos determinaron que este era uno de los factores principales para determinar un emprendimiento como exitoso en el área metropolitana de Mérida, por tanto con estos resultados se comprueba cuantitativamente que las empresas en estudio cumplen con los criterios identificados en el primer objetivo específico de la investigación.

Gráfico 2. Crecimiento Financiero de los Emprendimientos Exitosos

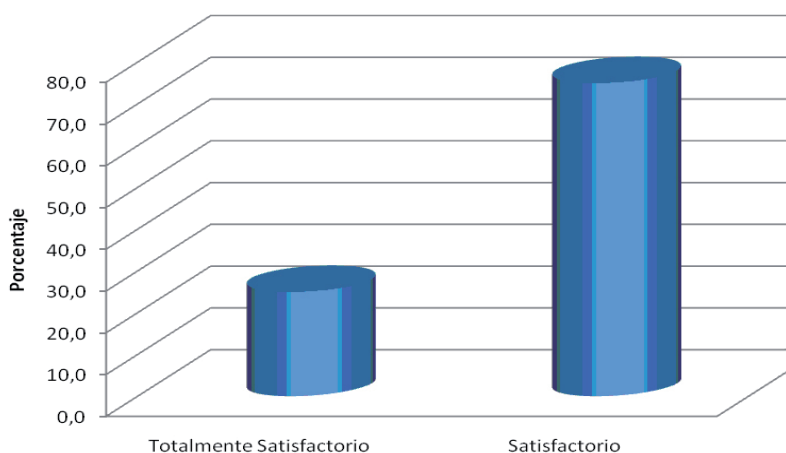


En relación con el grado de satisfacción de sus clientes se muestra en el gráfico 17 y en el cuadro 16 que los emprendimientos exitosos encues-

tados consideran en un 75% que sus clientes están satisfechos con el servicio y el producto que producen o comercializan y un 25% expresan que están totalmente satisfechos. La literatura en la actualidad muestra que se ha comprobado que poner al cliente como centro dentro de una organización influye en el éxito organizacional, la satisfacción del cliente es vista como una ventaja competitiva, además está relacionada a la calidad que se percibe de los productos y servicios. La satisfacción al cliente también está estrechamente relacionada con la lealtad de marca, aspecto que contribuye a mantener la continuidad de las empresas en el tiempo.

En el presente estudio los expertos lo manifestaron como un criterio fundamental para identificar los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida. De igual manera Dvir y Shenhar (citado por García, Ronda y Pérez, 1999) dentro de su modelo incluyen la satisfacción del cliente como un factor de éxito o fracaso de las empresas, dentro de la categoría de conexión con el mercado. Por tanto, con estos resultados se valida que esta variable tiene una fuerte presencia en la muestra estudiada.

Gráfico 3. Grado de Satisfacción de los Clientes de los Emprendimientos Exitosos



De acuerdo con el grado de instrucción de los empleados de los emprendimientos exitosos se observa en el cuadro 2 que en promedio un 3% no tiene ningún grado de instrucción, 15% tiene educación básica, un 41% corresponde a educación media, 14% tiene educación técnica, 23% del personal es profesional universitario y un 5% tiene estudio de postgrado. De acuerdo con Pírela (2003) los emprendimientos exitosos venezolanos cuentan con un personal calificado. De igual manera una de las ventajas comparativas en las economías industriales, según Chesnais (1986), es el talento humano.

De acuerdo con lo expresado por los expertos entrevistados, los primeros lugares los ocupa la calidad del recurso humano. Por tanto, al analizar estos resultados observamos que la mayor cantidad de empleados en los emprendimientos exitosos se encuentran en el nivel medio y en el nivel universitario, pero que el diferencial entre ambos resultados es de dieciocho puntos por encima, lo cual lleva a interpretar que existe un bajo nivel de conocimiento del recurso humano. Sin embargo, al indagar si existían diferencias en la remuneración del recurso humano, a partir de considerar su grado de instrucción y el por qué de la diferencia, un 57,1% respondió que "sí" y un 42,9% respondió que "no". Las respuestas obtenidas de la opción "no" indicaron en su mayoría que el personal técnico y profesional está en la administración de la empresa y en los niveles más bajos de la organización hay personal con un nivel bajo de instrucción pero que muestran un alto grado de compromiso y le da mayor importancia al nivel de carrera que logran dentro de la organización, así como a aspectos como responsabilidad, actitud, proactividad, puntualidad y calidad de servicio.

Otros casos indicaron que capacitan al personal constantemente, pues contratan personal del entorno de la empresa porque éstos resultan tener más identificación con la misma a diferencia de otro personal que no es de la zona. En muy pocos casos los entrevistados manifestaron que el contrato colectivo limita los aumentos al cargo que desempeña. Por tanto, a pesar de que no existen altos grados de instrucción en promedio en los emprendimientos exitosos del área metropolitana de

Mérida, la calidad de su personal se encuentra más enmarcado en su compromiso y capacidad de aprendizaje dentro de la organización, así como en la participación de generación de nuevas ideas y mejores formas de trabajar, con una actitud positiva y proactiva.

Cuadro 2

Grado de Instrucción de los Empleados de los Emprendimientos Exitosos

5. Qué porcentaje de sus empleados se clasifican en los siguientes grados de instrucción:		Porcentaje
Válidos	Ninguno	3%
	Educación Básica	15%
	Educación Media	41%
	Educación Técnica	14%
	Profesional Universitario	23%
	Postgrado	5%
Total		100%

4. Elementos innovadores presentes en los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida

En esta sección se muestran los resultados obtenidos de preguntarle a la muestra entrevistada si realiza alguna actividad de innovación e identificar cuáles son esas actividades, su grado de importancia y la inversión realizada en ellas. Las actividades de innovación, de acuerdo a lo expuesto en el marco teórico de esta investigación se encuentra definidas por acciones como asimilar, adquirir e incorporar nuevos conocimientos para realizar cambios que se espera impacte el desempeño que realizan las empresas. El análisis se muestra por cada ítem de la

guía de entrevista relacionada con estos aspectos, clasificados de acuerdo a las definiciones del Manual de Bogotá (2001), las cuales agrupa Investigación y Desarrollo (I&D), Esfuerzos de Innovación y Patentes.

En relación a la importancia que dieron los entrevistados a las distintas actividades de innovación, en promedio se observa que la actividad que tiene un número menor cercano a 1 es investigación y desarrollo (I&D) con 1,36, siendo la más importante para los entrevistados, en segundo lugar se encuentra mercadeo y comercialización con 2,54, en la tercera posición se observa cambios organizacionales con 4,47, en cuarto lugar capacitación con 3,83, en quinto lugar la adquisición de tecnología incorporada a capital con 4,05, en la sexta posición diseño con 4,12 y en último lugar adquisición de tecnología no incorporada a capital con un promedio de 5,20.

Cuadro 3

Escala de Jerarquía en cuanto a Actividades de Innovación Aplicadas en los Emprendimientos Exitosos

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	Sin información	Promedio
a) I&D	14	8						6	1.36
b) Adquisición de tecnología incorporada al capital	1	2	6	1	4	5		9	4.05
c) Adquisición de tecnología no incorporada al capital		1	3		5		6	17	5.20
d) Capacitación	2	3	5	8	2	1	3	4	3.83
e) Cambios organizacionales	3	4	4		6	1	1	9	3.47
f) Diseño		2	2	7	4	2		11	4.12
g) Mercadeo y/o Comercialización	8	6	4	3	1	2		4	2.54

De acuerdo con los tipos de innovación, catorce de los emprendimientos exitosos indicaron que si han realizado algún tipo de modernización organizacional que puede ser considerada como innovación, el resto de la muestra determinó que no, representando un 50% de presencia.

En cuanto al tipo de innovación organizacional que realizaron, nueve implicaron cambios en la forma de organización y gestión del establecimiento, dos realizaron cambios en la organización y administración del proceso productivo y tres incorporaron estructuras organizativas modificadas significativamente. Estas modernizaciones organizacionales implican la mejora de los resultados de la empresa a través de la reducción de los costos administrativos para mejorar el nivel de satisfacción en el trabajo, la introducción de nuevos métodos para organizar las rutinas y los procedimientos de gestión de los trabajos, en algunos casos la introducción de sistemas nuevos de administración del recurso humano.

De igual forma al incorporar estructura organizativas modificadas los emprendimientos exitosos hacen referencia a la implantación de un nuevo estilo directivo, con el establecimiento de equipos de trabajo a los que se les asigne una mayor autonomía en las decisiones, gestión de recursos y control de la calidad de su trabajo referido a un cambio sustancial en las prácticas que se venían produciendo con anterioridad.

Cuadro 4

Presencia de Innovación Organizacional en los Emprendimientos Exitosos

		17. ¿Ha realizado la empresa en los últimos 5 años algún tipo de Innovación organizacional?		
		Si	No	Total
Si su respuesta anterior es afirmativa, determine cuales tipos de Innovación organizacional ha realizado	Cambios en formas de organización y gestión del establecimiento	9	0	9
	Cambios en la organización y administración del proceso productivo	2	0	2
	Incorporación de estructuras organizativas modificadas significativamente	3	0	3
	No se ha realizado innovación	0	14	14
Total		14	14	28

La innovación de producto y servicios en los emprendimientos exitosos se presenta en 25 empresas de la muestra contra 3 empresas que indicaron no haber realizado una innovación de producto, esto representa el 89% de presencia en innovación de productos y servicios.

Estas innovaciones han estado orientadas a nuevos productos para el mercado local en 7 organizaciones, 18 han sido nuevos para el mercado nacional. De acuerdo con las definiciones expuestas en el capítulo II de

la presente investigación las innovaciones de producto pueden implicar tecnologías nuevas o nuevas forma de prestar un servicio, la combinación de tecnologías existentes con nuevos usos hace ser a un producto o servicio significativamente mejorado. En cuanto a las mejoras, se les preguntó a los entrevistados si había un cambio que afectaba significativamente las características del producto, de los cuales 3 indicaron que “sí” por tanto 11% del total de la muestra realizó mejoras innovadoras a sus productos.

Cuadro 5

Presencia de Innovación de Productos y/o Servicios en los Emprendimientos Exitosos

		18. ¿La empresa ha introducido al mercado productos y/o servicios nuevos o mejorados en los últimos 5 años?		
		Si	No	Total
18.1 Si su respuesta anterior es afirmativa, Estos productos y/o servicios son nuevos para:	El mercado local	7	0	7
	El mercado nacional	18	0	18
	No ha introducido productos nuevos	0	3	3
	Total	25	3	28

En relación a la innovación en mercadeo o comercialización se observa una significativa presencia en los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida, pues esta muestra una frecuencia de 20 organizaciones contra 6 empresa que indicaron no haber realizado innovaciones en mercadeo y comercialización en los últimos 5 años, se muestra un relación de 72% positiva y 21% negativa, un 7% no respondió (Ver gráfico 27). Los tipos de innovación realizados en mercadeo o comercialización se refieren a cambios en los métodos de comercialización,

7 empresas manifestaron su aplicación en cambios en los métodos de posicionamiento, 6 organizaciones indicaron haberlos realizado y 7 emprendimientos realizaron cambios de orientación de la empresa hacia el cliente.

Cuadro 6

Presencia de Innovación en Mercadeo y/o Comercialización en los Emprendimientos Exitosos

19.1 Si su respuesta anterior es afirmativa, determine cuales tipos de Innovación en mercadeo y/o comercialización ha realizado	19. ¿Ha realizado la empresa en los últimos 5 años algún tipo de Innovación en mercadeo y/o comercialización de productos y/o servicios			
	Respuestas	Si	No	No respondió
Cambios en los métodos de comercialización	7	0	0	7
Cambios en los métodos de posicionamiento	6	0	0	6
Cambio de orientación de la empresa hacia el cliente	7	0	0	7
Otros	0	0	0	0
No se realizaron cambios		6	2	8
Total	20	6	2	28

El concepto moderno de marketing recuerda que se ofrecen y venden satisfactores de necesidades, deseos o soluciones y que existen una serie de valores agregados que incrementan la satisfacción de los clientes, por ello el conocimiento y entendimiento del mercado y el cliente es

determinarte en el momento de hacer estrategias y planes de mercadeo por lo que se necesita una gestión de marketing que sea muy creativa e innovadora, ya que la empresa que no sea capaz de cambiar, de modificarse a sí misma para adaptarse a las nuevas circunstancias presentes y futuras, corre el riesgo de estancarse o desaparecer.

Durante las entrevistas a los emprendimientos exitosos se pudo conocer que estas organizaciones han logrado mejorar su posicionamiento de marca gracias a nuevas formas de mercadearse, por ejemplo vinculando la responsabilidad social y respeto por el medio ambiente a sus actividades de mercadeo, a partir de crear una mejor imagen de marca y por ende mayor lealtad de los clientes que sienten que ese proveedor contribuye con su entorno y no lo destruye. Otras innovaciones que están realizando las empresas de menor tamaño son la utilización de la tecnología y los recursos virtuales para gestionar mejor las relaciones con sus clientes.

En cuanto a la innovación del proceso productivo, 16 emprendimientos exitosos manifestaron haber realizado algún tipo de cambio en procesos significativo, esto representa un 57% y 11 indico que no habían hecho ningún cambio en los últimos cinco años, esto representa un 39% (Ver gráfico 28). Los cambios en el proceso productivo fueron del tipo de innovación en proceso más significativa, pues este tipo de innovación fue realizado por 9 emprendimientos, los cambios en los métodos de trabajo del proceso productivo han sido implementados en 7 emprendimientos exitosos y uno no respondió.

A pesar de las restricciones cambiarias que existen actualmente en el país, los emprendedores exitosos siguen explorando en el extranjero nuevas tecnologías para mejorar sus procesos productivos, aunque esta actividad ha mermado por las dificultades para realizar importaciones, esta organizaciones están abiertas a seguir creciendo y conseguir los mejores equipos para ofrecer un proceso productivo de alta calidad que mejore la oferta de valor de sus productos. Por otro lado, es importante destacar que en algunos casos los emprendimientos exitosos están generando sus propias tecnologías y conocimiento para contribuir al

desarrollo merideño y del país. Uno de los entrevistados comentaba la importancia de generar innovaciones industriales, es decir innovaciones que generen tecnología hechas en Venezuela con calidad de exportación.

Cuadro 7

Presencia de Innovación de Procesos en los Emprendimientos Exitosos

		20. ¿Ha introducido en la empresa procesos nuevos o mejorados en los últimos 5 años?			Total
		Si	No	No respondió	
20.1 Si su respuesta anterior es afirmativa, determine cuáles tipos de cambios en procesos ha realizado	Cambios en equipo del proceso productivo	9	0	0	9
	Cambios en los métodos de trabajo del proceso productivo	7	0	0	7
	No se han introducido cambios	0	11	1	12
	Total	16	11	1	28

Uno de los factores que afecta la innovación de manera positiva o negativa es la disponibilidad del financiamiento, por eso en esta sección se muestra los resultados de la forma como se financia la innovación de los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida.

Existen diversas investigaciones como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) realizado en Venezuela por Auletta, Rodríguez y Vidal

(2011), que destacan que existen pocas fuentes de financiamiento para los emprendimientos y que esto conforma una de las principales barreras para operar. A continuación se observa la situación de las empresas en estudio:

Cuadro 8

Distribución Porcentual Promedio de las Fuentes de Financiamiento para la Innovación Utilizadas en los Emprendimientos Exitosos

Fuente	%
a) Recursos propios	54.3%
b) Recursos de empresas relacionadas	1.1%
c) Recursos de la casa matriz	0.0%
d) Recursos de otras empresas	0.0%
e) Gobierno	1.1%
f) Banca comercial	43.6%
g) Cooperación internacional	0.0%
h) otros. ¿Cuál?	0.0%
Total	100.0%

Con respecto a las fuentes de financiamiento para la innovación utilizadas por los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida se observa que un 54,3% de las empresas estudiadas financian la innovaciones con recursos propios, un 1,1% con recursos de empresas relacionadas, un 1,1% con el Gobierno y un 43,6% con la Banca Comercial. Al igual que otras investigaciones en Venezuela, el financiamiento propio del emprendedor es la típica fuente de recursos de las empresas. El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) realizado en Venezuela por

Auletta, Rodríguez y Vidal (2011) indica que “no resulta fácil “levantar” el dinero requerido en las fuentes tradicionales (banca comercial), por lo que las iniciativas emprendedoras son mayormente financiadas con recursos propios y la misma caja generada por la operación del negocio” (p. 40). Sin embargo, en el caso de los emprendimientos entrevistados la banca comercial representa un importante porcentaje dentro del total de fuentes de financiamiento, lo cual se infiere, es consecuencia de que a medida que el negocio crece, cambiará el enfoque y las estrategias financieras, ya que generará más confianza en los inversionistas o financistas, a pesar del riesgo que implica innovar; pero en los nuevos emprendimientos hay que controlar muy bien el flujo de caja con respecto al crecimiento para evitar una “mortalidad” temprana de la organización.

En relación al financiamiento del Gobierno se muestra un porcentaje muy bajo a pesar de que existe un Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación, luego de ser reformada la Ley de Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación. Los aportes de las grandes empresas permiten financiar las innovaciones en el país, así como las distintas convocatorias a proyectos de investigación dirigidos a empresas públicas y privadas, universidades y comunidad organizada. Ramírez y García (2010), consideran que el Estado debe asumir el liderazgo de potenciar y guiar el proceso de innovación y creación de empresas más productivas a través de incentivos a las universidades y a los empresarios, pero se evidencia que existe debilidad en la difusión y promoción de estas políticas públicas en los emprendimientos en el área geográfica de estudio.

En cuanto a la solicitud de patentes como resultado de la innovación se muestra en el cuadro 38 que un 7% de los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida afirma haber solicitado patentes en el país o en el exterior, lo que refleja que sólo dos empresas han realizado esta acción y un 89% no ha solicitado patentes y un 4% no respondió.

Cuadro 9

Solicitud de Patentes de los Emprendimientos Exitosos en los Últimos 5 Años

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	7
No	25	89
No respondió	1	4
Total	28	100

En relación a la presencia de procesos certificados como resultado de la innovación se muestra que un 25% de los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida afirma la existencia del mismo, lo cual refleja que siete empresas se les han sido otorgadas y un 71% no posee ningún certificado en sus procesos y un 4% no respondió.

Cuadro 10

Presencia de Procesos Certificados en los Emprendimientos Exitosos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	25
No	20	71
No respondió	1	4
Total	28	100

Las patentes son el resultado más asociado a la innovación de productos, ya que corresponden a instrumentos de protección de un conjunto de conocimientos, signos y símbolos desarrollado por las organizaciones, según diversos autores (Song, Pedoynitsyna, van de Bij y Halman, 2008; Aragon y Rubio, 2005) el número de patentes obtenidas es un factor de éxito de las empresas. Sin embargo, estos autores han realizado estudios en países diferentes de Venezuela y en este punto, luego de que se observaron muchas coincidencias con diversos estudios a nivel internacional, se presenta una diferencia con el Área Metropolitana del Estado Mérida e inclusive se podría decir que con el resto del país porque el número de patentes no está asociado al éxito empresarial en este

contexto. Esto obedece a que no existe una cultura de registro de marcas en Venezuela, de hecho en el 2012 según Culshaw (2013), la cantidad de patentes solicitadas en el país por empresas o particulares, nacionales o extranjeros, cerró en 1.622 unidades debido a que el Servicio Autónomo de Propiedad Intelectual no autoriza desde casi nueve años las patentes, eso desmotiva a las empresas, por tanto no existe un apoyo legal que estimule el registro de patentes por innovaciones de productos en Venezuela.

De acuerdo a los procesos certificados, los entrevistados manifestaron que se trataban de certificaciones ISO 9001 y otras de la industria a la cual pertenecen, lo que resulta ser un indicador internacional de que se tienen procesos innovadores y de calidad.

En relación con los objetivos de innovación se le presentó a los entrevistados un listado de veintiún posibles objetivos de innovación categorizados por: objetivos asociados a mercado, reducción de costos, calidad, producto y producción, de los cuales deberían escoger los cinco más importantes aplicados en su organización.

En el cuadro 9 se observa la jerarquía de acuerdo a los puntajes totales obtenidos. En primer lugar se encuentra como objetivo de innovación ampliar el mercado actual, en segundo lugar abrir mercado nuevo, seguidamente conservar mercado actual, en cuarto lugar mejorar calidad de productos y en la quinta posición reemplazar productos obsoletos. Otros objetivos escogidos que alcanzaron una buena posición son reducción de costos laborales unitarios, flexibilizar producción, disminuir consumo de materiales, introducción de productos ambientalmente sanos y ampliar líneas de producción habituales. Se observa que los objetivos más importantes están asociados al mercado y al producto y servicio.

Cuadro 11

Jerarquización de Objetivos de Innovación Perseguidos por los Emprendimientos Exitosos

Objetivo de innovación	Orden de Importancia	Puntaje Total
a) Objetivos de Mercado 28.a.2.Ø Ampliar el mercado actual	1	1.750
a) Objetivos de Mercado 28.a.3.Ø Abrir mercado nuevo	2	1.750
a) Objetivos de Mercado 28.a.1.Ø Conservar mercado actual	3	2.083
c) Objetivos asociados a calidad: 28.c.1.Ø Mejorar calidad productos	4	2.381
d) Objetivos asociados a productos y-o servicios: 28.d.1.Ø Reemplazar productos y-o servicios obsoletos	5	2.857
b) Objetivos de reducción de costos: 28.b.1.Ø Costos laborales unitarios	6	3.000
e) Objetivos asociados a producción: 28.e.1.Ø lexibilizar producción	7	3.286
b) Objetivos de reducción de costos: 28.b.2.Ø Consumo de materiales	8	3.500
d) Objetivos asociados a productos: 28.d.4.Ø Introducir productos ambientalmente sanos	9	3.500
d) Objetivos asociados a productos: 28.d.2.Ø Ampliar líneas habituales	10	3.600

Con respecto a las fuentes de información utilizadas para generar la innovación dentro de los emprendimientos exitosos se observa que de acuerdo al promedio ponderado según la importancia dada por los

entrevistados y eliminando los promedios menores a uno, la principal fuente de información para la innovación es los directivos de la empresa, ya que es el más cercano a 1 con un promedio de 1.42, en segundo lugar el departamento de mercadeo y venta con un promedio de 2,40, seguidamente se encuentran los departamentos de producción y otros departamentos en tercer lugar con un promedio de 2,80 respectivamente, en la cuarta posición se muestra ferias, conferencias, exposiciones con 3,25 y en el quinto lugar la Universidad, centro de investigación o desarrollo tecnológico (nacionales, internacionales, públicos, privados) con un promedio de 3,33.

Cuadro 12

Jerarquización de Fuentes de Información para la Innovación en los Emprendimientos Exitosos

Fuente	Promedio
e) Directivos de la empresa	1,42
c) Departamento de ventas y mercadeo	2,40
d) Otrodepartamento	2,80
b) Departamento de producción	2,80
m) Ferias, conferencias, exposiciones	3,25
k) Universidad, centro de investigación o desarrollo tecnológico (nacional, internacional, público, privado).	3,33

Cabe destacar que los directivos de la empresa, en su mayoría conformada por los emprendedores fundadores tienen una fuerte influencia en las decisiones de innovación dentro de la organización. También se debe mencionar que este tipo de emprendimiento toma muy en cuenta a su personal, sobre todo el del área de mercadeo y ventas que tiene información de primera mano del cliente.

En las empresas industriales hay una fuerte confianza en los aportes de su departamento de producción y en algunos casos estas compañías toman en cuenta la opinión de todos los departamentos y generan tormentas de ideas para encontrar claves para innovar. En el quinto lugar

se encuentran las universidades y centros de investigación, esto muestra un aspecto muy positivo, tratado en las bases teóricas y en distintas investigaciones, ya que la relación los convenios con este tipo de instituciones es un factor que contribuye al éxito de las organizaciones según Cooper, Lefebvre et al y Zahra y Covin citados por Song, Podoyntsyna, Van Der Bij y Halman (2008), así como también Araujo (2006) ha destacado que para generar un entorno innovador un factor clave es la articulación entre universidad y sector. Pírela (2003) también destaca este aspecto y además comenta que universidad y empresa deben estar unidos por sistema de redes. A continuación este aspecto se explica de manera más amplia con la investigación sobre el contexto externo de la empresa y la innovación.

En relación a los acuerdos de cooperación para la innovación se observa que un 50% de los emprendimientos exitosos entrevistados han realizado algún acuerdo de cooperación en los últimos cinco años, un 42,9% no ha realizado y un 7,1% no respondió a esta pregunta. De los acuerdos realizados para la innovación con otras organizaciones se observó que de los 9 convenios que se realizaron con las universidades públicas y privadas, centros de investigación o desarrollo tecnológico público o privado, 7 fueron totalmente satisfactorios y 2 satisfactorio. En cuanto a los Proveedores 2 de los acuerdos se consideraron totalmente satisfactorios y 3 satisfactorios y con las empresas relacionadas y otras empresas el total se catalogó como satisfactorio.

Cuadro 13

Presencia de Acuerdos de Cooperación para la Innovación de los Emprendimientos Exitosos con Otras Organizaciones

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No respondió	2	7,1
Si	14	50,0
No	12	42,9
Total	28	100,0

Estos resultados muestran que un alto porcentaje de los emprendimientos exitosos del área metropolitana del Mérida entrevistados han realizado acuerdos de cooperación, principalmente con universidades públicas o privadas, centros de investigación o desarrollo tecnológico público o privado, proveedores y empresas relacionadas con un alto grado de satisfacción en los resultados para la introducción de innovaciones, por tanto se infiere que los hallazgos de investigaciones previas corresponde con la realidad de la población en estudio y que la integración y el trabajo en conjunto con los distintos actores del entorno beneficia a las organizaciones y contribuye a realizar esfuerzos para el éxito y su permanencia en el tiempo. Visto de esta forma, la vinculación entre sector productivo, educativo y del Estado deberían abrir más espacios para la cooperación, ya que tal como lo expresa Pírela (2003) los sectores que juegan un papel clave para el desarrollo de la innovación son la empresa, el mercado, el Estado y el sector académico.

5. Relación entre la Innovación y las prácticas de los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida

En este apartado se busca analizar la relación entre la innovación y las prácticas de los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida. Para tal fin se muestra un análisis descriptivo del impacto de la innovación en distintas áreas, tales como financieras, de mercado, calidad, productividad, medido a través de las respuestas de los emprendimientos exitosos entrevistados. Además se incluye un análisis de correlación basado en el análisis factorial para conocer el nivel de asociación que existe entre las variables y cuáles son aquellas que contribuyen a explicar de manera más adecuada y simplificada, cuáles aspectos de la innovación contribuyen al éxito de los emprendimientos del área metropolitana de Mérida.

Uno de los aspectos más interesantes de esta investigación es conocer los resultados de las actividades innovadoras. En concreto en la entrevista analizada las variables consideran efectos en la rentabilidad, flujo de caja, participación en el mercado, competitividad, productividad,

calidad de servicio, impacto al medio ambiental y relaciones laborales. En el cuadro 14 se observa el impacto (positivo, neutro, negativo) de las innovaciones en distintos aspectos de la organización, cabe aclarar que el impacto neutro se refiere a que no aplica para esa organización o no tuvo ningún efecto significativo.

Las variables que presentan un mayor impacto positivo con la introducción de innovaciones son: Rentabilidad con un 82%, participación en el mercado 86%, productividad 86% y calidad de servicio 86%. Las innovaciones también impactaron positivamente el flujo de caja con un 64%, competitividad 71% y relaciones laborales 57%. El aspecto que muestra menor impacto es las relaciones con el medio ambiente con un 25% de presencia, a pesar de ser más bajo tiene un alto porcentaje de positividad.

En este mismo orden de ideas, se puede establecer una relación entre el impacto y los tipos de innovación, al observar que la calidad del servicio y la participación de mercado se encuentra entre los aspectos más impactados positivamente, se puede inferir que debido a que en los emprendimientos exitosos existe una mayor presencia de innovación en producto e innovación en mercadotecnia y comercialización este impacta sobre aspectos de mercado. El efecto positivo de la productividad también tiene un alto porcentaje de afirmaciones, el cual está relacionado con el tipo de innovación de procesos. La calidad y la rentabilidad son otros aspectos que están muy bien puntuados con un 86% y 82% respectivamente, principalmente porque estos dos aspectos están afectados por todos los tipos de innovación introducidos en la organización y son consecuencia de una mejora en la participación de mercado, de calidad de servicio y de productividad. En cuanto a las relaciones laborales.

Cuadro 14

Impacto Derivado de la Introducción de Innovaciones en los Emprendimientos Exitosos

a) Rentabilidad	Frecuencia	Porcentaje
Positivo	23	82
Neutro	5	18
b) Flujo de caja		
Positivo	18	64
Neutro	10	36
c) Participación en el mercado		
Positivo	24	86
Neutro	4	14
d) Competitividad		
Positivo	20	71
Neutro	8	29
e) Productividad		
Positivo	24	86
Neutro	4	14
f) Impacto medio ambiental		
Positivo	7	25
Neutro	21	75
g) Calidad del servicio		
Positivo	24	86
Neutro	4	14
h) Relaciones laborales		
Positivo	16	57
Neutro	12	43
i) Otros ¿Cuál?		
Positivo	3	11
Neutro	25	89

Cuadro 15

Impacto en el Desempeño Económico Derivado de la Introducción de Innovaciones en los Emprendimientos Exitosos

Respuesta	Frecuencia	%
a) Incremento en las ventas y las exportaciones por los productos nuevos y mejorados	20	71
b) Disminución en los costos por innovaciones de proceso	8	29
Total	28	100

De acuerdo con los resultados analizados anteriormente, un alto porcentaje de emprendimientos exitosos introdujo innovaciones en alguna de las áreas estudiadas (productos y/o servicios 89% , mercadeo o comercialización 72%, organizacionales 50% y procesos 57%), En cuanto al impacto en el desempeño económico se observa un 71% de los emprendimientos exitosos ha tenido un incremento en las ventas por la introducción de productos nuevos o mejorados y un 29% muestra la disminución en los costos por innovaciones en proceso.

Cuadro 16

Impacto Ambiental Derivado de la Introducción de Innovaciones en los Emprendimientos Exitosos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
a) Aguas	2	7
d) Paisaje	2	7
f) Otros	1	4
g) No aplica	20	71
Total	25	89
No respondió	3	11
Total	28	100

En relación al impacto del medio ambiente de las innovaciones introducidas en los emprendimientos exitosos, sólo cinco empresas respondieron que sus acciones habían tenido un impacto en este aspecto, de éstas dos tuvieron un impacto positivo en las aguas, con sistemas de purificación y racionamiento de las mismas, por otro lado dos compañías más dijeron tener un impacto positivo en el paisaje, ya que han fomentado no dañar la belleza del paisaje merideño y sus establecimientos están diseñados en función de cuidar cada detalle para que este en armonía con el ambiente. Con respecto a otros aspectos, una empresa comentó que su mensaje hacia el público está enmarcado en un plan para fomentar conciencia ecológica en la región.

Conforme con todo lo expuesto en el análisis descriptivo, se concluye que la innovación tiene un impacto positivo con el emprendimiento exitoso, la introducción de las innovaciones en producto y servicio, procesos, organizacionales y mercadeo o comercialización ayuda mejorar el desempeño de las organizaciones del área metropolitana de Mérida.

Ahora bien, la correlación lineal entre las variables se mostró sólo para las preguntas cerradas y en los casos en que los entrevistados contestaron "Si" a la pregunta 1.1.1 ¿Considera que la innovación ha jugado un papel determinante en el éxito de su empresa?, ya que en este caso se pudo observar de manera más clara cuales son los elementos innovadores que si contribuyen al éxito de los emprendimientos.

Al observar la matriz de correlación se presenta una larga cantidad de relaciones a analizar, sin embargo en este artículo se exponen las más significativas. De estas relaciones se puede inferir que la participación de mercado de los emprendimientos exitosos se encuentra fuertemente relacionada al crecimiento de los mismos y que influyen para su logro la realización de actividades de mercadeo y comercialización, así como la introducción de productos nuevos o significativamente mejorados para el mercado local, regional o nacional. Además se observa que las empresas que presentaron una alta participación de mercado han orientado sus objetivos a flexibilizar los procesos de producción y a aprovechar los nuevos conocimientos científicos-tecnológicos. Estos emprendimientos

han tomado como fuentes de información para el desarrollo de sus innovaciones a las personas involucradas en investigación y desarrollo I&D, producción y directivos de la empresa.

El desarrollo de actividades de I&D en los emprendimientos exitosos se encuentra fuertemente relacionado con los entrenamientos en innovación que puedan tener los miembros de la organización, de igual manera se encontró que impacta positivamente en la participación de mercado, la competitividad y en gestión del medio ambiente, así como también mostraron relaciones laborales positivas, ya que en estas asociaciones se observan correlaciones de 0,681; 0,557; 0,689; 0,527 y 0,689 respectivamente. También se puede inferir que las empresas que desarrollan este tipo de actividades las orientan hacia objetivos relacionados con la mejora de calidad de productos y servicios y hacia ampliar líneas habituales.

Con respecto al crecimiento financiero de la empresa, los resultados infieren que esta variable se encuentra fuertemente relacionada a la participación de mercado de los mismos y que influyen para su logro la introducción de productos nuevos o significativamente mejorados. Además se observa que las empresas que presentaron crecimiento han orientado sus objetivos a disminuir costos laborales unitarios, flexibilizar los procesos de producción y las cuales han tomado como fuentes de información para el desarrollo de sus innovaciones a las personas involucradas en investigación y desarrollo (I&D) y directivos de la empresa.

La variable de capacitación como actividad de innovación se encuentra relacionada positivamente a las relaciones laborales (0,554) y competitividad (0,554) y con los objetivos de innovación de reducir tiempos muertos (0,795), aprovechamiento de conocimiento científico tecnológico (0,705) y departamento de producción como fuente de información para la innovación (0,549). De estos resultados se infiere que en los emprendimientos exitosos la capacitación mejora las relaciones laborales y busca ser más eficientes el proceso productivo.

Luego de analizar todas las correlaciones entre las distintas variables,

se observa que hay una diversidad de aspectos que revela el presente estudio que muestran una asociación muy positiva entre la innovación y el éxito de los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida, sin embargo, para determinar cuál es el rol de la innovación en estas organizaciones y cumplir con el objetivo principal de la presente investigación, se hace pertinente realizar un análisis factorial para resumir cuales son aquellos aspectos de la innovación encontrados que más contribuyen al éxito; el cual, tal y como se explicó en el marco metodológico, es una técnica de reducción de datos que sirve para encontrar grupos homogéneos de variables a partir de un conjunto numeroso de variables y reducir la dimensionalidad de datos, con el propósito último de buscar el número mínimo de dimensiones capaces de explicar el máximo de información contenida en los datos.

A partir de la matriz de correlación analizada se obtuvieron las comunalidades de las variables más significativas, las cuales muestran la proporción de su varianza que y que puede ser explicada por el modelo factorial obtenido. A partir de estas comunalidades se calculó la varianza total explicada, la cual indica la proporción de cada factor (ver cuadro 48). Precizando qué porcentaje supone el 13,060 sobre el total de variabilidad de las 55 variables del total de la muestra que respondieron positivamente a que si la innovación representaba un factor importante para el éxito (ítem 1.1.1).

De esta información se derivaron siete factores incluidos en el modelo que son capaces de explicar exactamente un 97,98% de la variabilidad total, lo que puede interpretarse como un porcentaje aceptable. El primer factor (que se refiere a la participación de la empresa en el mercado merideño) es aquel en el que mejor se proyecta las variabilidad de la muestra; el segundo mejor (el crecimiento económico de la empresa), y así sucesivamente hasta el factor 55.

El porcentaje de variabilidad total de la muestra explicado por dicho factor es igual a: $100\% \times 13,060 = \underline{23,746}$

Análogamente, el porcentaje correspondiente al segundo factor es igual a: 21,302%, en consecuencia, el porcentaje de variabilidad total de la muestra explicado por el conjunto de los dos primeros factores es: $(23,746+21,302)\%= 45,048\%$ y sumando los otros cinco factores se completa un 97,984%.

Si la variabilidad total de la muestra está perfectamente explicada por el conjunto de los 55 factores, también lo estará para cada variable en particular. La calidad de la representación de toda la muestra se traduce a 97,984%, esto se traduce en la calidad de representación de algunas variables, siendo buena para algunas y para otras no.

Esta técnica permitió mostrar los resultados en siete factores mediante una combinación lineal de todas las variables, de forma que el primer componente principal expresa la mayor proporción de varianza muestral.

Las variables extraídas de la matriz correlacional agrupada en los de los siete componentes que tienen mayor número de variables asociadas para explicar la correlación entre innovación y emprendimientos exitosos. En el cuadro 15 se resumen los componentes con correlaciones que presentan entre sí saturaciones altas sobre un mismo factor y bajas sobre el resto. Los ítems 7.2.b, 7.2.e, 15, 17.1, 22.f, 28.a.3, 28.d.4, 29.b, 29.i y 30.1.a están correlacionados entre sí en el componente 1, ya que la saturación es alta y positiva. Ahora los ítems 2, 3, 7.2.c, 28.a.2, 28.b.1, 28.e.1, 28.f.2, 29.a, 29.e y 30.1.f están correlacionados en el componente 2 de manera positiva. En cuanto a los ítems 7.2.a, 7.2.d, 14, 14.1, 17, 22.d, 22.h, 28.a.1, 28.d.1, 28.d.2, 28.e.2 y 30 se relacionan positivamente en componente 3. En el componente 4 los ítems que se relacionan positivamente son el 4, 7.2.f, 22.a, 22.e, 25, 26, 28.b.4 y 28.d.3. Los componentes 5, 6, 7 no muestra una cantidad representativa de ítems por tanto se extraen del análisis.

Cuadro 17

Matriz de Componentes. Método de extracción: Análisis de componentes principales a 7 componentes extraídos

Componente	Ítem	Correlación
1er Componente	7.2 b Adquisición de tecnología incorporada al capital	,560
	7.2 e Cambios organizacionales	,637
	15. ¿ha realizado alguno de los miembros de su empresa algún entrenamiento en Innovación?	,813
	17.1 Si su respuesta anterior es afirmativa, determine cuales tipos de Innovación organizacional ha realizado	,495
	22.f) Impacto medio ambiental	,823
	28.a.3.Ø Abrir mercado nuevo	,508
	28.d.4.Ø Introducir productos ambientalmente sanos	,508
	29.b) Departamento de producción	,733
	29.i) Competidores	,508
	30.1.a) Universidades públicas y privadas	,508
2do Componente	2. ¿Cuál cree usted que es la participación de su empresa en el mercado merideño?	,609
	3. ¿Cuánto ha sido el crecimiento de su empresa en los últimos 5 años?	,826
	7.2.c Adquisición de tecnología no incorporada al capital	,589
	7.2 g Mercadeo y/o comercialización	,527
	28.a.2.Ø Ampliar el mercado actual	,814
	28.b.1.Ø Costos laborales unitarios	,641
	28.e.1.Ø Flexibilizar producción	,934
	28.f.2.Ø Conocimientos científico-tecnológicos nuevos	,762
	29.a) Departamento interno de I&D	,869
	29.e) Directivos de la empresa	,869
	30.1.f) Proveedores	,634

3er Componente	7.2.a I&D	,495
	7.2 d Capacitación	,644
	14. ¿Ha realizado la empresa en los últimos 5 años programas de capacitación tecnológica?	,524
	14.1 Si su respuesta anterior es afirmativa, indique hacia qué objetivos ha sido orientada:	,608
	17. ¿Ha realizado la empresa en los últimos 5 años algún tipo de modernización organizacional?	,478
	22.d) Competitividad	,915
	22.h) Relaciones laborales	,915
	28.a.1.Ø Conservar mercado actual	,684
	28.d.1.Ø Reemplazar productos obsoletos	,651
	28.d.2.Ø Ampliar líneas habituales	,525
	28.e.2.Ø Reducir tiempos muertos	,652
	30. ¿Ha realizado la empresa algún acuerdo de cooperación para la innovación con otras organizaciones en los últimos 5 años?	,563
	4to Componente	4. ¿Cuál cree usted que es el grado de satisfacción de sus clientes?
7.2.f Diseño de productos y/o servicios		,708
22. a) Rentabilidad		,669
22.e) Productividad		,490
25. ¿Ha solicitado la empresa patentes en el país y en el exterior en los últimos 5 años?		,490
26. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Ha obtenido la empresa patentes en el país y en el exterior en los últimos 5 años?		,490
28.b.4.Ø Disminución de la tasa de devoluciones		,490
28.d.3.Ø Abrir líneas nuevas		,662
5to Componente	29.c) Departamento de ventas y mercadeo	,636
6to Componente	18.1 Si su respuesta anterior es afirmativa, Estos productos son nuevos para:	,627
	22.c) Participación en el mercado	,727
7mo Componente	16. ¿Ha realizado la empresa en los últimos 5 años programas de capacitación en gestión y administración?	,616

El componente 1 explica que las variables de innovación que más contribuyen al éxito de los emprendimientos del área metropolitana de Mérida son las actividades de innovación relacionadas con la adquisición de tecnología incorporada a capital y el entrenamiento en capacitación sobre innovación, así como también la innovación organizacional en aquellas empresas donde los objetivos de innovación han sido orientados hacia reducir impacto ambiental e introducir productos ambientalmente sanos así como abrir nuevos mercados que se apoyan en la cooperación con convenios con Universidades públicas y privadas y centros de investigación. Estos emprendimientos basan sus fuentes para la innovación en información de competidores y departamentos de producción.

El segundo componente muestra que la participación en el mercado influye en el crecimiento económico de la organización, el cual está influenciado por la actividad de innovación relacionada con la adquisición de tecnología no incorporada a capital y a las actividades de mercadeo y/o comercialización para la ampliación del mercado actual con el aprovechamiento de conocimiento científico tecnológico nuevo y flexibilizando la producción. La información para estas actividades de innovación que contribuyen al éxito son tomadas de departamentos de investigación y desarrollo y de los directivos de la empresa, a su vez desarrollan convenios con sus proveedores para impulsar sus innovaciones.

El componente tres explica las actividades de investigación y desarrollo I&D y capacitación, así como los programas de capacitación tecnológica e innovación organizacional impactan positivamente la competitividad y las relaciones laborales para las empresas que han realizado algún acuerdo de cooperación con otras organizaciones y donde sus innovaciones están orientadas a conservar el mercado actual, reemplazar productos obsoletos, ampliar línea habituales y reducir tiempos muertos.

En cuanto al cuarto componente significativo, el grado de satisfacción de los clientes en los emprendimientos exitosos está relacionado con la actividad de innovación de diseño de productos y/o servicios y que han

sido protegidos con la solicitud de patentes en los últimos cinco años y que sus objetivos de innovación han sido orientados a disminuir la tasa de devoluciones y a abrir líneas nuevas, lo cual se ha reflejado en un impacto en la rentabilidad y la productividad.

Estos resultados llevan a inferir que el rol de la innovación en los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida es potenciar el éxito y la permanencia en el tiempo a través de la participación de mercado, la competitividad y la productividad con la realización de innovaciones organizacionales y actividades de innovación relacionadas con la adquisición de tecnología incorporada o no a capital, así como actividades de mercadeo y/o comercialización, diseño de productos y/o servicios, capacitación e innovación y desarrollo, que han protegido sus innovaciones a través de patentes y han realizado convenios con proveedores y universidades públicas o privadas y centros de innovación para desarrollar sus innovaciones.

6. Conclusiones

- Luego de efectuar el análisis e interpretación de los resultados obtenidos, se presentan a continuación las conclusiones derivadas de la investigación en atención a los objetivos propuestos:
- Los principales criterios para catalogar un emprendimiento como exitoso en el área metropolitana de Mérida son: crecimiento, incluyendo apertura de nuevos establecimientos, calidad de productos y servicios, innovación, participación en el mercado, calidad del recurso humano, satisfacción al cliente, tiempo en el mercado y el entorno agrupando la responsabilidad social, la sustentabilidad, buena relación con el entorno y enfoque en el entorno merideño.
- Los criterios encontrados, en su mayoría, coinciden con los distintos estudios realizados a nivel mundial, nacional y regional. El hallazgo más importante de esta primera fase de la investigación se refiere a que las empresas del área metropolitana de Mérida también pueden

ser clasificadas como exitosas por los factores de éxito estándares señalados por los distintos autores consultados, pero además incluyen un elemento como es la responsabilidad social y el respeto por el entorno natural y cultural merideño.

- De las 430 empresas identificadas para el área metropolitana de Mérida del listado de empresas afiliadas a la Cámara de Industria y Comercio del estado Mérida 34 cumplieron con cuatro criterios o más de los ocho que se definieron en el primer objetivo específico de la investigación. El criterio que obtuvo mayor presencia fue tiempo en el mercado, en segundo lugar participación en el mercado y calidad de productos y servicios, en tercer lugar satisfacción al cliente con 29 entradas y en cuarto lugar innovación, la apertura de nuevos establecimientos con el quinto lugar y en sexto lugar el entorno.
- Las claves de éxito descritas por los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida están asociadas, por una parte, a características internas del emprendedor, tal como la constancia, perseverancia, paciencia y disciplina; a pesar de que esta investigación no estuvo enfocada en el perfil emprendedor, cabe resaltar que todas las entrevistas realizadas se resaltaron estos aspectos en algún punto del estudio. De acuerdo con los criterios para catalogar un emprendimiento como exitoso, el buen servicio al cliente con un 36% mostró ser el aspecto más importante para los emprendimientos, así como la innovación con un 18% y el recursos humano 14%. Sin embargo, a diferencia de los expertos 7% sólo mencionó la responsabilidad social como una clave de éxito y otro 7% indicó un aspecto no tomado en cuenta en el estudio con los expertos, como es las relaciones con el gobierno, pero no existe una idea clara de cómo se ha dado esta relación.
- La participación en el mercado representó un alto porcentaje en cada uno de los mercados donde se desarrollan los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida. Un 53,6% de la muestra evidencia un crecimiento financiero en los últimos cinco años entre 15% y 35%. Además el grado de satisfacción de los clientes en un 75%

han tenido experiencias satisfactorias, según las respuestas de los emprendimientos exitosos encuestados.

- No se observó un alto grado de instrucción en promedio en los emprendimientos exitosos, sin embargo los encuestados manifestaron que la calidad de su personal se encuentra enmarcada en su compromiso y capacidad de aprendizaje dentro de la organización, así como en la participación de generación de nuevas ideas y mejores formas de trabajar, con una actitud positiva y proactiva.
- Con respecto al orden de importancia de las actividades de innovación, investigación y desarrollo (I&D) en primer lugar, mercadeo y comercialización en segundo lugar y cambios organizacionales en tercera posición.
- Un 89% de los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida ha realizado innovación de productos y servicios, donde sólo un 11% han sido mejoras significativas. Sin embargo, sólo un 7% ha solicitado patentes. Un 72% de las innovaciones han sido destinadas a mercadeo y comercialización con cambios significativos en los métodos de comercialización, posicionamiento y cambios de orientación de la empresa hacia el cliente. En cuanto a la innovación en procesos 57% de los encuestados manifestó haberla realizado orientadas a cambios en el equipo del proceso productivo y en los métodos de trabajo, donde un 25% tiene procesos certificados. Un 50% de los emprendimientos indicó haber realizado innovaciones organizacionales destinadas a cambios en formas de organización y gestión del establecimiento. La mayoría de los emprendimientos han invertido menos de un 10% de su presupuesto de inversión en estas innovaciones.
- Los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida financian las innovaciones en un 54,3% con recursos propios y un 43,6% con la banca comercial. Sólo un 1,1% ha recibido financiamiento del Gobierno a pesar de que existe un marco legal y políticas públicas que pueden impulsar la innovación, pero que no han sido

aprovechados por estos emprendimientos, posiblemente por falta de conocimiento o porque consideran que no están orientados a empresas establecidas (emprendimientos exitosos estudiados, con largo tiempo en el mercado).

- Los principales objetivos de innovación perseguidos por lo emprendimientos exitosos están orientados al mercado y a mejorar la calidad de productos y servicios.
- La principal fuente de información para desarrollar innovaciones en los emprendimientos exitosos ha sido los directivos de la empresa, en segundo lugar el departamento de mercadeo y en tercer lugar el departamento de producción.
- Un 50% de los emprendimientos exitosos del área metropolitana del Estado Mérida entrevistados han realizados acuerdos de cooperación, principalmente con Universidades públicas o privadas, centros de investigación y proveedores.
- A nivel descriptivo los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida encuestados indicaron que la innovación tiene un impacto positivo en el éxito, la introducción de las innovaciones en producto y servicio, procesos, organizacionales y mercadeo y comercialización ayuda a mejorar el desempeño de estas organizaciones en un 82% en rentabilidad, 86% en participación de mercado, 86% en productividad y calidad de servicio con un 86% y un 71% manifestó que había tenido un incremento en las ventas por la introducción de productos nuevos o mejorados.
- El presente estudio muestra una asociación muy positiva (con p entre 0,560 y 0,869) entre la innovación y el éxito de los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida en diversos aspectos, donde al realizarse el análisis factorial se determinaron cuatro componentes significativos con dimensiones capaces de explicar el máximo de información contenida en los datos y mostrar aquellas actividades de innovación que más influyen en el éxito de los em-

prendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida.

- El rol de la innovación en los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida es potenciar el éxito y la permanencia en el tiempo a través de la participación de mercado, la competitividad y la productividad con la realización de innovaciones organizacionales, de productos y servicios y actividades de innovación relacionadas con la adquisición de tecnología incorporada o no a capital, así como actividades de mercadeo y comercialización, diseño de productos y servicios, capacitación e innovación y desarrollo.
- A pesar de ser muy pocas o casi nulas las empresas que han protegido sus innovaciones con patentes. Los resultados evidencian que aquellas que si lo han hecho muestran una relación más fuerte y positiva entre la innovación y el éxito.

7. Referencias Bibliográficas

- Aguilar, J., Terán, O. y Blanco, L. (2006). *Sistema Regional de Innovación como mecanismo de gestión en Ciencia y Tecnología. Caso de estudio: Estado Mérida*. Revista de Ciencias Sociales [Revista en Línea] v 12 n°3. Disponible:http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182006000300004&lng=es&nrm=iso [Consulta: 2010, junio 16]
- Aranda, H., De La Fuente, M. y Becerra, M (2010). Propuesta metodológica para evaluar la gestión de la innovación tecnológica (GIT) en Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES). *Revista Mexicana de Agronegocios*, XIV (26), 226-238.
- Araujo, A (2006). La mesoempresa como alternativa empresarial para el desarrollo local económico local sostenible. *Economía XXXI*, 22, 75-110.
- Armenteros, M. Medina, E. Ballesteros, L y Molina, V. (2012). Las Prácticas de Gestión de la Innovación en las micro, pequeñas y medianas empresas: Resultados del estudio de campo en Piedras Negras Coahuila. *Revista International Administración & Finanzas*, 5(4), 29-50.
- Auletta, N. Rodríguez, A. y Vidal, R. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor, informe ejecutivo, Venezuela 2009-2010*. Caracas: Centro de Emprendedores

- del IESA.
- Centro Nacional de Innovación Tecnológica (2010). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.cenit.gob.ve> [Consulta: 2010, junio 18].
- Cervilla de Olivieri, M (2005). Excelencia operacional mediante la innovación y el mejoramiento continuo de los procesos: experiencias en la industria venezolana de autopartes. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 34, 47-61.
- Chesnais, F. (1986), Ciencia, Tecnología y Competitividad. *Revista STI Revue* 1, 34-35.
- Colls, J. (2007). *Factores de éxito y fracaso de las nuevas pequeñas y medianas industrias en el Municipio Libertador del Estado Mérida (1997-2002)*. Trabajo de Grado no publicado. Universidad de Los Andes.
- Cornell University, INSEAD y WIPO (2013). *The Global Innovation Index: The Local Dynamics of Innovation*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.globalinnovationindex.org/content.aspx?page=GIIHome> [Consulta:2014, enero 20]
- Drucker, P. (1985). *La innovación y el empresario innovador*. Barcelona: Edhasa.
- Drucker, P. (2002). *The Discipline of Innovation*. The Innovative Enterprise, Best of HBR. Harvard Business Review.
- Escorsa, P. y Valls, J. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. Barcelona: Ediciones UPC
- Estrada, R. García, D. y Sánchez, V. (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empírico en México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(46), 169-182.
- Fernández, F., Rodríguez, A. y Vidal, R. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor, informe ejecutivo, Venezuela 2007-2008*. Caracas: Centro de Emprendedores del IESA.
- Foro Económico Mundial (2011). Reporte de Competitividad Global 2011-2012. Ginebra: Autor.
- Gee, S. (1981), *Technology transfer, Innovation & International competitiveness*. Nueva York: Wiley&Sons.
- Gómez, J. Llonch, A y Rialp, J. Strategic orientation, innovation and performance in new SMEs: the role of marketing. *Revista Cuadernos de Gestión*, 10(3), 85-110.
- Gómez, A., Villena, M. y Shilkrut, A. (2007). *Innovar para Competir, una guía de buenas prácticas* [Libro en Línea]. Universidad Adolfo Ibáñez. Editorial

- Compite. Disponible: <http://compite.uai.cl> [Consulta: 2010, junio 6].
- Harvard Business Review. (2004). *Creatividad e Innovación*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Innovación.cl (2014). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.innovacion.cl/2014/02/aumenta-tasa-de-empresas-que-realizan-innovacion-en-el-pais/>. [Consulta: 2014, febrero, 10].
- Kantis, H y Díaz, S. (2008). *Estudio de Buenas Prácticas "Innovación y Emprendimiento en Chile: una radiografía de los emprendedores dinámicos y de sus prácticas empresariales"*. Endeavor. Disponible: http://www.kawax.cl/observatorio/estudio/informe_final/KEA_10/KEA_10.pdf [Consulta: 2010, mayo 28]
- Mancebo, N. (2005). *El comportamiento innovador de la empresa Industrial. Un modelo de análisis a partir de la encuesta del INE*. Tesis Doctoral no publicada. Universidad de Girona, Girona.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económico. (2005). *Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*, Madrid.
- Pirela, A. (Coord.) (2003). Venezuela: El desafío de innovar. Caracas: Fundación Polar-Cendes.
- Porter, M. (1990) *The competitive advantage of nations*. Londres: Mac Millan.
- Ramirez, M. y Garcia, M. (2010). *La alianza universidad-empresa-estado: una estrategia para promover innovación*. Revista EAN, 68, 112-133.
- Ramis, J (2005). *Guía Práctica de la innovación para PYMES*. Barcelona: Anetcom.
- Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología. (2001). *El Manual de Bogotá, Normalización de indicadores de innovación tecnológica en América Latina y el Caribe*, Bogotá: Jaramillo, H., Lugones G. y Salazar, M.
- Rodeiro, D. y López, M. (2007). *La innovación como factor clave de la competitividad empresarial: Un estudio empírico de PYMES*. Revista Galega de Economía 16(2), 1-18.
- Scarone, C. (2005). *La innovación en la empresa: la orientación al mercado como factor de éxito en el proceso de innovación en producto*. Tesis de Doctorado, Universidad Oberta de Catalunya. Disponible: <http://www.uoc.edu/in3/esp/index.htm> [Consulta: 2010, mayo 4]
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Boston: Harvard University Press
- Schnarch, A. (2007). *Creatividad, Innovación y Marketing*. Disponible: <http://sch-consultores.org> [Consulta: 2010, mayo19]

- Song, M; Podoyntsyna, K; Van Der Bij, H y Halman, J.(2008). Success Factors in New Ventures: *A Meta-analysis. The Journal of Product Innovation Management*, 25, 7-27
- Tinto, J. (2010). [Página web en línea]. Disponible: <http://webdelprofesor.ula.ve/economia/arandes/Web%20de%20la%20Catedra%20de%20innovaci%F2n%20y%20emprendimiento/indexprincipal.html> [Consulta: 2010, mayo, 4].
- Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Sociología IV (2013). *Capítulo 20 Análisis Factorial: el procedimiento análisis factorial* [Documento en línea]. Disponible: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/socivmyt/paginas/D_departamento/materiales/analisis_datosyMultivariable/20factor_SPSS.pdf [Consulta: 2013, Septiembre, 4].
- Zeng, S. Xie, X. y Tam, C (2010). Relationship between cooperation networks and innovation performance of SMEs. *Technovation*, 30(2010), 181-194