

ANÁLISIS DE INNOVACIÓN EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS  
MANUFACTURERAS DEL MUNICIPIO DE BELLO – ANTIOQUIA  
AÑO 2018

ANGELA PATRICIA MONSALVE PEÑA

DANIELA MONTOYA VALENCIA

ESTEFANÍA NANCLARES PULGARIN



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
OPCIÓN DE GRADO 2  
MEDELLÍN-COLOMBIA  
2018

ANÁLISIS DE INNOVACIÓN EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS  
MANUFACTURERAS DEL MUNICIPIO DE BELLO – ANTIOQUIA AÑO 2018

ANGELA PATRICIA MONSALVE PEÑA

DANIELA MONTOYA VALENCIA

ESTEFANÍA NANCLARES PULGARIN

TRABAJO DE TESIS PARA OPTAR EL TITULO DE ADMINISTRADORAS DE  
EMPRESA.

DOCENTE: LUIS ESTEBAN OROZCO RAMÍREZ

ASESOR: EDUARDO NICOLÁS CUETO FUENTES

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO SECCIONAL  
BELLO  
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
OPCIÓN DE GRADO 2  
MEDELLÍN-COLOMBIA  
2018

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A Dios.**

Por habernos permitido llegar hasta este punto y habernos dado salud para lograr nuestros objetivos, además de su infinita bondad y amor.

### **A nuestros familiares**

Por ser el pilar fundamental en todo lo que somos, en toda nuestra educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

### **A nuestros maestros.**

Luis Esteban Orozco Ramírez , Eduardo Nicolás Cueto Fuentes y John Fredy Escobar Gómez por su apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis; y a todos los maestros de la Corporación Minuto de Dios por su tiempo compartido y por impulsar desde el año 2014 el desarrollo de 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.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	<b>3</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>7</b>
<b>PALABRAS CLAVES</b> .....	<b>8</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>9</b>
<b>KEYWORDS</b> .....	<b>10</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>11</b>
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>14</b>
<b>2. OBJETIVOS</b> .....	<b>16</b>
<b>2.1 Objetivo General</b> .....	<b>16</b>
<b>2.2 Objetivos Específicos</b> .....	<b>16</b>
<b>3. JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>17</b>
<b>4. MARCO REFERENCIAL</b> .....	<b>18</b>
<b>4.1 Marco Conceptual</b> .....	<b>18</b>
<b>4.2 Marco Contextual</b> .....	<b>20</b>
<b>4.3 Marco Legal</b> .....	<b>22</b>
<b>4.4 Marco Teórico</b> .....	<b>24</b>
<b>5. DISEÑO METODOLÓGICO</b> .....	<b>30</b>
<b>6. RESULTADOS Y DISCUSIONES</b> .....	<b>32</b>
<b>7. CONCLUSIONES</b> .....	<b>39</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>41</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>44</b>

## LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1 Porcentaje de Innovación Involucrada (2016-2017) .....	32
Gráfica 2 Procesos de Innovación Implementados .....	33
Gráfica 3 Grado de Importancia de los Objetivos Cuestionados .....	34
Gráfica 4 Importancia de innovación en las áreas de la empresa.....	34
Gráfica 5 Porcentaje de empresas con área de investigación.....	35
Gráfica 6 Porcentaje de empresas que ha requerido asesoría externa.....	35
Gráfica 7 Influencia de la innovación como factor clave de la competitividad para la empresa.....	36
Gráfica 8 Importancia de la innovación para la competitividad de las empresas manufactureras en el mercado.....	37

## LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. FORMATO DE ENCUESTA .....	44
Anexo 2 BASE DE DATOS EMPRESAS ENCUESTADAS .....	47

## RESUMEN

La innovación actualmente es el eje fundamental de la competitividad en el mercado, ya que esta permite dar un valor agregado al producto mediante el desarrollo de herramientas y métodos de evolución o mejora en los procesos, por ello las empresas manufactureras que tienen como base principal la transformación de materia prima, aprovechan las ventajas que ofrece la introducción de dicho factor para permanecer en el mercado.

Actualmente el sector manufacturero para el Área Metropolitana del Valle de Aburra según la cámara y comercio es el sector más productivo e importante por sus aportes al PIB departamental, lo que evidencia el crecimiento y el valor que tienen las empresas manufactureras en el Valle de Aburra y de igual forma en el Municipio de Bello donde este sector representa la segunda actividad económica más contribuyente.

Por lo que este trabajo se centra en presentar como las empresas manufactureras del Municipio de Bello están utilizando la innovación como valor competitivo para establecer, potencializar y aumentar su permanencia en el mercado, para esto se implementó una encuesta que permitió mediante un muestro aleatorio simple determinar una muestra de la población y conocer ¿el cómo? y ¿porqué? están utilizando la innovación.

Donde se analizó que de 66 empresas encuestadas los factores internos y el aumento de los ingresos son la mayor motivación para que las empresas desean implementar la innovación, así mismo se observó que las empresas son conscientes de la importancia que esta tiene como herramienta para aumentar y permanecer en el mercado, pero se evidencio que no todas están dispuestas a realizar una inversión que permita tener mejoras constantes.

## **PALABRAS CLAVES**

Competitividad; Economía; Innovación; Manufactura; Pymes.



## **ABSTRACT**

Innovation is currently the fundamental objective of competitiveness in the market, which allows adding value to the product through the development of tools and methods of evolution or improvement in processes, for this reason manufacturing companies whose main base is the transformation of raw material, take advantage of the advantages offered by the introduction of this factor to remain in the market.

Currently the manufacturing sector for the Metropolitan Area of the Aburrá Valley according to the Chamber and Commerce is the most productive and important sector for its contributions to departmental GDP, which shows the growth and value that manufacturing companies have in the Aburrá Valley and likewise in the Municipality of Bello where this sector represents the second most important economic activity.

Why this work focuses on presenting how the manufacturing companies of the Municipality of Bello are using innovation as a competitive value to establish, enhance and increase their permanence in the market, for this a survey is implemented that can be done by a simple random trial simple a sample of the population and know how? and because? They are using innovation.

Where it was analyzed that of 66 companies surveyed, the external factors and the increase in income, the greatest motivation for companies to implement innovation, likewise, is that the companies that have the importance of this tool. remain in the market, but evidence that there are not all willing to make an investment that allows constant improvements.

## **KEYWORDS**

Competitiveness; Economy; Innovation; Manufacturing; Pymes.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad para las empresas es muy importante ser competitivas en las actividades comerciales, ya que esto les permite incursionar en nuevos mercados e incrementar su estabilidad económica por medio de unos ingresos fijos. 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 actualmente la falta de innovación en las pymes está siendo una debilidad 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, 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 necesite.

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.

Por lo que se menciona anteriormente se orienta la investigación a las pequeñas y medianas empresas del Municipio de Bello teniendo en cuenta que no todas tienen la capacidad para efectuar avances en sus procesos organizacionales.

Por tal motivo la actual investigación se plantea la inquietud sobre los métodos de innovación de dichas organizaciones enfocado a la industria manufacturera, ya que estas son empresas donde su principal función es la maquila de un producto y por ende se manejan

mayores procesos productivos, los cuales pueden mejorar notablemente con avances tecnológicos y progresos sustanciales. Sin embargo no se deja de estudiar las mejoras en todos los procesos organizacionales que comprenden la integración de una empresa, debido a que esto contribuye de igual forma a que se logren avances que fortalezcan la competitividad en el mercado.

Se da respuesta a tres principales objetivos, que permiten evidenciar como son las mejoras y adelantos que implementan las empresas de estudio. En primer lugar se determinan los aspectos, en segundo lugar la importancia y en tercer lugar la influencia dentro de la competitividad, siendo la innovación el eje central de análisis de estas variables.

Dentro de la administración existen múltiples factores que pueden ser explorados. Mediante la presente investigación se dan resultados que aportan principalmente elementos significativos para el progreso de las diferentes áreas que conforman una organización. Con los aportes que brindan algunos autores, los cuales se ven evidenciados en las referencias del actual trabajo, y junto con los cuatro pilares administrativos, planeación, organización, dirección y control se le da desarrollo a los objetivos planteados.

El tiempo y el factor económico son los limitantes más enmarcados dentro de esta investigación, es por esto que se redujo la posibilidad de obtener datos más específicos que permitieran un análisis más amplio en cuanto a las diversas variables que intervienen en la implementación de innovación dentro de los procesos organizacionales. Pero es preciso anotar que a pesar de los limitantes mencionados, se logra dar respuesta de forma clara a los objetivos consiguiendo finalmente lo que se pretendía en principio.

A través de la realización de una encuesta se adquieren datos cuantitativos que permiten estudiar las acciones de la población seleccionada con el método de muestras aleatorias simples, es así como se da el desarrollo metodológico que permite la indagación de las variables que influyen en la ejecución de innovación.

El cuerpo del trabajo consta del capítulo I donde se plantea y fundamenta la finalidad ya que allí se encuentra el planteamiento del problema. En el capítulo II se muestran los objetivos, en el capítulo III la justificación que se centra en demostrar y sustentar la importancia de la innovación como factor competitivo en las empresas manufactureras del municipio de Bello. En el capítulo IV se observa la revisión de literatura que permitirá evidenciar el desarrollo del proyecto mediante las teorías que la sustentan, las definiciones, modelos y artículos, de igual manera se evidenciará la ayuda gubernamental que se les brinda

a las empresas basado en las leyes y políticas constitucionales que tienen relación con dicho tema. Dentro del capítulo V se desarrolla el diseño metodológico con un alcance descriptivo, recolectando la información a través de un instrumento de medida como el cuestionario con el fin de identificar entre 66 empresas las mejoras introducidas en sus procesos organizacionales.

El capítulo VI muestra los resultados y discusiones donde se analiza cada variable por medio de la validación de la estadística descriptiva con base a los datos extraídos del cuestionario. Por ultimo en el capítulo VII se desenvuelven las conclusiones alcanzadas y las recomendaciones propuestas.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En los últimos años se ha procurado lograr el crecimiento de la innovación en las empresas, ya que para mantener su permanencia en el mercado se ha vuelto crucial desarrollar y aumentar su eficiencia mediante nuevos procesos de mejora constante que permita diversificar en el mercado su oferta a través de la implementación de aspectos innovadores, enfocando esto hacia una propuesta de valor competitivo.

Uno de los objetivos del PLAN Y ACUERDO ESTRATÉGICO DEPARTAMENTAL EN CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN es *“Fortalecer y consolidar el sector productivo de Antioquia por medio del desarrollo tecnológico, transferencia de conocimiento y la cultura de la innovación empresarial”* (Colciencias - Gobernación de Antioquia, 2016). Esto evidencia los esfuerzos que han pretendido realizar las entidades gubernamentales para fomentar la innovación dentro de las organizaciones.

Incursionar en la implementación de métodos de innovación no solo ayuda al progreso económico sino también organizacional, y al desarrollo del país tal y como lo menciona (Guerrero Bermúdez & Molina Gutiérrez, 2012) *“La innovación constituye el mecanismo óptimo para garantizar la competitividad de un país a largo plazo y asegurar que el crecimiento económico sea sostenible y permita transformaciones económicas de largo alcance”*

De esta forma las pymes han analizado la importancia que tiene mejorar y evolucionar en sus procesos organizacionales como base fundamental de la competitividad en el mercado, ya que para las grandes empresas esto debe representar una obligación más que un valor agregado como puede serlo para las pymes.

En Antioquia las pequeñas y medianas empresas tienen una representatividad económica significativa tal y como se menciona en el informe de la (Camara de Comercio de Medellin para Antioquia , 2015):

*“En el sector privado de la región cobran cada vez mayor importancia las pequeñas y medianas empresas por su participación en el total de empresas (10,2 %),..., el empleo generado en la industria manufacturera (46,1 %) y en su valor agregado (31,5 %),...”*

Es así como las pequeñas y medianas empresas manufactureras tienen el reto 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.

La presente investigación se desarrolla en el Municipio de Bello – Antioquia, aunque no se encuentran datos específicos sobre sus procesos innovadores ni siquiera dentro del Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019, se decide elegir esta población debido a que Antioquia buscar fomentar el progreso empresarial. Al ser Bello parte de su estructura regional, se incluye directamente en los planes propuestos por el departamento. Además de esto el sector manufacturero presenta el segundo puesto de la composición económica con un 16,24 según la (Cámara de Comercio de Medellín, 2016), por otra parte era mas adsequible el acceso a la informacion para la realizacion de la encuesta.

La *Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (2005) - OCDE* – define la innovación como:

*La introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar del trabajo o las relaciones exteriores.*

Teniendo esto en cuenta se vuelve fundamental para las pequeñas y medianas empresas del Municipio de Bello brindar una mayor importancia a la innovación y orientarla al mejoramiento de los procesos organizacionales, determinando si esto es un factor que les permite ser más competitivas en el mercado

Es por esto que la pregunta de investigación que se pretende responder es: ¿Cómo es la innovación que implementan las pequeñas y medianas empresas manufactureras del Municipio de Bello?

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo General**

Identificar la innovación en las pequeñas y medianas empresas manufactureras como factor competitivo en el mercado del Municipio de Bello periodo 2016 – 2018.

### **2.2 Objetivos Específicos**

- 1.** Definir los principales aspectos de innovación que implementan las pequeñas y medianas empresas manufactureras en sus procesos organizacionales.
- 2.** Analizar la importancia que tiene la innovación dentro de los procesos organizacionales de las pequeñas y medianas empresas manufactureras.
- 3.** Determinar la influencia que genera la innovación en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas manufactureras.



### 3. JUSTIFICACIÓN

En un mundo tan globalizado como el que existe actualmente es de suma importancia estar a la vanguardia de las nuevas tecnologías e incursionar con mejoras dentro de una organización, pues esto permitirá mantenerse y competir en un mercado cada vez más cambiante y exigente.

Es interesante realizar una investigación sobre la innovación que implementan las pequeñas y medianas empresas manufactureras del Municipio de Bello, pues estas abarcan un gran porcentaje del mercado y contribuyen de forma significativa al crecimiento de la economía en la ciudad como se menciona anteriormente. Estas son las que principalmente deben interesarse en aplicar avances en sus procesos, debido a que la fuerte competencia en el mercado puede llegar a afectar su permanencia dentro de este. Aunque para estas organizaciones no es una obligación mantener progresos constantes en sus procesos debido a que se encuentran en la etapa de crecimiento, el factor innovación podría ser aprovechado como una oportunidad para mantenerse por más tiempo y ser más competitiva en el mercado.

Es por esto que mediante esta investigación se realizó un análisis para conocer de forma detallada como están manejando las pequeñas y medianas empresas manufactureras el tema de innovación. Identificando todos los aspectos involucrados y la influencia que esta tiene en la competitividad del mercado, de tal forma que se arrojen datos cuantitativos que den soporte a dicha investigación.

Esto con el fin de identificar si existe un alto porcentaje de innovación que pueda ser replicado en otros sectores o si por el contrario se requiere intervenir con estrategias que aumenten los niveles de mejoras en los procesos organizacionales de las pymes. De esta forma se consigue no solo un seguimiento importante a los avances implementados contribuyendo al sector empresarial con datos significativos sino que también se logrará dar solución al planteamiento de los objetivos. Pretendiendo hallar resultados estadísticos que aporten al sector manufacturero para la toma de decisiones en lo que respecta el manejo de la innovación. Con esta investigación se logra de igual forma aportar a los conocimientos académicos adquiridos durante la carrera, permitiendo así pasar de lo teórico a lo práctico.

## 4. MARCO REFERENCIAL

### 4.1 Marco Conceptual

Existen diferentes tipos de conceptos de innovación según las necesidades del mercado y las áreas dentro de la empresa:

COLCIENCIAS ( 2008) Define la innovación empresarial de la siguiente manera:

*Una innovación es la introducción al uso de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas. Para que haya innovación hace falta, como mínimo, que el producto, el proceso, el método de comercialización o el método de organización sean nuevos (o significativamente mejorados) para la empresa.*

Por otra parte Schumpeter (citado por Astudillo & Briozzo, 2016) precisa:

*La innovación como el desarrollo de un nuevo producto o proceso por parte de una empresa y su introducción exitosa en el mercado, el desarrollo de nuevas formas de organizar los negocios, nuevas fuentes de aprovisionamiento o la explotación de nuevos mercados.*

Es importante exponer los conceptos que manejan estos autores frente a la innovación, debido a que existen diversos enfoques, algunos más científicos, los cuales no son totalmente el foco de análisis de la presente investigación. Lo que se indaga es determinar si las pequeñas y medianas empresas manufactureras ejecutan mejoras o introducen nuevos avances, bien sea en los procesos productivos o en las demás áreas de la organización, ya que como lo menciona la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico OCDE (2005) innovar es "*utilizar el conocimiento y generarlo si es necesario, para crear productos, servicios o procesos que son nuevos para la empresa, o mejorar los ya existentes, consiguiendo con ello tener éxito en el mercado*". De esta forma las apreciaciones expuestas permiten determinar de manera exacta el modo en que se estudió la innovación, además de ser analizada no solo en el producto sino a nivel general. Debido a que "*la innovación en la empresa puede tener lugar en el desarrollo de productos, servicios, procesos tecnológicos de producción o cualquier otro tipo de proceso*" Daft, (1978), citado por Sanzo Pérez, García Rodríguez, & Trespalacios Gutiérrez (2009).

Otras apreciaciones que presentan el mismo foco, permiten dar cuenta de las múltiples formas de introducir innovación dentro de la organización. Kline y Rosenberg (1986) citado por Astudillo & Briozzo (2016) definen la innovación como:

*Un nuevo producto, un nuevo proceso de producción, la sustitución de materiales en un producto, la reorganización de la producción, las funciones internas, o la distribución que conduzcan a una mayor eficiencia, una mejora de los instrumentos o métodos de hacer la innovación.*

Desde la óptica de D. Juan Mulet Meliá (s.f):

*El valor de la innovación se evidencia en la mejora de productos o servicios, en la eficiencia interna de los procesos mediante disminución de costes, y en la capitalización de lo que se ha conseguido obtener a través de procesos de innovación.*

Además las mejoras introducidas contribuyen evidentemente en otros factores significativos de la organización como lo es la competitividad “*La innovación favorece la ventaja competitiva y la innovación continua protege de la imitación, haciendo la ventaja competitiva sostenible en el tiempo*” (D. Juan Mulet Meliá, s.f).

(Lope Mielgo , Montes Peon , & Vasquez Ordas) aseguran que:

*La capacidad innovadora, acumulada y reforzada en el tiempo es parte esencial del núcleo competitivo de las empresas y se proyecta en su relación con el bienestar de las sociedades en las que actúa. Esta visión de la competitividad y de la innovación fundamenta las estrategias empresariales y las políticas públicas que persiguen potenciar la innovación.*

De esta manera es necesario analizar el concepto de competitividad, teniendo en cuenta que va ligado de forma directa con los procesos innovadores dentro de la organización. Porter (1990) citado por Otero, Salim, & Carbajal (2006) la define como: “*la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograr esto se basa en el aumento de la productividad*”. Por otra parte el autor Haguenaer (1989) citado por Otero, Salim, & Carbajal (2006) menciona que la competitividad:

*Es la capacidad de una industria (o empresa) de producir bienes con patrones de calidad específicos, requeridos por mercados determinados, utilizando recursos en niveles iguales o inferiores a los que prevalecen en industrias semejantes en el resto del mundo, durante un cierto periodo de tiempo.*

Se hace necesario de igual forma conocer los riesgos que con lleva implementar innovación en las organizaciones, según (D. Juan Mulet Meliá, s.f):

*La innovación es un proceso muy arriesgado, mucho más que la mayoría de las actividades empresariales. En la innovación se implican muchos recursos y se trabaja sin experiencias previas. El riesgo de fracaso es por lo tanto elevado. Por ello, es muy importante que la*

*empresa tenga la convicción de que tiene que valorizar, es decir, dar y demostrar valor para lo que está obteniendo del proceso de innovación. De esta manera será posible hacer de la innovación un hábito para toda la empresa.*

Es evidente que cuando se implementa un nuevo proceso en las organizaciones lo que se pretende en mayor medida es sacar provecho de está obteniendo grandes ventajas, aunque de igual modo se presentaran riesgos que deberán sobrepasarse para lograr así compenetrar dicho proceso a toda la empresa.

#### **4.2 Marco Contextual**

A continuación se listan una seria de investigaciones nacionales e internacionales con relación a la innovación. Esto permitió realizar análisis y comparaciones con respecto al tema central de la presente investigación.

En primer lugar se presenta una investigación realizada en España por Sanzo Pérez, García Rodríguez, & Trespalacios Gutiérrez (2009) donde se expone lo siguiente:

*La importancia del aprendizaje para la competitividad de la empresa moderna es ampliamente reconocida. Sin embargo, la medición de este concepto complejo y el análisis de sus efectos sobre diversas variables clave para la competitividad empresarial es relativamente reciente. En el presente trabajo se diseña una escala que trata de reflejar los distintos subconstructos del aprendizaje recogidos en la literatura, así como las particularidades del proceso de aprendizaje en las pyme objeto de estudio. Los efectos de la capacidad de aprendizaje se vinculan con la intensidad y el grado de novedad de la innovación de producto en las pyme y con la calidad de los propios productos comercializados. A continuación se analiza la repercusión de estas dos variables sobre los resultados empresariales alcanzados por las pyme en relación con sus principales competidores. De este modo, se trata de profundizar en la comprensión de cómo se generan ventajas competitivas en las organizaciones. Los resultados del estudio confirman los efectos esperados del aprendizaje en el ritmo de comercialización de innovaciones en las pyme y en la calidad de su oferta. Así mismo, se pone de manifiesto la gran repercusión de estas variables en los indicadores de resultados financieros y de mercado considerados en el estudio.*

En segundo lugar se menciona el siguiente artículo realizado por Astudillo & Briozzo (2016):

*Este artículo analiza las características de las micro, pequeñas y medianas empresas manufactureras de Ecuador y Argentina en relación con la innovación. Se utilizó la base de datos de Enterprise Survey del año 2010 del Banco Mundial para estudiar las diferencias*

*significativas basadas en el análisis estadístico. Se aplicó la prueba chi-cuadrado de Pearson para las variables cualitativas y la prueba t de student para las variables cuantitativas. Los resultados muestran que las empresas manufactureras argentinas y ecuatorianas son diferentes entre sí básicamente en la innovación del producto y del proceso, con una mayor tendencia a desarrollar estas actividades en Argentina que en Ecuador. Actividades de innovación como el gasto en investigación y desarrollo sobre ventas, registro de patentes y apoyo del sector público presentan semejanzas entre ambos países.*

A nivel internacional se expone por ultimo un caso de Panamá por Moreno Rojas & García Carrillo (2014):

*El objetivo de la investigación ha sido generar un sistema de evaluación de capacidades de innovación aplicable a pequeñas y medianas empresas (PYMES), de tal manera que se pueda conocer a fondo las capacidades de innovación en una organización permitiendo identificar falencias y requerimientos fundamentales para su éxito. La literatura converge hacia una doble dimensión al estudiar la innovación: como sistema y como proceso; donde las consideraciones contextuales son fundamentales. Para generar el sistema se investigaron enfoques, modelos, herramientas y pautas metodológicas de innovación. Se analizaron las características de procesos desde el punto de vista los países en desarrollo (PED), se compararon funciones de gestión de innovación y se establecieron interrelaciones entre funciones y variables del sistema. Como resultado se determinaron cinco capacidades endógenas requeridas para innovar y sus correspondientes categorías de análisis, así como dos nuevos elementos diferenciadores de procesos de innovación en PED: los focos de procesos de aprendizaje (FPA) y los focos de innovaciones incrementales (FII). Los resultados han sido aplicados en cuatro casos de PYMES en Panamá, concluyendo que la evaluación de capacidades permite situar a las organizaciones en diferentes niveles, compararlas e identificar falencias y posibles hojas de ruta para impulsar procesos de innovación.*

Por otra parte se presentan proyectos nacionales que permitieron dar apoyo a los objetivos de la actual investigación.

Una de estas se realizó en la ciudad de Cali por Albarracín Gálvez & García Pérez (2012):

*El objetivo de este trabajo es verificar empíricamente la relación existente entre el grado de innovación de la empresa y su rendimiento, para lo cual se realiza un estudio con sesenta micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) de mediana y alta tecnología de la ciudad*

*de Cali (Colombia). Los resultados muestran que la innovación en productos y en procesos ejerce una influencia positiva sobre el rendimiento de la MIPYME. Estos hallazgos refuerzan los postulados que muestran a la innovación como una ventaja competitiva sostenible, así mismo pueden ser de utilidad para los empresarios, al constatar la necesidad de innovar para mejorar su competitividad y para la administración pública en su papel de promotora de la innovación a través de programas de apoyo financiero y no financiero.*

Otra se presenta en Bogotá por Acevedo, Moreno Castiblanco, & Sánchez Díaz (2013):

*Este artículo analiza la innovación en las pequeñas y medianas empresas importadoras y exportadoras de Bogotá desde el desarrollo local, la competitividad y la transformación productiva. Se contrasta la información obtenida en entrevistas semiestructuradas con las conceptualizaciones de la revisión teórica. Los empresarios entrevistados coinciden en que la innovación va más allá de sus esfuerzos individuales. Resulta de acciones desde el territorio que estimulan desarrollo local, dinámicas de competitividad e internacionalizaciones exitosas. Aunque reconocen que las alianzas productivas permiten economías de escala y avances desde adentro hacia fuera, son reacios a participar en ellas pues faltan garantías para compartir las innovaciones propias.*

En última instancia se muestra una investigación en Boyacá por Guerrero Bermúdez & Molina Gutiérrez (2012):

*La investigación Datos, indicadores, información y conocimiento de la innovación en Colombia (convenio entre universidades EAFIT, Surcolombiana, Tecnológica de Bolívar y Pedagógica y Tecnológica de Colombia), presenta evidencias de innovación en un grupo de pequeñas y medianas empresas (pymes) de Boyacá, y examina las buenas prácticas de innovación (BPI) en grupos representativos de pymes: productoras (agroindustria, manufactura y textil-confección) y servicios (turismo, TIC, salud y transporte), en Tunja, Paipa, Duitama y Sogamoso. Los perfiles de innovación realizados por gerentes y empresarios en producción/servicios, procesos, gestión y mercados, muestran que están en etapa de despegue o desarrollo, con brechas importantes en los cuatro tipos de innovación considerados.*

### **4.3 Marco Legal**

Actualmente la importancia de innovar no corresponde solo a los empresarios, sino también al gobierno quien es el que debe incentivar este proceso para que las empresas mejoren su efectividad y eficiencia. Mediante la ayuda brindada por los entes

gubernamentales para implementar modelos de innovación, las empresas se benefician potencializando sus ingresos y el país aumentado su economía y mejorando el nivel de vida. Colombia es un país que le apuesta día a día a la innovación empresarial por lo tanto ha establecido algunas normas que ayudan a que las industrias ejecuten actividades de mejoras para ser más competitivas en el mercado. Por ello dichas leyes tienen como fin impulsar, estimular, restringir, informar y establecer pautas para gestionar de una manera útil la innovación según sea su uso y aplicabilidad en cualquier empresa del país, es así como el gobierno colombiano creó las siguientes normas:

#### LEY 1838 DEL 6 JULIO 2017

“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”

#### LEY 1286 Del 23 ENERO 2009

“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.”

#### POLITICA NACIONAL DE FOMENTO A LA INNOVACION Y LA INVESTIGACION

“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)

Estas leyes presentan 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.

#### **4.4 Marco Teórico**

Son diversas las investigaciones que se han realizado con respecto a la innovación dentro de las organizaciones, pues día a día esta juega un papel más importante para el excelente desarrollo de los procesos que se encuentran involucrados en la elaboración de un bien. Se evidencia de igual forma múltiples enfoques que se otorgan al factor innovación en las diferentes áreas que conforman una empresa, por lo tanto a continuación se desglosara una serie de información proveniente de fuentes secundarias que permiten desarrollar y dar soporte a los objetivos de la presente investigación.

La innovación abarca una serie de aspectos que requieren ser tenidos en cuenta para que su aplicación sea exitosa, por tanto esta es vista como un sistema en el que intervienen diversos factores tanto de la organización como del entorno externo, es así como las empresas deben analizar y poner en práctica una serie de capacidades que permiten orientar la innovación como valor competitivo en el mercado. *Moreno Rojas & García Carrillo (2014)*, dicen:

*La innovación como sistema enfatiza el papel de las interacciones entre los agentes involucrados y el aprendizaje generado por éstas, activando flujos de conocimiento multidireccionales que tendrían que ser reconocidos y aprovechados por las empresas para mejorar su competitividad, lo que implica contar con capacidades específicas, las cuales son necesarias identificar.*

De esta forma “*la innovación como proceso aborda las características de cómo se lleva a cabo la misma y las capacidades inherentes para realizar las acciones requeridas.*” (*Moreno Rojas & García Carrillo, 2014*) y es así como las organizaciones deben recopilar todo lo mencionado anteriormente e identificar dichas acciones que requieren ser implementadas.

Para realizar acciones de innovación dentro de una compañía se hace necesario conocer los aspectos que esta abarca, pues de esta manera se podrá aprovechar de forma más eficiente generando implementaciones más asertivas a los diferentes procesos.

La innovación debe ser tomada en cuenta como una fuente que va generando cambios que contribuyen al mejoramiento de una organización, es así como se plantea desde dos



perspectivas, sistema y proceso, evidenciando en la investigación citada anteriormente que para ambas se debe aprovechar los conocimientos y capacidades involucradas dentro de una organización para sacar el mejor provecho a la innovación. Prado (2008) afirma que:

*“El conocimiento técnico, el progreso tecnológico, la innovación en tecnología –entendida de manera amplia como “la mejora en la mezcla de los factores de producción en el tiempo”– tienen un papel cada día más importante en la economía global y hay un amplio consenso en el mundo sobre la importancia del cambio técnico como motor del crecimiento económico.*

Analizar el concepto de innovación desde diferentes perspectivas permite identificar el beneficio que este genera ante la producción, contribuyendo a tener un enfoque central en cada procedimiento para tener una mayor efectividad, pues la innovación no solo se refiere al proceso de crear nuevas cosas, sino también de mejorar las ya existentes de modo que se brinde un nuevo valor agregado.

*Innovar no solo significa desarrollar nuevos productos y transformar los productos existentes. Consiste, también, en crear nuevas formas de producir, entregar, comercializar y vender, logrando, en última instancia, generar valor agregado a lo largo de toda la cadena productiva. (Guerrero Bermúdez & Molina Gutiérrez, 2012)*

Tal y como se evidencia la innovación juega un papel fundamental en la sociedad actual, contribuyendo de forma significativa a la economía de un país y es que este factor ya no debe ser visto como valor diferenciador, por el contrario una obligación para todas las empresas “como lo diría Schumpeter (citado por Albarracín Gálvez & García Pérez, 2012) las empresas son innovadoras o no existen”. Y (Guerrero Bermúdez & Molina Gutiérrez, 2012) “En el contexto actual de la globalización, las empresas se ven expuestas a cambios cada vez más rápidos. Si bien, hasta hace unos años, la innovación era una ventaja competitiva, hoy es un requisito más para sobrevivir.”, sustentado en estas dos investigaciones se evidencia la fuerte importancia que genera la innovación en el óptimo desarrollo de las organizaciones y más aun en la competitividad de estas.

Son múltiples los factores que se ven involucrados a la hora de implementar innovación dentro de una organización, pues esta no solo interviene dentro de los procesos productivos, sino que puede vincular de forma positiva las demás áreas de la empresa. Dentro del artículo de *Las empresas regionales: ¿Nuevo actor innovador?*, estudian el concepto de innovación de conocimiento el cual menciona de forma más clara lo dicho anteriormente:

*El concepto de innovación del conocimiento de los procesos operativos a todos los procesos decisorios vinculados con la Gestión Empresarial, es decir, al conjunto referencial formado por distintas herramientas conceptuales y prácticas aplicables al gerenciamiento organizacional en sus procesos básicos de Administración, Producción y Comercialización. De esta forma, podríamos decir que la implementación de tecnología no sólo se observa en la modernización de las estructuras de producción de servicios, sino también en los procesos decisorios coyunturales (por ejemplo, en la contratación de personal o en la elección de proveedores) y estructurales (por ejemplo, en el diseño e implementación de proyectos de inversión o en las políticas de diversificación de servicios). (Prado, 2008)*

Es así como puede verse evidenciado el papel fundamental que juega la innovación en los procesos organizacionales, esta permite no solo la implementación de tecnologías que incrementen la productividad, también aporta contribuciones significativas a los procesos de gestión humana, a los administrativos, a los financieros, y como ya se menciona a todo lo que involucra el funcionamiento de la empresa.

De esta forma la innovación debe ser tomada como un proceso en conjunto y así aprovechar la información tanto interna como externa, “*el surgimiento de la innovación está condicionado por la capacidad de la empresa para adquirir nuevo conocimiento, bien del exterior o bien internamente*” (Sanzo Pérez, García Rodríguez, & Trespalacios Gutiérrez, 2009), pues esto conlleva a sacar el máximo provecho de esta, consiguiendo que sea un valor diferenciador y que aporte a la competitividad de la organización en el mercado. “*La innovación es una dimensión que recoge el desarrollo local como recurso, la transformación productiva como medio, y la competitividad como objetivo*”. (Acevedo, Moreno Castiblanco, & Sánchez Díaz, 2013)

Se ha expuesto de manera amplia los aspectos que involucran la implementación de la innovación en las organizaciones, tomando como principal referencia los artículos sobre pymes, pues en estas donde se enfoca la presente investigación, a continuación se analizará la implicación de la innovación en los procesos productivos de las pymes y la influencia que genera en la competitividad de estas, el siguiente párrafo tomado del artículo *INNOVACIÓN EN LAS MIPYMES MANUFACTURERAS DE ECUADOR Y ARGENTINA\** permite dar una pertinente introducción:

*En Latinoamérica, el impulso a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) es uno de los principales objetivos de las naciones. En estas condiciones, muchos estudios sobre las pequeñas empresas se han realizado en los países de la región y se ha generado una*

*considerable atención a los aspectos que las caracterizan, con un especial interés en la innovación como un factor clave para la mejora de su competitividad. (Astudillo & Briozzo, 2016)*

Anteriormente se mencionaba que la implementación de innovación en las organizaciones no solo se evidencia en los procesos productivos, sino que brinda de igual forma ventajas a otras áreas y sus procesos, en este punto se enfocara de forma más detallada la influencia que tiene la innovación en la productividad de las pymes manufactureras, pues su actividad primaria se basa en la eficiencia del principal proceso de estas que es el productivo, por lo que es de suma importancia analizar desde los aportes de otras investigaciones como influye lo ya expuesto. *“Los esfuerzos de las empresas para mejorar productos y procesos de producción no solo aumentan su eficiencia económica sino que tienen efectos sobre la tasa agregada de crecimiento de la productividad.” (Lambardi & Mora, 2014).*

Estos esfuerzos involucran la innovación como proceso, logrando así brindar mayor capacidad de producción, corregir errores, y generar calidad en sus productos, consiguiendo así un aumento no solo económico sino productivo.

Las pymes manufactureras buscan con la implementación de la innovación dentro de sus procesos organizacionales ser cada vez más competitivos en el mercado, mediante la adquisición de nuevas tecnologías y métodos de producción cada vez más actuales pretenden incrementar su capacidad productiva para abarcar mayores mercados y penetrar nuevos nichos, de esta manera podrán no solo mantenerse en el mercado sino aumentar su competitividad e ir escalando en el ciclo de vida de su producto.

Es así como el proceso de innovación pretende abarcar estos dos factores fundamentales (productividad y competitividad) para el crecimiento de las pymes en el mercado, pues estos dos van relacionados tal y como lo mencionan (González & Hurtado, 2007-2008) *“Para lograr una mayor competitividad por medio de la innovación, es importante el intercambio de conocimientos y la presencia de relaciones de cooperación basadas en el conocimiento, dado que la difusión del conocimiento aumenta la productividad empresarial.”*

De igual forma se hace necesario entender que la innovación no es posible aplicarla sin conocimientos previos tanto de la propia empresa como los factores externos que la afectan pues este es un proceso continuo de aprendizaje (Lundvall, 1992), y tal como se menciona anteriormente el intercambio de conocimientos es un soporte para aprovechar la innovación como factor competitivo y como contribución al aumento de la productividad. *“El*

conocimiento se considera como un recurso indispensable para generar una ventaja competitiva en las empresas” (Camisión & Forés, 2010), estos estudios se ven interrelacionadas por Briceño y Bernal (2010) (citado por Vargas Zambrano, 2012) donde exponen que:

*Una organización logra ser competitiva en la medida en que posea conocimientos del entorno externo (competencia, mercado y tendencias), así como del interno (relacionados con procesos técnicos) que le permitan ser flexible para hacer cambios rápidos e innovadores, y esto solo se lo da una buena gestión del conocimiento.*

La gestión del conocimiento se correlaciona de forma significativa con la innovación, como se expuso anteriormente, algunos autores afirman que el manejo adecuado de la primera conlleva al éxito de implementación de la segunda, consiguiendo así no solo volver competitiva a la organización sino prepararla para que enfrente los cambios que presenta el entorno de forma inteligente y rápida.

Esto con lleva a que la innovación sea el progreso visible de las organizaciones, pues gracias al desarrollo de nuevas técnicas y el uso de los diversos aspectos que esta presenta, las oportunidades de permanecer en el mercado son más viables, abriendo la puerta a la competitividad factor que involucra diversas estrategias tal y como señala Solleiro y Castarrión (2005) (citado por Mora Riapira, Vera Colina, & Melgarejo Molina, 2015):

*La competitividad es la capacidad de una organización para mantener o incrementar su participación en el mercado basada en nuevas estrategias empresariales, en un sostenido crecimiento de la productividad, en la capacidad interempresarial para participar en negociaciones con diferentes instituciones y otras compañías dentro de su ambiente, en un ambiente competitivo determinado por el sector y el mercado de los consumidores y en políticas introducidas por los gobiernos nacionales y alianzas económicas regionales.*

La competitividad es un objetivo que persiguen todas las organizaciones, tal y como se observa en la cita mencionada, esta abarca múltiples aspectos que pueden conllevar a beneficios importantes para el crecimiento de una empresa; para las pymes manufactureras no solo es un objetivo sino también un reto, conseguir de forma exitosa la implementación de innovación dentro de sus procesos organizacionales, con el fin de conseguir las ventajas que supone otorgar un valor diferenciador a través del aprovechamiento de la innovación como factor competitivo.

Es por esto que las pymes deben analizar de forma detallada el proceso que pretenden desarrollar con la innovación, ya que llevar un orden y un control permitirá responder de manera eficiente a los cambios que presenta día a día el mercado, con el fin de conseguir mayores ventajas

competitivas y que puedan ser sostenibles en el tiempo, tal y como lo menciona Vermeulen, 2004 (citado por González Campo & Hurtado Ayala, 2014)

*Se afirma que la innovación y los cambios tecnológicos son los que determinan la estructura del mercado. Por ejemplo, los cambios tecnológicos, al propiciar la generación de bienes sustitutos o reducir los costos de entrada, pueden favorecer la entrada de nuevos competidores. (Vásquez., 2007)*

Se encuentra una investigación que involucra el factor innovación visto desde la Productividad Manufacturera dentro de una empresa Española que señala lo siguiente:

*La innovación favorece el desarrollo de la empresa, de la industria y del país en el que se lleva a cabo y es muy relevante para lograr una mayor productividad. Los factores mano de obra y capital han sido siempre claves en esta materia pero han dado paso a otros nuevos relacionados con la innovación. (Sánchez-Sellero, 2014).*

esto evidencia las diversas ventajas que ofrece la implementación de la innovación en los procesos organizacionales pretendiendo con objetivo final la disminución de costes, pero de igual forma, permitiendo a las empresas sacar un mayor provecho de esta con llevando al crecimiento de una ventaja competitiva en el mercado.

Otro punto de vista señala los múltiples aspectos que se involucran dentro de la innovación buscando conocer e identificar los beneficios que genera la implementación de esta.

## 5. DISEÑO METODOLÓGICO

En el primer semestre del año 2018, se da desarrollo al presente proyecto donde se aplicó una investigación con un enfoque cuantitativo, un diseño no experimental orientado a lo transeccional con un alcance descriptivo. El universo es el municipio de Bello y la muestra las pequeñas y medianas empresas manufactureras, recolectando así la información a través de fuentes primarias y secundarias ampliando la información mediante el estudio de investigaciones, artículos, revistas científicas, trabajos de grado, etc.; teniendo la certeza de que dichas fuentes son verídicas. Se utiliza como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario, para obtener la información necesaria y realizar el análisis de datos mediante el método de estadística descriptiva para cada variable.

La información se obtiene a través de la realización de un cuestionario con un diseño de preguntas cerradas y una abierta, donde se busca capturar resultados medibles y cuantificables que den respuesta directa a los objetivos planteados. 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. Basándose en un diseño no experimental con un enfoque transeccional recolectando, indagando y filtrando la información de la variable innovación en la población elegida. 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.

La muestra para esta investigación es un total de 66 empresas PYMES. El sector manufacturero del municipio de Bello ocupa el segundo puesto de importancia en la actividad económica según la (Cámara de Comercio de Medellín) en su informe del año 2016. El total de pequeñas y medianas empresas son 200 en el área de Bello, donde 80 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, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014):

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

- Tamaño del universo: 80 (N)
- Error máximo aceptable: 5% (d)
- Porcentaje estimado de la muestra: 50% (p=q=50%)
- Nivel deseado de confianza: 95% ( $Z_{0,05}=1,96$ )

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%.

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.

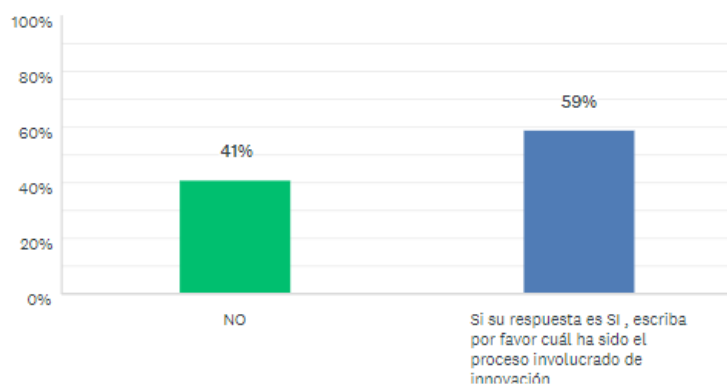
El análisis de los datos se efectuó a través del método de estadística descriptiva por cada variable la cual determina los datos y valores arrojados por pregunta, logrando la integración de todos los aspectos sin generar ninguna discriminación entre estos. Permitiendo relacionar efectivamente el resultado 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.

## 6. RESULTADOS Y DISCUSIONES

Para identificar la innovación en las pequeñas y medianas empresas manufactureras del municipio de Bello en el periodo 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 66 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 59% de la población encuestada ha implementado algún proceso de innovación dentro de la empresa tal y como se evidencia en la gráfica 1. Para conocer cuáles han sido los principales aspectos de innovación utilizados por las empresas manufactureras se identificó inicialmente cuatros principales variables como lo son: la implementación de softwares en las diferentes áreas de la empresa; mejoras en los procesos de producción o en los productos; la aplicación de tendencias administrativas tales como el Coaching Empresarial y el Benchmarking; y entre otros posibles procesos innovadores (ver gráfico 2).

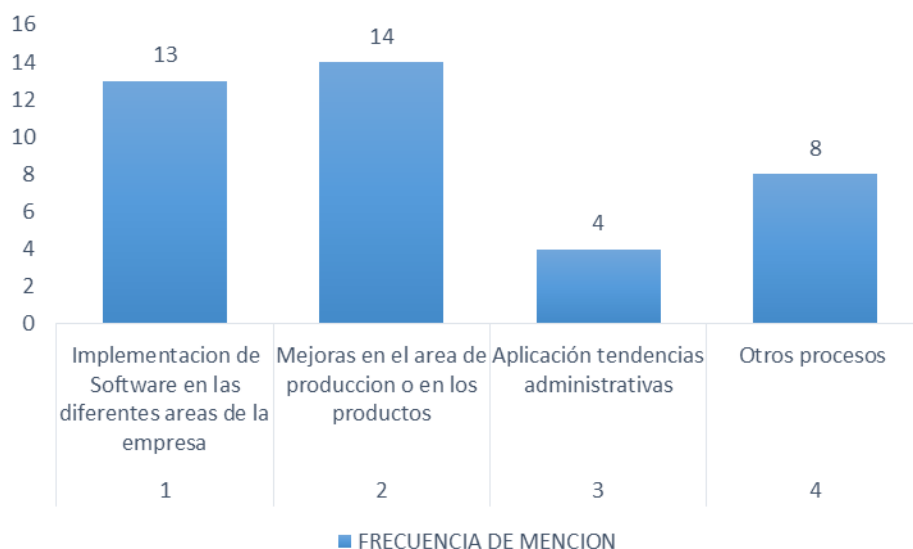
Gráfica 1 Porcentaje de Innovación Involucrada (2016-2017)



*Fuente: Elaboración Propia*



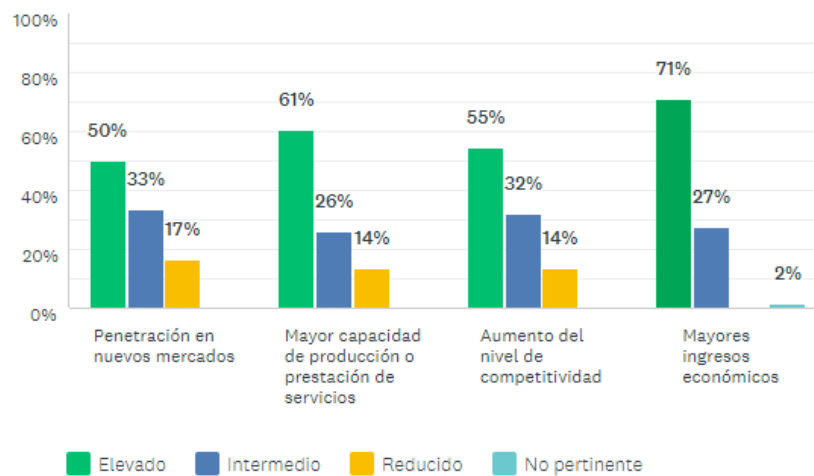
Gráfica 2 Procesos de Innovación Implementados



*Fuente: Elaboración Propia*

Un análisis más profundo permite dar cuenta que en la implementación de innovación intervienen factores externos, internos y otros diversos factores cada uno en diferente medida. Como se evidencia en la gráfica 3. Se observa la prevalencia de los factores internos en un 50 % (áreas de la empresa, empleados, cultura organizacional), 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. Dichos propósitos presentan en mayor o menor medida una relevancia en las diferentes empresas encuestadas. Se observa que para los cuatro objetivos prevalece una importancia elevada de la actividad innovadora con un porcentaje no inferior al 50%, seguido de importancia intermedia. De esta forma para las pequeñas y medianas empresas los objetivos mencionados permiten determinar la finalidad de implementar la innovación en sus procesos organizacionales. También se evidencia que el objetivo con mayor nivel de trascendencia es la búsqueda de mayores ingresos económicos en un 71%, siendo este un factor significativo en el logro de mayor competitividad y sostenimiento en el mercado, todo esto puede verse evidenciado en el grafico 3.

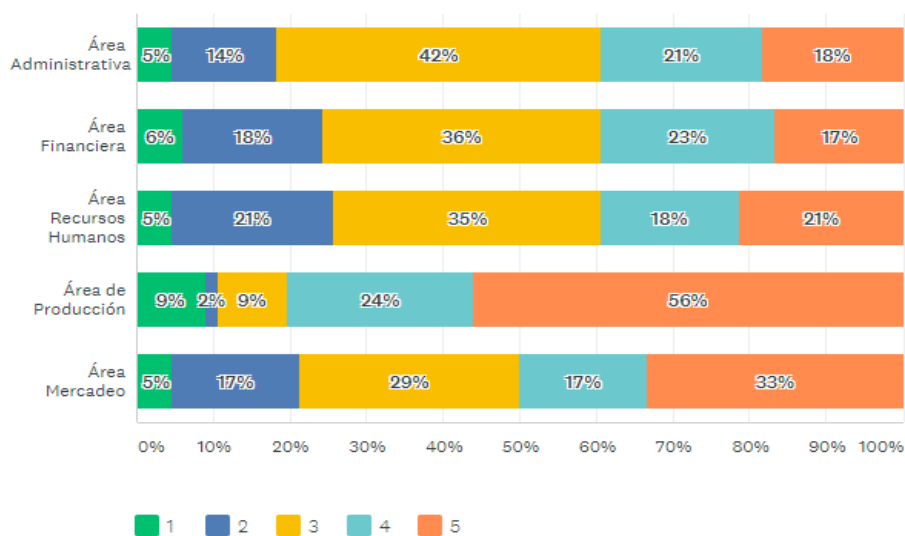
Gráfica 3 Grado de Importancia de los Objetivos Cuestionados



Fuente: Elaboración propia

Las organizaciones establecen la importancia que tiene la innovación en sus procesos organizacionales de acuerdo a las diferentes áreas de la empresa (ver gráfico 4). De las 5 áreas consideradas, al ser un sector manufacturero se concentran en la prevalencia del área de producción, pues es un factor esencial para la estabilidad y competitividad de la empresa en el mercado, aunque no se desestiman las demás áreas ya que todas hacen parte del conjunto de aspectos que intervienen en la implementación de mejoras.

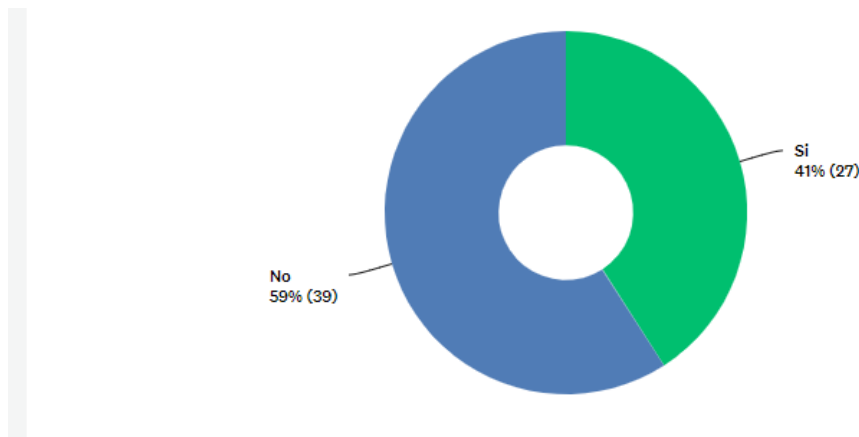
Gráfica 4 Importancia de innovación en las áreas de la empresa



Fuente: Elaboración propia

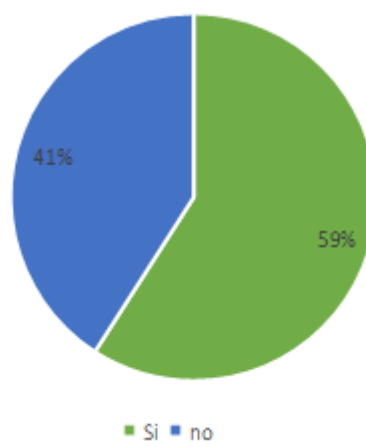
Otra forma de considerar la valoración de los cambios en la organización, es la inversión interna en dicha mejora de procesos. Es así como manejar un área dentro de la empresa que se encargue exclusivamente de promover las buenas prácticas de innovación se vuelve un tanto complejo para las pequeñas y 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 gráfico 5. 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 (ver gráfico 6).

Gráfica 5 Porcentaje de empresas con área de investigación



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 6 Porcentaje de empresas que ha requerido asesoría externa

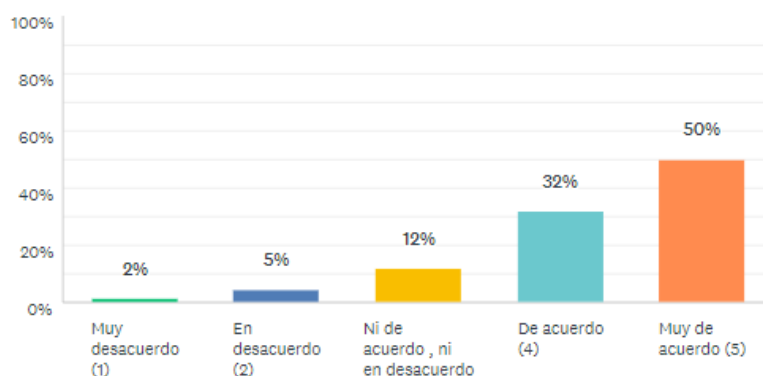


Fuente: Elaboración propia

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.

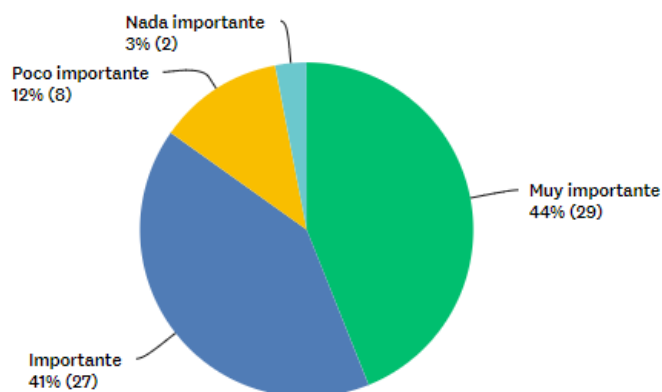
Al conocer la opinión de la población encuestada frente a lo planteado anteriormente se evidencia en primer lugar el alto grado de afirmación al determinar si las mejoras en los procesos organizacionales es un factor clave de la competitividad en el mercado, tal y como se demuestra en el grafico 7. Por 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).

Gráfica 7 Influencia de la innovación como factor clave de la competitividad para la empresa



*Fuente: Elaboración propia*

Gráfica 8 Importancia de la innovación para la competitividad de las empresas manufactureras en el mercado



*Fuente: Elaboración propia*

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.

Innovar en los procesos organizacionales con lleva a una serie de beneficios, que se verán reflejados a través del tiempo. Es de suma importancia tener claro que existen prioridades dentro de la empresa, es allí donde deben ser más altos los esfuerzos para implementar la innovación y esto supone un ordenamiento en los procesos. Aunque las pequeñas y medianas empresas muestran porcentajes considerables de innovación a través de múltiples aspectos, se hace necesario tener más control y una mayor constancia frente a las variables que intervienen en la ejecución de mejoras. Esto con el fin no solo de aprovechar en gran medida las ventajas que esta ofrece volviéndose así un factor que contribuya a aumentar la competitividad, sino también abarcar una mayor parte de todos los procesos organizacionales en las diferentes áreas de la empresa.

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; y 3) incremento en su rendimiento general. (Albarracín Gálvez & García Pérez, 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, Moreno Castiblanco, & Sánchez Díaz, 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.

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.

## 7. CONCLUSIONES

Para esta investigación 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 Bello en el año 2018. De esta forma se determina que tienen como principal objetivo implementar la innovación en los procesos organizacionales internos, debido a que los aspectos primordiales que se tienen en cuenta para implementar la innovación son los que se centran en el clima organizacional, los procesos productivos y en sí toda la parte estructural y funcional de la organización. Con base a esto su nivel de productividad aumenta, 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 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 & Molina Gutiérrez, 2012), 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.*

Por otra parte el grado de importancia que las actividades innovadoras representan para las empresas manufactureras del municipio de Bello 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.

De este modo las mejoras para las pequeñas y medianas empresas manufactureras es determinante, ya que esta permite crear soluciones eficientes para las dificultades constantes que presenta tanto el entorno interno como el externo. Por ello la innovación es un factor importante para su participación y permanencia en el mercado debido a que esta permite involucrar diversos aspectos organizacionales, que la vuelven más competitiva. Como lo asegura (Sanzo Pérez, García Rodríguez, & Trespacios Gutiérrez, 2009), en los hallazgos de su investigación:

*Como cabría esperar, tanto la innovación como la calidad influyen de forma positiva sobre los resultados empresariales en términos de ventas, beneficios y cuota de mercado con*

*respecto a su competencia, lo que implica la consolidación de su posición de ventaja competitiva.*

Es así como la innovación genera de forma directa una influencia en la competitividad de las empresas en el mercado, mediante la intervención de sus procesos organizacionales, tal y como se refleja en el análisis de los datos encontrados y en comparación de hallazgos provenientes de otras investigaciones.

Además es importante resaltar que aunque 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. El factor tiempo se ve involucrado de igual forma dentro de estas limitaciones, dejando algunas respuestas con la necesidad de ser indagadas más profundamente, y suponiendo el análisis de estas con los resultados arrojados mediante el desarrollo de la presente investigación. Esto permite contemplar en futuros estudios un análisis más profundo sobre los aspectos que intervienen en la decisión de no implementar innovación en las organizaciones, teniendo como base los presentes hallazgos e introduciendo otro tipo de variables que permitan aprovechar en mayor medida la innovación como factor competitivo en el mercado.

Cabe mencionar que los aspectos estudiados tienen un énfasis en los factores internos de los procesos organizacionales sobre la implementación de la innovación, estos sin dejar de ser importantes, pueden analizarse con mayor profundidad en el estudio de otro tipo de variables y de factores externos, pues de este modo se hallarían resultados que pueden ser comparados o complementados con los arrojados en esta investigación.



## REFERENCIAS

- Acevedo, C. M., Moreno Castiblanco, S., & Sánchez Díaz, H. (2013). Innovación empresarial: una mirada desde la competitividad, el desarrollo local y la transformación productiva para la internacionalización en Colombia \*. *Semestre Económico*, 149-167.
- Albarracín Gálvez, E. J., & García Pérez, D. (2012). Impacto de la innovación sobre el rendimiento de la MIPYME: un estudio empírico en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 11-27.
- Astudillo, S., & Briozzo, A. (2016). Innovación en las mipymes manufactureras de Ecuador y Argentina \*. *Semestre Económico*, 117-144.
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2015). *Las pymes: realidad económica que impulsa el crecimiento*. Medellín: Informativo Cámara.
- Cámara de Comercio de Medellín. (2016). *Caracterización Empresarial Aburrá Norte 2016*. Medellín.
- Camisón, C., & Forés, B. (2010). Knowledge absorptive capacity: New insights for its conceptualization and measurement. *Journal of Business Research*, 707-715.
- Colciencias - Gobernación de Antioquia. (2016). *PLAN Y ACUERDO ESTRATÉGICO DEPARTAMENTAL EN CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN*. Medellín.
- COLCIENCIAS. (Agosto de 2008). *Ministerio de Educación Nacional*. Obtenido de [https://www.cna.gov.co/1741/articles-311056\\_ColombiaConstruyeSiembraFuturo.pdf](https://www.cna.gov.co/1741/articles-311056_ColombiaConstruyeSiembraFuturo.pdf)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (Enero-Junio de 2016). *Notas de Población*. Obtenido de [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40259/1/S1600033\\_es.pdf](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40259/1/S1600033_es.pdf)
- D. Juan Mulet Meliá. (s.f). La innovación, concepto e importancia económica. *Sexto congreso de Economía de Navarra*, (pág. 25). España.
- González, H., & Hurtado, A. (2007-2008). La transferencia tecnológica, el capital humano y la cooperación: factores determinantes de los resultados innovadores en la industria manufacturera en Colombia. *Informador Técnico*, 32-45.
- González Campo, C. H., & Hurtado Ayala, A. (2014). Influencia de la capacidad de absorción sobre la innovación: un análisis empírico en las mipymes colombianas. *Estudios Gerenciales*, 277-286.
- Guerrero Bermúdez, J., & Molina Gutiérrez, Ó. (2012). Las prácticas de innovación en las pymes boyacenses\*/Innovation practices in SMEs in Boyacá. *Apuntes Del CENES*, 161-192.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGRAW-HILL.

- Kerlinger, F. N. (1979). *Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento*. México, D.F: McGraw.
- Lall, S. (1992). *Technological Capabilities and Industrialisation*. World Development.
- Lambardi, G., & Mora, J. J. (2014). Determinantes de la innovación en productos o procesos: El caso colombiano. *Revista De Economía Institucional*.
- Lope Mielgo , N., Montes Peon , J. M., & Vasquez Ordas, C. J. (s.f.). *Como gestionar la Innovacion en las pymes*. España: Netbiblo.
- López González, C., & Robledo Velásquez, J. (2014). Una aproximación a la gestión de capacidades de innovación en la pyme colombiana. *Gestión Y Sociedad*, 11-30.
- Lundvall, B. (1992). National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. *Pinter*.
- Mairesse, P. M. (2006). *Innovativity: A compariso Across Seven European Countries. Scientific Series*. Centre Interuniversitaire.
- Mora Riapira, E., Vera Colina, M., & Melgarejo Molina, Z. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las mipymes del sector comercio en bogotá \*/Strategic planning and competitiveness levels of SMEs in the business sector in Bogotá/Planeamiento estratégico e níveis de competitividade das PMEs do sect. *Estudios Gerenciales*, 79-87.
- Moreno Rojas, S., & García Carrillo, A. (2014). Sistema para la evaluación de capacidades de innovación en pymes de países en desarrollo: caso Panamá. *Revista Facultad de Ciencias Económicas : Investigación y Reflexión*, 109-122.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económico OCDE. (2005). *Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. 3a edición*. París: Oficina de Estadísticas de las Comunidades Europeas.
- Otero, G. A., Salim, L., & Carbajal, R. (2006). *Competitividad: Marco conceptual y analisis sectorial para la provincia de Buenos Aires*. La plata.
- Prado, M. (2008). Las empresas regionales:¿nuevo actor innovador? . *Revista de estudios regionales y mercados de trabajos*, 218-219.
- Sánchez-Sellero, P. S.-S.-S.-G. (3 de 9 de 2014). *Innovación y Productividad Manufacturera*. Obtenido de Journal of technology management & innovation: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242014000300010>
- Sanzo Pérez, M., García Rodríguez, N., & Trespacios Gutiérrez, J. A. (2009). Procesos de aprendizaje en las pyme industriales españolas: Efectos en la innovación, calidad de la oferta y resultados empresariales. *Innovar*, 35-54.
- Vargas Taborda, L. C., & Ovalle Castiblanco, A. M. (2015). Pymes manufactureras de la ciudad de Armenia y sus procesos de innovación. *Contexto: Revista De La Facultad De Ciencias Administrativas Y Contables*, 21-32.

Vargas Zambrano, S. M. (2012). La competitividad en los sectores manufacturero y de servicios. estudio de caso\*/competitiveness in manufacture and service industries. case study/a competitividade nos setores manufatureiro e de serviços. estudo de caso/la compétitivité dans les secteurs. *Criterio Libre*, 178-192.

Vásquez., A. L. (2007). Determinantes de la actividad innovadora. *Borradores de Economía*, 13.

## ANEXOS

### Anexo 1. FORMATO DE ENCUESTA

#### ENCUESTA:

#### INNOVACIÓN DE PROCESOS ORGANIZACIONALES EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS MANUFACTURERAS

##### Objetivo

Evaluar la innovación implementada en los procesos organizacionales de las pequeñas y medianas empresas manufacturadas del municipio de Bello.

##### Instrucciones

- ✓ 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
- ✓ **Unidad de información:** La información que se solicita en este cuestionario se refiere a la innovación en su empresa. De esta manera, de acuerdo con la OCDE (2005, p. 56) se entiende que la innovación es "la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar del trabajo o las relaciones exteriores".
- ✓ 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 (2016-2017) ha 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 realiza mejoras o implementa 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 Muy 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 la competitividad en 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. ¿Ha requerido asesoría externa 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 BASE DE DATOS EMPRESAS ENCUESTADAS

NÚME	NOMBRE DE LA EMPRESA	CORREO ELECTRONICO	TÉLEFONO	DIRECCIÓN
1	ARTEMUEBLES	<a href="mailto:artemueblesas@hotmail.com">artemueblesas@hotmail.com</a>		Calle 36 61-40 Ditaíres
2	AUDITORIA Y CONSULTORIA EMPRESARIAL		<a href="tel:3102534314">3102534314</a>	Carrera 67 No. 42-61
3	BELLAS COCINAS	<a href="mailto:bellascocinas@hotmail.com">bellascocinas@hotmail.com</a>		CARRERA 46 # 45 B-11
4	BETA SOLUCIONES EMPRESARIALES S A S	<a href="mailto:ventas@betasoluciones.net">ventas@betasoluciones.net</a>		Carrera 84 # 43 54 oficina 202
5	BONSUA		<a href="tel:44512255">4 4512255</a>	Cr50 33-120
6	BOSQUES FUTUROS FORESTALES S A		<a href="tel:413316680">413316680</a>	VIA CIRCULAR 2 66 B 100 AP 60
7	CARPINTERIA NICOL	FACEBOOK		
8	COCINAS DEL NORTE			<a href="tel:4524420">4524420</a>
9	COCINAS JUANBAU	<a href="mailto:cocinasjuanbau@hotmail.com">cocinasjuanbau@hotmail.com</a>		CRA 50 # 35-62 AUTOPISTA NORTE
10	COCINAS MEDELLIN	<a href="mailto:cocinasmedellin@gmail.com">cocinasmedellin@gmail.com</a>		CARRERA 69 # 72-50
11	COCINAS Y DISEÑOS JC	<a href="mailto:ventas@cocinasydiseños.com.co">ventas@cocinasydiseños.com.co</a>		CALLE 45 # 47 A-37
12	CONEXION EMPRESAS S A S	<a href="mailto:info@conexionempresas.co">info@conexionempresas.co</a>		DIAGONAL 51 # 42-120
13	CONSTRUCCIONES CIVILES Y CARPINTERIA DIVAL S A S		<a href="tel:414812524">414812524</a>	Calle 18 65GG 49
14	CONSTRUCTORA LA SUSANA S A		<a href="tel:412685640">412685640</a>	AVENIDA 42 66 B 08
15	COSMETICOS Y SERVICIOS S A		<a href="tel:414480545">414480545</a>	CARRERA 43 7 A 50 OF 1305
16	Creajeans S A S		<a href="tel:414514472">414514472</a>	CALLE 73 A 44 82
17	DEKOR	<a href="mailto:DEKORCOLOMBIA@HOTMAIL.COM">DEKORCOLOMBIA@HOTMAIL.COM</a>		CARRERA 50 # 33-38
18	DEKOR INSIDE	<a href="mailto:dekorinside2@gmail.com">dekorinside2@gmail.com</a>		CALLE 54 # 50-37
19	DISEÑO INTGRAL	<a href="mailto:disenointegral@gmail.com">disenointegral@gmail.com</a>		
20	DISTECSA S A S	<a href="mailto:mercadeo@distecsa.com">mercadeo@distecsa.com</a>		calle 58 # 64-135
21	DITECNO SOPORTES	<a href="mailto:ditecnosas@hotmail.com">ditecnosas@hotmail.com</a>		CALE 55 # 46-46
22	El Triunfo Joyeria Sas			CC MAYORCA LOCAL 7028
23	EMPRESA DE PROYECTOS AMBIENTALES Y CIVILES S A S	FACEBOOK		<a href="tel:3226516322">3226516322</a>
24	FOCO EMPRESARIAL S A S	<a href="mailto:comercial@focoempresarial.com.co">comercial@focoempresarial.com.co</a>		CARRERA 48 49 AA 07
25	FORJAS BOLIVAR	<a href="mailto:ventas@forjasbolivar.com">ventas@forjasbolivar.com</a>		CALLE 52 43 52 AP 1602
26	GALERIA BONSAI		<a href="tel:44563979">4 4563979</a>	carrera 43A N.1A Sur 29
27	GIRO EMPRESARIAL S A S		<a href="tel:413660628">413660628</a>	Cl. 73 #51c-31
28	GRUPO EMPRESARIAL CEMCOL LTDA	<a href="mailto:servicioalcliente@cemcolcolombia.co">servicioalcliente@cemcolcolombia.co</a>		Cr49 45 A-55
29	H&M Carpintería		<a href="tel:413625656">413625656</a>	CALLE 52 49 28 OF 801
30	HURTADO CARPINTERIA	<a href="mailto:info@hurtadocarpinteria.com">info@hurtadocarpinteria.com</a>		CARRERA 80 44 B 149
31	INDUSTRIAS NT	VISITA LOCAL		CARRERA 43 A 12 A SUR 190
32	J7 SAS	VISITA LOCAL		Diagonal 42 #36 c 57
33	JARAMILLO Y COMPANIA TALENTO EMPRESARIAL	FACEBOOK		
34	Joyeria Fernan Angel S A		<a href="tel:413116173">413116173</a>	CALLE 7 SUR 23 91 APT 2004,
35	JOYERIA KRONOS S A S		<a href="tel:415119730">415119730</a>	CARRERA 63 44 351 UNID RES
36	JOYERIA LONDRES S A S	<a href="mailto:contacto@joyerialondres.co">contacto@joyerialondres.co</a>		CARRERA 43 A 6 SUR 15 156
37	JOYERIA MAJO E U EN LIQUIDACION		<a href="tel:415868086">415868086</a>	CALLE 49 # 49-13
38	JOYERIA Y RELOJERIA COSMOS S A S		<a href="tel:3211060">321 10 60</a>	CARRERA 35 8 A 66 OF 205
39	KRONOS GRUPO EMPRESARIAL S A		<a href="tel:412316929">412316929</a>	Transv. Superior Cra. 25A# 1A Sur-45
40	Lamitextil S A S		<a href="tel:414444540">414444540</a>	CARRERA 49 3 50-26
41	MADEMUEBLES	<a href="mailto:comercial@mademueblesdecolombia.com">comercial@mademueblesdecolombia.com</a>		CARRERA 45 # 51- 24
42	MADEXCEL	<a href="mailto:madexcel@une.net.co">madexcel@une.net.co</a>		
43	Manufacturas De Pino S A S		<a href="tel:414480431">414480431</a>	CALLE 48 # 57-08
44	markethink SAS	<a href="mailto:markethinksas@gmail.com">markethinksas@gmail.com</a>		CALLE 22 D # 42- 20
45	METRO MUEBLES	FACEBOOK		Cra 78 # 45ff- 12 OF 801
46	MODULARES SALAZAR	VISITA LOCAL		
47	MOLDURAS Y RETALES		<a href="tel:2758316">275 83 16</a>	CALLE 57 # 50-71
48	MUEBLERIA UNIDA	<a href="mailto:info@muebleriaunida.com">info@muebleriaunida.com</a>	<a href="tel:414442844">41 4442844</a>	Carrera 49 No. 45 A 31
49	MUEBLES JUVENTUD	<a href="mailto:fabrica@mueblesjuventud.com">fabrica@mueblesjuventud.com</a>		Cr 64 AA# 113a 11 au. Norte
50	NACIONAL DEL CARBON S A		<a href="tel:412621931">412621931</a>	CARRERA 34 7 84
51	PALACIO DE MADERA	<a href="mailto:palaciorojo137@hotmail.com">palaciorojo137@hotmail.com</a>		CALLE 58 # 64-137 INTERIOR201
52	PINTURAS BELLANITA	VISITA LOCAL	<a href="tel:2758369">275 83 69</a>	CALLE 54 # 50-69
53	PREBEL	<a href="mailto:servicio_cliente@prebel.com.co">servicio_cliente@prebel.com.co</a>		Calle 10 N° 58-59
54	PUERTAS Y MARCOS	VISITA LOCAL		
55	RC AIRES	<a href="mailto:info@rcaires.com">info@rcaires.com</a>		CALLE 32 # 56-88
56	RODIZIO MEDELLÍN CORACAO DO BRASIL	VISITA LOCAL		
57	SALUD Y ESTETICA ORAL EMPRESARIAL S A S	<a href="mailto:saludesteticaoral@gmail.com">saludesteticaoral@gmail.com</a>		c11 19a # 44-25
58	SEGURTRONIC LTDA	FACEBOOK		Calle 47 D Número 79-39
59	SOLUCION ARQUITECTONICA EMPRESARIAL S A S		<a href="tel:414488618">41 448 8618</a>	CALLE 29 41 105
60	TDM CARPINTERIA S A S		<a href="tel:416050066">41 605 00 66</a>	
61	TEXTILES GOCO S A S	VISITA LOCAL		
62	TEXTILES MANUTEX S A S		<a href="tel:412514957">412514957</a>	CARRERA 60 A 49 33 PISO 2
63	Textiles Pontela		<a href="tel:415120125">41 5120125</a>	Cra. 49 Junín #53-76
64	TEXTILES TEXGOM LTDA		<a href="tel:412385580">412385580</a>	CARRERA 78 A # 32- 40
65	Textiles y Negocios S.A		<a href="tel:412320609">41 2320609</a>	CI. 30 #46-30
66	YETEX	<a href="mailto:BORDADOSYETEX@HOTMAIL.COM">BORDADOSYETEX@HOTMAIL.COM</a>		CRA 51 # 50-24