



Descripción de las capacidades para la innovación de una muestra de MiPymes de Acopi

Valle Del Cauca

Enrique Saavedra Aguilar

20311923451

Karol Dayana Ordoñez Delgado

20311923497

Universidad Antonio Nariño

Programa Administración De Empresas

Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas

Cali Valle, Colombia

2023

Descripción de las capacidades para la innovación de una muestra de MiPymes de Acopi

Valle Del Cauca

Enrique Saavedra Aguilar

Karol Dayana Ordoñez Delgado

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Administrador De Empresas

Director (a):

Mg. María Alicia Martínez Herrera

Línea de Investigación:

Gestión de la innovación

Grupo de Investigación:

Team UAN Cali

Universidad Antonio Nariño

Programa Administración De Empresas

Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas

Cali Valle, Colombia

2023

NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado Descripción de las capacidades para
la innovación de una muestra de MiPymes de Acopi Valle
Del Cauca,
cumple con los requisitos para optar
al título de Administrador de Empresas.

Firma del Tutor

Firma Jurado

Firma Jurado

Santiago de Cali, 26 mayo 2023.

Tabla de contenido

Resumen	11
Abstract	12
Introducción	13
1. Antecedentes	15
2. Objetivos	19
2.1 Objetivo General	19
2.2 Objetivos Específicos	19
3. Justificación	20
4. Marco Teórico	24
4.1 Innovación	24
4.2 Tipos De Innovación	24
4.3 Capacidades de innovación	26
5. Metodología	28
5.1 Enfoque y Tipo De Estudio	28
5.2 Fuentes de recolección de la información	28
5.2.1 Fuentes primarias	28
5.2.2 Fuentes secundarias	29
5.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	30

5.4	Tipo de muestreo.....	30
6.	Análisis de resultados	32
6.1	Identificar las características de las MiPymes de Acopi Valle del Cauca cuyas capacidades de innovación serán revisadas.....	32
6.1.1	MiPymes	32
6.1.2	Las MiPymes en el Valle del Cauca	33
6.1.3	Acopi Valle del Cauca	35
6.2	Presentar el instrumento de levantamiento de información de la muestra seleccionada ...	36
6.3	Resultados de las capacidades para la innovación de la muestra de MiPymes de Acopi ...	38
6.3.1	Municipios en donde se ubican las organizaciones de la muestra	39
6.3.2	Tamaño según colaboradores de las organizaciones.....	40
6.3.3	Clasificación según activos totales	40
6.3.4	Capacidades.....	41
6.4	Análisis General	50
	Conclusiones	54
	Anexos	57
	Referencias.....	59

Lista Figuras

Figura 1 Hipótesis Y Variables.....	37
Figura 2 Modelo Esquemático Del Instrumento.....	38
Figura 3 Gráfico en donde se ubican los municipios de las organizaciones de la muestra	39
Figura 4 Gráfico según el tamaño de colaboradores de las organizaciones	40
Figura 5 Gráfico según clasificación de activos totales.....	41
Figura 6 Gráfica de resultados de gestión del conocimiento	42
Figura 7 Gráfica de resultados de gestión de la estratégica de la innovación.....	44
Figura 8 Gráfica de resultados del potencial de innovación	45
Figura 9 Gráfica de resultados de capital humano.....	46
Figura 10 Gráfica de resultados de apropiación tecnológica	48
Figura 11 Gráfica de resultados de relacionamiento.....	49
Figura 12 Gráfica de examen general de las capacidades de innovación	53

Lista De Tablas

Tabla 1 Tipos de innovación.....	25
Tabla 2 Capacidades de innovación.....	26
Tabla 3 Preguntas gestión del conocimiento	41
Tabla 4 Preguntas gestión de la estrategia de la innovación.....	43
Tabla 5 Preguntas potencial de innovación	44
Tabla 6 Preguntas de capital humano	45
Tabla 7 Preguntas apropiación tecnológica	47
Tabla 8 Preguntas relacionamiento	48

Lista De Anexos

Anexo 1 Cuestionario	57
----------------------------	----

(Dedicatoria)

Dedicamos este trabajo primariamente a Dios, quien nos dio la fuerza y fortaleza para llegar al final de nuestra carrera profesional, que no permitió que nos derrumbáramos en cada obstáculo que se nos presentaron a lo largo de nuestra carrera.

Dedicamos también nuestro trabajo a nuestros padres por todo el apoyo que nos brindaron en todo momento, que nos brindaron todo su amor, apoyo, valores, lo cual nos ayudó a seguir adelante cuando sentíamos no poder más.

A nuestros hermanos que de una u otra manera siempre estuvieron brindándonos su apoyo, muchas veces poniéndose en nuestro lugar y dándonos un empuje para seguir adelante con sus ayudas y consejos.

A nuestra familia en general, porque estuvieron brindándonos su apoyo incondicional, muchas veces a pesar de la distancia, por compartir momentos buenos como no muy buenos.

Y también a nuestros compañeros que estuvieron en todo momento brindándonos su apoyo y dándonos un empuje en cada desistir que llegamos a tener, gracias por cada una de las experiencias.

Agradecimientos

Agradecemos en primer lugar a Dios por guiarnos con su infinito amor y darnos la fortaleza y sabiduría para sacar este proyecto adelante.

Así queremos mostrar la gran gratitud hacia nuestros padres por estar presente en el camino hacia el logro de nuestras metas día a día y en cada paso que dimos en busca del lograr nuestro objetivo profesional.

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a nuestra tutora de proyecto María Alicia Martínez Herrera por el aporte de sus conocimientos y guía constante los cuales fueron un factor de vital importancia para cada avance en el desarrollo del trabajo.

A nuestros compañeros por la amistad que se fue construyendo con el pasar del tiempo, de ante mano les damos las gracias por toda la colaboración que nos brindaron en todo este tiempo por la buena convivencia y por hacernos sentir como en familia, por compartir con nosotros las alegrías, tristezas, frustraciones, celebraciones y por darnos su confianza, por habernos permitido vivir juntos esta experiencia que nos enriqueció el conocimiento de cada uno de nosotros.

Gracias también a la Universidad Antonio Nariño y a todo el personal que la conforma, profesores, personal de vigilancia, personal administrativo, personal de biblioteca, enfermeras a ustedes también que fueron parte de este proceso y de este logro.

A todos muchas gracias.

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo principal describir las capacidades de innovación de una muestra de 31 MiPymes de la Asociación Colombiana de las micros, pequeñas y medianas empresas de (Acopi) Valle del Cauca. Para este propósito se realizó un estudio con alcance descriptivo. Se aplicó un instrumento previamente diseñado y validado en la investigación marco de este trabajo, compuesto por un cuestionario de 58 preguntas que tuvo en cuenta seis capacidades de innovación como lo son: gestión del conocimiento, gestión estratégica de la innovación, potencial, capital humano, apropiación tecnológicas y relacionamiento.

Los resultados revelan que más de la mitad de las MiPymes encuestadas tienen al menos una estrategia de innovación, donde han ampliado su oferta de productos y servicios, y han podido ingresar a nuevos mercados aumentando sus ingresos por ventas y mejorar su productividad.

Se evidencia además que las empresas abordadas tienen un claro interés por la innovación y han logrado incursionar en el uso de tecnología que ayude al fortalecimiento y creación de nuevos productos, así como también cuentan con personal capacitado para ofrecer nuevos servicios como método de integración de la innovación en sus procesos productivos y administrativos.

Palabras claves: Capacidades de innovación, MiPymes, competitividad e innovación.

Abstract

The main objective of this paper is to describe the innovation capacities of a sample of 31 MSMEs of the Colombian Association of Micro, Small and Medium Enterprises of (Acopi) Valle del Cauca. For this purpose, a study with descriptive scope was conducted. An instrument previously designed and validated was applied in the framework research of this work, composed of a questionnaire of 58 questions that took into account six innovation capacities such as: knowledge management, strategic management of innovation, potential, human capital, technological appropriation and relationship.

The results reveal that more than half of the MSMEs surveyed have at least one innovation strategy, where they have expanded their offer of products and services, and have been able to enter new markets by increasing their sales revenue and improving their productivity.

It is also evident that the companies addressed have a clear interest in innovation and have managed to venture into the use of technology that helps strengthen and create new products, as well as have trained personnel to offer new services as a method of integrating innovation into their production and administrative processes.

Keywords: Innovation capacities, MSMEs, competitiveness and innovation.

Introducción

La capacidad de innovación es uno de los mayores desafíos que enfrentan las MiPymes en la actualidad.

Ahora, se entiende por innovación el uso de nuevas tecnologías, nuevos métodos y formas de hacer las cosas, según Porter 1993 la innovación se puede ver desde otros aspectos como lo son nuevas formas de vender, nuevos diseños de producto, de organizar, nuevos procesos de producción etc; así la innovación se podría incluir en cualquier actividad de la cadena de valor logrando conseguir ventajas competitivas sostenibles, (Redalyc.org/corg/journal).

En este trabajo investigativo se tiene como propósito describir las capacidades que tienen las MiPymes para efectuar estrategias innovadoras en los sistemas de información, tecnológicos, de competitividad y desarrollo.

Se destaca el crecimiento en la creación de nuevas pequeñas y micro empresas en Colombia, el valor que tiene la innovación en las MiPymes para poder crecer y desarrollarse a futuro en los diferentes mercados, su caracterización en el desarrollo de ideas innovadoras, las ventajas competitivas con las que cuentan, así como también se relacionan diferentes tipos de innovación existentes y los pilares en los que se hizo énfasis en este trabajo de investigación como factor clave y fundamental para aportar al fortalecimiento de los conocimientos en innovación.

Se revisaron las capacidades para la innovación de 31 MiPymes de Acopi Valle del Cauca mediante una encuesta desarrollada como instrumento de recolección de información en el proyecto denominado “Evaluación de las capacidades de innovación para las pymes de las áreas

de la estrategia de especialización inteligente de Bogotá y Sabana Centro”, el cual fue realizado y validado en el curso de la mencionada investigación, (Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022). Evaluación de las capacidades para la innovación de las pymes de las áreas de la Estrategia de Especialización Inteligente de Bogotá y Sabana Centro. (Informe de proyecto de investigación inédito). Universidad Antonio Nariño).

1. Antecedentes

En Colombia según el DANE las Pymes sobrepasan el 80% del sector productivo nacional, generan más del 30% del PIB y más del 70% del empleo, conformadas por un 4,9% de pequeñas y medianas empresas, 94,7% de microempresas, estas cifras muestran que las pymes y microempresas son de gran importancia para el desarrollo económico del país, ya que, son grandes generadoras de empleo, contribuyen a la producción y distribución de bienes y servicios, y son flexibles a los cambios tecnológicos, (Mintrabajo).

Según cifras del Registro Único Empresarial y Social (RUES), entre enero y septiembre del año 2022 fueron creadas en Colombia 256.675 empresas, donde la mayoría fueron microempresas con un porcentaje del (99,7%), el restante fueron pequeñas empresas, se destacaron diferentes sectores como el de la agricultura, servicios e industria, lo cual permitió abrir nuevas vacantes para colaboradores en Colombia.

Del total de empresas registradas, el 75,3% corresponde a personas naturales y el 24,7% corresponde a sociedades. Además, según el RUES, las tres industrias que generaron más empleos fueron: servicios de alojamiento y alimentación (15,9%) y manufactura (11,5%). Comercio al por mayor y al por menor y reparación de automóviles (33,8%).

En concordancia con lo anterior, las pymes tienen el gran reto de ser competitivas, para ello, es de vital importancia que transformen su aprendizaje organizacional, creando nuevos productos, ingresando a nuevos mercados, incluyendo nuevos modelos de negocio, promoviendo el avance continuo y la misión del cambio, dando paso a la investigación y desarrollo 'I+D' donde se incluyen sus procesos internos y externos, es decir, deben ser innovadoras. En este

sentido, Hamel asegura (2008, p. 7) que la innovación, no se conoce ya de una opción, sino de un requerimiento para la organización, si desea crecer y conservarse en el mercado.

La innovación, se puede definir como los diferentes cambios justificados en el conocimiento que genera valor y supone una novedad. Es decir, el cambio innovador se logra a través de la ejecución de nuevas tecnologías y conocimientos que pueden desarrollarse internamente, en colaboraciones externas o adquirirse a través de servicios de consultoría o compras de tecnología.

La innovación engloba todas las operaciones técnicas, organizativas, científicas, financieras y empresariales. Se consideran operaciones, que ya, han sido exitosas, así como operaciones que están en curso o en proyectos que han sido descontinuados por falta de factibilidad. (Manual de Oslo 2018).

Es decir, la innovación se refiere al desarrollo integral de poner en práctica las ideas para producir ventajas que las diferencien entre sí. Como explican Escorsa y Valls (2003, p. 21): "Las ideas y los conceptos no son innovaciones. Tampoco es importante el origen de la idea, lo importante es la implementación exitosa de la idea a satisfacción del cliente".

Dado que en la actualidad ninguna empresa puede quedarse en su zona de confort, por el contrario, deben estar a la evolución de los cambios del entorno, innovando de forma eficaz y oportuna, teniendo también como base que la innovación es la aceptación de una idea o de un comportamiento diferente en la empresa (Damanpour y Gopalakrishnan, 2001).

Es decir mejorando sus capacidades para innovar a través de gestión del conocimiento, gestión estratégica de la innovación, potencial, capital humano, apropiación tecnológicas y relacionamiento, donde no solo para el desarrollo de nuevos productos, pues no se puede pasar

por alto el hecho de que las MiPymes también pueden perseguir la innovación de procesos o, simultáneamente, de productos y procesos, donde las diferentes tipologías de innovación tecnológica (producto vs proceso) están relacionadas con distintas estrategias de búsqueda. (Von tunzelmann y Acha,2005)

Las pymes además pueden acertar en la innovación el camino para poder desarrollarse y proyectarse a futuro en proveedores cada vez más competitivos y agresivos, porque a pesar de la inversión que pueden hacer las pymes en I+D puede resultar bastantes costosas y arriesgadas, en otros casos la parte colaborativa entre pymes surge como una buena estrategia para el crecimiento de estas, esto dado a que su iniciativa colaborativa se basa en una estrategia comercial conocida como la gana – gana que las beneficia de forma directa. (Oslo 2018)

Las pymes incluso se caracterizan por la participación en el desarrollo de las ideas innovadoras que se adquieren a través de la experiencia en el mercado, teniendo en cuenta la necesidad de este y su satisfacción, donde se incluye también la innovación en los procesos de exportación de los productos o servicios.

La mencionada estrategia colaborativa es notoria en la conformación de la Asociación Colombiana de las micro, pequeñas y medianas empresas – Acopi Valle del Cauca gremio de las MiPymes Colombianas que promueve el avance económico y social del país; ya que, esta organización representa los intereses del sector y propende por su desarrollo integral, su interés es promover que las MiPymes crezcan de manera sostenible se formalicen, formen nuevos mercados en el ámbito nacional e internacional entre otros aspectos que les permita recuperar y mantener el empleo y por consiguiente perfeccionar la calidad de vida de los colaboradores y sus familias.

Donde la capacidad de innovación que tienen las MiPymes representa una ventaja competitiva en la que se implementan recursos y se ponen en práctica las habilidades para ser capitalizadas, aunque según Rafael Ignacio Pérez Uribe y María del Pilar Ramírez, directores del grupo de investigación G3 Pymes, participaron de su investigación de 10 años a más de 260 MiPymes en 11 ciudades del país, identificaron que son bajos los recursos y presupuestos que se destinan a la innovación en las MiPymes por parte de los gerentes de las Pymes al no transformarse en nuevas tecnologías que admitan la mejora continua en sus procesos, pero también por parte del gobierno nacional debido a la tramitología al lapso de pedir apoyo del gobierno para la implementación de nuevos proyectos.

La gran oportunidad que se presenta para las MiPymes en cuanto a innovación es realmente muy importante, los cambios para mejorar, tener un mejor servicio o producto son bases fundamentales a la hora de seguir aportando tanto al mercado, como al desarrollo empresarial y económico del país, donde todas las empresas deben ofrecer un valor agregado, ya sea, en sus procesos, productos o servicios para darse a conocer frente a su competencia.

Llegando a la formulación del problema ¿Qué características tienen las capacidades de innovación de esta muestra en las MiPymes de Acopi del Valle del Cauca?

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Describir las capacidades de innovación de una muestra de MiPymes de Acopi del Valle del Cauca.

2.2 Objetivos Específicos

- Identificar las características de las MiPymes de Acopi Valle del Cauca cuyas capacidades de innovación serán revisadas.
- Presentar las categorías de descripción de las capacidades de innovación.
- Mostrar el potencial de innovación de las MiPymes de Acopi Valle del Cauca.

3. Justificación

Cabe resaltar que las MiPymes son reverenciadas un motor de crecimiento financiero y creadoras de empleo en el país, donde el rol de estas empresas toma cada vez más importancia, a nivel regional, se puede establecer que las MiPymes constituyen un elemento fundamental para construir la red empresarial, su participación comparada con el número total de compañías establecidas y la creación de empleos son puntos concluyentes que hacen evidente su importancia en el perfeccionamiento económico y la competitividad empresarial (Sánchez & Gómez, 2017).

Pueden existir ausencias de las pequeñas y medianas empresas del país, ya que, entre estas se puede señalar la calidad de la gestión, la presentación de los procesos, el uso insuficiente de técnicas y se puede destacar la eficiencia de los sistemas administrativos, tecnológicos, de competitividad y desarrollo, los cuales se han convertido en elementos importantes para que las compañías sean exitosas y se genere un aprendizaje constante al momento de realizar alguna investigación o gestión que la organización desee. (Malerba.2005)

El sistema de información, tecnología y competencia ha logrado reducir las barreras para que las empresas ingresen a nuevas regiones del mundo, ingresen a nuevos mercados y desarrollen nuevas formas de innovación. En la nueva era, la competencia, el progreso tecnológico y la mayor demanda de los consumidores están cambiando el nuevo modelo de competencia y desarrollo. En consecuencia, las organizaciones que no tengan suficiente

capacidad de cambio, independientemente de su tamaño, posición en el mercado y región geográfica, verán degenerar su talento, Kline y Rosenberg (1986).

El espíritu empresarial se ha convertido en una piedra angular del desarrollo económico, ya que, es factor clave en el crecimiento de la productividad y de competitividad de las organizaciones, donde refleja los altos niveles del crecimiento de estas, generando así altos estándares de vida, generación de empleo, con el fin de lograr cumplir a cabalidad los objetivos propuestos por las organizaciones; pero también es de gran importancia el enfoque que estas tengan como líderes, ya que, es de gran valor para el logro del respectivo desarrollo y comercialización de los nuevos métodos que a lo largo del tiempo tienen actualizaciones que generan un gran impacto, por ello el salir de la zona de confort es una base de sostenibilidad para alcanzar las respectivas ventajas de competencia a largo plazo y así tener un enfoque en el desarrollo de la innovación, lo que se ha venido convirtiendo en un estándar de bienestar para todas las organizaciones.

Con base en la situación anterior, se dispone que la investigación tiene como prioridad examinar las capacidades que tienen desde la realidad como efectuar estrategias de las pequeñas y medianas empresas (MiPymes) en sus sistemas de información, tecnológicos, de competitividad y desarrollo que tendrá la organización a lo largo de cada nuevo impacto que este traiga consigo.

La línea de investigación en que es implementada es en la gestión de innovación “*Se introduce en la práctica interna de la compañía, el proceso de introducción de relaciones laborales o diplomáticas, productos nuevos o significativos mejorados (bien o servicio) de nuevos métodos de mercadeo o nuevos métodos de organización (bien o servicio), (OCDE, 2005) Manuel Oslo*”.

Las MiPymes juegan un rol muy importante en la economía del país por su aporte en la variedad de bienes y servicios, la creación de empleos, la asistencia en mercados que no son de interés de las grandes empresas y su participación en más del 80% de la economía; llaman la atención a la hora de querer saber cómo están conformadas, cuál es su actividad económica, que mercado atienden, y que estrategias utilizan para mantenerse en este, mejorar sus procesos y crecer con el paso del tiempo.

Esta investigación fue de gran importancia porque permitió identificar las características de una muestra de MiPymes pertenecientes a la asociación de micro, pequeñas y medianas empresas donde se tuvieron en cuenta diferentes tipos de investigaciones que hacen referencia a la innovación, con el fin de describir la capacidad de innovar que tienen actualmente las MiPymes y de esta forma visualizar como están encaminadas en cuanto a la innovación.

La investigación también permitió conocer mediante sus datos seis variables relevantes como por ejemplo: si estas MiPymes cuentan con personal que se encarga de los temas de innovación, si se hace uso de las herramientas y los recursos para desarrollar productos innovadores, si se implementan nuevas estrategias de innovación, si hay recursos destinados para la innovación, si se han aumentado las ventas producto de implementar estrategias innovadoras, si se cuenta con la tecnología necesaria para poder innovar y si el personal está calificado o capacitado para fines de innovación.

De estas maneras se obtuvieron resultados importantes los cuales se dieron a conocer a la asociación de micro, pequeñas y medianas empresas de Acopi Valle Del Cauca, con el fin de

aportar información de interés con la que se puedan fortalecer los temas de innovación tanto en sus procesos como en sus productos y/o servicios.

4. Marco Teórico

4.1 Innovación

El argumento de la innovación juega un papel trascendente en el desarrollo organizacional en estos tiempos (du Plessis, 2007; Ringberg et al., 2019), como lo demuestra el creciente interés por la investigación científica comunitaria y la cantidad de investigaciones sobre esta variable (De Ávila et al. al., 2015). Esto ha llevado a la investigación tanto teórica como empírica. En primer lugar, a partir de la evidencia empírica, se relaciona con aspectos inherentes al problema empresarial (Khosravi et al., 2019), y son relevantes factores no materiales como el conocimiento (Nguyen, 2018; Ringberg et al., 2019). Cabe señalar que esto ha sido analizado por diferentes enfoques teóricos.

Entre una serie de propuestas que intentan explicar la innovación se encuentra la teoría de los recursos y la capacidad, que, al enfatizar la importancia de los activos intangibles, la innovación y el conocimiento como recursos estratégicos, puede ser una fuente importante de ventaja competitiva sostenible (Barney et al., 2011). De esta forma, es posible demostrar un fuerte vínculo entre la innovación y la gestión del conocimiento (Khosravi et al., 2019; Scaringella, 2016).

4.2 Tipos De Innovación

Las empresas pueden realizar muchos cambios en sus metodologías de trabajo, factores de elaboración y tipos de bienes para mejorar su productividad y/o resultados comerciales. Esta guía identifica (Oslo 2018) cuatro tipos de innovación que cubren diferentes cambios en las

operaciones comerciales: innovación de productos, innovación de proceso, innovación de mercadotecnia e innovación organizacional.

Tabla 1 Tipos de innovación

Tipos De Innovación	
Innovación de productos	Corresponde a la introducción de bienes o servicios mejorados nuevos o significativos en sus características o usos destinados. Contiene mejoras reveladoras en determinaciones técnicas, componentes y materiales, integración de la informática, fácil uso u otros distintivos funcionales. En el campo de la educación, la innovación de productos puede ser nuevos cursos o cursos de mejora obvios, nuevo software de educación, etc.
Innovación de proceso	Es un proceso de producción o distribución mejorado nuevo o significativo. Esto significa cambios importantes en tecnología, materiales y/o programas de computadora. En la educación, puede ser un método de enseñanza de mejora nuevo o significativo.
Innovación de mercadotecnia	Es el estudio de un nuevo método de planificación, que involucra el diseño significativo o el cambio de empaque del producto, su posicionamiento, promoción o costo. En educación, esta puede ser una nueva estrategia de admisión escolar.
Innovación organizacional	Es un nuevo método organizacional en las relaciones diplomáticas organizativas. En educación, por ejemplo, este puede ser un nuevo método para organizar el trabajo o la gestión organizacional de los competentes.

Fuente: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

4.3 Capacidades de innovación

En la literatura científica global, se ha realizado una gran cantidad de publicaciones e investigaciones de muchos campos y puntos de vista, lo que muestra un gran interés en tratar de comprender la innovación-CI, cómo medir, determinar, comprobar el tipo y el nivel de certeza, y estos cómo afectarán la competitividad.

Uno de los estudios más importantes puede ser una investigación propuesta por Hogan et al. (2011), en el contexto de la empresa de servicios intensivos de conocimiento, se pronuncia la reconceptualización de la estructura de capacidades de innovación “CI”. Hicieron crecer en que, a través de esta investigación, respondieron al llamado a sus innovadoras empresas de servicios, porque los conceptos desarrollados para la producción y las industrias de alta tecnología no pueden ser los mismos. Como resultado, determinaron las seis dimensiones de la innovación-CI.

Tabla 2 Capacidades de innovación

<p>Gestión del conocimiento</p>	<p>Según Nonaka et al. (1999) es un sistema de búsqueda, codificación, sistematicidad y difusión para la experiencia personal y colectiva de las organizaciones humanas para transformarlo en conocimiento íntegro. Puede ser usado para lograr todas las actividades de la misma acción, para un entorno dinámico, así mismo para medir el estándar de ventajas sostenibles y competitivas.</p>
<p>Gestión estratégica de la innovación</p>	<p>Según (Dr. José Luis Solleiro Rebolledo), es "un conjunto de tecnologías que permiten la identidad del potencial y problemas tecnológicos de las organizaciones, con ello explica e implementan su plan de innovación en detalle, y así continuar mejorando hacia su competitividad", su objetivo es hacer contribuciones académicas para la gestión estratégica innovadora en diferentes entornos institucionales (como métodos, modelos y casos), y relacionados con la gestión estratégica innovadora.</p>

Potencial	<p>Para Arraiz (2002: 135-136) «[...] potencial es la capacidad de adaptar y cumplir con su alto sentido de responsabilidad en un momento dado. Una persona con alto potencial es una persona promovida».</p> <p>El potencial debe anticipar como la capacidad de implementar correctamente la posición que los individuos ocuparán en el futuro.</p>
Capital humano	<p>Becker (1964), define el capital humano como un grupo de capacidad de producción obtenida por las personas como un conocimiento general o específico, y los ingresos actuales de los ingresos personales sin aceptar los gastos educativos con personas que no son activas en el sector económico; sin embargo, en el futuro, su capacitación, su entrenamiento lo hará que pueda adquirir remuneraciones más altas.</p>
Apropiación tecnológica	<p>Según Herodotou, Winters y Kambouri (citado en Del Valle, Celaya y Ramírez, 2016), las apropiaciones de tecnología o las asignaciones de TIC se pueden definir como el uso de la tecnología en la práctica diaria, adaptación e incorporación del conjunto de técnicas.</p>
Relacionamiento	<p>Se cree que las relaciones interpersonales son contacto con personas que respetan su cultura y regulaciones; con las cuales comparten y viven en la sociedad. Las personas están familiarizadas con los métodos colectivos o laborales para conectarse con otros; haciendo que intercambien con otras ideas, puntos de vista, anécdotas y experiencias. (David Orozco, 2006)</p>

Fuente: Nonaka et al. (1999), (Dr. José Luis Solleiro Rebolledo), Arraiz (2002: 135-136), Becker (1964), Herodotou, Winters y Kambouri (citado en Del Valle, Celaya y Ramírez, 2016) y (David Orozco, 2006).

5. Metodología

5.1 Enfoque y Tipo De Estudio

El trabajo de investigación tendrá como fin dar a conocer la realización de un estudio descriptivo, donde tiene como objetivo informar, presentar y dar a conocer los resultados alcanzados, donde tiene como única finalidad dar a conocer sobre un tema en particular o determinado, con el fin de conocer las probables recopilaciones de varias fuentes y derivadas por uno o más autores.

Lo anterior, dado que pretende únicamente indagar o recopilar información de manera individual o conjunta, ya que, sirve de apoyo a una investigación avanzada, la cual presentara algunas variables del fenómeno o el problema que se está estudiando, teniendo en cuenta el articulado al proyecto, bajo la encuesta realizada a las diferentes MiPymes, su estructuración tiene enfoque en las variables de la gestión estratégica de la innovación. El propósito de Hurtado (2007), en la investigación descriptiva es representar con precisión el evento de investigación, que está relacionado con la investigación y el diagnóstico de este tipo. La intención también es revelar los eventos estudiados y enumerarlos en detalle para que sus características puedan obtener dos niveles de análisis en los resultados.

5.2 Fuentes de recolección de la información

5.2.1 Fuentes primarias

Según Hernández Roberto (2008), la fuente principal es el tipo de fuente de información original, es decir, son los primeros, son los resultados de ideas, los conceptos, la teoría y los

resultados de la investigación. Antes de explicar o ser evaluado por otros, incluyen información directa.

Para efectos del presente documento se aplicó un instrumento tipo cuestionario desarrollado en el proyecto denominado “Evaluación de las capacidades de innovación para las pymes de las áreas de la estrategia de especialización inteligente de Bogotá y Sabana Centro”, el cual fue realizado y validado en el curso de la mencionada investigación, (Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022). Evaluación de las capacidades para la innovación de las pymes de las áreas de la Estrategia de Especialización Inteligente de Bogotá y Sabana Centro. (Informe de proyecto de investigación inédito). Universidad Antonio Nariño).

El cuestionario fue contestado por gerentes, representantes legales, ejecutivos comerciales, cofundadores, coordinadores administrativos, calidad, CEO, distribuidores, gestores, líderes, directivos, en general el personal administrativo que contaba con la información que se necesitaba.

5.2.2 Fuentes secundarias

Según Hernández Roberto (2008), las fuentes secundarias es la partida de la información que ha sido procesada desde la fuente principal. El proceso de esta investigación se puede administrar a través de la explicación, el análisis, la extracción y reorganización de la información principal.

La información secundaria también se apoyó en la investigación de artículos científicos, libros, proyectos de grado, bibliografía e investigaciones en bibliotecas universitarias, lo que ayudó mucho a recopilar información que permitió analizar la situación competitiva de la organización.

Las bases de datos utilizadas en la investigación fueron google scholar, Science, google académico, Scopus.

5.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica de recolección de información fue el cuestionario que al marco de investigación de este trabajo se aplicó una herramienta previamente diseñada y validada, consistente en un cuestionario de 58 preguntas las cuales fueron cerradas, considerando seis capacidades de innovación como son: gestión del conocimiento, gestión estratégica de la innovación, potencial, capital humano, apropiación tecnológicas y relacionamiento.

5.4 Tipo de muestreo

El muestreo es no probabilístico por conveniencia, ya que, permitió acceder a la información de algunas de las MiPymes que conforman la asociación colombiana de micro, pequeñas y medianas empresas de Acopi Valle del Cauca.

Según José Roberto Álvarez, director ejecutivo de Acopi Valle del Cauca, el lugar donde se recopiló la información fue de la rueda de negocios organizada por Acopi Valle Del Cauca, que tuvo lugar en el hotel Spiwak ubicado al norte de la ciudad de Cali Valle del Cauca, el día 10

de noviembre de 2021, rueda de negocios que tuvo una duración aproximada 9 horas y se presentaron alrededor de 55 vendedores y cerca de 200 compradores.

6. Análisis de resultados

6.1 Identificación de las características de las MiPymes de Acopi Valle del Cauca cuyas capacidades de innovación serán revisadas

6.1.1 MiPymes

Las MiPymes en América Latina juegan un papel muy importante en el desarrollo económico y el empleo del país (Banco Interamericano de Desarrollo, 2000).

Por lo tanto, se hace todo lo posible para promover y apoyar dichos negocios, como el acceso a la financiación, el desarrollo competitivo y los incentivos financieros.

También cabe señalar que las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) representan más del 95% del total de empresas y emplean más del 85% de los puestos de trabajo en la mayoría de los países de la región. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2000).

Estos fondos muestran que existen al menos 18 millones de empresas en América Latina, de las cuales 16,6 millones son micro, 716.000 son pequeñas y 145.000 son medianas, generando 99 millones de empleos (FUNDES, 2010).

Sin embargo, se debe tener en cuenta que la definición de MiPymes se basa en criterios diferentes entre países, dependiendo del sector económico (manufactura, comercio o servicios) al que pertenecen principalmente. Su propia política de promoción según (Zevallos, 2003), aunque no debería haber consenso en algunos países, el gobierno está tratando de unificar estándares según sus tipos para facilitar la creación de prototipos de negocios y el desarrollo de políticas.

En Colombia, la definición de pequeñas y medianas empresas fue determinada por la Ley 905 en 2004, donde la ley la modificó el artículo 590 de 2000 para promover el desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas colombianas. Por lo tanto, las pequeñas y medianas empresas se entienden y se definen como "de la naturaleza o las personas legales en las actividades de negocios, agricultura, industria, negocios o servicios en áreas rurales o urbanas".

La concentración de las MiPymes de Colombia se encuentra principalmente en Bogotá, Antioquia, Valle del Cauca y Cundinamarca. Según los datos del DANE en el cuarto trimestre de 2022, en comparación con el mismo período en 2021, el número de micro-empresas aumentó en un 8,3%. Del mismo modo, estas unidades económicas ocupan un 8,5%. Los ingresos de estas aumentaron en un 28.0% dentro del mismo intervalo de tiempo.

6.1.2 Las MiPymes en el Valle del Cauca

En la actualidad se ve como las pequeñas y medianas empresas son estimadas un motor de crecimiento financiero y productoras de empleo en el país y por consiguiente en el departamento del Valle del Cauca, el rol de estas empresas toma cada vez más importancia, a nivel regional se puede establecer que las MiPymes constituyen un elemento fundamental para construir la red empresarial, su participación comparada con el número total de empresas instituidas, la instauración de empleos son puntos concluyentes que hacen evidente su calidad en el progreso económico y la competitividad empresarial de la región (Sánchez & Gómez, 2017).

Según la Cámara de Comercio de Cali, en 3,2% se extendió la creación de empresas al pasar de 28.865 empresas fundadas en el 2020, a 29.785 compañías creadas en el 2021. En este

mismo año, el número de asociaciones nuevas registradas en la jurisdicción de la CCC (Cali, Dagua, Jamundí, La Cumbre, Vijes y Yumbo) fue el 3,2% más que en igual periodo de 2020.

La Cumbre (26,2%), Jamundí (20,7%) y Vijes (17,3%) son autoridades municipales con la jurisdicción de la CCC, donde las ciudades están registradas como las más altas variables anuales del año 2021.

En Cali, el número de compañías registradas fue de 88.547 en 2021, lo que significa que, en comparación con el año anterior, la diferencia dominante creció en 5.463 empresas, con una diferencia relativa de 6.6%.

Según Yitcy Becerra, director ejecutivo de Acopi Valle del Cauca, el Valle del Cauca es una región de MiPymes, donde los datos confirman que se han registrado alrededor de 114.000 empresas en la Cámara de Comercio del departamento, y el 98% registrado esta accedido por micros, pequeñas y medianas sociedades. La canasta de exportación del Valle del Cauca es uno de los departamentos más amplios y diversos del país. Este año, ocupa el tercer lugar entre el índice de competitividad departamental.

MiPymes está más involucrado en el Valle del Cauca las cuales son de extractos, mayoristas y minoritas; mantenimiento de vehículos motorizados, actividades profesionales, científicas y técnicas; y servicios de alojamiento y alimentos.

6.1.3 Acopi Valle del Cauca

La Asociación Colombiana de las micro, pequeñas y medianas empresa es una organización nacional fundada en 1952 en la ciudad de Bogotá D.C. Es un grupo de MiPymes colombianas que contribuyen al crecimiento económico del país.

Se interesan por los objetivos económicos y comerciales de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector público/privado del Valle del Cauca, la implementación de planes y acciones para fortalecer la estructura empresarial.

Misión: Acopi Valle del Cauca potencia la gestión empresarial para aumentar la productividad de los equipos de su organización, permitiéndoles alcanzar resultados exitosos a través de un acompañamiento integral.

Visión: Al 2030, incrementar la productividad de las MiPymes, a través de representación y alto reconocimiento en los sectores colombianos.

Objetivos Estratégicos: Para el desarrollo de esta investigación Acopi Valle del Cauca facilito los espacios buscando el fortalecimiento y el aumento de la productividad de las MiPymes.

Con el apoyo de la asociación y el apoyo del gobierno nacional, ha adoptado una iniciativa para beneficiarse directamente de empleadores y colaboradores, e indirectamente a sus

familias, como el trabajo decente en Colombia, y todos los colaboradores pueden garantizar que todos puedan acceder al trabajo decente, justo, seguro y con dignidad humana, así como los esfuerzos para ejercer los principios de igualdad de género y no discriminación, para obtener justos y proporcionables remuneraciones.

6.2 Presentar las categorías de descripción de las capacidades de innovación

A continuación, se detalla los resultados según las clasificaciones de capacidades de innovación como son: gestión del conocimiento, gestión estratégica de la innovación, potencial, capital humano, apropiación tecnológicas y relacionamiento, en el instrumento empleado previamente diseñados y validados al marco de sondeo de este trabajo, es decir, en la encuesta realizada a las diferentes compañías, donde el cuestionario fue conformado por preguntas cerradas, en el cual cada una de las capacidades tienen diferentes clases, estando estas clasificadas en seis y según el anexo 1 cuestionario, se realiza el respectivo análisis de cada uno de sus contenidos.

Gestión del conocimiento: Senge (1992) cree que gestión del conocimiento “GC” es un proceso, si se completa de una manera apropiada, se convertirá en una organización inteligente en un momento oportuno y efectivo. Los colaboradores no solo producirán conocimiento, sino que también aprenderán a instruirse.

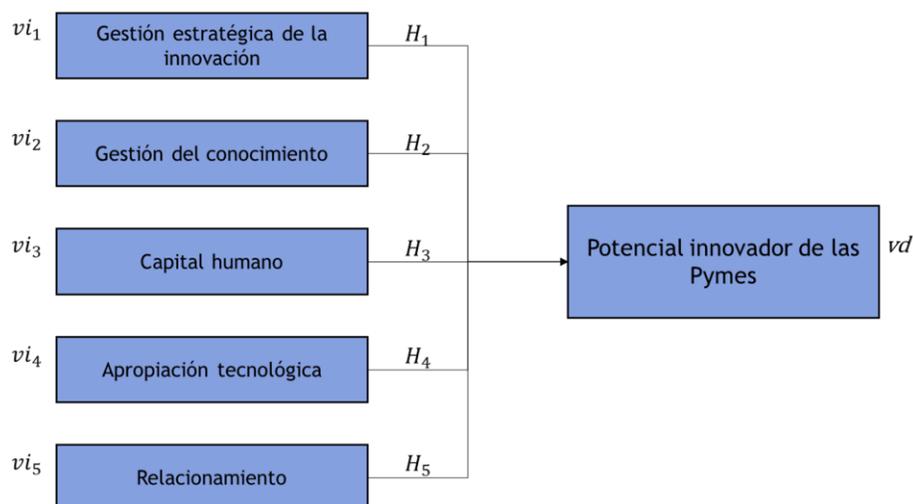
Ciclo de gestión del conocimiento: La gestión del conocimiento cuenta con procesos básicos de desarrollo de conocimientos. Estos procesos deben evaluarse de acuerdo con su

particularidad (Bhatt, 2000), estas técnicas: producción sistemática, protección del conocimiento y transferencia de conocimiento, cada una de estos métodos tiene ricas funciones específicas de las características del sistema GC.

Para delimitar las herramientas, los grupos de investigación involucrados en el trabajo comenzaron con una revisión conceptual y precisaron las competencias para definir las dimensiones que componen las competencias. Estas dimensiones se reflejan en el panel del instrumento.

A continuación, en la siguiente gráfica se muestran las hipótesis y variables, es decir estas son las variables que se abordaron en el marco teórico del trabajo investigativo, donde lo que se plantea con cada una de las variables es contribuir a que las MiPymes tenga un potencial innovador.

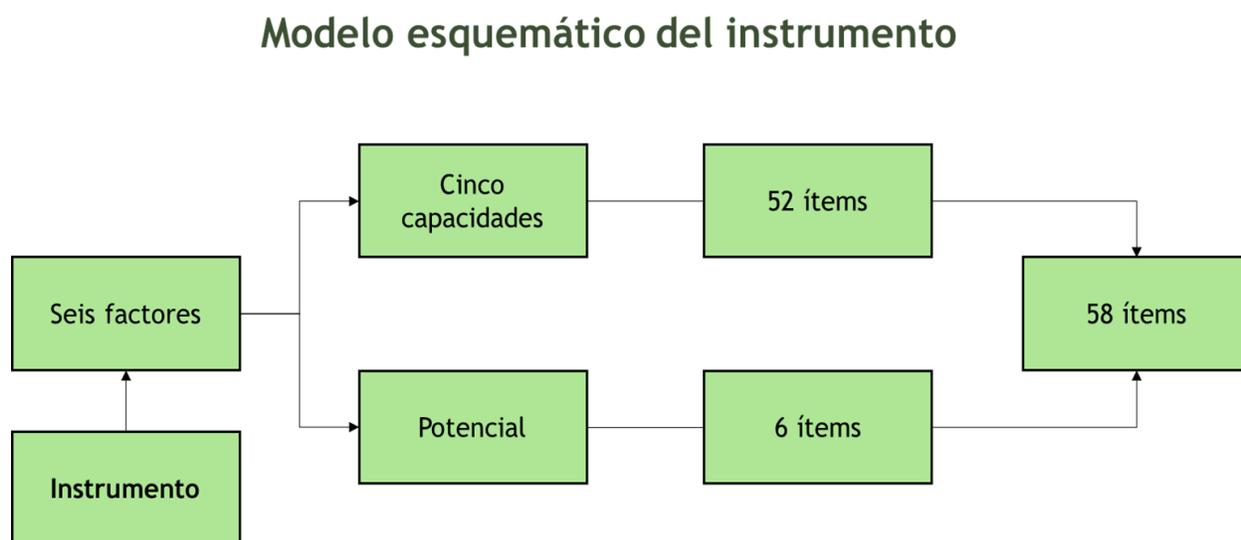
Figura 1 Hipótesis Y Variables



Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

Posteriormente en la siguiente gráfica, se puede identificar el modelo esquemático del instrumento, el cual informa los factores de las seis capacidades que generan un potencial innovador, teniendo en cuenta que tuvo 6 ítems y en cuanto a las capacidades innovadoras 52 ítems para un total de 58 ítems que se abordaron en el instrumento.

Figura 2 Modelo Esquemático Del Instrumento



Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

6.3 Potencial de innovación de las MiPymes de Acopi Valle del Cauca

Las empresas encuestadas para el desarrollo del trabajo investigativo según la actividad económica que desarrollan su mayoría corresponden al comercio, en los sectores relacionados con la salud y la belleza.

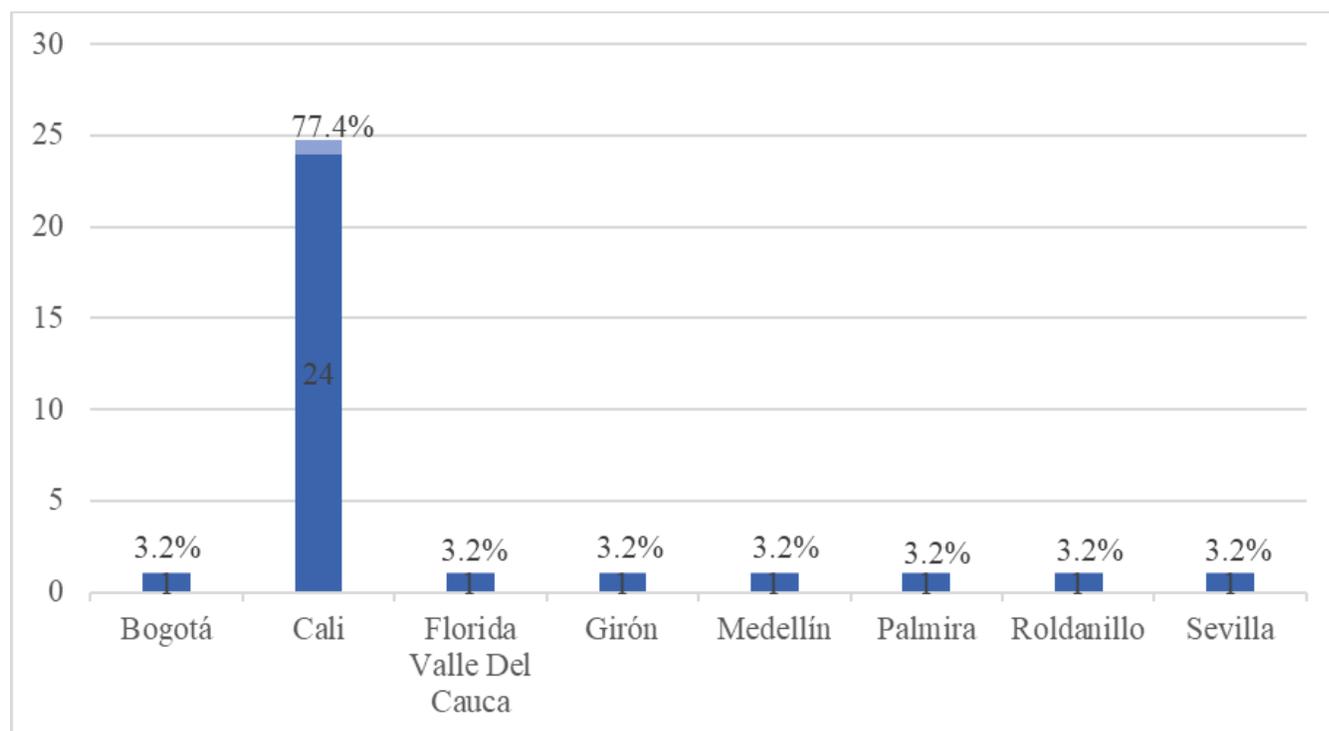
La herramienta de recolección de información utilizada contempló a 31 MiPymes, donde las respuestas obtenidas fueron suministradas por gerentes, representantes legales, ejecutivos

comerciales, cofundadores, coordinadores administrativos, calidad, directores generales, distribuidores, gerentes, líderes, en general ejecutivos que cuentan con la información.

6.3.1 Municipios en donde se ubican las organizaciones de la muestra

Según la gráfica 3, los resultados por municipio el 77,4% de las empresas encuestadas se encuentran en el departamento del Valle Del Cauca, 24 de ellas se encuentran en la ciudad de Cali Valle, 1 en Florida Valle, 1 en Girón, 1 en Roldanillo, 1 en Sevilla, 1 en Medellín y 1 en Bogotá.

Figura 3 Gráfico en donde se ubican los municipios de las organizaciones de la muestra



Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

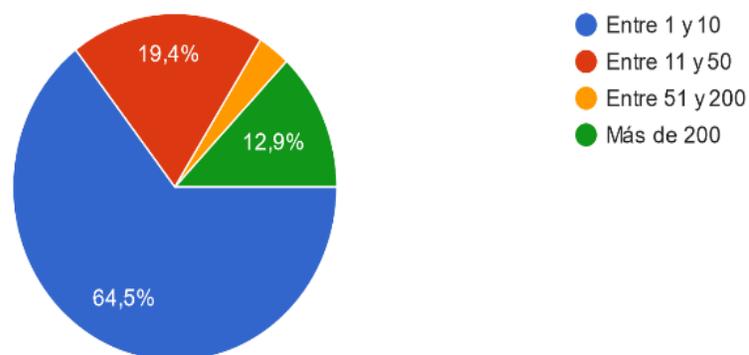
6.3.2 Tamaño según colaboradores de las organizaciones

Como se evidencia en el gráfico 4, de las 31 empresas, 20 tienen entre 1 a 10 colaboradores, 6 tienen entre 11 y 50 colaboradores, 1 tienen entre 51 y 200 colaboradores y 4 más de 200 colaboradores, esto quiere decir que el 64% de estas empresas en su mayoría están clasificadas como MiPymes.

Figura 4 Gráfico según el tamaño de colaboradores de las organizaciones

¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?

31 respuestas



Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

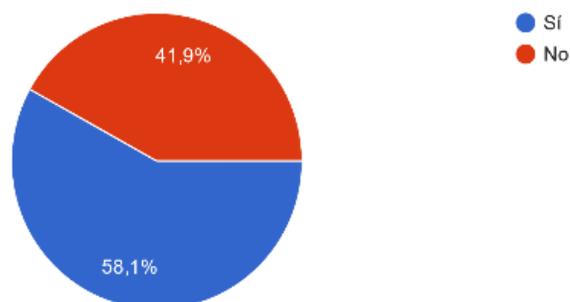
6.3.3 Clasificación según activos totales

Como se evidencia en la gráfica 5, al año 2021, se identifica que el 58% de las 31 empresas encuestadas, contaban con activos totales por valor de 500 y 30.000 SMMLV y el 41% las otras se encontraban por debajo de estos valores.

Figura 5 Gráfico según clasificación de activos totales

Con corte a 31 de diciembre del pasado año, la empresa posee activos totales por valor entre quinientos (500) y treinta mil (30.000) SMMLV

31 respuestas



Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

6.3.4 Capacidades

En el instrumento empleado, es decir en la encuesta realizada a las diferentes empresas, estas tienen diferentes clases, las cuales están clasificadas en seis y según el anexo 1 cuestionario, se realiza el respectivo análisis de cada una de sus capacidades presentadas así:

6.3.4.1 Gestión Del Conocimiento

Tabla 3 Preguntas gestión del conocimiento

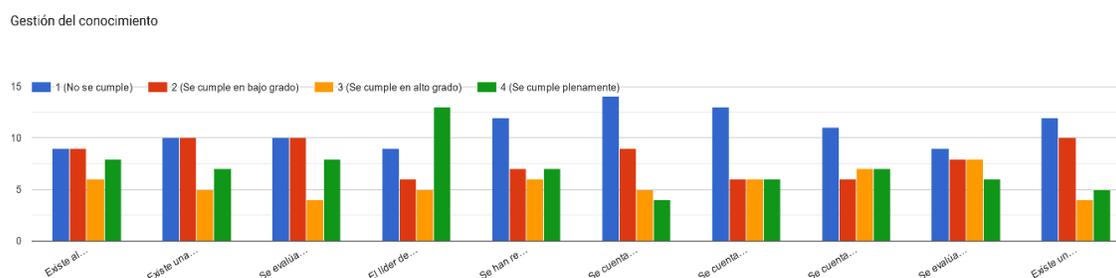
Número	Pregunta
1	Cargo que lidera las acciones de innovación
2	Funciones definidas para liderar las acciones de innovación
3	Resultados obtenidos en el liderazgo de la innovación

4	Posee formación y/o experiencia relacionada con las funciones que lidera
5	Capacitaciones para fortalecer competencias que liderar la innovación
6	Sistema de gestión por competencias, que incluye competencias para la innovación
7	Plan que fortalezca competencias para el desarrollo de productos y servicios
8	Uso de herramientas y recursos para el desarrollo de productos innovadores
9	Evaluación del desempeño relacionado con competencias para la innovación
10	Desarrollo que causa a colaboradores con competencias para la innovación

Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

Según el anexo 1 cuestionario en la categoría gestión del conocimiento, se encuentra la relación de los resultados que se refleja en la gráfica 6, donde el 67% de las empresas cuentan con procesos para proteger la propiedad intelectual resultante de actividades innovadoras, así como procesos para comprender y monitorear el entorno para conocer nuevos productos/bienes/servicios e información general. En cuanto a las tendencias del mercado, solo el 54 % de las compañías tiene una estrategia de innovación y menos de la mitad está monitoreando los objetivos de su estrategia de innovación.

Figura 6 Gráfica de resultados de gestión del conocimiento



Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

6.3.4.2 Gestión Estratégica De La Innovación

Tabla 4 Preguntas gestión de la estrategia de la innovación

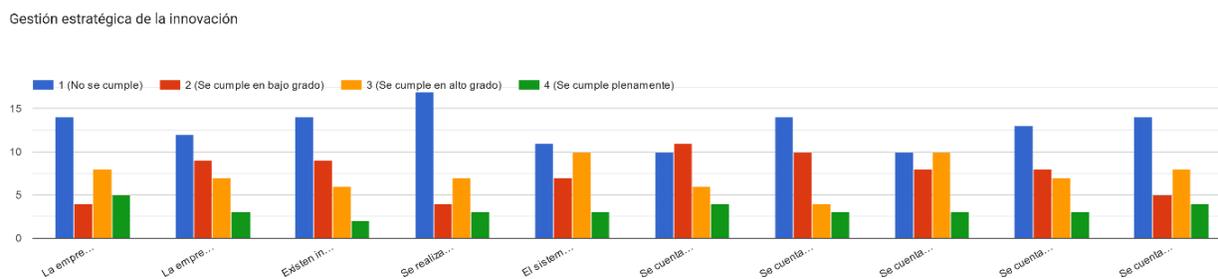
Número	Pregunta
1	La compañía tiene estrategia de innovación
2	Cuenta con recursos para la acción y seguimiento de estrategias de innovación
3	Indicadores que evalúan el desempeño de la destreza de innovación
4	Seguimiento a los indicadores de innovación
5	Son consistentes el sistema de innovación y gestión integral
6	Se cuenta con protección de la propiedad intelectual de innovación
7	Hay un proceso para explotar los resultados de las actividades de innovación
8	Existe un proceso para el entorno enfocado en nuevos productos y servicios
9	Proceso de apropiar ideas y dirigirlas a la creación de nuevos productos y servicios
10	Proceso para el desarrollo de ideas y generación de productos innovadores

Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

Según el anexo 1 cuestionario en la categoría gestión estratégica de la innovación, se evidencia los resultados en la gráfica 7, que las empresas encuestadas en este segmento mostraron una mayor participación y compromiso con un 83% ampliando sus ofertas de productos o servicios en los últimos dos años, y un 80 % ingresando a nuevos mercados geográficos.

En el último año, el 83% de estas aumentó los ingresos por ventas y su productividad en este mismo; y el 58% de ellas aumentó la calidad de los bienes o servicios en el presente año.

Figura 7 Gráfica de resultados de gestión de la estratégica de la innovación



Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

6.3.4.3 Potencial de innovación

Tabla 5 Preguntas potencial de innovación

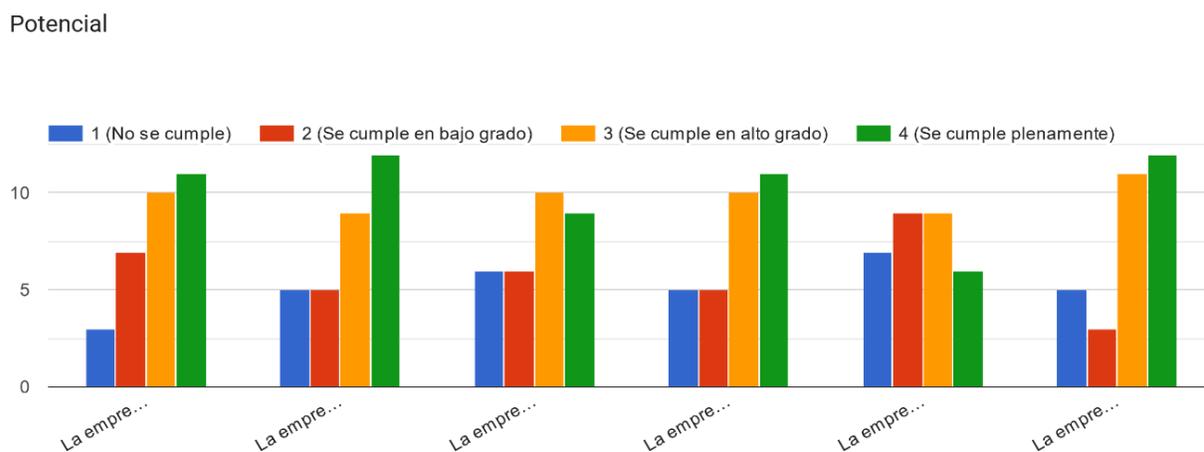
Número	Preguntas
1	Mejora en la calidad de bienes o servicios en la organización
2	Se ha dado ampliación de la oferta de bienes o servicios
3	Se ha podido ingresar a nuevos mercados geográficos
4	La organización ha aumentado las ventas
5	Logro la reducción de costos laborales en los últimos años
6	Aumentado la productividad en los últimos años

Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

Según el anexo 1 cuestionario en la categoría potencial de innovación, se encuentra la relación de resultados como se refleja en la gráfica 8, donde estas empresas para crecer en términos de innovación, la mayoría que fueron encuestadas se mostraron interesada en tener al

menos un director responsable de liderar y capacitar o fortalecer a los empleados y evaluar continuamente el desempeño de los empleados en términos de capacidades de innovación.

Figura 8 Gráfica de resultados del potencial de innovación



Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

6.3.4.4 Capital Humano

Tabla 6 Preguntas de capital humano

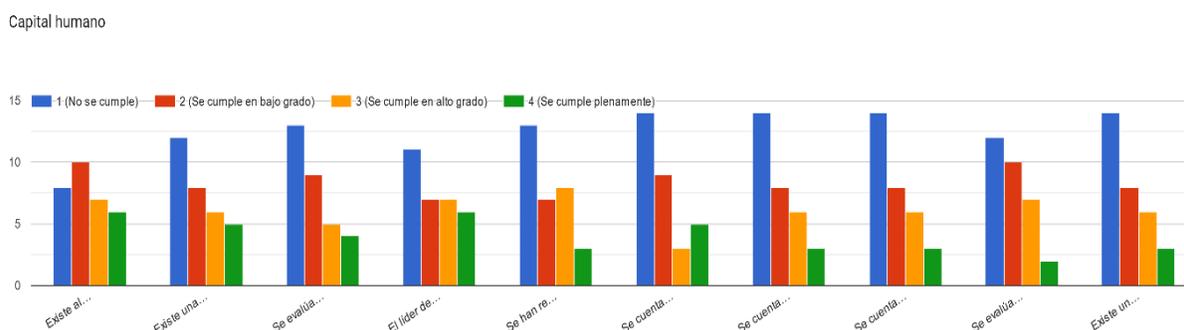
Número	Pregunta
1	Cargo que lidera las acciones de innovación
2	Funciones definidas para liderar las acciones de innovación
3	Resultados obtenidos en el liderazgo de la innovación
4	Posee formación y/o experiencia relacionada con las funciones que lidera
5	Capacitaciones para fortalecer competencias que liderar la innovación
6	Sistema de gestión por competencias, que incluye competencias para la innovación
7	Plan que fortalezca competencias para el desarrollo de productos y servicios

8	Uso de herramientas y recursos para el desarrollo de productos innovadores
9	Evaluación del desempeño relacionado con competencias para la innovación
10	Desarrollo que causa a colaboradores con competencias para la innovación

Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

Según el anexo 1 cuestionario en la categoría capital humano, se encuentra la correlación de resultados que se evidencia en la gráfica 9, donde muestra que el 74% de las empresas encuestadas tienen al menos un cargo responsable de liderar las iniciativas de innovación, lo cual es muy importante porque los gerentes ayudan que lo que se está desarrollando logre resultados satisfactorios y más aún cuando se trata de a la innovación, el 64 % de las compañías también cuentan con gerentes de innovación que han recibido capacitación relevante y/o experiencia a su función, lo cual es distinguido al conocimiento que brindan a la organización, implementar evaluación periódica de las correlaciones de desempeño de los asociados con el 61% de las compañías siendo capaces de innovar.

Figura 9 Gráfica de resultados de capital humano



Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

6.3.4.5 Apropiación Tecnológica

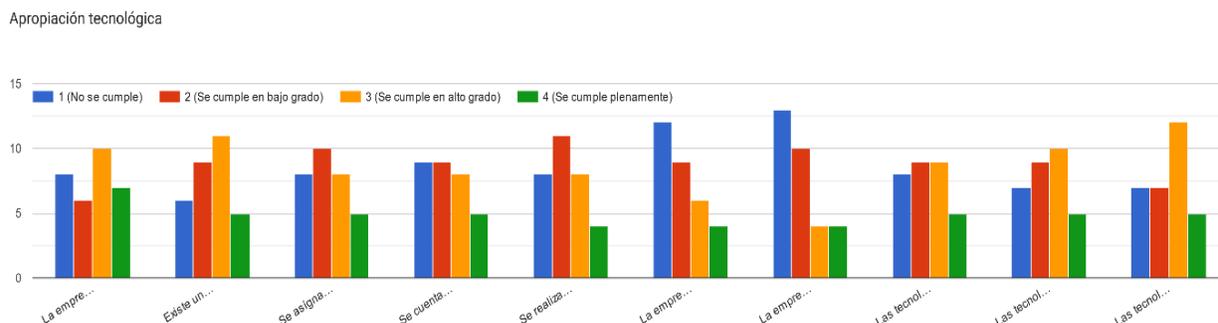
Tabla 7 Preguntas apropiación tecnológica

Número	Pregunta
1	Cuentan con tecnología para apoyar la creación de nuevos productos y servicios
2	Identifican qué tecnología requieren para la creación de nuevos productos
3	Cuentan con recursos para la compra y actualización tecnológica de la compañía
4	Se gestiona la tecnología necesaria para la creación de nuevos productos y servicios
5	Tiene capacitaciones sobre el uso de las tecnologías que la empresa incorpora
6	Existen indicadores para medir el uso de la tecnología para la creación productos
7	Tienen indicadores para medir la compra y actualización de tecnología
8	Las tecnologías adquiridas, actualizadas o creadas son ejecutadas en la organización
9	Las técnicas adquiridas, actualizadas o creadas se aplican en los nuevos productos
10	Las tecnologías innovadoras adquiridas, actualizadas o creadas facilitan los procesos

Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

Según el anexo 1 cuestionario en la categoría apropiación tecnológica, se encuentra la concordancia de resultados de cómo se patentiza en la gráfica 10, que la mayoría de las empresas encuestadas mostraron una gran fortaleza con un 74% con suficiente tecnología para respaldar la creación de nuevos productos/bienes/servicios y un 80% con algún plan para identificar la tecnología que necesitan, recursos para adquirir, actualizar y crear continuamente las tecnologías necesarias para facilitar la ejecución del proceso de innovación.

Figura 10 Gráfica de resultados de apropiación tecnológica



Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

6.3.4.6 Relacionamiento

Tabla 8 Preguntas relacionamiento

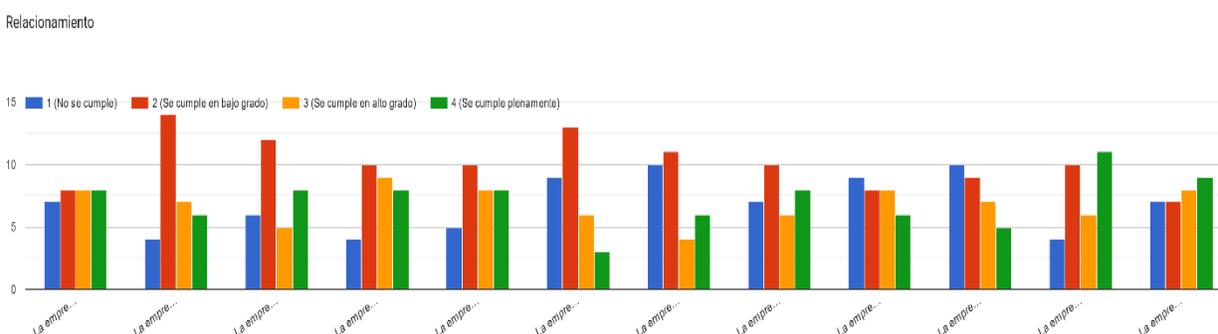
Número	Preguntas
1	Identifican actores externos para acceder al conocimiento de la gestión de procesos
2	La organización interactúa en áreas Universidad-Empresa-Estado
3	La compañía participa en la construcción colectiva del conocimiento
4	Crea recomendaciones de conocimiento con clientes, proveedores y agremiaciones
5	Crea relaciones de conocimiento con la comunidad
6	Crea relaciones de conocimiento con entidades del SNC, Tecnología e Innovación
7	Tienen indicadores de gestión sobre su participación en relaciones externas
8	Aplican los procesos del conocimiento adquirido en Universidad- Empresa-Estado
9	Aprovechan el conocimiento adquirido en espacios de construcción colectiva
10	Desarrollan el conocimiento adquirido de las relaciones con actores del SNC
11	El proceso de conocimiento adquirido lo aplican con clientes y proveedores

12	La empresa aplica en el desarrollo de procesos el conocimiento con la comunidad
----	---

Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

Según el anexo 1 cuestionario en la categoría relacionamiento, se encuentra la coherencia de resultado que se reflejan en la gráfica 11, donde se logró analizar que las empresas con este enfoque, el 87% participa en el espacio de interacción universidad-empresa-estado, en la construcción de relaciones de conocimiento con clientes, proveedores y asociaciones, en la aplicación de conocimientos adquiridos en las relaciones con clientes, en el conocimiento de proveedores y asociaciones; además el 83% de ellos tenían conocimiento de relaciones comunitarias y aplicaron sus conocimientos adquiridos en esta relación, el 77% tuvo enfoque en desarrollo de procesos, inversiones, implementación, el conocimiento de todo esto es muy beneficioso para cualquier organización, porque se involucra en todo lo relacionado con los clientes, comunidades, y es muy importante para complementar los conocimientos en el ámbito personal y laboral sin excepción.

Figura 11 Gráfica de resultados de relacionamiento



Fuente: Basado en Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).

6.4 Análisis General

En el análisis general, las compañías implementaron los procesos requeridos para proteger la propiedad intelectual resultante de las actividades innovadoras, para comprender y monitorear el entorno para descubrir nuevos productos/bienes/servicios e información general. En cuanto a las tendencias del mercado, las empresas cuentan con una estrategia de innovación y menos del 50% están monitoreando los objetivos de su estrategia de innovación. Además, las empresas encuestadas mostraron un mayor compromiso y participación, donde ampliaron las ofertas de productos o servicios, accedieron a nuevos mercados geográficos, aumentaron las ventas y la productividad y, en más del 60% de estas empresas, mejoraron la calidad de los productos o servicios.

En cuanto al crecimiento de estas empresas en términos de innovación, más del 65% expresó interés en tener al menos un director responsable de administrar y capacitar o empoderar a los empleados, así como evaluar continuamente el desempeño de los colaboradores en términos de capacidades de innovación. Al liderar las iniciativas de innovación, es importante porque los gerentes ayudan que los proyectos en desarrollo a lograr resultados satisfactorios, especialmente en innovación, los líderes de innovación con roles apropiados, capacitación y/o experiencia también se hacen notar por el conocimiento que aportan al negocio. Las organizaciones conocidas son innovadoras en la implementación de revisiones periódicas del desempeño de los empleados.

Para finalizar la mayoría de las empresas demuestran una gran destreza técnica, donde brindan suficiente apoyo en la creación de nuevos productos/bienes/servicios, para identificar las

tecnologías, adquirir recursos, actualizar continuamente y crear las tecnologías necesarias para facilitar el proceso de innovación. Es importante participar en espacios de interacción universidad-empresa-estado, creando relaciones intelectuales con clientes, proveedores y asociaciones, aplicando los conocimientos adquiridos en las relaciones con ellos; además entender y aplicar lo aprendido en procesos en desarrollo con la comunidad, inversión e implementación, todo esto es muy útil para cualquier organización porque incluye todo lo relacionado con los clientes, la sociedad, donde es muy importante la implementación que se tiene con cada uno de estos.

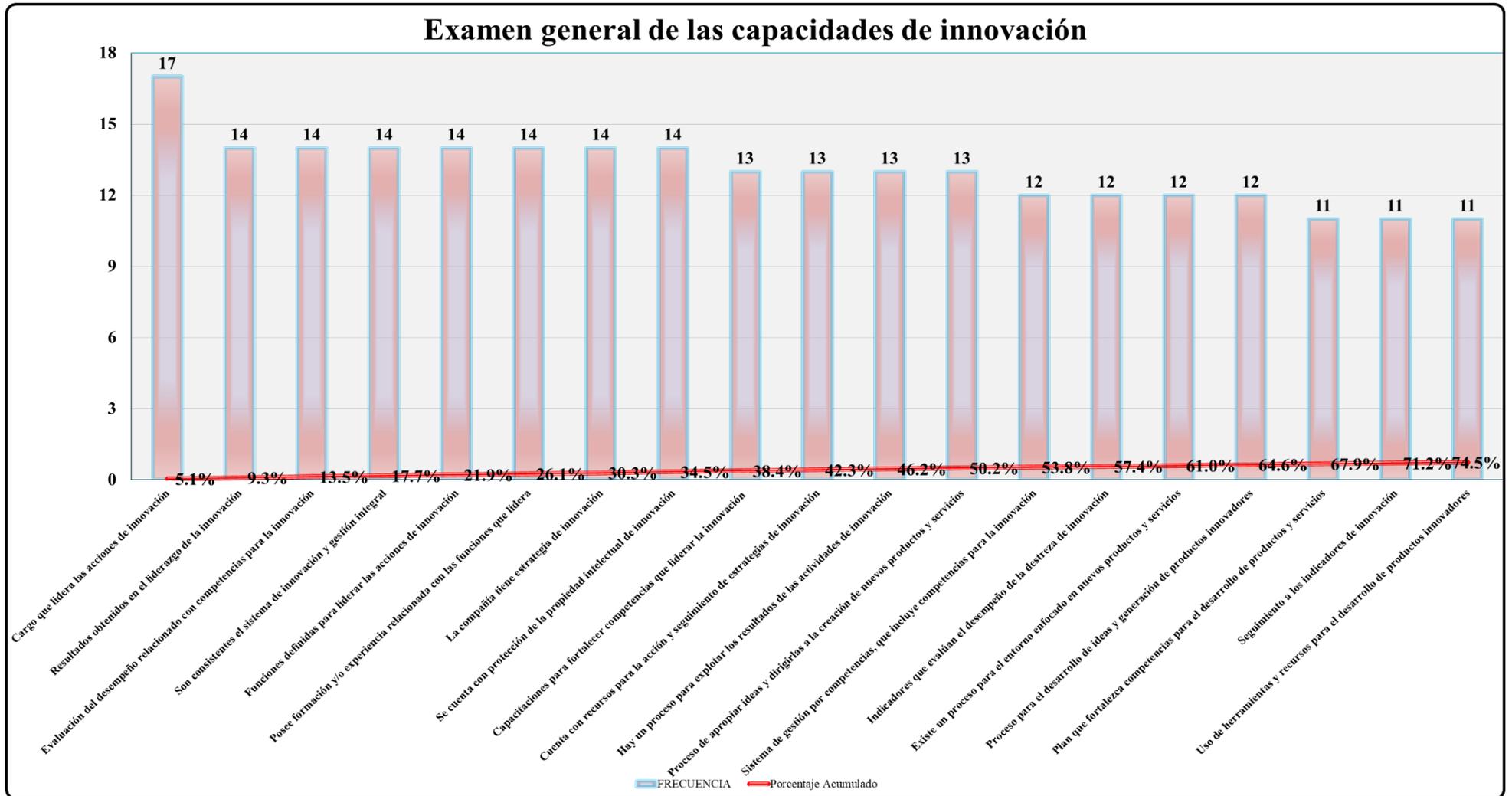
Como se evidencia en la gráfica 12 en general, la mayoría de las MiPymes de Acopi Valle del Cauca que hicieron parte de la encuesta están interesadas en involucrarse más en la innovación, ya que, la mayoría tiene a alguien que lidere el trabajo en este tema. Para la mayoría de ellos, es importante hacer un seguimiento de sus socios porque aprecian cómo le fue a cada uno de ellos en el departamento de innovación. También vale la pena señalar que la mayoría de ellos definen una estrategia de innovación, lo cual es muy importante, ya que, la estrategia guía la implementación del plan de acción con posibles beneficios para las MiPymes, permitiéndoles desarrollarse gradualmente.

Capacitar a sus colaboradores y destinar recursos a tareas de innovación es una forma de motivarlos, ya que, también les brinda la oportunidad de crecer intelectual, profesional y laboralmente a sus colaboradores a medida que la empresa innova y se vuelve más reconocible en el mercado.

Se realiza un seguimiento continuo, mientras que las estrategias de innovación se evalúan mediante métricas de relevancia que permiten clasificar las ideas, analizarlas y elegir la estrategia más práctica para implementar y alcanzar los objetivos de innovación.

Sin embargo, algunas áreas donde las MiPymes de Acopi Valle del Cauca ofrecen oportunidades en capacitaciones del uso de herramientas y recursos que permitan el desarrollo de productos, bienes y servicios. Este proyecto es fundamental para que los socios tengan conocimiento y puedan compartir igualmente sus ideas innovadoras en cada MiPymes.

Figura 12 Gráfica de examen general de las capacidades de innovación



Fuente: elaboración propia

Conclusiones

Todo lo relacionado con el desarrollo económico de una región es un proceso interesante, ya que, genera un crecimiento continuo y hace que una región sea más competitiva que la otra, por lo que cabe destacar que, a pesar de lo ocurrido en las últimas décadas, todo cambia, pero el Valle del Cauca es relevante para su economía, donde una nueva estrategia dará más oportunidades a los nuevos emprendedores dinámicos, ya que, favorece el crecimiento empresarial en la zona.

Las pequeñas y medianas empresas encuestadas manifestaron un claro interés por la innovación, la protección de la propiedad intelectual para las actividades creativas, la creación de nuevos productos y servicios y la mejora de la calidad, permitiéndoles entrar en nuevos mercados y así aumentar sus ingresos. En cuanto a ventas y productividad, la gran mayoría de estas MiPymes disponen de la tecnología para apoyar la creación de estos nuevos productos y/o servicios.

Con el tiempo, los mercados se desarrollan y las tecnologías se amplían, seleccionando, formando, evaluando e integrando a socios en su estrategia de innovación, garantizando así la mejora continua de todos los procesos productivos.

A través, de la herramienta utilizada se recogió la información necesaria para evaluar las capacidades innovadoras que tienen actualmente las pequeñas y medianas empresas del Valle del Cauca, concluyendo que este estudio es una herramienta eficaz para entender qué se está

implementando actualmente en su producción, procesos, recursos humanos, calidad del producto, servicio, capacidades al cliente y tecnología.

Los recursos humanos son un factor importante para las pequeñas y medianas empresas, por ello deben gestionarse programas de formación innovadora y beneficiosos, creando un incentivo para motivar a los colaboradores a comprometerse con cada uno de los objetivos que se desea cumplir a lo largo de cada desarrollo que implemente la organización.

En cuanto a la gestión del capital humano que llevan a cabo las MiPymes, cabe destacar que a partir del momento en que se busca a profesionales para desempeñar diferentes funciones y puestos de trabajo, el proceso de contratación cambia y se dejan de contratar. No sólo por la necesidad de cubrir vacantes, sino que se considera que el proveedor esté preparado y disponga de los conocimientos teóricos y técnicos para realizar las anteriores funciones con el fin de mejorar sus procesos internos, incluida la mejora continua de los procesos de innovación.

Las variables que determinan el crecimiento y desarrollo de la empresa son diferentes, es decir, forman parte de la propia empresa y estos factores deben gestionarse de forma óptima para conseguir los resultados deseados.

En las estrategias de innovación existente como si es propia, sus principales ventajas para todas las empresas son la financiación, la consecución de la escala objetivo y el aseguramiento de la correcta formulación e implementación de la estrategia de innovación.

Se identificó que en la mayoría de las MiPymes encuestadas hay pequeñas falencias en estrategias de innovación definida y para mejorar este punto, en primer lugar es que la persona encargada de las actividades de innovación, tenga como base las ideas que tengan los colaboradores y en conjunto con ellos creen diferentes estrategias que definan que van a llevar a cabo, y en segundo lugar que se destinen los recursos necesarios para poder poner en practica estas estrategias en beneficio de las organizaciones.

Anexos

Anexo I Cuestionario

Gestión Del Conocimiento	
Número	Pregunta
1	Cargo que lidera las acciones de innovación
2	Funciones definidas para liderar las acciones de innovación
3	Resultados obtenidos en el liderazgo de la innovación
4	Posee formación y/o experiencia relacionada con las funciones que lidera
5	Capacitaciones para fortalecer competencias que liderar la innovación
6	Sistema de gestión por competencias, que incluye competencias para la innovación
7	Plan que fortalezca competencias para el desarrollo de productos y servicios
8	Uso de herramientas y recursos para el desarrollo de productos innovadores
9	Evaluación del desempeño relacionado con competencias para la innovación
10	Desarrollo que causa a colaboradores con competencias para la innovación
Gestión Estratégica De La Innovación	
Número	Pregunta
1	La compañía tiene estrategia de innovación
2	Cuenta con recursos para la acción y seguimiento de estrategias de innovación
3	Indicadores que evalúan el desempeño de la destreza de innovación
4	Seguimiento a los indicadores de innovación
5	Son consistentes el sistema de innovación y gestión integral
6	Se cuenta con protección de la propiedad intelectual de innovación
7	Hay un proceso para explotar los resultados de las actividades de innovación
8	Existe un proceso para el entorno enfocado en nuevos productos y servicios
9	Proceso de apropiar ideas y dirigir las a la creación de nuevos productos y servicios
10	Proceso para el desarrollo de ideas y generación de productos innovadores
Potencial	
Número	Preguntas
1	Mejora en la calidad de bienes o servicios en la organización
2	Se ha dado ampliación de la oferta de bienes o servicios
3	Se ha podido ingresar a nuevos mercados geográficos
4	La organización ha aumentado las ventas
5	Logro la reducción de costos laborales en los últimos años
6	Aumentado la productividad en los últimos años
Capital Humano	

Número	Pregunta
1	Cargo que lidera las acciones de innovación
2	Funciones definidas para liderar las acciones de innovación
3	Resultados obtenidos en el liderazgo de la innovación
4	Posee formación y/o experiencia relacionada con las funciones que lidera
5	Capacitaciones para fortalecer competencias que liderar la innovación
6	Sistema de gestión por competencias, que incluye competencias para la innovación
7	Plan que fortalezca competencias para el desarrollo de productos y servicios
8	Uso de herramientas y recursos para el desarrollo de productos innovadores
9	Evaluación del desempeño relacionado con competencias para la innovación
10	Desarrollo que causa a colaboradores con competencias para la innovación
Apropiación Tecnológica	
Número	Pregunta
1	Cuentan con tecnología para apoyar la creación de nuevos productos y servicios
2	Identifican qué tecnología requieren para la creación de nuevos productos
3	Cuentan con recursos para la compra y actualización tecnológica de la compañía
4	Se gestiona la tecnología necesaria para la creación de nuevos productos y servicios
5	Tiene capacitaciones sobre el uso de las tecnologías que la empresa incorpora
6	Existen indicadores para medir el uso de la tecnología para la creación productos
7	Tienen indicadores para medir la compra y actualización de tecnología
8	Las tecnologías adquiridas, actualizadas o creadas son ejecutadas en la organización
9	Las técnicas adquiridas, actualizadas o creadas se aplican en los nuevos productos
10	Las tecnologías innovadoras adquiridas, actualizadas o creadas facilitan los procesos
Relacionamiento	
Número	Preguntas
1	Identifican actores externos para acceder al conocimiento de la gestión de procesos
2	La organización interactúa en áreas Universidad-Empresa-Estado
3	La compañía participa en la construcción colectiva del conocimiento
4	Crea recomendaciones de conocimiento con clientes, proveedores y agremiaciones
5	Crea relaciones de conocimiento con la comunidad
6	Crea relaciones de conocimiento con entidades del SNC, Tecnología e Innovación
7	Tienen indicadores de gestión sobre su participación en relaciones externas
8	Aplican los procesos del conocimiento adquirido en Universidad- Empresa-Estado
9	Aprovechan el conocimiento adquirido en espacios de construcción colectiva
10	Desarrollan el conocimiento adquirido de las relaciones con actores del SNC
11	El proceso de conocimiento adquirido lo aplican con clientes y proveedores
12	La empresa aplica en el desarrollo de procesos el conocimiento con la comunidad

Referencias

- Porter, M. (1993). La ventaja competitiva de las naciones. Buenos Aires: Ediciones Javier Vergara, Redalyc.orgcorg/journal.
- <https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2019/septiembre/mipymes-representan-mas-de-90-del-sector-productivo-nacional-y-generan-el-80-del-empleo-en-colombia-ministra-alicia-arango>
- Hamel, Gary y Breen, Bill (2008). El futuro de la administración. Bogotá: Norma, 376p
- Organización de Cooperación y Desarrollo (OCDE). OSLO, (2018). 4ta ed. Manual de Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data Paris, on Innovation. Luxembourg: OECD Publishing.
- Escorsa, P. & Valls, J. (2003). Tecnología e innovación en la empresa. España: Universidad Politécnica de Catalunya y Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).
- Damanpour, F.y Gopalakrishnan, S. (2001). The Dynamics of the Adoption of Product and Process Innovations in Organizations. Journal of Management Studies,38(1), pp. 45-66.
- Von Tunzelmann, N., & Acha, V. (2005). Innovation in “Low-Tech” Industries. En the Oxford handbook of innovation. Nueva York: Oxford University Press.
- <https://www.acopi.org.co/>
- Ramírez Salazar, M. P. y Pérez Uribe, R. I. (2018). Modelo de Innovación para la Sostenibilidad de las PYMES (MISPYMES). En, C. Chávez-Rodríguez y C. Garrido Noguera (Coords.). La vinculación universidad-empresa para el desarrollo integral con

impacto social (pp. 416-435). Ciudad de México, México: REDUE-ALCUE, UDUAL.
<http://redue-alcue.org/website/content/publicaciones/vueimpactosocial/Cap-23>

- Sánchez, Y. & Gómez, A (2017). Determinación de la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector comercial en el desarrollo económico y la generación de empleo en el valle del cauca. Universidad Autónoma de occidente, Pasantía de investigación Para optar al título de Contador Público. Santiago de Cali.
- Malerba, F. (2005) “Sectoral Systems: How and why innovation differs across sectors”, en Fagerberg, David y Nelson (eds.) The Oxford Handbook of Innovation. Nueva York: Oxford University Press, pp. 380-406.
- Kline, S. y Rosenberg, N. (1986), “An overview of innovation”, en Landau, R. y Rosenberg, N. (eds.), the positive sum strategy. Harnessing technology for economic growth, National Academy Press, Washington D.C.
- Organización de Cooperación y Desarrollo OCDE (2005) "Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation, 3rd Edition". OECD Publications, Paris.
- Du Plessis, M., The Role of Knowledge Management in Innovation, <https://doi.org/10.1108/13673270710762684>, Journal of Knowledge Management, 11(4), 20-29 (2007).
- Ringberg, T., Reihlen, M., y Rydén, P. The Technology-mindset Interactions: Leading to Incremental, Radical or Revolutionary Innovations, <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.06.009>, Industrial Marketing Management, 79, 102-113 (2019)

- De Avila, J.H., Zawislak, P.A., y otros dos autores, Searching for a Path: A Bibliometric Study on Innovation and Technological Capabilities, <https://doi.org/10.5585/iji.v3i2.58>, International Journal of Innovation, 3(2), 54-66 (2015)
- Khosravi, P., Newton, C., y Rezvani, A., Management Innovation: A Systematic Review and Meta-analysis of Past Decades of Research, <https://doi.org/10.1016/j.emj.2019.03.003>, European Management Journal, 37(6), 694-707 (2019).
- Nguyen, D.Q., The Impact of Intellectual Capital and Knowledge Flows on Incremental and Radical Innovation: Empirical Findings from a Transition Economy of Vietnam, <https://doi.org/10.1108/APJBA-03-2018-0044>, Asia-Pacific Journal of Business Administration, 10(2/3), 149-170 (2018).
- Ringberg, T., Reihlen, M., y Rydén, P. The Technology-mindset Interactions: Leading to Incremental, Radical or Revolutionary Innovations, <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.06.009>, Industrial Marketing Management, 79, 102-113 (2019).
- Barney, J.B., Ketchen, D.J., y Wright, M., The Future of Resource-Based Theory: ¿Revitalization or Decline? <https://doi.org/10.1177/0149206310391805>, Journal of Management, 37(5), 1299-1315 (2011)
- Khosravi, P., Newton, C., y Rezvani, A., Management Innovation: A Systematic Review and Meta-analysis of Past Decades of Research, <https://doi.org/10.1016/j.emj.2019.03.003>, European Management Journal, 37(6), 694-707 (2019).
- Scaringella, L., Knowledge, Knowledge Dynamics, and Innovation: Exploration of the Internationalization of a Multinational Corporation, <https://doi.org/10.1108/EJIM-05-2015-0031>, European Journal of Innovation Management, 19(3), 337-361(2016).

- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos OCDE, Oslo (2018) https://sitios.itesm.mx/va/diie/premioinnovacioneducativa/2011/docs/Innovacion_OCDE.pdf
- Hogan, S., Soutar, G., McColl-Kennedy, J., and Sweeney, J. (2011). Reconceptualizing professional service firm innovation capability: Scale development. *Industrial Marketing Management*, 40 (8), 1264-1273.
- Nonaka, Ikujiro y Takeuchi, Hirotaka (1999). *La organización creadora del conocimiento*, Editorial Oxford Press, México D.F.
- Adams, Garry L. and Bruce T. Lamon. (2003). “Knowledge Management Systems and Developing Sustainable Competitive Advantage.” *Journal of Knowledge Management* 7(2):142-54.
- Darroch, Jenny. (2003). “Developing a Measure of Knowledge Management Behaviors and Practices.” *Journal of Knowledge Management* 7(5):41-54; Davenport, Thomas and Laurence. Prusak. (2000). “Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know.” Harvard Business School Press.
- (Dr. José Luis Solleiro Rebolledo) <https://www.icat.unam.mx/gestion-estrategica-innovacion/>
- ARRAIZ P., J. I. 2002 «Evaluación individual y retribución». En: FERNÁNDEZ D., G. (coord.). *Talento directivo: cómo medirlo y desarrollarlo*. Madrid, España: Prentice Hall.
- BECKER, Gary S., (1964) *Human Capital*, 1st ed. (New York: Columbia University Press for the National Bureau of Economic Research).
- Del Valle, D., Celaya, R. y Ramírez, M. S. (2016). Apropriación tecnológica en el movimiento educativo abierto: Un estudio de casos de prácticas educativas abiertas. *Revista Iberoamericana de Educación*, 70 (1), 149-166. Recuperado de: <http://www.rieoei.org/deloslectores/7186.pdf>

- Orozco, David (2006). Relaciones humanas en <http://definicion.de/relcaiones-humanas/#ixzz3GR2wgJQk>
- Hurtado de Barrera, Jacqueline. (2007), *El proyecto de Investigación*. Quinta edición.
- SAMPIERI, Hernández Roberto (2008). “La Idea: Nace un proyecto de investigación” (30-39). En Metodología de la Investigación.
- Banco Interamericano para el Desarrollo (2000). Apoyo a la pequeña y mediana empresa.
- FUNDES (2010). Marcos legales para el fomento a la MiPymes en américa latina.
- Zevallos, E. (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. Revista de cepal, 79, 53-70.
- Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.
- Recuperado de: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=12672>
- Cámara de comercio de Cali 17 de enero del 2022 <https://www.eltiempo.com/colombia/cali/la-creacion-de-empresas-aumento-en-el-2021-en-el-valle-del-cauca-645014>
- Yitcy Becerra, directora ejecutiva de Acopi Valle del Cauca <https://issuu.com/acopibogotacundinamarca/docs/pyme-ed16-final-digital2/s/12266629>
- SENGE, Peter. 1992. La quinta disciplina: El arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje. Granica, Argentina.
- ANGULO – RINCÓN, Rosalba. 2017 “Gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional: una visión integral” Informes Psicológicos. Vol. 17, No.: 1: 53-70. Bucaramanga (Colombia).

- BHATT, Ganesh. 2000. "Organizing knowledge in the knowledge development cycle". Journal of Knowledge Management. Vol. 4, No.: 1: 15-26.
- José Roberto Álvarez, Director Ejecutivo de Acopi Valle del Cauca (2021) <https://www.cali.gov.co/desarrolloeconomico/publicaciones/165064/con-gran-exito-se-llevo-a-cabo-la-rueda-de-negocios-cali-empresarial-y-de-servicios/>
- “Evaluación de las capacidades de innovación para las pymes de las áreas de la estrategia de especialización Inteligente de Bogotá y Sabana Centro”, Pinochet, G., Martínez-Herrera, M. A., & Fuentes-Vaca, J. (2022).