

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

<http://dx.doi.org/10.35381/i.p.v4i1.1902>

**Innovación organizacional en el departamento de inventario de repuestos de
Indumot S.A. Cuenca, Ecuador**

**Organizational innovation in the spare parts inventory department of Indumot S.A.
Cuenca, Ecuador**

Darling Ismael Angamarca-Morocho
darling.angamarca@est.ucacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Cuenca
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-1984-6909>

Eduardo Guillermo Pinos-Vélez
eduardo.pinos@ucacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Cuenca
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-4282-9875>

Recibido: 01 de marzo 2022

Revisado: 10 de abril 2022

Aprobado: 15 de junio 2022

Publicado: 01 de julio 2022

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

RESUMEN

El presente trabajo de investigación ha demostrado que la innovación organizacional es una herramienta esencial para promover la efectividad y competitividad de cualquier departamento de una organización. Dada la naturaleza de la investigación, se considera que el tipo de investigación descriptiva con diseño no experimental. Se encontró que la innovación organizacional está estrechamente relacionada con la efectividad, competitividad, eficiencia de todos los departamentos de una organización para la resolución de diferentes tipos de problemas que se presenten. La investigación sobre la innovación organizacional resulta estratégica de cara a la gestión de inventario de repuestos de Indumot S.A pues al realizar correctos análisis de los problemas que afectan esta área, permitirá sin duda a la organización ser más competitiva frente a otros canales de comercialización de repuestos.

Descriptores: Estructura del mercado; competencia económica; comercio interno. (Tesauro UNESCO).

ABSTRACT

The present research work has demonstrated that organizational innovation is an essential tool to promote the effectiveness and competitiveness of any department of an organization. Given the nature of the research, it is considered a descriptive type of research with non-experimental design. It was found that organizational innovation is closely related to the effectiveness, competitiveness, efficiency of all departments of an organization for the resolution of different types of problems that arise. The research on organizational innovation is strategic for the inventory management of spare parts of Indumot S.A. since the correct analysis of the problems that affect this area will undoubtedly allow the organization to be more competitive with other channels of marketing of spare parts.

Descriptors: Market structure; economic competition; domestic trade. (UNESCO Thesaurus).

INTRODUCCIÓN

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

A lo largo de las últimas décadas, la industria automotriz se ha diferenciado por un proceso reestructuración continuo, motivo por el cual dicha industria se ha evolucionado a ser una de las industrias más dinámicas, generando así efectos notorios e importantes en las economías de distintos países en términos de desarrollo tecnológico, productividad y competitividad. Con el objetivo de emplear el top en producción y ventas en los mercados de todo el mundo, las organizaciones miembros del sector estuvieron constantemente en busca de creaciones que les posibilite robustecer y hacer más competitivos sus procesos productivos (Carbajal, 2010).

La producción de vehículos conforme con la (IOMVM, 2018), se fabricaron más de 97 millones de unidades en todo el mundo de los cuales el 70% forma parte de la suma de los primordiales 7 territorios productores: China (29.01 mdu), EEUU (11.1mdu), Japón (9.6 mdu), Alemania (5.6 mdu), India (4.7 mdu), Corea del Sur (4.1 mdu) y más alto 4.06 mdu) lo que en su instante representó un crecimiento de la producción mundial de vehículos en 2.3% (2 mdu). Según EADE (2021), el área automotriz se fundamenta en ayudar a la economía ecuatoriana, construyendo 155.943 plazas comparativamente a las 56.000 plazas de trabajo generadas en 2020, gracias a su destacada producción y venta de sus productos.

La zona automotriz es un motor para el aumento económico y desarrollo tecnológico, puesto que incluye industrias adyacentes y afecta positivamente en el tejido empresarial por el impacto que produce en otros segmentos. Sin embargo, la zona coopera significativamente a la recaudación tributaria con el pago de impuestos y aranceles a la importación de vehículos, autopartes y demás ocupaciones en relación, pagando a lo largo de todo el año 2021 USD 1432 millones, lo que excedió en 19% a lo recaudado en 2020 (EADE, 2021).

Se considera por parte de la (EADE, 2021) que en el año 2021 la zona facturó USD 9260 millones lo que representó un 35% bastante más de lo facturado en 2020, año en el cual la enfermedad pandémica perjudicó gravemente a todos los sectores de la economía

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

ecuatoriana. El área automotriz, clasificado en la composición sectorial de la economía, como industrias manufactureras, y en composición esquemática por clases CIU-4 corresponde al código C2910 construcción de vehículos. C2920 construcción para carrocerías para vehículos automotrices; construcción de remolques y semirremolques. C2930 construcción de piezas, partes y complementos para vehículos. En la zona negocio G4510 comercialización de vehículos automotores. G4520 mantenimiento y compostura de vehículos automotores. G4530, comercialización de piezas, partes y complementos para vehículos automotores. G4540 comercialización mantenimiento y compostura de motocicletas y de sus piezas, partes y complementos.

A grado nacional hay 3745 organizaciones que componen el área automotriz de las cuales el 60% se dedican al negocio de autopartes y una parte importante se centra en pequeñas y medianas organizaciones dando como consecuencia de 33.143 empleos, esto muestra el valor del sector automotor en la dinámica gremial (EADE, 2021). Una de las empresas automotrices con sede en la ciudad de Cuenca es la de Indumot S.A, la cual representa Honda Motocicletas en el Ecuador, dicha empresa se ha visto afectada por el mal manejo del área post venta, específicamente el departamento de repuestos, teniendo como consecuencias un déficit de repuestos de alta rotación, los cuales desencadenan en una inconformidad por parte de los clientes por los largos tiempos de espera para la adquisición de un producto (repuesto) o servicio determinado.

El problema encontrado en la investigación es el de innovar organizacionalmente el departamento de inventario de repuestos, teniendo como objetivo principal el correcto abastecimiento de repuestos de alta rotación y demanda para mejorar la calidad de satisfacción del cliente.

Referencial Teórico.

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

Sistema de Inventarios y sus generalidades

Por consiguiente, (Laguna, 2010), expresa que la gestión de inventario es el conjunto de políticas que controla los niveles de inventario y determina cuales son los niveles que se deben mantener, de que tamaño se deben realizar los pedidos y cuando se deben reestablecer el inventario. Al mencionar políticas de inventarios, hace referencia a interrogantes como: cuando debe revisarse el inventario, Cuanto se debe ordenar y en qué cantidad, considerando que pueden ser productos de demanda dependiente lo cual quiere decir que la demanda del producto se relaciona directamente con la demanda de un producto o servicio en un mismo proceso, y la independiente que significa que no posee relación alguna con otro producto o servicio.

Es necesario diseñar un objetivo claro y aplicarlo mediante métodos cuantitativos para definir las políticas de inventarios de productos terminados y de materia prima a lo largo de la cadena de suministro. Por lo tanto, la estimación de políticas de inventarios varía dependiendo del producto terminado o materia prima y ambiente de producción. Todo artículo o producto depende del tipo de demanda determinística, la cual la demanda del artículo para un lapso futuro es conocida por la precisión y probabilística cuando la demanda del producto para un lapso futuro es incierta, dichos tipos de demanda representan la categorización de los modelos de inventario (Guerrero, 2009).

Sin lugar a duda todo artículo o producto se califica en alguna de ambas categorías, pero tienen la posibilidad de subdividirse en un modelo específico dependiendo de otras circunstancias que se detallan a continuación: (Guerrero, 2009).

1. Tipo de producto: aquellos artículos o productos que son perecederos, sustitutos o durables en el tiempo.
2. Cantidad de productos: existen modelos para un solo producto o varios productos.
3. Modelos que permiten o no déficit.

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

4. Los lapsos de entrega pueden ser al igual que la demanda explicada anteriormente, determinístico o probabilística.
5. Modelos que comprenden o no costos fijos.
6. Tipo de revisión: todo artículo o producto está sujeto a una revisión continua o periódica.
7. Tipo de reposición: si el artículo es comprado se denomina reposición de tipo instantánea, por otro lado, si el artículo o producto es de reposición continua cuando es manufacturado en la planta de producción.
8. Horizonte de planeación: puede incluirse uno o varios períodos un solo período o varios.

En la actualidad no hay una definición del modelo de administración de inventarios, por lo que se puede emitir un criterio propio, a partir del criterio de (Arciniegas, 2013), expresando que un modelo de administración de inventarios es una representación específica de un segmento económico o social, el cual por medio de la utilización de metodologías para el control y gestión de los inventarios de mercaderías, se obtengan superiores resultados y una idónea toma de decisiones empresariales, obteniendo que la operatividad del comercio sea rentable y objetiva. En cualquier modelo de inventario constantemente estarán presentes tres elementos, aunque para que tenga funcionalidad, se necesita la mediación del elemento humano y la vigencia de una actividad económica debido a que al no existir dichas bases que forman parte de los elementos, el modelo en sí, tendría una finalidad nula (Viloria, 2008).

Para la reducción de esfuerzos y costos de manejos de inventarios es necesario la implementación del método de clasificación ABC en la cual busca una óptima categorización de los productos para fijarles un determinado nivel de control y existencia. En todas las empresas, los costos y tiempos invertidos en el control de sus productos y

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

materias primas son descomunales, sin embargo, es innecesario el controlar los artículos cuya inversión no es cuantiosa y de poca importancia (Bustos & Chacón, 2007).

Al aplicar el sistema de inventario ABC en cualquier organización, sin importar la actividad económica o tamaño, encontrarán en dicho sistema una óptima rotación de inventarios lo cual se traduce en ahorros a los costos totales del control de los inventarios mencionados (Martelo & Hernández, 2019). Dentro de toda organización es muy común encontrar que, dentro de una organización, el 70% del dinero invertido representa de un 10- 15% de sus productos en inventario y que del mismo capital invertido entre un 10- 15%, representen de un 85- 90% de los artículos en inventario.

La aplicación del sistema de gestión de inventario ABC se basa en las cualidades motivos los que justifican la aplicación de este sistema de selectividad cuyo objetivo implica que en muchas de las ocasiones cuesta más el control del inventario que lo que cuesta el producto que se está controlando. Los artículos o productos se los puede clasificar según su importancia y valor (Guerrero, 2009).

- Tipo A: los artículos involucrados en este apartado tienen por característica su costo elevado, alta inversión en el inventario, nivel de manejo y aporte a las utilidades que necesiten de un control de sus existencias al 100%.
- Tipo B: son los productos de menor importancia y costo los cuales requieren un control de manejo medio.
- Tipo C: en esta última clasificación se requiere un nivel de inspección relativamente bajo sobre aquellos productos que son de un costo e inversión baja y de poca importancia para el proceso productivo.

Costos de la gestión de inventarios en las organizaciones

Al momento de tomar decisiones sobre que tenga relación directa con la gestión de inventario, se debe considerar que dichas decisiones tienen repercusiones los costos de

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

la organización, por lo tanto, es importante conocer los costos que influyen en las decisiones de inventario como:

- Costos de almacenamiento, son aquellos los cuales son inducidos por almacenamiento de los stocks como por ejemplo costos de infraestructuras, seguros, transporte, etc.
- Los costos de pedido, son aquellos costos basados en los gastos administrativos los cuales se consideran en el instante de la emisión de facturas o llamadas obligaciones tributarias, órdenes de producción o pedido, diferentes transacciones de obligaciones (pagos) con los proveedores, recepción y almacenamiento de los productos o artículo en la bodega.
- Los costos de ruptura de stock, los cuales se refieren al instante del agotamiento de stock de un determinado producto en el almacén, lo cual tiene como consecuencia la pérdida de una venta y un retraso en la orden de compra.

Es recomendable realizar un análisis minucioso de los diferentes tipos de costos mencionados anteriormente antes de incluirlos en algún modelo de gestión de inventarios, pues juegan un papel importante en los diferentes modelos de gestión de inventario existentes. En las palabras de Laguna (2010), indica que los factores más influyentes en la gestión de inventarios son la demanda, costos y plazos, los cuales se indican a continuación:

La demanda tiene como características principales la frecuencia y tamaño de pedidos de reposición, estacionalidad, dependencia e independencia.

Los costos dependen del valor unitario del producto o artículo en inventario y en los costos de oportunidad, como se mencionó anteriormente, los costos más importantes son de aprovisionamiento, almacenaje y los costos relacionados a la demanda insatisfecha.

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

Finalmente, los tiempos se refiere a los tiempos de espera y entrega, tiempos dedicados a los trabajos del área administrativa, tiempos de traslado de la orden al proveedor, tiempo en el que el proveedor se demora en preparar el pedido y el despacho.

Para el buen desarrollo de la empresa es necesario realizar un análisis a profundidad de los factores de la gestión de inventarios mencionados.

Innovación organizacional y su relación con la productividad y competitividad

Todas las empresas u organizaciones ponen en práctica la innovación puesto que es una disciplina que adquieren sin importar la dimensión y sector en el cual compiten. En las palabras de Méndez (2020), define la innovación como el continuo aprovechamiento de ideas nuevas, tomando como principal factor importante de desafío de la economía del conocimiento, y la relación que guarda con los procesos y productos, además de nuevas formas de gestionar negocios.

Dicho en otras palabras, la innovación contiene una importancia significativa para el desarrollo de las diferentes economías tanto micro y macro, como se ha venido promulgando a través de estudios académicos y la opinión de directivos de las empresas de diferentes países. Por otro lado, la implementación de distintos programas y proyectos en distintas regiones, denotan la importancia que la innovación significa. A continuación, podemos mencionar la importancia que supone la aplicación de innovación en los distintos sectores de la sociedad, por ejemplo (Méndez, 2020).

- Los artículos de calidad y valor agregado son de mucha importancia para los clientes o consumidores, puesto que dichos artículos mejoran la eficiencia del servicio y la calidad de vida.
- Los beneficios económicos de las organizaciones a sus propietarios o accionistas son el resultado de la innovación ya que ayuda a sostenerse y mejorar el crecimiento de las empresas.

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

- Para las empresas tanto manufactureras como de servicio, es importante la innovación en todos los sectores, pues esto conlleva a la alta productividad y gran bonanza de la economía.
- Para los empleados, la innovación hace más interesante o atractivo su trabajo, mejorando sus habilidades y el salario.

Es importante mencionar que la innovación debe su existencia a la iniciativa de tomar ideas nuevas, aunque no sea nueva para la organización que la adopta o tenga un éxito o aceptación comercial (Enríquez-Ordoñez et al. 2016). Desde la perspectiva de (Seaden et al. 2003), la innovación organizacional son aquellos cambios direccionados a la optimización continua de los procesos ya existentes dentro de una organización, dichos cambios son adoptados por la empresa con el único objetivo de mejorar el desempeño y rentabilidad de cada departamento que lo conforman.

La percepción de estos cambios y la forma de asimilarlos puede variar de una empresa a otra, y, en consecuencia, los patrones de innovaciones pueden no resultar homogéneos, en este sentido, (Rosenberg, 1993), indica que el gran crecimiento de la economía norte americana en el sector de la construcción, no se debe a las innovaciones implementadas en el ámbito técnico, sino más bien a las innovaciones menores con carácter acumulativo, es decir a las innovaciones organizacionales.

Un trabajo reciente apoya la afirmación anterior, en la cual (Black & Lynch, 2004), afirman que los factores que tienen congruencia con la innovación de carácter organizacional representaron el 30% de los dividendos del sector manufacturero de Estados Unidos en la década de los 90, siendo así que, en la evidencia mencionada, realzan las prácticas innovadoras en la gestión de recursos humanos como:

- a) Procesos de reestructuración de procesos administrativos.
- b) Nivel de contribución de los empleados en la toma de decisiones.
- c) Equipos auto- gestionados.

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

- d) Esquemas de retribución basados en la participación en el reparto de beneficios.
- e) Formación en el puesto de trabajo.
- f) Uso de ordenadores entre los empleados con puestos no gerenciales.

La relación tan cercana que hay entre productividad e innovación organizativa recomiendan que su adopción en las empresas genera una mayor facilidad a cambios externos e internos, fomentando principalmente la capacidad de innovación en el carácter tecnológico, si no, también que genera una mayor eficiencia en la gestión de los recursos humanos (Yamakawa & Ostos, 2013).

En las palabras de (Afcha, 2011), la inserción de innovaciones permite a la empresa una conducta adaptativa, lo cual genera cambios en la organización significativos con la finalidad de mantener y mejorar su desempeño. Entre los Múltiples factores que existen, originan la implementación de innovaciones organizativas como, amenazas y oportunidades, las cuales son cambios en el entorno que direccionan a las empresas reconfigurar sus funciones internas y externas para dar respuesta a las demandas de su entorno, operar de forma eficiente (Bruno & Coelho, 2017).

Dichos cambios de carácter innovador también siguen a la percepción de los directivos de la empresa respecto a posibles soluciones en el entorno de la empresa que comprometan su capacidad de actuar de forma efectiva, o cuando existen nuevas expectativas de oportunidades que pueden ser aprovechadas, nuevos productos y servicios que pueden contribuir al desempeño de la empresa (Damanpour et al. 2009).

MÉTODO

De acuerdo con la presente investigación, la técnica empleada se basó en la investigación descriptiva con diseño no experimental, ya que se ejecutó el estudio de las variables en el contexto actual y natural de los sucesos, para su evaluación, desarrollo de síntesis y conclusiones. La aplicación de estos métodos permitió analizar teorías, como parte de la

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

población de estudio, generándose mediante el análisis documental, contribuyendo a las herramientas un análisis sistemático y ordenado de la investigación.

Universo de estudio

Se utilizó el muestreo por conveniencia ya que es una técnica de muestreo no probabilístico utilizado para crear prototipos de acuerdo con la facilidad de acceso y la disponibilidad de las personas de formar parte de la muestra. Así mismo, la preparación del instrumento de medición se elaboró mediante la revisión sistemática de la literatura. A nivel nacional, la venta de motocicletas en el año 2021 llegó a 165.701 unidades correspondiente a la suma de todas las marcas que se comercializan en el país, de esta cantidad se tomó el 3,4% correspondiente a la marca Honda con un total de 5.680 unidades vendidas a nivel nacional (EADE, 2021).

Tabla 1.
Unidades de motocicletas vendidas por marcas.

Marca	2019	%	2020	%	2021	%
Shineray	18843	13,0%	15688	12,0%	20775	12,5%
Daytona	11704	8,1%	9991	7,7%	14272	8,6%
Ranger	10668	7,4%	11901	9,1%	13211	8,0%
Bajaj	10601	7,3%	8018	6,1%	11495	6,9%
IGM	7926	5,5%	6919	5,3%	9843	5,9%
Suzuki	14263	9,9%	10223	7,8%	9413	5,7%
Tundra	10420	7,2%	6606	5,1%	8605	5,2%
Motor Uno	8095	5,6%	7196	5,5%	8545	5,2%
Yamaha	6276	4,3%	6107	4,7%	8436	5,1%
Tuko	5703	3,9%	6205	4,8%	7261	4,4%
Honda	5626	3,9%	5278	4,0%	5680	3,4%
Dukare	3619	2,5%	5245	4,0%	5499	3,3%
Axxo	6619	4,6%	5270	4,0%	4749	2,9%
Loncin	3305	2,3%	3768	2,9%	4710	2,8%

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

Sukida	2227	1,5%	3109	2,4%	4308	2,6%
Otras	18832	13,0%	18959	14,5%	28899	17,4%
Total	144727	100%	130483	100%	165701	100%

Fuente: EADE (2021).

Por lo cual el universo de estudio está compuesto por 100 personas las cuales se encuentran dispersos en las principales ciudades del país, dicho esto, resulta factible la aplicación de la encuesta. Entonces el total de personas a encuestar no puede ser menor a 100, ya que de esta forma obtendremos una confiabilidad del 95% y un error máximo del 10%.

Tratamiento estadístico de la información

Se obtuvieron datos utilizando la aplicación de la técnica de la encuesta, mediante un formulario realizado en la herramienta Google Forms, cuya elaboración se basó en la revisión metódica de diferentes estudios en bases de datos científicas como Web of Science y Scopus, en la cual se trata de analizar las variables de estudio como innovación administrativa e innovación técnica. Los ítems o variables observables se obtuvieron de la experiencia del investigador, mientras que las variables de control se usaron para caracterizar el perfil del sujeto de investigación.

RESULTADOS

Preferencias puntuales de la población encuestada

Le siguiente encuesta fue aplicada a aquella población poseedores de una motocicleta marca Honda que haya tenido experiencia con el servicio post venta que ofrece la marca. Los datos recolectados demuestran el lugar de procedencia geográfico de los encuestados, lo que a su vez expone el uso Motocicletas de esta Marca en estas ciudades y por ende el contacto con el servicio Post Venta que reciben los mismos.

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

El resultado demuestra que la Mayoría de los encuestados se encuentran en la ciudad de Machala, con un 34.1% de los mismos, un 22% en la ciudad de Guayaquil y, un 9.8% en la ciudad de Quito. El resto de las ciudades del país tienen un porcentaje homogéneo en cuanto al uso de motocicletas de esta Marca. Como conclusión podemos sacar que debemos realizar especial énfasis en el Servicio Post Venta de estas ciudades inicialmente mencionadas.

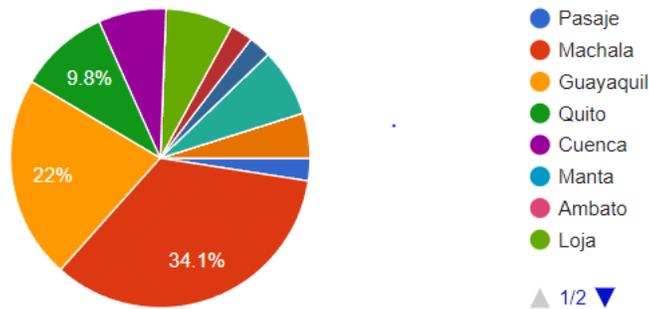


Figura 1. Porcentajes de ciudad de residencia.

Dentro de las ciudades mencionadas, se puede decir que el tipo y modelo de motocicleta que la población encuestada ha adquirido son la CBF 160 con el 41,5%, XR150L con el 12,2%, CB1 STAR Y CB1 X y TWISTER 125 con el 9,8 %, cada una, de lo cual esperaríamos que dichos modelos de motocicletas son los que mayormente visitan los talleres Honda luego de la compra por la permanencia de la garantía que ofrece la casa comercial, por consiguiente, se puede deducir que también son las motocicletas que mayor demanda de repuestos solicitan a la casa comercial o taller de la marca en estudio.

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

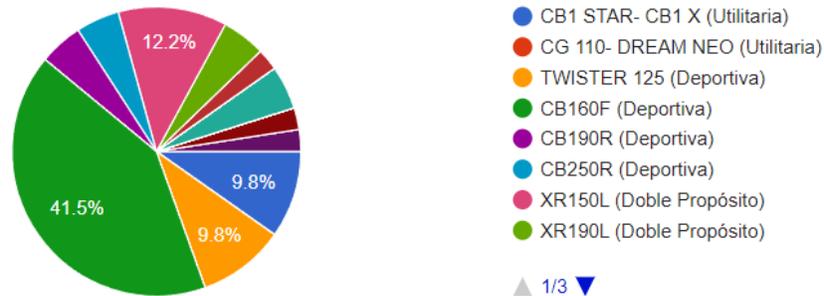


Figura 2. Porcentajes de modelos de motocicletas.

Los resultados expresan que, el 41,5% realiza su mantenimiento cada 2000km, lo cual es congruente con la recomendación del fabricante sobre la frecuencia de mantenimiento del modelo más comprado acorde al resultado de la respuesta anterior, sin embargo; el 36.6% lo realiza cada 3000km y apenas el 22% lo realiza cada 1000km; estos dos últimos resultados no son congruentes con los resultados obtenidos en la respuesta anterior sobre los modelos de motos que poseen los encuestados. Estos números nos llevan a reflexionar que no existe una relación directa con la visita al servicio postventa ofrecido por la marca y los modelos adquiridos en la misma y, por consiguiente, podríamos asumir que los propietarios de esta marca realizan sus mantenimientos fuera de la casa comercial o los realizan de manera diferente a la recomendada.

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

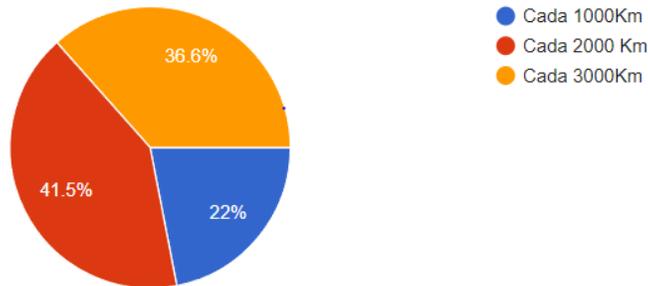


Figura 3. Porcentaje de frecuencia de mantenimiento.

Relación del precio sobre la calidad

El 61% de los encuestados afirma no estar satisfecho con el Servicio Post Venta brindado por la Marca, apenas el 39% ha reconocido estar satisfecho con este servicio, ya que aproximadamente el 90,3% ha optado por comprar repuestos alternos por el poco stock de repuestos originales en la casa comercial, esta afirmación se valida al corroborar que el 80,5% de la población encuestada tiene una percepción excelente de la calidad de los repuestos alternos adquiridos en canales secundarios a la casa comercial, pues referenciándonos en los resultados de una de las preguntas, muestran que el 78.1% está dispuesto a recurrir a otras alternativas con la finalidad de mantener sus motocicletas operativas y, ya que únicamente el 22% prefiere no comprar repuestos que no sean originales. Se puede concluir que estos datos muestran una amenaza importante a la rentabilidad del negocio que forma parte del servicio ofertado por la marca.

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

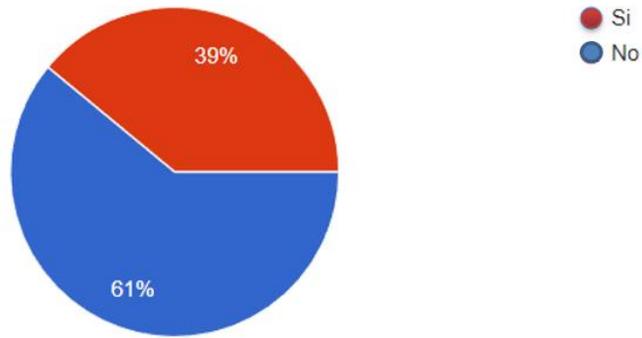


Figura 4. Porcentaje de satisfacción del servicio Post Venta ofrecido por la marca Honda.

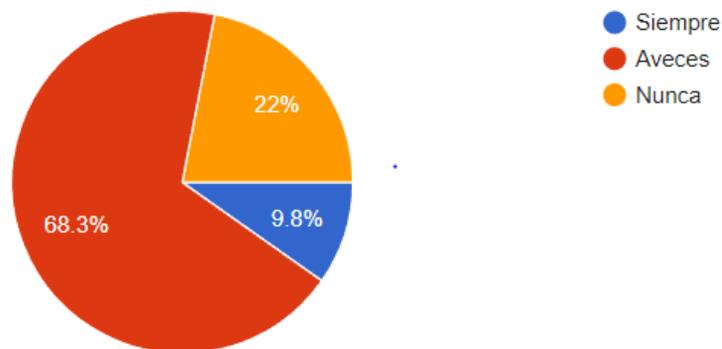


Figura 5. Porcentaje de frecuencia de compra de repuestos alternos.

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

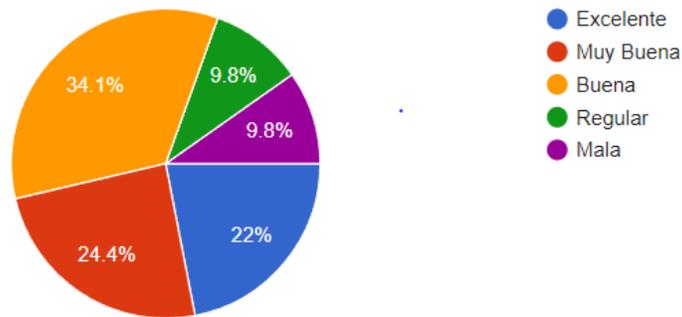


Figura 6. Porcentaje de percepción de calidad de repuestos alternos adquiridos.

Los datos recolectados en este apartado, muestran que existe una buena relación y comunicación del personal de los talleres Honda con el cliente, pues el 75,6% manifiesta que en cada mantenimiento le sugieren adquirir repuestos de mantenimiento preventivo y, al relacionar los datos con los aspectos importantes al comprar un repuesto, resalta que el 58.5% de los encuestados prefieren un repuesto de calidad por sobre los factores de garantía y existencia; esto se puede inferir a que llevan la percepción de garantía implícita en la calidad del repuesto original.

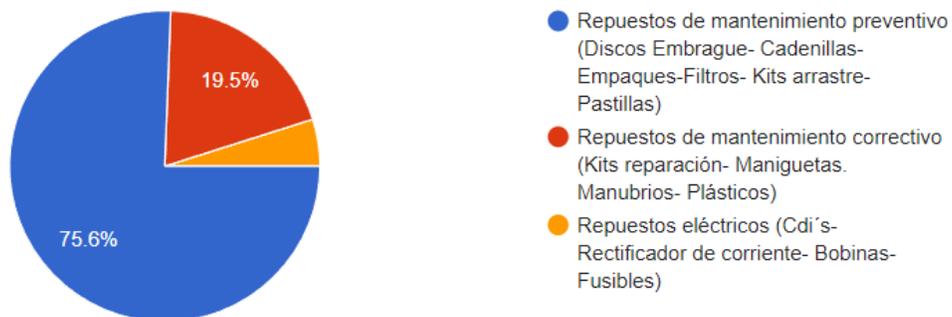


Figura 7. Porcentaje de sugerencia de adquisición de repuestos en cada mantenimiento.

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

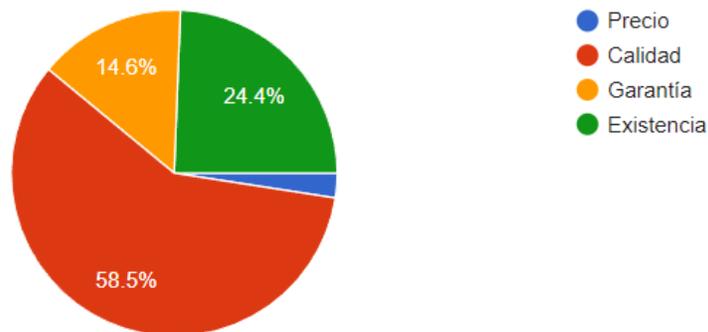


Figura 8. Porcentaje de aspectos importantes al comprar un repuesto.

Principales sugerencias para la rotación de repuestos

Toda la población está de acuerdo en que el personal administrativo del área post venta de Indumot S.A, representante de la marca Honda motocicletas en el Ecuador, debería realizar un análisis eficiente de los repuestos de alta rotación, sugerencia que abarca 39% de las encuestas. Otra sugerencia con mayor votación con 43.9% es la de importaciones frecuentes de los repuestos de alta rotación, pues al haber un correcto análisis de los repuestos, se traduce en tiempos de reposición oportunos, de tal forma que los clientes mejorarían su satisfacción al percibir el servicio ofertado.

Estas 2 sugerencias mencionadas desenlazan en que solo así se puede cumplir con las necesidades de la población, pues con el 39% de encuestas indican que desean que se cumpla con el tiempo ofrecido por el personal operativo en los almacenes o talleres de la marca Honda al momento de ofrecer un repuesto al consumidor.

DISCUSIÓN

Este apartado de discusión trata de una breve comparación de los resultados obtenidos de la presente investigación, con otros estudios referente al problema analizado en diferentes ambientes. Cabe recalcar que los diferentes trabajos de investigación están

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

enfocados en identificar, analizar y proponer una solución a un problema existente en diferentes circunstancias, teniendo para esto como base, la innovación en sus diferentes aplicaciones.

Al haber realizado una interpretación de la evidencia disponible en (Duicela-Guambi et al. 2018), sobre Gestión del Conocimiento e Innovación Organizacional para reactivar la cadena productiva del café Robusta en Ecuador, y habiendo tratado el contexto venezolano en la evidencia del autor (Afcha, 2011), sobre Innovaciones Organizacionales y su efecto sobre el Desempeño Empresarial, se puede concretar y demostrar la relación directa que tiene el efecto de la aplicación de métodos que fomenten la innovación, sobre las diversas circunstancias empresariales; aportando sustancialmente a cada una de las áreas de actividad dentro de una organización.

Es preciso mencionar que, aunque los ambientes en los que se llevó a cabo los diferentes trabajos de investigación, tuvieron como conclusión para su mejora en el desempeño, utilizar métodos que permitan la Innovación Organizacional; siendo así por ejemplo, en el caso de Indumot, caso al que se refiere el presente trabajo, la implementación de Sistemas de Gestión de Inventarios, que contemplen cada uno de los puntos involucrados y, de esta forma permitir una Gestión Integral de esa actividad, siendo así el mantener una correcta relación con los proveedores, la aplicación de sistemas de Aprovisionamiento en el tiempo y cantidad correctos, lo cual me dé como resultado una mejor satisfacción del cliente, situación que se ha visto reflejada en los resultados de esta Investigación.

A su vez, habiendo revisado el trabajo de Investigación sobre la Cadena Productiva del Café "Robusta"; dicho análisis ha arrojado como resultado, la aplicación de un Sistema de Innovación que involucre a los principales puntos estratégicos en la cadena de valor de dicha industria; este sistema de Innovación, ha sido resultado de un análisis e investigación que permita involucrar incluso al gobierno, de tal forma que se pueda mejorar la eficiencia del accionar de dicha Industria.

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

Así también el trabajo “Innovaciones Organizacionales y su efecto sobre el Desempeño Empresarial”, da como principal conclusión, la necesidad del análisis de los procesos organizacionales y su desarrollo o enfoque hacia la mejora, para poder mantener un sistema de innovación permanente, mientras que para llevar el tema a un ámbito industrial con un poco más de incertidumbre, el trabajo de (Orellana, 2017), ha centrado su investigación en los beneficios de la Innovación Tecnológica aplicada a las PYMES del Azuay, empresas que por su naturaleza, cuentan con una cantidad limitada para sus recursos de inversión y, por ende, es un campo en el que la competitividad y eficiencia de sus recursos, es un ámbito que se debe estudiar e implementar adecuadamente; teniendo así excelentes resultados producto de su implementación.

Todas estas investigaciones realizadas en diferentes contextos, económicos, sociales, culturales y demográficos; han demostrado que, muy aparte de la naturaleza de desarrollo organizacional; siempre encontraremos un ala de Innovación, que nos permita analizar la situación, observarla desde varias aristas e implementar ideas en pro del desarrollo. Todo esto como conclusión general de la idea propuesta en este trabajo de Investigación.

CONCLUSIONES

La información recolectada y sus resultados demuestran un déficit en la falta de Inventarios de la Organización; problema por el cual existe insatisfacción en los clientes de la empresa en esta área. Es importante para la Organización tomar medidas en el asunto que le permitan mantener sistemas de inventarios relacionados a la Calidad y a la Innovación. A la Calidad, porque es necesario identificar cuáles son los factores que el cliente asume como de calidad para poder satisfacerlos y a su vez utilizar la innovación en sus sistemas para poder cumplirla. La Innovación Organizacional es un eje transversal y holístico a la hora de hablar de desarrollo empresarial. Es inminente tomar estas medidas para no solo cambiar la percepción del cliente sobre el servicio, sino también

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

para que aquellas medidas, se vean reflejadas en las principales ratios financieros de rentabilidad.

La información teórica recolectada en la presente investigación conjugada con los resultados obtenidos de la encuesta aplicada, afirma fuertemente la relación que existe en entre innovación organizacional y el desempeño de las organizaciones, así como los diferentes departamentos que conformen dicha organización.

El presente trabajo de investigación aporta como punto de partida para futuras líneas de investigación de las innovaciones organizacionales aplicadas en las diferentes empresas. Debido a las crisis empresariales, independientemente de la causa que las origina, todos los gerentes tienen el compromiso de buscar la manera de innovar, ya se de forma parcial o total, pues dichas innovaciones les ayudarán a encontrar las forma de enfrentar las crisis que se presenten y sacar provecho de ellas, así lo han demostrado diferentes empresas que se han visto en diferentes tipos de problema y hoy por hoy son un referente a nivel mundial por los diferentes procesos de innovación aplicados influyendo positivamente en la competitividad y estabilidad de la empresa.

Financiamiento

No Monetario.

Agradecimiento

A la Unidad Académica de la Universidad Católica de Cuenca y sus docentes por la información y conocimientos brindados.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Afcha, S. (2011). Innovaciones organizacionales y su efecto sobre el desempeño empresarial. *Revista Venezolana De Gerencia*, 16(56).
<https://doi.org/10.37960/revista.v16i56.10649>
- Arciniegas, G. (2013). Modelo de gestión de inventarios para empresas comerciales de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. *Revista de Investigación y cultura*, 13. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521752181003>
- Black, S., & Lynch, L. (2004). What's driving the new economy? The benefist of work place innovation. *The Economic Journal*, 97-116. doi: <https://doi.org/10.1111/j.0013-0133.2004.00189.x>
- Bruno, D., & Coelho, R. (2017). Innovación organizacional e institucionalización conflictiva de las organizaciones de la economía popular. El caso de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP). *Argumentos*, 19, 90-119.
<https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/argumentos/article/view/2766>
- Bustos, C., & Chacón, G. (2007). El MRP En la gestión de inventarios. *Visión Gerencial*, 7-9.
- Carbajal, Y. (2010). Reestructuración tecnológica y reconfiguración del mercado mundial. *Revista de economía regional y sectorial*, 25. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=431565610002>
- Damanpour, F., Walker, R.M. & Avellaneda, C.N. (2009), Combinative Effects of Innovation Types and Organizational Performance: A Longitudinal Study of Service Organizations. *Journal of Management Studies*, 46, 650-675. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2008.00814.x>
- Duicela-Guambi, L., Martínez Soto, M., Loor Solórzano, R., Morris Díaz, A., Guzmán Cedeño, A., Rodríguez Monroy, C., & Chilán Villafuerte, W. (2018). Gestión del conocimiento e innovación organizacional para reactivar la cadena productiva del café robusta, Ecuador. *Revista ESPAMCIENCIA ISSN 1390-8103*, 9(1), 61-72. Recuperado a partir de http://revistasespam.espam.edu.ec/index.php/Revista_ESPAMCIENCIA/article/view/156

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

- EADE. (2021). Anuario 2021. *Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador*, 83. Obtenido de <https://n9.cl/4tl7e>
- Enríquez-Ordoñez, C. G., Ceballos Gómez, H., & Rosero Lombana, P. (2016). Caso innovación organizacional a través de negocios inclusivos Melkochas Don José. *Revista UNIMAR*, 34(2), 137–149. Recuperado a partir de <https://revistas.umariana.edu.co/index.php/unimar/article/view/1246>
- Guerrero, H. (2009). Inventarios, manejo y control. ECOE Ediciones.
- IOMVM. (2018). International Organization of Motor Vehicle Manufacturers. Obtenido de <https://n9.cl/955p7>
- Laguna, D. (2010). Propuesta de un sistema de gestión de inventarios para una empresa comercializadora de productos de plásticos. Obtenido de
- Martelo, B., & Hernández, M. (2019). El control interno como estrategia para el desarrollo del sistema de inventario en el sector bananero. <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/19921>
- Méndez, C. (2020). Innovación organizacional: Cultura, condición para la estrategia. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.
- Orellana, D. (2017). La innovación tecnológica y su incidencia en la competitividad empresarial de las pymes de la industria manufacturera de la provincia del Azuay - Ecuador. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/6863>
- Rosenberg, N. (1993). Inside the black box: technology and economics. Barcelona: La llar del llibre.
- Seaden, G., Guolla, M., Doutriaux, J. & Nash, J. (2003) Strategic decisions and innovation in construction firms. *Construction Management and Economics*, 21(6), 603-612. <https://doi.org/10.1080/0144619032000134138>
- Viloria, N. (2008). Factores que inciden en el sistema de control interno de una organización. *Actualidad Contable FACES*, 80-83.

Darling Ismael Angamarca-Morocho; Eduardo Guillermo Pinos-Vélez

Yamakawa, P., & Ostos, J. (2011). Relación entre innovación y desempeño organizacionales. *Universidad & Empresa*, 13(21),93-115.

©2022 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).