



**EL IMPACTO DE LA INNOVACIÓN EN LAS PYMES DEL SECTOR
MANUFACTURERO DEL MUNICIPIO DE ITAGUI:
ESTUDIO DE CASO 2015 -2018**

**Facultad de administración de empresas y ciencias económicas
Centro regional Aburrá Sur**

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Luisa Fernanda Soto Cuervo

ID: 555409

Yudy Andrea Espinal López

ID: 542318

Trabajo de grado

Profesor asesor

Milton Esteban Sierra Cadavid

DEDICATORIA

A Dios.

Por darnos la paciencia y la fortaleza para llegar hasta acá y poder terminar nuestra carrera a pesar de los tropiezos, además de su infinita bondad y amor.

A nuestros familiares

Por ser nuestro apoyo incondicional, por estar siempre cuando sentíamos desfallecer y lo más importante por darnos amor y aconsejarnos cuando lo necesitábamos.

A nuestros maestros.

Milton Esteban Sierra Cadavid, nuestro asesor y docente por su gran apoyo y motivación con nuestro trabajo de grado; Y a todos los maestros de la Corporación Minuto de Dios por su tiempo compartido, por impulsar nuestra formación profesional.

A nuestros amigos

Por confiar y creer en nosotras, y haber hecho de nuestra etapa universitaria un trayecto de vivencias que nunca olvidaremos.

Y a todas las demás personas que contribuyeron a la elaboración de este proyecto y nos apoyaron en la formación de nuestra carrera profesional.

**EL IMPACTO DE LA INNOVACIÓN EN LAS PYMES DEL SECTOR
MANUFACTURERO DEL MUNICIPIO DE ITAGÜÍ:
ESTUDIO DE CASO 2015 -2018**

RESUMEN

En este estudio de caso se quiere dar una visión de cómo las empresas del Municipio de Itagüí están implementando innovaciones para apalancar sus negocios y volverse altamente competitivos en su entorno, igualmente es importante indagar sobre la importancia de realizar innovaciones continuas a las compañías, ya que esto haría que sus productos y servicios se posicionen de manera positiva en la mente de sus posibles clientes.

Por ello se pretende indagar un poco sobre las prácticas que realizan algunas empresas manufactureras del Municipio de Itagüí, buscando que otras organizaciones que están arraigadas con sus productos y servicios tengan otra visión sobre la innovación y así darles una luz diferente de aprovechamiento de los mismos.

Ahora bien, según la Cámara de Comercio de Aburra Sur el sector más productivo e importante por sus aportes al PIB y su crecimiento a grandes escalas en el municipio de Itagüí lo tienen las empresas manufactureras, por ende, para el gobierno municipal es trascendental que las empresas sigan en constante evolución y desarrollo.

Por tal motivo, se realizó una encuesta para analizar las diferentes variables, como fueron la innovación y apoyo de entes gubernamentales para las pequeñas y medianas empresas, buscando que con esas preguntas tener muchas más herramientas de consulta y de análisis para este estudio realizado empíricamente.

Finalmente, se concluyó que las empresas manufactureras pequeñas y medianas del Municipio de Itagüí, están un poco radicales a la hora de implementar innovación, debido a que sus grandes competidores tienen gran parte del sector acogido con sus productos y servicios, y las empresas mencionadas inicialmente, sienten que sí realizan algún tipo de inversión pueden llegar a perderla; Por consiguiente se darán algunas estrategias para darle ese toque de innovación a bajos costos, buscando que los empresarios salgan un poco de esa zona de confort o de ese temor a la inversión.

PALABRAS CLAVES

Innovación; Manufacturero; Pymes; Competitividad; Apalancamiento.

ABSTRACT

In this case study we want to give a vision of how the companies of the Municipality of Itagüi are implementing innovations to leverage their businesses and become highly competitive in their environment. It is also important to investigate the importance of continuous innovation to the companies, since this would make their products and services position themselves positively in the minds of their potential customers.

Therefore, we intend to investigate a little about the practices that some manufacturing companies in the municipality of Itagüi carry out, looking for other organizations that are rooted in their products and services to have another vision about innovation and thus give them a different light of use of them.

However, according to the Chamber of Commerce of Aburra Sur, the most productive and important sector in the municipality of Itagüi, due to its contribution to the GDP and its growth on a large scale, is the manufacturing sector.

For this reason, a survey was conducted to analyze the different variables, such as innovation and support from government agencies for small and medium enterprises, seeking that with these questions to have many more tools for consultation and analysis for this study conducted empirically.

Finally, it was concluded that small and medium manufacturing companies in the Municipality of Itagüi are a bit radical when it comes to implementing innovation, because their large competitors have much of the sector welcomed with their products and services, and the companies mentioned initially, you feel that if they do make some kind of investment may come to lose it; therefore there will be some strategies to give that touch of innovation at low costs, seeking that entrepreneurs leave a little of that comfort zone or that fear of investment.

KEYWORDS

Innovation; Manufacturing; Pymes; Competitiveness; Leverage.

ÍNDICE

Resumen	
Introducción	
<u>Capítulo 1. Planteamiento del problema</u>	9
<u>1.1 Descripción del problema</u>	9
<u>1.2 Formulación</u>	10
<u>1.3 Justificación</u>	10
<u>1.4 Objetivos</u>	12
<u>1.4.1 Objetivo general</u>	12
<u>1.4.2 Objetivos específicos</u>	12
<u>Capítulo 2. Marco referencial</u>	13
<u>2.1. Marco conceptual</u>	13
<u>2.2 Marco contextual</u>	14
<u>2.3 Marco legal</u>	16
<u>2.4 Marco teórico</u>	17-21
<u>Capítulo 3. Diseño Metodológico</u>	22
<u>3.1 Lnea de investigación institucional</u>	22
<u>3.1 Eje temático</u>	22
<u>3.3 Enfoque de investigación y paradigma investigativo</u>	22
<u>3.4 Diseño</u>	23
<u>3.5 Alcance</u>	23
<u>3.6 Población</u>	23
<u>3.7 Tamaño de la muestra</u>	24
<u>3.8 Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de información y datos</u>	25
<u>3.9 Analisis y tratamiento de datos</u>	25
<u>Capítulo 4. Resultados y discusiones</u>	26-32
<u>Capítulo 5. Conclusiones</u>	33
<u>5.1 Conclusiones</u>	34
<u>5.2 Recomendaciones</u>	35
<u>Referencias</u>	36-37
<u>Anexos</u>	38-42

INTRODUCCIÓN

En la actualidad para las empresas es importante ser competitivas con sus productos y servicios, ya que esto les permite incursionar en nuevos mercados y crear apalancamientos seguros para las compañías. A través de la ejecución de mejoras constantes en sus procesos, no logran solo competir y posicionarse en el mercado sino también brindar un valor agregado.

Para las organizaciones grandes en tamaño, economía y posicionamiento, no es una opción contar con dichas características, más bien es una obligación. Por el contrario, para las pequeñas y medianas empresas, esto se convierte en objetivos que pretenden ser alcanzados con los esfuerzos que realizan diariamente para mantenerse estables en el mercado. Sin embargo, cuando evidencian una consolidación se crea una zona de confort que obstaculiza la inmersión en mejoras. Debido a esto las pymes están presentando debilidades frente a la capacidad competitiva que exigen tanto los consumidores como los competidores presentes en la industria.

La innovación en los procesos productivos es un factor importante a la hora de establecer un valor diferenciador en el mercado, esto no solo permite situarse en un eje progresivo también aporta a tener un cambio constante que no siempre se ve reflejado en la imagen del producto o servicio, se puede enfocar en resaltar diferentes aspectos como la calidad, el tiempo o el precio. Por medio de esto se diversifica en la producción generando así una disminución en costos que permite aumentar la inversión según sea el área o proceso que lo necesiten.

De allí es que la innovación parte como factor para generar una competitividad, puesto que esta genera instrumentos para aumentar los clientes potenciales, creando una oportunidad para penetrar el mercado, por ello es que esta herramienta ya no es opcional sino indispensable dentro de la estructura e ideologías organizacionales, pues la abstención al cambio puede llevar a retroceder posicionamiento en la industria.

CAPÍTULO 1

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

Las pequeñas y medianas empresas manufactureras tienen el desafío de ser cada día más innovadoras, desarrollando no solo estrategias competitivas sino también implementando dentro de sus procesos organizacionales mejoras continuas, tendencias actuales administrativas, nuevas tecnologías que aporten al incremento y eficiencia en los procesos productivos y los múltiples aspectos que con lleva la incursión de avances a la organización.

Ahora bien, es entendible que las empresas sientan algún tipo de temor a la hora de pensar en innovación, ya que se tiene la visión de que innovación es aumentar los costos y por ende alterar la economía de las mismas.

Por tal motivo entraremos a mirar varios factores negativos más importantes descritos en el Manual Oslo (tragsa, 2006) clasificadas en cinco áreas:

Factores económicos:

- Alto coste de la innovación.
- Riesgos previstos e incertidumbre.
- Falta de financiación externa y/o interna.
- Existencia de una coyuntura económica desfavorable en el país.

Factores relacionados con el conocimiento:

- Falta de conocimientos necesarios.
- No disponer de personal con la cualificación necesaria dentro de la empresa.
- Carencia de empleados cualificados para su desarrollo en el mercado laboral.
- Dificultad para encontrar socios adecuados para realizar proyectos conjuntos.
- Falta de información sobre la tecnología y mercados.

Factores pertenecientes a los mercados:

- Incertidumbre: la demanda puede ser insuficiente para amortizar la innovación.
- El mercado potencial está dominado por otras empresas ya establecidas.

Factores institucionales:

- Escasez de infraestructuras y tecnologías necesarias.
- Debilidad de los derechos de propiedad.
- Existencia de legislación, normas, fiscalidad, etc. que no favorecen la innovación.

Otras causas:

- Las empresas piensan que no es necesario innovar debido a falta de demanda o por innovaciones realizadas con anterioridad.

Por tal motivo se considera que importante indagar y dar opciones positivas para las organizaciones, inculcándoles la buenas practicas innovadoras, ya que para las Pymes manufactureras del municipio de Itagüí, debe ser un reto realizar cambios innovadores que incrementen sus ganancias, haciendo que se vuelvan rentables y que estén a la vanguardia de las tecnologías innovadoras en este gremio manufacturero. Generando para el Municipio grandes beneficios tanto en la economía como en el crecimiento integral del sector.

1.2 Formulación del problema

Las organizaciones se deben de hacer a varias preguntas a la hora de pensar en la forma de cómo sus productos o servicios pueden ser innovadores, por tal motivo se debe de indagar más allá y preguntarse ¿Cómo la innovación es un eje importante para el crecimiento de las microempresas manufactureras del Municipio de Itagüí?

1.3 Justificación

Este trabajo permitiría buscar tácticas empresariales que demuestren que la innovación es una parte fundamental para la evolución y desarrollo de las empresas buscando oportunidades en los recursos humanos y físicos, y así obtener ganancias económicas y el apalancamiento necesario para seguir ascendiendo Esto permitirá mucha más competitividad, generación de empleo, desarrollo económico y amplitud de mercados; El objetivo es dar una mirada a las empresas que están arraigas en sus procesos, productos y servicios y que cambien el chip y el temor, para que abran las puertas a nuevas oportunidades de mercado.

Las empresas manufactureras en el Municipio de Itagüí son la fuente de economía del 60% del municipio (CAMARA DE COMERCIO ABURRA SUR, 2018) , por tal motivo son generadores de gran parte de la renta del Municipio, por ello desde la parte administrativa cuentan con gran apoyo en todo lo referente a la innovación, buscando que los empresarios y emprendedores tengan la facilidad de acceder a información que permita en buen desarrollo de sus proyectos e ideas innovadoras; La Organización Cámara de Comercio cuenta con capacitaciones y talleres necesarios para un buen desarrollo de sus productos y servicios para mejorar los procesos tanto en elaboración de sus productos como el servicio a la comunidad.

La innovación de tipo organizacional como modelo de negocio, se refiere a la capacidad de idear conceptos de negocio radicalmente distintos o nuevas formas de diferenciar los existentes en las organizaciones, Según el autor Luis Carlos Arraut Camargo (Camargo, 2018), este concepto es muy importante ya que nos muestra que la innovación se puede realizar internamente en las diferentes compañías, buscando que las mismas se vuelvan altamente competitivas y mucho más productivas, ya que mejoraría la innovación organizacional.

Otro concepto base es la competitividad, ya que Consejo Privado de Competitividad en Colombia (Colombia C. p., 2011-2018), es la capacidad de competir. En el ámbito de la economía, la competitividad se refiere a la capacidad que tiene una persona, empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus otros competidores. En este sentido, factores que inciden en la capacidad competitiva son la relación entre la calidad y el coste del producto, el nivel de precios de los insumos, así como el nivel de salarios en el país productor.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general:

Determinar cuáles acciones innovadoras en las principales microempresas manufactureras del municipio de Itagüí ha generado ventaja competitiva, crecimiento económico y sostenibilidad en el mercado.

1.4.2 Objetivos específicos:

- Elaborar una base de datos de las empresas manufactureras del municipio de Itagüí para caracterizarlas y poder determinar cuáles han implementado acciones de innovación en las microempresas manufactureras de Itagüí.
- Realizar una revisión bibliográfica sobre el apoyo que los diferentes entes gubernamentales han brindado a las pymes en el ámbito de la innovación para medir el impacto en las empresas manufactureras por medio de los avances obtenidos a partir de las políticas de innovación.
- Determinar por medio de un análisis de las prácticas desarrolladas al interior de las empresas manufactureras del Municipio de Itagüí, cuáles son las practicas que han implementado para generar acciones innovadoras que sirvan de apoyo a los procesos de apalancamiento y sostenibilidad en el medio.

CAPÍTULO 2

MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco conceptual:

Para la realización del análisis, debemos tener claro los conceptos que nos llevan a la buena realización del mismo, pues por ello debemos tener claro la palabra para importante de este trabajo como es la Innovación, para eso nos basamos en el Manual de Oslo (tragsa, 2006), ya que según el manual existen cuatro tipos diferentes de innovaciones: las relacionadas con productos o servicios, las de procesos, las innovaciones de mercado y las de organización. Las dos primeras (de producto y de proceso) son las que más afines están con la innovación tecnológica,

- **La innovación de producto o servicio:** es la introducción de un nuevo o mejorado bien o servicio en un mercado. Incluyendo en las mejoras la modificación de sus características técnicas, de los componentes, nuevos materiales u otorgándole un uso diferente. Este tipo de innovaciones pueden permitir a las empresas situarse en una posición más favorable en el mercado, pudiendo convertirse en líderes de éste. (tragsa, 2006)
- **La innovación de proceso:** es la introducción de un nuevo o mejorado proceso de producción o de distribución. Incluyendo cambios en las técnicas, los materiales o los sistemas informáticos empleados. Este tipo de innovación se realiza básicamente para reducir los costes unitarios de fabricación o comercialización. (tragsa, 2006)
 - Pudiéndose generar una ventaja en costes significativa respecto a la competencia.
 - Aumentar la productividad, así como para mejorar la calidad de los procesos.
- **La innovación de marketing:** es la aplicación de una novedosa técnica de comercialización que modifique el diseño, el empaquetado, el posicionamiento en el mercado, la publicidad o el precio de un bien. Este tipo de innovación se realiza fundamentalmente para mejorar la competitividad de la empresa y aumentar las ventas mejorando la satisfacción de los consumidores, abriéndose la empresa a nuevos mercados o posicionándose en el mercado de otra manera. (tragsa, 2006)
- **La innovación organizacional:** es la aplicación de un nuevo sistema organizativo en la empresa, un cambio radical en la organización del lugar de trabajo o la internacionalización de la empresa. Este tipo de innovación se realiza fundamentalmente

para optimizar los resultados de una empresa disminuyendo los gastos de gestión o de los suministros, o para aumentar el nivel de bienestar en el puesto trabajo aumentando la productividad. (tragsa, 2006)

Otras palabras importantes para este apartado son las empresas manufactureras ya que es el resultado de convertir materias primas en un producto elaborado por medio de un proceso industrial. De ese modo se obtienen los bienes terminados, listos para su venta en los distintos mercados. Ya que según ProColombia (ProColombia, 2018) Colombia es un destino ideal para invertir en la industria manufacturera gracias a diferentes factores que benefician la producción y distribución de bienes. Gracias a los acuerdos comerciales que ha suscrito Colombia y a su posición geográfica, el país se ha convertido en un centro de producción, distribución y centro de exportaciones. Adicionalmente, Colombia cuenta con costos competitivos, un mercado interno atractivo, mano de obra calificada y el apoyo del gobierno para una inversión segura y rentable.

Finalmente Apalancar las empresas es lo que se busca cuando se da inicio a una idea de negocio por ello la Universidad ECESI en Cali (Buenaventura Vera, 2015), consiste en utilizar algún mecanismo (como deuda) para aumentar la cantidad de dinero que podemos destinar a una inversión. Es la relación entre capital propio y el realmente utilizado en una operación financiera.

2.2 Marco contextual:

La innovación trata de determinar los conocimientos, procesos y actividades para establecer una meta en específico y poder engrandecer a las empresas manufactureras, en **1990** surgen las consecuencias en la innovación por medio de las actividades para beneficiar a la sociedad de acuerdo a las tendencias mundiales según el mercado de las empresas manufactureras con la información de los impactos socioeconómicos (**Un poco de historia de la innovación y la creatividad en la empresa, 2015**), en **2000** el ser humano busca soluciones a los problemas que se presentan en la innovación ya que los algunos procesos de innovación empresarial estaban llevando al fracaso de las mismas, en el año **2000** hay un esfuerzo innovador

que puede ser por medio de nuevos procesos, productos, comercialización y cambio para que las empresas alcancen ventajas competitivas con diferencia a las demás, que al momento de los clientes elegir pueda basarse en los buenos indicadores que deja cada empresa, en el **2006** (**Camargo, 2018**) la innovación es el desarrollo de la economía y en la educación de las estrategias productivas que va desde las estrategias de los nuevos productos, las estrategias de mercado y la buena organización ya que la innovación significa generar necesidad de todas las personas (**Sockeel, 2016**), En el año **2007** las TIC han desarrollado tecnologías para la innovación basado en la digitación de procesos que permitan la presentación de nuevos servicios, las empresas de acuerdo a la innovación han ido evolucionando con la tecnología y la razón de mejorar y adquirir nuevos clientes, las TIC han sido las facilitadoras en la innovación, En el **2010** cuando hay innovación es necesario reorganizar los procedimientos empresariales porque cambian los procesos de producción y organización, ya que surgen las transformaciones empresariales que buscan que los empresarios evolucionen y se vuelvan más competitivos (**Emma, 2016**), para el **2013** la innovación es la creación es la nueva forma de la apertura de un producto, es importante de acuerdo a las tecnologías pueden mejorar la efectividad de las empresas y los negocios, en el año **2015** consejos de innovación; innovar es aumentar el valor de la necesidad de los seres humanos (**Cuervo, 2015**), en el **2017** la creatividad no es innovar aunque ayuda a mejorar las ideas puede subsistir sin la creatividad, y en el **2018** la innovación es el proceso de transformar ideas. (**Rigor, 2016**)

Ahora bien mediante un estudio de caso, se realizará un análisis de forma más detallada de como utilizaron algunas empresas la innovación, buscando tanto las falencias como el éxito tratando de realizar un seguimiento importante a los avances implementados contribuyendo al

sector empresarial con datos significativos que permita darles solución a sus dudas y ser más competitivos en el mercado. (Gonzalez, 2016)

2.3 Marco legal:

El gobierno colombiano se ha preocupado por la innovación empresarial por esto ha implementado varias leyes que amparan a los empresarios y los animan para que incluyan en sus costos innovaciones que los llevarían hacer más competitivos en el mercado, por tal motivo el gobierno estaría a mejor nivel de país en el ámbito económico, buscando esta transformación empresarial pensaron en algunas leyes que afirman su interés en ellas, estas son algunas importantes:

Ley 1838 del 6 julio 2017 Colciencias

"Por la cual se dictan normas de fomento a la ciencia, tecnología e innovación mediante la creación de empresas de base tecnológica (spin offs) y se dictan otras disposiciones" (Colombia R. d., 2017). Esta ley promueve el emprendimiento innovador que tenga alto valor agregado en las instituciones de educación superior, el spin offs se le llama a toda empresa que se basa en los conocimientos protegidos por los derechos de propiedad intelectual.

Ley 1286 del 23 enero 2009 Disposiciones generales

“Por la cual se modifica la ley 29 de 1990, se transforma a Colciencias en departamento administrativo, se fortalece el sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones.” (COLOMBIA, 2009), Esta ley trata de fortalecer el sistema nacional de conciencia y tecnología por medio de conciencias para participar en el proceso productivo por medio de la tecnología y la innovación, con el fin de definir las bases necesarias para desarrollar la innovación y la tecnología en todo el país.

Política nacional de fomento a la innovación y la investigación

“la Política Nacional de Fomento a la Investigación y la innovación formula como objetivo general: “Crear las condiciones para que el conocimiento sea un instrumento de desarrollo”, buscando contribuir a dos objetivos económicos y sociales primordiales: acelerar el crecimiento económico y disminuir la inequidad.” (COLCIENCIAS, 2008), Esta política presenta diversos enfoques, la primera se orienta a proyectos de emprendimiento en la educación superior, fomentando el auxilio para la prosperidad de estos, promoviendo la innovación desde etapas tempranas. La segunda permite evidenciar el papel del estado y entidades como Colciencias para incentivar avances empresariales que permitan al país ser más competitivo tanto a nivel nacional como internacional. Por último, la política nacional impulsa a través de la investigación, generar conocimiento para aprovechar las ventajas que ofrece la ejecución de este, como un factor transcendental en la innovación, orientado a dos principales objetivos como se menciona en la política.

Ley 29 del 27 de febrero de 1990

“Por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias” (Colombia C. d., 1990), Esta ley busca que los empresarios incluyan en sus costos innovaciones, ya que el gobierno los estaría apoyando en lo referente a avances tecnológicos y científicos.

Otros decretos-ley relacionados con ciencia, tecnología e innovación (Planeacion, 1991), Estos otros decretos y leyes pueden ser consultados en la página del Banco de la Republica, los cuales cobijan a las organizaciones que deseen fomentar la Ciencia y la Tecnología.

2.4 Marco teórico:

El desarrollo del mundo empresarial actual se caracteriza por participar de la globalización económica y por el predominio de un continuo cambio tecnológico. En este ámbito, los activos intangibles como el conocimiento y la información, son factores claves para la generación de la competitividad que determina el éxito o fracaso de las empresas. Esto a su vez está ampliamente

ligado a la habilidad para producir nuevos o mejorados productos y procesos, por lo que la innovación asume un rol fundamental en su desempeño (Villavicencio, 2018).

Otro ítem importante según González (Sabater, 2017) se refiere a las sociedades del conocimiento que cada vez más demuestran que las ventajas competitivas de las empresas se sustentan en elementos tales como el conocimiento, los activos intangibles –marcas, patentes, saber-hacer relaciones con clientes, talento de los empleados, y las empresas deberán ser capaces de generarlos y explotarlos. González afirma que el rápido progreso tecnológico, debido a la intensa labor de investigación científica y tecnológica, origina nuevas tecnologías multisectoriales que dejan obsoletas las utilizadas hasta el momento a un ritmo vertiginoso.

A continuación, se referencian varias empresas e investigaciones interesantes con las cuales se evidencia la importancia de una buena planeación estratégica empresarial, buscando que por medio de la innovación las organizaciones encuentren un excelente apalancamiento y reconocimiento a nivel internacional.

HACEB, una de las más grandes empresas en manufactura en Colombia innovo sus productos pensando en el bienestar de los hogares colombianos, cerca de un millón de hogares no tienen cómo conservar sus alimentos y no cuentan con sistemas de enfriamiento ni refrigeración; es decir, no tienen neveras. Además, muchos otros hogares de estratos de bajos ingresos, aunque cuentan con ellas, son electrodomésticos de baja tecnología y alto consumo de energía. Esto motivó a Haceb, una de las marcas emblemáticas del país en electrodomésticos, a desarrollar una nevera económica que podría tener entre 50% y 60% de menor consumo eléctrico y alrededor de 35% menos de costo que una tradicional. (GRISALES, 2019). Esta innovación es un referente muy importante para esta investigación ya que no solo se está pensando en la rentabilidad de la compañía, si no que se está pensando en el medio ambiente buscando ser líder en el mercado.

TOTTO, la empresa Tutto ha sido una marca reconocida, implementando su primera transformación desde hacer treinta años cuando dejó de ser una pequeña fábrica de maletines de cuero para el mercado nacional y la exportación y paso a convertirse en una empresa más fresca y juvenil vendiendo variedad de bolsos, morrales, maletas para toda las personas en su mercado se puede encontrar de niño, niña, jóvenes hombres o mujeres, ha tenido innovación constante pero en el 2011 el lanzamiento del programa denominado Innovatte, que comenzó a estructurarse el tema como uno de los pilares de la cultura empresarial, desde este proceso empiezan los escenarios de creatividad e innovación tratando de hacer que todos los trabajadores puedan generar valor en la compañía, por otro lado la innovación de la empresa quiere dar giros notorios en la empresa lanzando el T-Track que es un morral inteligente y multifuncional que utiliza un sistema de localización GPS para que su dueño organice y rastree sus pertenencias más valiosas, se convirtió en uno de los logros más importantes en materia de colaboración abierta para esta marca de moda y accesorios. (Dinero, 2017)

SUMICOL, también conocida como suministros de Colombia perteneciente al grupo Corona y su principal función es la producción y ventas de insumos industriales, pinturas y materiales de construcción, el gerente Jaime Alberto Angel desde hace aproximadamente siete años viene construyendo un modelo de gestión para la innovación con el fin de generar nuevas ideas y proyectos de negocio o productos, ya que para él la clave de la innovación es la estrategia que debe tener la organización desde las personas administrativas hasta los operarios lo que ha dejado como resultado 10 patentes aprobadas y otras 5 en proceso de aprobación. (Dinero, 2017). Este modelo de innovación empresarial es basado en tener en cuenta a todos en la compañía para llevarla a ser líderes

competitivos, ya que las opiniones de los colaboradores han de ser tomadas en cuenta para el crecimiento de la misma, por tal motivo la organización ha innovado todos sus procesos internamente al punto que se ven reflejados en los productos que tienen en el mercado, por este motivo para esta investigación este concepto de innovación interna es muy importante.

COLCERÁMICA, es una entidad perteneciente al grupo Corona y ha ido centrado sus esfuerzos de innovación en el desarrollo de productos, prácticas para servir mejor a los clientes, desarrollo de tecnología y procesos de producción, el gerente de esta compañía el Señor Santiago Cardenas ha ido estableciendo redes de colaboración con proveedores, universidades y entidades públicas, con el fin de unir esfuerzos a lograr desarrollos de innovación ya que su juicio principal es generar una de las mejores fórmulas para hacer innovación, con el fin de proponer ideas de todas las partes trabajando también de la mano con la universidades como Eafit en Medellín, Los Andes en Bogotá y Javeriana de Cali. En la primera tiene un espacio dentro de la institución para hacer trabajos colaborativos en diseño e ingeniería de producto, y así seguir implementando la innovación y mejora de la compañía. (Dinero, 2017). Este método de innovación es por la misma línea de Sumicol, por ello es significativo tenerlo en cuenta en esta investigación.

GRUPO FAMILIA, pensó en el medio ambiente, cerca de 75% de la materia prima con la que trabajan las plantas del Grupo Familia en Colombia es de papel reciclado. Parte de ellas corresponde a fibras de celulosa muy maltratadas y no están en condiciones de calidad para ser usadas en los procesos industriales. “Entre las 2 plantas de Familia en Colombia se generan aproximadamente 190 toneladas diarias, lo que son más o menos

68.000 toneladas al año. (GRISALES, 2019). Cuando se habla de Grupo Familia lo relacionamos con una empresa Colombiana muy importante, pero cuando nos dirigimos más allá, nos damos cuenta que la compañía está en innovación continua buscando siempre estar en la vanguardia del mercado y conservando estar en el primer lugar, esto hace que sus procesos y productos sean visionarios y vallan mucho más a lejos de lo que los que las personas están buscando, por ello para esta investigación indudablemente tienen que ser tenidos en cuenta ya que es lo se quiere dejan plasmado para que sea consultado por otras empresas.

CAPÍTULO 3

DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Gestión de la Innovación empresarial.

Es importante mencionar que toda organización actualmente, para estar a la vanguardia de los cambios tecnológicos que se presentan en mundo, deben de estar actualizando sus conceptos y aclarando más sus ideas e innovaciones, buscando una mejora continua a los procesos, ya sean organizaciones o de competencia en el mercado, por ello consideramos que para este tipo de trabajo la mejor forma de llegar a un análisis profundo es por medio de este tipo de gestión.

3.2 Administración de Empresas

Esta Carrera nos ha llevado a un mundo global, donde es sabido que se tocan muchos temas organizacionales importantes para el buen desempeño en la compañías, por tal motivo consideramos que la innovación es algo fundamental para cualquier buen administrador de empresas, por ello quisimos enfocarnos en este estudio de caso llevándolo a la vida cotidiana, ya que es un reto al salir como profesionales y llevar este tipo de conocimiento a las diferentes organizaciones

3.3 Enfoque de investigación y paradigma investigativo

Se va a aplicar para la recopilación de los datos va a permitir un acercamiento a la población del estudio, conocer su estructura organizacional, la cultura corporativa y despejar el interrogante que se está buscando, se estructuró bajo el enfoque Sistémico y el tipo de estudio descriptivo, el cual va a permitir definir que la investigación se base dentro de los modelos cualitativos y cuantitativos (Monica Lopez, 2010). Para las empresas Pymes manufactureras del municipio de Itagüí, va a hacer de gran ayuda e importancia que exista datos reales y de consulta sobre la innovación empresarial en el municipio, esto haría que las organizaciones se preocupen por el crecimiento y se empoderen mucho más de sus productos y servicios, la idea es recolectar la mayor información posible a través de fuentes primarias y secundarias, ampliando la búsqueda

mediante el estudio de investigaciones, artículos, revistas científicas, trabajos de grado, etc., teniendo la certeza de que dichas fuentes son verídicas.

3.4 Diseño

Por medio de un estudio mixto cualitativo y cuantitativo se realizará una encuesta donde se involucren estos dos tipos de diseño donde se busca capturar resultados medibles y cuantificables que den respuesta directa a los objetivos planteados, también se buscará conocer su estructura organizacional, la cultura corporativa y despejar el interrogante que se está buscando, la metodología descriptiva que es la escogida se trata de recopilar la información más confiable sobre las pymes logrando así el acceso a fuentes de información no suficientemente exploradas antes, que se espera motiven a pequeñas y medianas empresas a emprender acciones que contribuyan a su posicionamiento, competitividad en los diferentes procesos que se manejen sean de producción o de otras áreas. (Monica Lopez, 2010)

3.5 Alcance

De acuerdo al tipo de investigación que se va a aplicar para la recopilación de los datos descriptivo, ya que va permitir un acercamiento a la población del Municipio de Itagüí, con enfoque a las organizaciones y sus empleados, por medio de estos datos se logra la descripción, comprensión y el análisis del comportamiento de un subgrupo empresarial manufacturero, donde de manera estadística se transforma los datos numéricos a resultados conceptuales. El estudio se desarrolla mediante la observación de situaciones ya existentes, de la relación entre las variables sin que exista una manipulación de estas, con llevando esto a que la investigación presente un alcance descriptivo con el fin de dar respuestas en relación al fenómeno de la innovación en las pequeñas y medianas empresas manufactureras buscando así conocer la estructura y los aspectos que intervienen en la dinámica de las variables para volverlo un factor competitivo. (Yin, 2016)

3.6 Población Sector Manufacturero del Municipio de Itagüí

El Municipio de Itagüí, es conocido en Antioquia por ser uno de las poblaciones con más empresas Manufactureras entre grandes, medianas y pequeñas, por motivo de decido a ser este tipo de investigación en este sector ya que es fácil de consultar y por su extensión es importante llegar a toda su comunidad.

3.7 Tamaño de muestra.

La muestra para esta investigación es un total de 200 empresas PYMES. El sector manufacturero del municipio de Itagüí ocupa el primer puesto de importancia en la actividad económica según la (Cámara de Comercio Aburra Sur) en su informe del año 2017. El total de medianas y grandes empresas son 150 en el área de Itagüí, donde 90 hacen parte del sector de manufacturas. La muestra fue probabilística debido a que se definieron una serie de características que permitieron la selección adecuada de esta. Se pretendió analizar y definir los aspectos de estudio para dar respuesta a los objetivos planteados de una manera más asertiva, buscando reducir al mínimo el error de predicción. El cálculo se basó en el método de Muestras Aleatorias Simples (MAS), en donde todos los sujetos del universo tienen al inicio la misma probabilidad de ser elegidos. Se estima a través de la siguiente ecuación (Hernández Sampieri, 2015)

La muestra para esta investigación es un total de 200 empresas PYMES. El sector manufacturero del municipio de Itagüí ocupa el primer puesto de importancia en la actividad económica según la (CAMARA DE COMERCIO ABURRA SUR, 2018) en su informe del año 2017. El total de medianas y grandes empresas son 150 en el área de Itagüí, donde 90 hacen parte del sector de manufacturas. La muestra fue probabilística debido a que se definieron una serie de características que permitieron la selección adecuada de esta. Se pretendió analizar y definir los aspectos de estudio para dar respuesta a los objetivos planteados de una manera más asertiva, buscando reducir al mínimo el error de predicción. El cálculo se basó en el método de Muestras Aleatorias Simples (MAS), en donde todos los sujetos del universo tienen al inicio la misma probabilidad de ser elegidos. Se estima a través de la siguiente ecuación (Hernández Sampieri, 2015)

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

- Tamaño del universo: 90 (N)
- Error máximo aceptable: 5% (d)
- Porcentaje estimado de la muestra: 50% (p=q=50%)
- Nivel deseado de confianza: 95% (0,05=1,96)

TOTAL: 61

El porcentaje estimado de la muestra se toma del artículo Las prácticas de innovación en las pymes boyacenses de Guerrero Bermúdez & Molina Gutiérrez (2012), en donde utilizan de igual forma la probabilidad de ocurrencia de un 50%.

- Tamaño del universo: 90 (N)
- Error máximo aceptable: 5% (d)
- Porcentaje estimado de la muestra: 50% (p=q=50%)
- Nivel deseado de confianza: 95% (0,05=1,96)

TOTAL: 61

El porcentaje estimado de la muestra se toma del artículo Las prácticas de innovación en las pymes (Guerrero Bermúdez, 2017), en donde utilizan de igual forma la probabilidad de ocurrencia de un 50%.

3.8 Fuentes, Técnicas e instrumentos de recolección de información y datos.

En cuanto a la técnica se desarrolló un cuestionario por correo electrónico con nueve preguntas cerradas y una abierta enfocadas al desarrollo de los objetivos, donde dan a conocer los procesos y el grado de importancia que tiene la innovación en las diferentes áreas de la empresa, la relevancia de determinar si los procesos de mejora son un factor clave para la competitividad en el mercado, el requerimiento de asesoría externa, el apoyo económico por parte del sector público y la clasificación de jerarquía de cuatro diferentes objetivos; logrando de esta forma delimitar las respuestas con el fin de tener mayor certeza de los datos obtenidos.

3.9 Análisis y tratamiento de datos.

El análisis de los datos se efectuó a través del método de estadística descriptiva por cada variable la cual determina los datos y valores arrojados por pregunta, logrando la integración de todos los aspectos sin generar ninguna discriminación entre estos. Permitiendo relacionar efectivamente el resultado de cada variable con el fin de determinar un análisis asertivo, consiguiendo así una interpretación que exprese de una manera clara la finalidad de la investigación.

CAPÍTULO 4

RESULTADOS Y DISCUSIONES

Para identificar la innovación en las pequeñas y medianas empresas manufactureras del Municipio de Itagüí en los periodos 2015 - 2018 como factor competitivo en el mercado, se tomó como base el estudio de investigaciones previas con referencia a este tema tal y como se evidencia en marco conceptual, mediante una encuesta (ver Anexo 1) que a partir de 10 preguntas permitió dar respuesta a los objetivos planteados mediante el análisis a una muestra de 61 empresas manufactureras.

En primer lugar, determinó la implementación de la innovación en los procesos organizacionales en el periodo de estudio. Se logró identificar que un 23.8% de la población encuestada han implementado algún proceso de innovación dentro de la empresa tal y como se evidencia en la gráfica 1; Identificándose que un 76.2% no han realizado ningún tipo de innovación, por ende no consideran que sus compañías inviertan en este aspecto; Ahora bien de las personas que informan que si han tenido innovación, han manifestado que los principales aspectos de innovación utilizados por las empresas manufactureras son dos principales como son: Maquinaria y publicidad.

Grafica 1 Porcentaje de Innovación Involucrada (2015-2018)

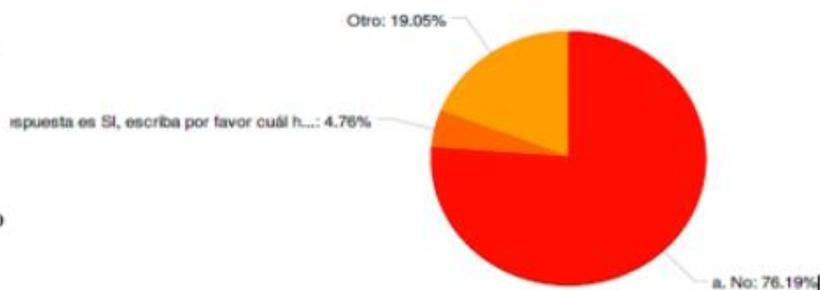
16 (76.2%): a. No

1 (4.8%): b. Si su respuesta es SI, escriba por favor cuál ha sido el proceso involucrado de innovación

4 (19.0%): Otro

Respuesta(s) desde el campo agregado:

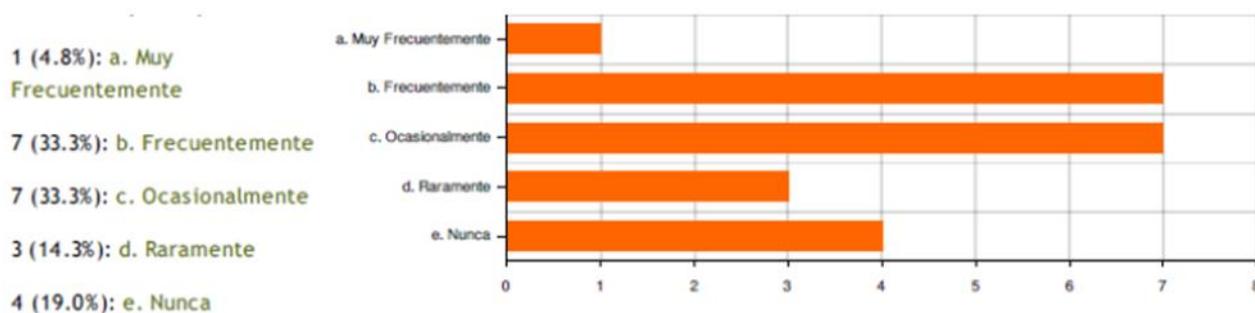
- Maquinaria más tecnológica
- Maquinaria
- Implementando nuevas publicidades para tener más auge en el mercado



Fuente Propia- Encuestas online

En el Grafico 2, se evidencia que frecuentemente y ocasionalmente cuentan con un 33%, se realizan innovaciones en las compañías del Municipio de Itagüí, esto con lleva a analizar si es el sector el que considera que no hay más tipos de innovación, ya que si las mismas compañías no realizan innovaciones entonces no entrarían a competir entre ellas mismas, por tal motivo no se esfuerzan y tienden a quedarse con sus pensamientos retrógrados.

Grafico 2 Frecuencia con la que se innovan en las organizaciones.



Fuente Propia- Encuestas online

En la gráfica 3 Se observa la prevalencia de los factores internos como son Recurso humanos, producción y mercadeo, llegando todos a tener el mismo porcentaje 38.10%, pudiendo determinar de esta forma que estos factores son trascendentales para tomar la decisión de innovar e implementarla en los procesos organizacionales. Teniendo como fin el logro de unos objetivos internos como son: la penetración en nuevos mercados, mayor capacidad de producción o prestación de servicios, el aumento del nivel de competitividad o mayores ingresos económicos

Grafica 3 grado de importancia de la Innovación por áreas

- 1/ Grado de Innovación Sin Importancia
 2/ Grado de Innovación Poco Importante
 3/ Grado de Innovación Moderadamente Importante
 4/ Grado de Innovación Importante
 5/ Grado de Innovación Muy Importante *

	1		2		3		4		5		Media aritmética (Ø)		±
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	Ø	±	
Área Administrativa	-	-	1x 4,76	8x 38,10	8x 38,10	4x 19,05	3,71	0,85					
Área Financiera	-	-	2x 9,52	6x 28,57	8x 38,10	5x 23,81	3,76	0,94					
Área de Recursos Humanos	-	-	1x 4,76	5x 23,81	7x 33,33	8x 38,10	4,05	0,92					
Área de Producción	-	-	1x 4,76	6x 28,57	6x 28,57	8x 38,10	4,00	0,95					
Área de Mercadeo	-	-	2x 9,52	4x 19,05	7x 33,33	8x 38,10	4,00	1,00					

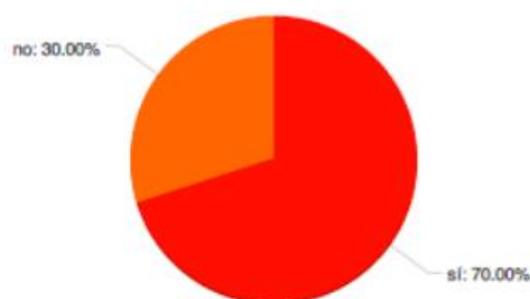
Fuente Propia- Encuestas online

Otra forma de considerar la valoración de los cambios en la organización, es la inversión interna en dicha mejora de procesos. Es así como manejar un área dentro de la empresa que se encargue exclusivamente de promover las buenas prácticas de innovación se vuelve un tanto complejo para las pequeñas y medianas empresas, teniendo en cuenta que sus esfuerzos se concentran en otras variables, que se requeriría de un personal capacitado con el que no cuentan posiblemente y que se necesitaría incurrir en inversiones con las que tal vez no cuentan, debido a esto son pocas las que presentan dicha área como lo muestra el grafico 4. Esto a su vez ha con llevado en un gran porcentaje de empresas a la búsqueda de asesorías externas que otorguen mayores herramientas a la hora de innovar.

Grafico 4 Área de investigación

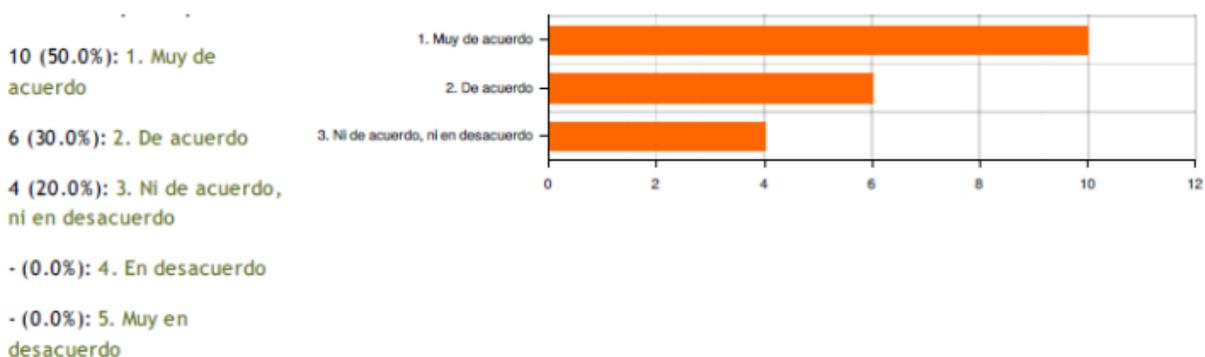
14 (70.0%): sí

6 (30.0%): no



Fuente Propia- Encuestas online

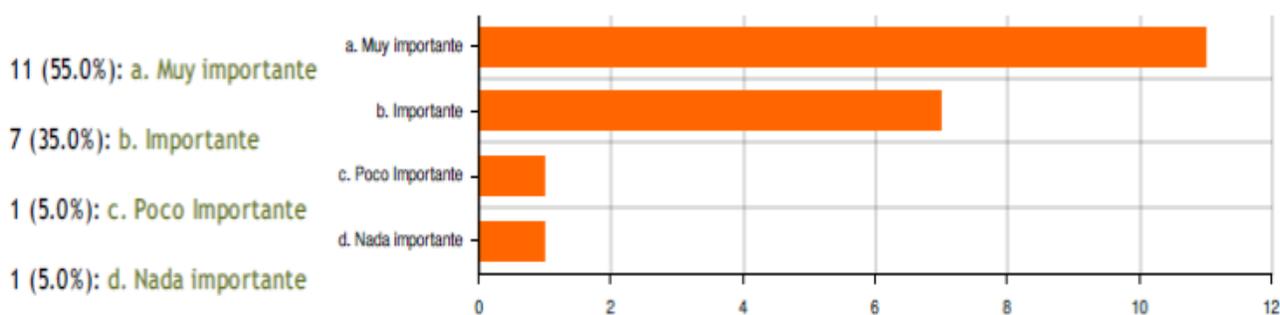
Grafico 5 Competitividad en el mercado



Fuente Propia- Encuestas online

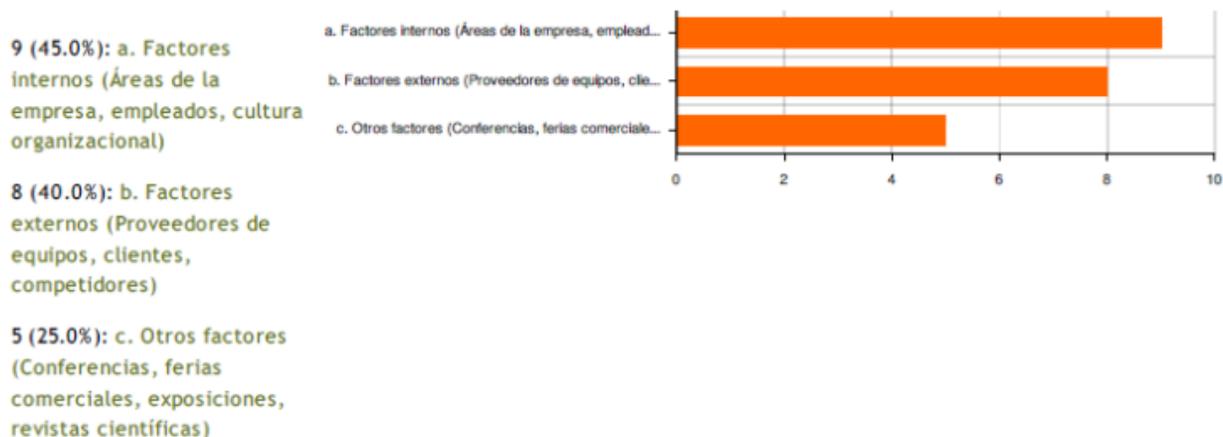
La implementación de mejoras en las pequeñas y medianas empresas manufactureras busca la obtención de múltiples propósitos como se ha venido analizando. Uno de los principales factores que intervienen para el logro de esos objetivos tiene que ver con la competitividad de las empresas en el mercado, y es que la integración de las diversas variables ya estudiadas pretende sacar el mayor provecho a las mejoras implementadas, buscando de esta forma crecer con un valor agregado. Aunque en la actualidad la innovación hace parte fundamental de cualquier organización, para las pequeñas y medianas empresas manufactureras se vuelve una ventaja competitiva, debido a que estas se encuentran en una etapa de crecimiento. Al saber aprovechar los beneficios que con lleva la ejecución de avances en sus procesos organizacionales permitirá no solo crecer en mayor medida, si no también mantenerse por más tiempo en el mercado y competir con grandes compañías.

Grafico 6 Importancia de la Innovación en procesos organizacionales



Fuente Propia- Encuestas online

Grafico 7 Factores relevantes para las actividades de innovación en la empresa



Fuente Propia- Encuestas online

Al conocer la opinión de la población encuestada frente a lo planteado anteriormente se evidencia en primer lugar el alto grado de afirmación al determinar si las mejoras en los procesos organizacionales es un factor clave de la competitividad en el mercado, tal y como se demuestra en el grafico 7. Por otra parte, se identifica la importancia que tiene la innovación para el sector manufacturero al ser esta un factor esencial para ser competitivos en el mercado (ver gráfico 8).

Grafico 8 Asesorías externas para implementar innovación en las empresas.

11 (55.0%): sí

9 (45.0%): no



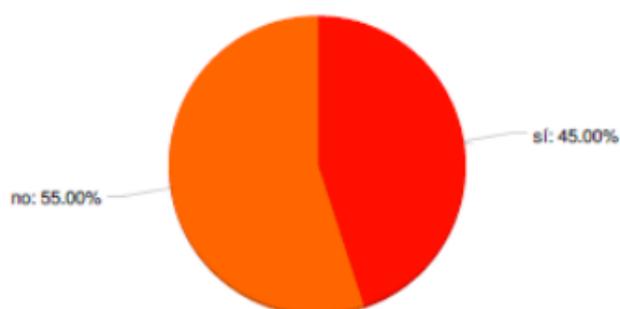
Fuente Propia- Encuestas online

En la gráfica 9, se observa que las empresas cuentan con poco apoyo de los entes gubernamentales, ya que para surgir con sus innovaciones deben de invertir y esto puede ser un factor con lo que la compañía no cuentan, ahora bien, también se evidencia que las organizaciones pequeñas y medianas usan estrategia que no sean tan costosas para así apalancar sus productos o servicios.

Grafica 9 apoyo del sector público.

(45.0%): sí

1 (55.0%): no



Fuente Propia- Encuestas online

Es cierto que uno de los objetivos que buscan las pequeñas y medianas empresas manufactureras al implementar la innovación es volverse más competitivas en el mercado. A través de la práctica de variables tales como las mejoras en los procesos de producción, la penetración de nuevos mercados, los avances en las diversas áreas de la empresa, entre otros aspectos, los cuales permiten ser evidenciados y analizados en la filtración de los resultados arrojados mediante la encuesta aplicada, se puede lograr la generación de competitividad en el mercado

Son evidentes los diversos procesos de innovación que implementan las pequeñas y medianas empresas, teniendo claro que día a día son más conscientes frente a la trascendencia que tiene la presencia de este aspecto en todas las áreas de la empresa. De esta manera los esfuerzos en la actualidad deben estar enfocados en aplicar mejoras no solo en un área en específico sino en todas las áreas que conforman la estructura organizacional, esto permitirá además de ofrecer un valor agregado dentro del gremio, competir al mismo nivel incluso de grandes compañías.

Grafica 10 Actividad innovadora llevada a cabo por la organización.



Fuente Propia- Encuestas online

En comparación con investigaciones ya realizadas frente este tema se hallan resultados similares frente a los aspectos que se ven involucrados en las organizaciones cuando implementan innovación en sus procesos.

La innovación en productos (cambios o mejoras en productos o servicios existentes o la comercialización de nuevos productos) genera en las MIPYME un mayor rendimiento en aspectos relacionados con:

- 1) incrementos en su eficiencia interna, medida en términos de calidad de sus productos y servicios, procesos operativos internos y organización de las tareas del personal
- 2) mejora en la satisfacción de los clientes, en la rapidez de adaptación a las necesidades del mercado, en la imagen de la empresa y en sus productos o servicios
- 3) incremento en su rendimiento general. (Albarracín Gálvez, 2012)

“Las innovaciones se centran en la introducción de nuevos productos, mejoras tecnológicas en el proceso de producción y la apropiación de tecnologías existentes” (Acevedo, 2013)

Esto reafirma que los esfuerzos que realizan las pequeñas y medianas empresas manufactureras se ven enfocados principalmente al área de producción, debido a que esta contribuye en el desarrollo óptimo de la organización generando una serie de beneficios en múltiples aspectos de todas las áreas de la empresa.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

Para este caso de estudio se logró identificar los aspectos que intervienen en la implementación de la innovación por parte de las pequeñas y medianas empresas manufactureras del Municipio de Itagüí en los años 2015-2018. De esta forma se determina que tienen como principal objetivo implementar la innovación en los procesos organizacionales internos como el clima organizacional, los procesos productivos y en si toda la parte estructural y funcional de la organización; lo anterior debido a que ayuda a mejorar el nivel de productividad, teniendo en cuenta que se debe de tener una frecuencia optima a la hora de implementarla, ya que esta es una herramienta o actividad que se debe de utilizar de manera continua y constante según sea el área o la aplicabilidad que se determine, esto con el fin de optimizar resultados.

Por otra parte el grado de importancia que las actividades innovadoras representan para las empresas manufactureras del Municipio de Itagüí es alta, ya que son empresas que se encuentran en crecimiento dentro de la industria, y su permanencia en el mercado puede darse por medio de las estrategias que se implementen en los procesos organizacionales, según los análisis de datos obtenidos en este trabajo.

Algunas estrategias que se podrían implementar en las empresas pequeñas y medianas sobre las diferentes innovaciones serian:

- Aprovechamiento del mercado en línea, para que las ventas se puedan realizar por medio de páginas virtuales y entregas a domicilio realizando valor agregado al producto.
- Optimizar la productividad con los colaboradores de la compañía, buscando realizar más capacitaciones para así, aumentar la satisfacción de los clientes.
- Fortalecer los canales existentes con más capacitación para distribución de los productos

- Fidelizar a los clientes con productos de buena calidad y bajos costos
- Diseñar canales de distribución más eficaces y rápidos

Además, es importante resaltar que las empresas encuestadas toman la innovación como factor diferenciador para ampliar la competitividad y permanecer en el mercado, no todas las organizaciones optan por adaptar esta herramienta en sus procesos, ya que no ven necesario implementarla, sea porque nunca han tenido interacción y se sienten conformes con el manejo actual o por que no han incorporado bien la innovación y sus resultados no han sido fructíferos. Esto ha sido uno de los limitantes de la investigación, debido a que la muestra no ha representado un número significativo del universo, dejando como interrogante cuales son los motivos por los que no todas las pequeñas y medianas empresas implementan la innovación en sus procesos organizacionales.

RECOMENDACIONES

Por ello se recomienda a las empresas encuestadas realizar o incluir la innovación de manera más constante debido a que se evidencia un déficit en la utilización de esta herramienta. En este sentido los hallazgos coinciden con los de (Guerrero Bermúdez, 2017), evidenciando la carencia de políticas claras y definidas en torno a las acciones que conduzcan estructuralmente a esfuerzos consistentes en procura de insertar la innovación como práctica administrativa.

Finalmente, se considera que para conllevar a buenas practicas innovadoras, se debe de pensar más globalmente, buscando salir de la zona de confort y buscas más alternativas de crecimiento empresarial, llevando a ser más competitivos en el mercado y por ende estratégicos a la hora de tomas decisiones de crecimiento empresarial

REFERENCIAS

(s.f.).

Acevedo, C. M. (2013). *Innovación empresarial: una mirada desde la competitividad, el desarrollo local y la transformación productiva para la internacionalización en Colombia*.

Albarracín Gálvez, E. J. (2012). *Impacto de la innovación sobre el*.

Buenaventura Vera, G. (2015). *EL ESTUDIO DE APALANCAMIENTOS COMO METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE LA GESTIÓN EN*. Cali: Universidad ICESI.

(2018). *CAMARA DE COMERCIO ABURRA SUR*. ITAGUI.

Camargo, L. C. (2018). *LA INNOVACIÓN DE TIPO ORGANIZACIONAL EN LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS DE CARTAGENA DE INDIAS*. Cartagena de Indias: Semestre Económico - Universidad de Medellín.

COLCIENCIAS. (2018). *INNOVACION EMPRESARIAL*. Bogota.

Colombia, C. d. (1990). *Leyes*.

Colombia, C. p. (2011-2018). *Informe nacional de competitividad*. Colombia.

COLOMBIA, R. D. (2009). *Juriscol*. Bogota.

Colombia, R. d. (2017). Bogota.

Coulson, t. c. (Junio de 2016). *Corporate Leadership, Business Innovation and Growth*.

Cuervo, O. (2015). *Innovación: la evolución del proceso creativo*. *Di - conexiones*.

Dinero. (22 de 6 de 2017). Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impresita/caratula/articulo/empresas-mas-innovadoras-de-colombia-en-manufactura-e-industria/246947>

Emma, G. (2016). *Innovation: The History of a Buzzword*. *The Atlantic*.

Gonzalez, V. S. (2016). *LA INNOVACIÓN COMO FUENTE DE DESARROLLO*. Cali.

GRISALES, J. A. (2019). 4 grandes compañías que dan ejemplo en materia de innovación. *DINERO*.

Guerrero Bermúdez, J. &. (2017). *Las prácticas de innovación en las pymes boyacences*/Innovation practices in SMEs in Boyacá*.

Hernández Sampieri, R. F. (2015). *Metodología de la investigación*. Mexico.

- Jones, S. (Junio de 2019). *Cultural Challenges in Leading an Innovation-Oriented Business: Comparing Entrepreneurs from East and West*.
- Julienti, L. (febrero de 2018). *technological collaboration, technological capability and smes product innovation performance*. Obtenido de <https://search-proquest-com.ezproxy.uniminuto.edu/indianjournalsbusiness/docview/2057954928/7CC9E931364D459FPQ/1?accountid=48797>
- Kumar, A., Chaudhary, A., & Patil, P. (junio de 2017). *Business Excellence Through Innovation Success Stories*.
- Monica Lopez, T. V. (julio de 2010). *Linea de investigacion innovacion empresarial en pymes Colombianas*. Obtenido de <https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1040/TEM00061.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Planeacion, D. N. (1991).
- ProColombia. (2018). *Portal oficial de inversion en Colombia*.
- Rigor. (2016). Historia de la innovación, o cómo se busca el poder a martillazos. *THE CONVERSATION*.
- Sabater, F. J. (2017). *5 claves para innovar*. España.
- Sockeel, F. (2016). La Historia de la Innovación. *Bussines-Innovation-Market*.
- sulaiman, s. n. (diciembre de 2016). *Open Innovation as Business Driver: Investigating the Impact of Firm-Level Evidence on Opening Up to External Players*.
- tragsa, G. (2006). *Manual de Oslo, Guia para la recogida e interpretacion de datos sobre Innovacion*. euroestat, 3 edicion.
- Un poco de historia de la innovación y la creatividad en la empresa. (2015). *Resulta2*.
- Varela, R. (2007). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresa*. Bogota: Pearson Educación.
- Villavicencio, P. &. (2018). *Innovacion Empresarial*. Argentina.
- Yin, R. (2016). *Caso de estudio de investigación: Diseño y métodos*. Beverly: Sage Publishing (2da. Edicion).

ANEXOS

ENCUESTA:

INNOVACIÓN DE PROCESOS ORGANIZACIONALES EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS MANUFACTURERAS

Objetivo

Evaluar la innovación implementada en los procesos organizacionales de las Pymes manufactureras del municipio de Itagüí, ya que se buscará que estas sean usadas de forma estratégica en otras, buscando una mejor rentabilidad y competitividad. Los datos de las organizaciones encuestadas serán guardados de forma estricta en la base de datos de la universidad UNIMINUTO.

Lea atentamente cada pregunta y marque con una x la opción que considere oportuna.

- Conteste las preguntas que tenga en el espacio en blanco de acuerdo al contexto que se encuentre su empresa.
- Tiempo para realizar la encuesta: 20 minutos
- Cuyo análisis es netamente académicos y con un manejo anónimo de la información suministrada
- En este cuestionario el término “Proceso organizacional” se entiende como un conjunto de técnicas y métodos utilizados para realizar el cumplimiento de las funciones necesarias de cualquier área de la empresa.

NOMBRE DEL EMPRESA: _____

CARGO: _____ **FECHA:** _____

1. ¿En los dos últimos años (2016-2018) han involucrado la innovación en sus procesos organizacionales?

a. No

b. Si su respuesta es SI, escriba por favor cuál ha sido el proceso involucrado de innovación

2. ¿Con que frecuencia realizan mejoras o implementan nuevos procesos organizacionales en su empresa?

a. Muy Frecuentemente

b. Frecuentemente

c. Ocasionalmente

d. Raramente

e. Nunca

3. Determine el grado de importancia que tiene la innovación en las diferentes áreas de su empresa:

1/ Grado de Innovación Sin Importancia

2/ Grado de Innovación Poco Importante

3/ Grado de Innovación Moderadamente Importante

4/ Grado de Innovación Importante

5/ Grado de Innovación Importante

	1	2	3	4	5
Área Administrativa					
Área Financiera					
Área de Recursos Humanos					
Área de Producción					
Área de Mercadeo					

4. ¿Existe un área de investigación que promueva las buenas prácticas de innovación en su empresa?

Si _____

No _____

5. ¿Para su empresa la innovación en los procesos organizacionales es un factor clave de la competitividad en el mercado?

1. Muy de acuerdo

2. De acuerdo

3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

4. En desacuerdo

5. Muy en desacuerdo

6. ¿Qué tan importante es la innovación en los procesos organizacionales para el mercado de las empresas manufactureras?

a. Muy importante

b. Importante

c. Poco Importante

d. Nada importante

7. ¿Cuál de los siguientes factores han sido relevantes para las actividades de innovación de su empresa?

- a. Factores internos (Áreas de la empresa, empleados, cultura organizacional)
- b. Factores externos (Proveedores de equipos, clientes, competidores)
- c. Otros factores (Conferencias, ferias comerciales, exposiciones, revistas científicas)

8. ¿Han requerido asesorías externas para poder realizar innovaciones en mejora de procesos?

- a. Si
- b. No

9. ¿Fueron apoyadas por el sector público (financiero o asistencialmente) en actividades de innovación en los dos últimos años?

- a. Si
- b. No

10. La actividad innovadora llevada a cabo en su empresa ha podido estar orientada a diferentes objetivos. Señale el grado de importancia de los siguientes objetivos:

	Elevado	Intermedio	Reducido	No pertinente
Penetración en nuevos mercados				
Mayor capacidad de producción o prestación de servicios				
Aumento del nivel de competitividad				
Mayores ingresos económicos				

¡Muchas gracias por su tiempo!

ANEXO 2

EMPRESAS PYMES INNOVADORAS EN ITAGUI			
NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	CORREO
Divertronica Medellin S A S	CALLE 51 46 11 Itagui	3711210	contacto@happycity.com.co
Recuperar S A S	CARRERA 46 51 58 Itagui	4440670	ventas@recuperarsas.com
Trilladora La Montana S A S	LUGAR CENTRAL MAYORISTA BL.12 LC.23	2850185	pedidos@mercadoslpineda.co
Tejar San José	Calle 69 # 57 - 161 Itagüi - Colombia	3220702	MNGIRALDO@TSJ.COM.CO
Eduardo Botero Soto S A	CARRERA 42 75 63 Itagui	5765555	boterosoto@boterosoto.com.co
Poljean S A S	Carrera 54 Nro 72A- 135 , Itagui	4182898	contacto@poljean.com
Laminacion De Colombia S A S	Cra. 42 # 75 – 273 Sur	4444002	info@laminaco.com
Elintex S A S	Carrera 41 Nº 46 - 164 Itagüí	3797879	info@elintex.com
Tanques Del Nordeste S A	CALLE 85 48 01 IN 1010 BL 10 LC 10	4441426	jmorales@tanquesdelnordeste.com
Intecbio s a s	Cra 77B # 48C – 124	4745455	info@intecbio.co
Ditransa Distribución y Transporte S.A	Carrera 42 No. 66 11	3217608559	lineatransparente@ditransa.com.co
Comestibles Dan	Carrera 41 # 46 - 81 Itagui	4443031	servicioalcliente@comestiblesdan.com.co
Mecanicos Unidos S.A.S	Cra 42 No 33 -173	372 2000	servicioalcliente@victoria.com.co
Durespo S.A.S.	Autopista Sur No. 29 - 97.	4446262	contact@durespo.com.co
Juguetes Bufalo S.A.S.	Calle 50 # 41 – 95, cerca estación metro Itagui	3714091	redes.buffalo@gmail.com
Sulfoquimica S.A	Cl. 55 #46-85 itagui	3701170	INFO@SULFOQUIMICA.COM
Algamar sa	Calle:54 N°. 46 – 15 Itagui	3721344	info@algamar.com.co
Industrias Fatelares S.A.S.	Calle 60 N 45A - 240, Itagüí	4440025	ecommerce@fatelares.com.co
Almagrario S.A.	Calle 51, Itagüi	3310055	servicioalcliente@almagrario.com
Industrias metalicas los Pinos S.A	Calle 67B No. 45A - 82	3723031	servicioalcliente@lospinos-sa.com
Grupo Invertronica S.A.	Crr 51C N 12B Sur-168 Sector Guayabal	4442652	comercial@colcircuitos.com
Sierras y Equipos SA	Calle 31 # 41 - 46	4482166	info@sierrasyequipos.com