

Gerencia de la competitividad e innovación para el mejoramiento continuo en las Pymes de Florencia-Caquetá.

Management of competitiveness and Innovation for Continuous Improvement in Pymes from Florencia-Caquetá.

Gestion de la compétitivité et de l'innovation pour l'amélioration continue des PME à Florencia-Caquetá.

Gestão da competitividade e da inovação para melhoria contínua das PME em Florencia-Caquetá.

Fecha de recepción: 17 de abril de 2019

Fecha de aprobación: 06 de mayo de 2019

María Yenny Fajardo¹ - Yolanda Cuéllar Medina² - Guineth Facundo Vargas³

Resumen

El resultado presentado comprende el producto de la investigación desarrollada en el año 2017, con Pymes del Municipio de Florencia Caquetá, en donde se muestran y evidencian resultados sobre la capacidad de la innovación, como elemento esencial para el desarrollo de competitividad, aspecto importante en la mejora del crecimiento productivo y económico de estas empresas. El estudio se desarrolló con 374 empresas, seleccionadas aleatoriamente de una población total de 8.000 aproximadamente inscritas en la Cámara de Comercio. El enfoque aplicado fue de corte cuantitativo, con un diseño metodológico descriptivo. El instrumento utilizado fue encuesta aplicada a gerentes

de empresas objeto del estudio, cuyo análisis se basó en la tabulación estadística de datos en el software IBM SPSS.

Palabras Claves:

Capacidad, cambio tecnológico, gestión, mejoramiento

Abstract

The result presented comprises the product of the research developed in the year 2017, with Pymes in the Municipality of Florencia, Caquetá, in where they show up and show results on the ability of the innovation as an essential element for the development of competitiveness, an important aspect in the improvement of the productive growth and economic of these companies.

- 1 Magister en Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente. Universidad de la Amazonia. Correo electrónico: m.fajardo@udla.edu.co. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-3846-149X>. Florencia, Caqueta- Colombia
- 2 Magister en Desarrollo Rural. Universidad de la Amazonia. Correo electrónico: yo.cuellar@udla.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3259-1346> . Florencia, Caqueta- Colombia
- 3 Magister en Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente. Universidad de la Amazonia. Correo electrónico: g.facundo@udla.edu.co . Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8956-5862> Ciudad, Departamento- Colombia

Para citar este artículo: Fajardo, M. Y., Cuéllar- Medina, Y. & Facundo-Vargas, G. (2019). "Gerencia de la competitividad e Innovación para el Mejoramiento Continúo en las Pymes de Florencia-Caquetá". In *Vestigium Ire*. Vol. 13-1, pp. 22-40.

The study was conducted with 374 firms, randomly selected from a total population of approximately 8,000 are registered at the Chamber of Commerce. The approach applied was to cut quantitative, with a design methodology descriptive. The instrument used was a survey applied to managers of companies under study, whose analysis was based on the tabulation of statistical data in IBM SPSS software.

Key words:

Capacity, change in technology, management, improvement

Résumé

Le résultat présenté comprend le produit de la recherche développée en 2017, avec les PME de la municipalité de Florencia Caquetá, où les résultats sur la capacité d'innovation sont présentés et mis en évidence comme un élément essentiel pour le développement de compétitivité, un aspect important dans l'amélioration de la croissance productive et économique de ces entreprises. L'étude a été réalisée auprès de 374 entreprises, sélectionnées au hasard sur une population totale d'environ 8 000 personnes inscrites auprès de la Chambre de commerce. L'approche appliquée était la coupe quantitative, avec une conception méthodologique descriptive. L'instrument utilisé a été réalisé par des questionnaires d'entreprises visées par l'étude, dont l'analyse était basée sur la tabulation statistique des données dans le logiciel IBM SPSS.

Mots-clés:

Capacité, changement technologique, gestion, amélioration

Resumo

O resultado apresentado compreende o produto da pesquisa desenvolvida em 2017, com ASMEs do Município de Florencia Caquetá, onde os resultados sobre a capacidade de inovação são mostrados e evidenciados competitividade, um aspecto importante na melhoria do crescimento produtivo e econômico dessas empresas. O estudo foi desenvolvido com 374 empresas, selecionadas aleatoriamente a partir de uma população total de aproximadamente 8.000 cadastradas na Câmara de Comércio. A abordagem aplicada foi o corte quantitativo, com um desenho metodológico descritivo. O instrumento utilizado foi pesquisa aplicada a gestores de empresas sujeitas ao estudo, cuja análise foi baseada na tabulação estatística de dados no software IBM SPSS.

Palavras-chave:

Capacidade, mudança tecnológica, gestão, melhoria

Introducción

En el marco de la investigación "Elementos de mejora y gestión empresarial de mipymes de Florencia Caquetá", la cual se fundamentó en la necesidad de generar un respaldo académico para potencializar la visión empresarial en aras de fomentar la competitividad regional, se presentan los resultados obtenidos frente a los factores de competitividad e innovación y las TIC, por cuanto las empresas de hoy están utilizando las tecnologías de la información como una herramienta que aporta a la gestión empresarial para ofertar productos y servicios, a partir de ahí, surge la necesidad de implementar estas estrategias de mejora mediante métodos

de comercialización y transformación de materias primas, para perfeccionar sus actividades comerciales, haciéndolas más dinámicas y eficientes, disminuyendo tiempo y costos; del mismo modo, innovando en los procesos de ventas y comercialización entregando un producto con la calidad necesaria para satisfacer las necesidades del cliente (Garrido, 2012; Boschi, et al 2012). Por lo tanto, los factores internos de una organización deben fijar sus líneas de acción en un enfoque específico para tener un control en los procesos de comercialización.

Es claro que la empresa innovadora es la que cambia, evoluciona, hace cosas nuevas, ofrece otros productos y adopta, o pone a punto, diferentes procesos de fabricación. Innovación es atreverse, es nacer cada día, son dos buenos lemas. Hoy, la empresa está obligada a ser innovadora si quiere sobrevivir. Si no lo hace, pronto será alcanzada por los competidores. La presión es muy fuerte, ya que los productos y los procesos tienen en general un ciclo de vida cada vez más corto, así lo plantea Escorsa y Valls, (2003).

Como lo establecen Mathison, Gándara, Primavera y García (2007), hoy por hoy la competitividad de una organización está determinada por factores que se pueden agrupar en dos dimensiones, una externa y otra interna. La primera, hace uso de elementos asociados con el entorno de la organización, lugar donde se encuentra ubicada, variables macroeconómicas, viabilidad, sector, entre otros; y, por otro lado, la dimensión interna son todos aquellos aspectos vinculados al interior de la organización, como estrategias, recursos y capacidades, por lo que es importante que las empresas den un paso adelante

para implementar sistemas de calidad que garanticen un alto grado de competitividad.

Una estrategia para generar competitividad es la innovación, en este sentido López, et al (2007) plantea, que la innovación se traduce en mayor competitividad para las empresas, ya sea medida con indicadores de productividad, rentabilidad, volumen de facturación, nivel de beneficio o valor de mercado. Estos incrementos en las ventajas competitivas se producen porque la innovación reporta a las empresas mejoras en la calidad de los productos, incrementa la capacidad productiva, y la flexibilidad en los procesos, así como aumentos de en la cuota de mercado, demostrando ser un proceso altamente rentable que proporciona beneficios extraordinarios sostenidos, si se realiza de forma continuada en el tiempo.

Es claro que las empresas e instituciones no pueden innovar en aislamiento, necesitan de un conjunto de relaciones con otros agentes, de un medio que las acompañe, y esto no es simple de replicar. Por eso, puede decirse que una nación subdesarrollada podrá recibir nuevas máquinas de alta tecnología provenientes de naciones desarrolladas (que sólo podrá usufructuar si existen los recursos humanos capacitados para hacerlo), pero no podrá importar ni la institucionalidad, ni las relaciones entre los diferentes actores sociales (empresas privadas, universidades, laboratorios, centros de investigación, etc.), ni la capacidad de aprendizaje que es fruto de la experiencia (Formichela, 2005).

En este sentido, la gestión de la innovación y competitividad son factores claves para el mejoramiento continuo de las Mipymes; es así, que una de las razones por las



cuales se formuló esta investigación se fundamenta en que en el municipio de Florencia se encuentran registradas en la Cámara de Comercio aproximadamente 8.000 empresas que requieren respaldo académico para potencializar la visión empresarial en aras de fomentar la competitividad regional por lo que se formuló la pregunta de investigación: ¿Cuáles son los elementos de mejora y gestión empresarial de las Mipymes de Florencia Caquetá?. El diseño metodológico utilizado es el deductivo y correlacional cuyo estudio tiene enfoque cuantitativo, se aplicó encuesta a 374 administradores de empresas de la ciudad de Florencia, como muestra aleatoria estratificada.

Dentro de los objetivos planteados, estuvo el análisis de las diferentes correlaciones entre los elementos de mejora requeridas para optimizar la gestión empresarial de las Mipymes de Florencia Caquetá, en este caso específico la competitividad y la innovación, de allí que se tiene como resultado que la innovación en las empresas objeto de estudio está representada en las mejoras en productos o servicios existentes o adquisición de nuevos bienes de equipos que impactan en la competitividad de estas empresas tanto de servicios como de comercialización.

Revisión de la literatura

La innovación es la función específica del emprendimiento, ya sea en una empresa existente, en una institución de servicio público o en un nuevo negocio, comenzado por un individuo solitario en la cocina de su casa. Es el medio a través del cual el emprendedor crea nuevos recursos generadores de riqueza o dota a los recursos existentes de mayor potencial para crearla (Drucker, 2004).

Así mismo, la innovación es un cambio a lo tradicional, rompe con los esquemas preestablecidos a lo largo de la rutina, con el orden y la comodidad. Y, por ende, podría traer resistencia a su desarrollo al interior de las organizaciones (Vargas y Ovalle, 2015).

También es cierto que para la gran empresa el hecho de estar de acuerdo con los procesos de innovación y buscar ventajas competitivas a través de programas de Marketing, Benchmarking, como de Inteligencia Competitiva garantizando cambios de comercialización efectivos de sus productos, la regularidad para efectuar estos cambios en la comercialización, está directamente ligada al hecho de contar con un equipo calificado para ello; factor que difiere altamente de la micro y pequeña y en menor medida de la mediana empresa (Albarracín y García, 2012).

Por otro lado, es importante tener en cuenta que existen, por supuesto, innovaciones que surgen de un destello de genialidad. La mayoría de las innovaciones, sin embargo, y en especial las exitosas, son el resultado de una búsqueda consciente y decidida de oportunidades de innovación, las que se encuentran tan sólo en unas pocas ocasiones. Existen cuatro áreas de oportunidad dentro de una empresa o sector: acontecimientos inesperados, incongruencias, necesidades de procesos y cambios sectoriales y de mercado. Tres fuentes adicionales de oportunidad preexisten fuera de la empresa, en su entorno social e intelectual: cambios demográficos, cambios de percepción y nuevo conocimiento. Asimismo, en la innovación, como en cualquier otro esfuerzo, talento, ingenio y conocimiento. Pero en último término, lo que la

innovación requiere es trabajo duro, enfocado y decidido. Si faltan la diligencia, la perseverancia y el compromiso, el talento, el ingenio y el conocimiento no sirven de nada (Drucker, 2004).

Ahora bien, la innovación, en términos más específicos, entraña el propósito de mejorar la posición competitiva de las empresas mediante la incorporación de nuevas tecnologías y conocimientos de distinto tipo. El proceso de innovación consiste así en una serie de actividades no solamente científicas y tecnológicas, sino también organizacionales, financieras y comerciales; acciones que, en potencia, transforman las fases productiva y comercial de las empresas. Adicionalmente, para quienes analizan la innovación como fenómeno portador de transformaciones en gran escala, ella es la base de lo que hoy se denomina como sociedad del conocimiento y es también uno de los motores de la globalización (Albornoz, 2009).

Así mismo Dueñas (2002) por su parte también considera que la estrategia tecnológica y de innovación no se hace por generación espontánea. Es un proceso sistemático, gradual y profundo por hacer un máximo aprovechamiento de las oportunidades de mercado que tiene la empresa en un entorno social. Las empresas competitivas han definido el tipo y la naturaleza de su innovación con base en su curva de aprendizaje y sus capacidades tecnológicas, humanas y financieras, traducidas a nuevos factores de producción: información tecnología e innovación.

Si se observa el contexto colombiano, el gobierno se encuentra dispuesto a impulsar y apoyar todos los temas

relacionados en materia de investigación, innovación y tecnología, especialmente en el sector empresarial. Por esta razón el Congreso de la República modifica la Ley 29 de 1990 y transforma a Colciencias en Departamento Administrativo y se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia bajo la Ley 1286 de 2009. Actualmente se vienen desarrollando planes desde el Gobierno Nacional, los cuales buscan dinamizar diferentes sectores y estos son catalogados como las famosas locomotoras (Vargas y Ovalle, 2015).

De ahí el aporte de Sánchez (1999), quien establece que en las bases de la gestión del conocimiento están las fuentes de la innovación. Es el capital intelectual de la empresa, su incremento y la combinación creativa del mismo lo que propiciará el desarrollo de la innovación en la empresa.

Por su parte, Espinosa, Camacho y Rojas (2017), establecen “La competitividad como necesidad regional el compromiso de los actores del sector, en este caso, del Estado, la sociedad y las empresas. Sin embargo, sin una mirada conjunta en relación con el crecimiento y desarrollo de un país y las regiones, los recursos se dispersan sin el impacto social y económico que la ejecución de una política inclusive exige” (p.106).

También es importante resaltar que se requieren estrategias que permitan motivar a las personas que participan del crecimiento de las empresas, dado que según Cabrera, López y Ramírez (2011), plantea que no es posible ser competitivo a costa de la precarización de las relaciones laborales o de dar condiciones de vida desfavorables a la población. En realidad,



la competitividad implica necesariamente la mejora en la condición de vida de la población en general. Por otro lado, la competitividad empresarial no es una característica, sino una condición que se da a partir de la combinación de diversos factores que operan en el contexto en el cual se mueve la entidad competidora. Uno de los paradigmas que debe evaluarse a la luz de las teorías de la competitividad es la competencia misma, pues competencia no necesariamente implica rivalidad. Tal vez las respuestas a la supervivencia estén basadas en modelos asociativo colaborativos.

En este sentido, Cabrera *et al*, (2001), considera que la competitividad de la empresa debe ser vista y estudiada desde la complejidad, por su carácter sistémico y poli causal, dado que el logro de la misma no es el resultado de un solo proceso, sino de la interacción de múltiples factores internos y externos que inciden en las dinámicas propias de cada empresa.

Hay algunos aspectos que pueden presentar conflicto en relación a los elementos generadores de competitividad. Se ha evidenciado, que el factor tecnológico; medido en la organización a través de los departamentos de investigación y desarrollo, en cuanto a la adquisición de nuevos productos, incorporación de nuevas tecnologías y máquinas en el proceso productivo, el uso de tecnologías de la información y programas de vigilancia tecnológica que generen innovación en los procesos, con el fin de evidenciar los recursos, infraestructura y logro de los proyectos innovadores en el área comercial, publicidad y de catálogos; encuentran algún grado de dificultad en la microempresa (Gómez, Gómez y Tinjaca 2013).

Pero para Gómez *et. al* (2013), el factor tecnológico es fundamental por cuanto en la pequeña empresa se esboza un mayor compromiso con factores tecnológicos, con ello, se evidencia un impacto positivo sobre las condiciones de competitividad generadas a partir de la innovación, entendiendo que procesos de adquisición de nuevos productos apoyados en el departamento de innovación y desarrollo, ejercen una influencia positiva sobre la estructura de costos y de esta manera se podría continuar o mejorar la participación sobre el mercado tanto nacional, como internacional, elemento fundamental de la competitividad empresarial de la cadena productiva.

Para el caso de Colombia, el reto para el Sistema Nacional de Innovación, y en particular entidades como Colciencias, los Centros de Desarrollo Tecnológico y la Supervalores, es unificar esfuerzos para lograr crear una dinámica de oferta y demanda por acciones de las PYMES, en particular, aquellas que constituyen proyectos de innovación y de generación de valor. Todo esto, con el objetivo de fortalecer el Sistema Nacional de Innovación, las redes y socialización del riesgo que implica la creación de nuevo conocimiento para la economía, según lo manifiesta Hernández (2004).

En este orden, Peñaloza (2007), considera que, en definitiva, cualquier país, o en su defecto una empresa, puede construir la competitividad y propender al crecimiento, mediante la adquisición permanente de conocimientos sobre productos y procesos y su aplicación práctica; invertir en investigación y desarrollo, desarrollar un sistema de innovación nacional, poderosos medios tele-informáticos para difundir la

información y el conocimiento junto a una gestión adecuada de la innovación.

De igual manera lo considera Porter (2007), la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y perfeccionarse. Las empresas obtienen ventajas frente a los mejores competidores del mundo debido a la presión y el desafío. Se benefician de tener rivales domésticos fuertes, proveedores nacionales agresivos y clientes locales exigentes. En un mundo de competencia cada vez más global, las naciones se han vuelto más y no menos importantes.

Otro argumento que sustenta lo anterior es el planteamiento de Galicia y Sócrates (2001), y que tiene que ver con la innovación, señala que “las empresas crean ventaja competitiva al percibir o descubrir nuevas y mejores formas de competir en un sector y trasladarlas al mercado, lo que en último extremo es un acto de innovación”.

Otro aspecto importante a tener en cuenta por parte de las empresas, es que existe una marcada relación entre innovación y competitividad, siendo esta última, la razón y la condición principal para ingresar a mercados internacionales de forma permanente (Valero, Rodenes y Rueda, 2018).

Por su parte Martínez, López, García y Estrada (2009) y siguiendo un paradigma tecno-económico, considera que cada oleada tecnológica tiene un carácter distinto y específico y a medida que se difunde se va modificando la lógica de la innovación y la competitividad.

A parte de esto, diferentes teorías del desarrollo consideran la competitividad

y la innovación como estrategias básicas para el desarrollo regional. No obstante, las condiciones requeridas para el alcance de la competitividad y la innovación son multifactoriales, lo cual incrementa el nivel de complejidad de este reto, debido a los diversos limitantes estructurales y coyunturales que se presentan en las regiones, al conjunto de esfuerzos aislados, de iniciativas discontinuas y falta de acuerdos de focalización entre los diferentes niveles de gobierno y entre las diversas instituciones y sectores (Rodríguez, 2011).

Por su parte, Gallego (2005), sustenta que la innovación y el conocimiento juegan un papel crucial en el nuevo escenario económico. La productividad y competitividad, como la participación activa en las corrientes internacionales de mercancías, dependen del desarrollo de sectores que marcan la nueva economía, que a su vez se fincan en el conocimiento transformado en innovaciones. En este sentido es necesario la adquisición social de competencias para el manejo de dicho proceso, esto es, de capacidad social para la gestión de la tecnológica y la innovación. Sin embargo, la empresa es el actor principal en los mercados, por eso se hace mayor referencia a la gestión empresarial.

Por otro lado, Pardo (2017) considera que para lograr el fortalecimiento de la innovación en las regiones del país y el sector productivo es fundamental generar un ecosistema de innovación con una visión integral y sistemática donde se definan los roles de cada una de las partes interesadas de tal manera que se cuenten con lineamientos claros desde el gobierno para promover y fortalecer la innovación



De allí, la necesidad y la importancia que la academia genere espacios de acercamiento con el sector empresarial, los cuales se encuentren enfocados en el desarrollo y apropiación de una implementación real de diferentes modelos de innovación que se ajusten a las necesidades propias de la organización, establecidos con criterios claros al interior de las empresas manufactureras de la ciudad de Armenia, los cuales fomentarán y aumentarán el desarrollo productivo y competitivo de la región (Vargas y Ovalle, 2015).

De igual manera es fundamental resaltar que para las empresas de servicios y de comercialización, la relación que se tenga con los proveedores debe ser de coordinación y de acuerdos éticos, así como confiables, es por ello que la gestión de negocios entre los proveedores y las empresas compradoras le dan una especial importancia a la gestión de la cadena de suministro (Wisner, 2003; Hernández, Aguilera y Colín, 2013).

De acuerdo a los anteriores planteamientos es posible diseñar como hipótesis la siguiente:

H1: A partir de desarrollos de innovación, las empresas mejoran el crecimiento productivo y competitivo en el Municipio de Florencia Caquetá Colombia.

Estudio de las Pymes

Las empresas analizadas están ubicadas en el municipio de Florencia Caquetá, Colombia y pertenecen a los siguientes sectores: de Comercio: 4 almacenes de cadena, 83 comerciantes, 36 tiendas de abarrotes, 18 tiendas de textiles. De servicios se tomaron: 52 flotas y transporte,

100 tiendas veterinarias, 30 restaurantes, 35 instituciones educativas, 12 del sector salud y 4 agencias turísticas.

De las empresas estudiadas el 35 % tienen menos de 6 años de funcionamiento, entre tanto el 29,60 % se ubica en el rango de 7 y 11 años de antigüedad y tan sólo el 2,13 % están en un rango que oscila entre 22 y 26 años de antigüedad; en tal sentido tenemos que el mayor porcentaje de empresas son relativamente nuevas en su actividad.

Metodología

Para el desarrollo de la etapa final de la investigación y con la finalidad de analizar si la gestión del desarrollo de innovación es esencial para la mejora de la producción y participación en el mercado como elemento fundamental para la competitividad en las empresas de servicios y de comercialización en la región de Florencia en el departamento de Caquetá Colombia, se utilizó un instrumento de evaluación dirigido a los gerentes o dueños de estas empresas en el período entre agosto y noviembre del 2016. Para lograr este objetivo se tomó como referencia la base de datos que ofrece Cámara de comercio Municipio de Florencia, Caquetá (<http://ccflorencia.org.co>, 2016) el cual menciona lo siguiente:

- Población de 8.000 empresas de servicios y de comercialización.
- Aplicación del estudio con 374 MIPYMES
- Nivel de confianza al 95%.
- Error del 5%.
- El estudio tiene un enfoque cuantitativo.
- Diseño metodológico deductivo, descriptivo y correlacional.

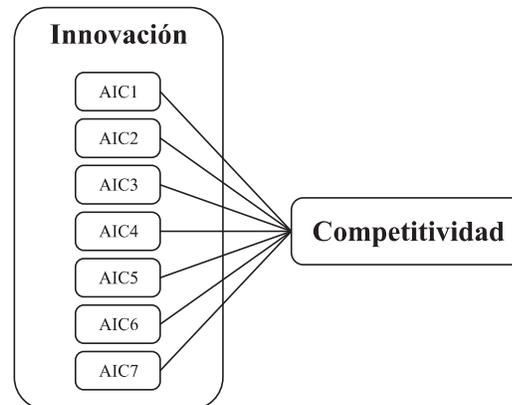
- La obtención de los datos fue de manera transversal.
- Muestra aleatoria estratificada

La encuesta comprendió preguntas agrupadas en 9 bloques: datos generales, gestión de la cadena de suministros, gestión de proveedores, rendimiento, competitividad, tecnologías de la información y comunicación, control de calidad, capital intelectual e innovación. Se aclara que para el presente análisis sólo se ha tenido en cuenta los bloques: competitividad e innovación.

El cuestionario consta de 27 preguntas en total con aspectos de Innovación y Competitividad (AIC), las cuales contienen respuestas construidas de acuerdo a una escala Likert de cinco categorías.

Asimismo, se utilizó un modelo teórico adaptado con los constructos de Innovación y de competitividad, como se muestra en la Figura 1.

Figura 1. Modelo Teórico del Trabajo de Investigación.



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la Escala de Fiabilidad para Competitividad, se obtiene que el Alfa de Cronbach es de .782 y número de elementos 18, y para Innovación se obtiene el Alfa de Cronbach de .759 con número de elementos 7, valores suficientes para garantizar la fiabilidad en estos factores.

Los resultados son considerados aceptables teniendo como referencia que el valor mínimo aceptado es de 0,7. Así mismo, en la tabla 1 y 2 se muestran los análisis descriptivos de la media, st (desviación estándar), de cada uno de los indicadores correspondientes al bloque I de Innovación y Bloque II Competitividad.

Desarrollo de las medidas

Para poder homogeneizar los resultados de las preguntas con escala Likert, se optó en dar una puntuación de 1 a 5, por lo tanto, se expresó en términos de índices, así: 1-3 totalmente en desacuerdo; 4-5 totalmente de acuerdo

Para la medición de las variables en la presente investigación, la encuesta se dividió en 2 bloques de los cuales se mencionan a continuación:

- 1.- Bloque I: **Innovación**, medido con 7 variables.
- 2.- Bloque II: **Competitividad**, conformado por 18 variables.

Tabla 1: Análisis descriptivos del bloque I de Innovación

Item	Descripción	Media	st
INN01	(Productos o servicios) Cambios o mejoras en productos o servicios existentes	2,78	1.359
INN02	Comercialización nuevos productos o servicios	3,60	1.076
INN03	(Procesos) Cambios o mejoras en los procesos	2,78	1.264
INN04	(Producción o servicios) Adquisición de nuevos bienes de equipos	2,62	1.216
INN05	(Sistemas de gestión) Dirección y gestión	2,30	1.079
INN06	Compras y aprovisionamientos	3,53	1.074
INN07	Comercial o ventas	3,87	.820

Fuente. Elaboración propia

En el análisis descriptivo en Innovación, (tabla 1) dentro de las estrategias evaluadas en la investigación con media más alta se encontró que los 3 indicadores más importantes, ante la percepción de los encuestados fueron: las variables comercial y ventas, entendida ésta como estrategia fundamental dado que la comercialización adecuada del producto

o servicio garantizan tener el espacio en el mercado; seguido de comercialización de nuevos productos para la generación de ventajas competitivas y, compras y aprovisionamientos, como medidas adecuadas para la adquisición de insumos necesarios en la optimización de los recursos.

Tabla 2: Análisis descriptivos del bloque competitividad

Item	Descripción	Media	st
CP01	Nuestro retorno de la inversión ha sido muy bueno en los últimos tres años	3,72	.733
CP02	Nuestras ventas han sido muy buenas en los últimos tres años	4,12	.812
CP03	Nuestros resultados financieros han sido muy buenos en los últimos tres años	3,77	.799
CP04	Nuestras utilidades han sido buenas en los últimos tres años	3,94	.782
CP05	Nuestras deudas han disminuido significativamente en los últimos tres años	2,85	.839
CP06	Los créditos contratados en los últimos tres años han sido a tasas preferenciales	2,45	.768

CP07	Los costos de nuestros productos afectan nuestra competitividad	2,93	1.028
CP08	Los costos de los pedidos con nuestros proveedores son bajos	2,86	.917
CP09	Los costos de transporte con nuestros proveedores son bajos	2,93	.951
CP10	Los costos de las entregas de los productos con nuestros proveedores son bajos	2,85	.922
CP11	Los costos de las materias primas e insumos con nuestros proveedores son bajos	2,32	.928
CP12	Los costos de producción en nuestra empresa son bajos	2,20	.828
CP13	Desarrollo de tecnologías	2,45	.981
CP14	Desarrollo de productos y productos	2,88	1.066
CP15	Desarrollo de procesos de producción y servicios	2,80	1.026
CP16	Planificación de proyectos	2,36	1.009
CP17	Mejoramiento de la maquinaria y equipo	2,68	1.044
CP18	Desarrollo de tecnologías de la información	2,86	.950

Fuente: *Elaboración propia*

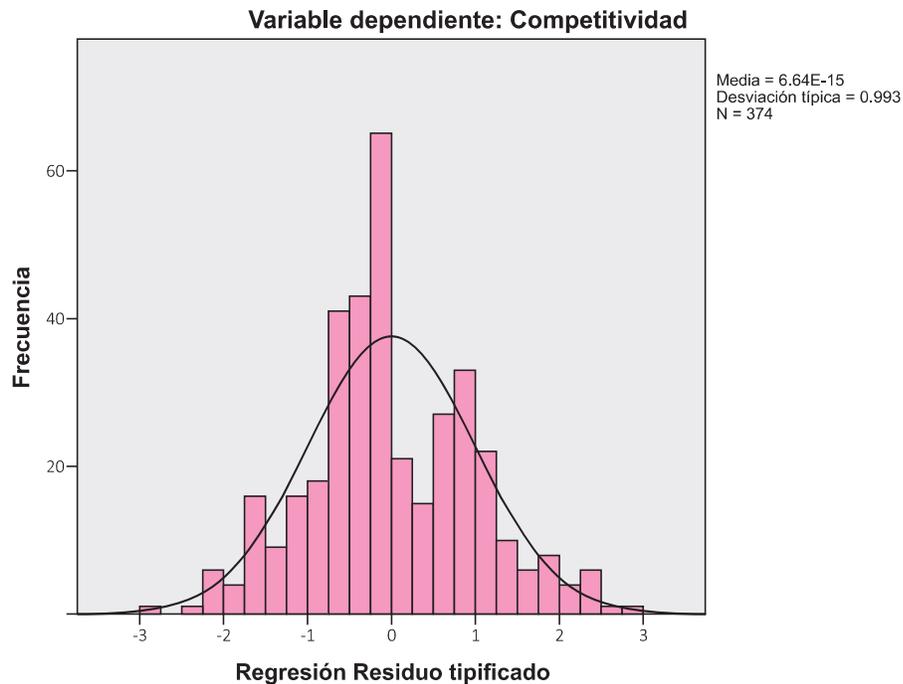
Como se observa en la tabla 2, frente al análisis descriptivo del bloque de competitividad, las variables con media más alta resultado de la percepción que tienen los empresarios sobre este factor en las empresas Pyme en Florencia, consideran en este orden la importancia que las ventas en los últimos tres años han sido más que aceptables, y en este sentido consideran que las utilidades han sido buenas en este mismo periodo. Finalmente, los empresarios consideran que la competitividad también se ha dado por los resultados financieros que han sido muy buenos en este mismo periodo.

Resultados y discusión

Es importante correlacionar dos constructos de impacto en la dinámica propia en el crecimiento económico en la región de Florencia: la innovación y la competitividad a través del análisis de su gestión. Los resultados esperados versan en la manera en cómo los empresarios pueden tener elementos que permitan mejorar su desempeño, crecimiento empresarial y económico a través del análisis y mejora continua en la gestión de la innovación para posicionamiento y competitividad, partiendo de la necesidad de establecer si los cambios o mejoras en productos o servicios existentes o adquisición de nuevos bienes de equipos impactan en la competitividad de las empresas de servicios y de comercialización.



Figura 2. Distribución de datos: Variable dependiente: Competitividad.
Histograma



Fuente: elaboración propia de los autores

Esta figura, muestra la distribución normal de los datos que fueron objeto de estudio de la presente investigación, observándose que la desviación típica es de 0,993 con $N=374$.

El nivel de competitividad de las empresas objeto de estudio, está dado por los procesos de innovación que han implementado al interior y se refleja en los cambios o mejoras en sus productos, así como la comercialización y ventas de los mismos y la adquisición de nuevos bienes en equipos dan cuenta del rendimiento en las ventas para los últimos 3 años, en tanto que el retorno de las inversiones realizadas se han dado en menos de los 3 años, así mismo, las utilidades han sido buenas durante este periodo. Esto es claro por cuanto el objetivo principal de la competitividad es crear ventajas

comparativas que permitan sostener y mejorar la posición que tenga la empresa en el entorno socioeconómico; situación misma presentada por Roberts (1999), llegando a la conclusión en su estudio de empresas que constantemente habían adoptado e implementado actividades de innovación lograron incrementar sustancialmente sus ganancias, razón por la cual estas empresas pequeñas y medianas han incrementado sus actividades de innovación.

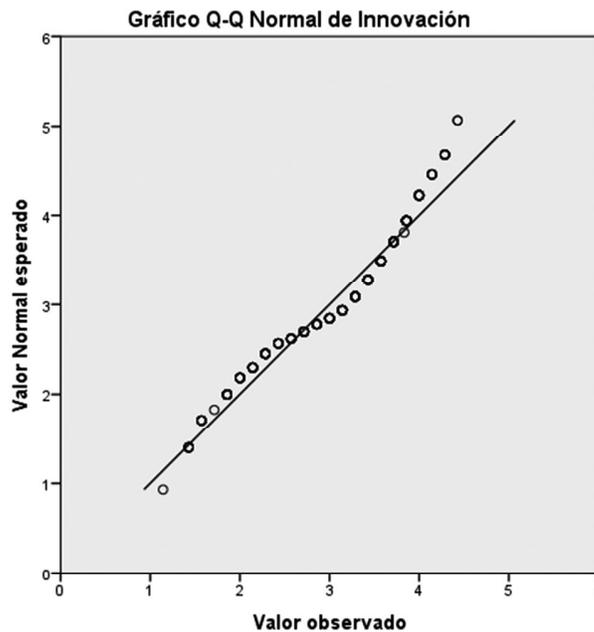
Ahora bien, frente al interrogante si la empresa ha realizado algún cambio o mejora en sus productos, procesos o sistemas de gestión en los últimos 2 años y su grado de importancia de estos cambios en lo relacionado a innovación se encontró que la mayoría de las empresas consideran que se ha dado mejoras en los procesos y

la variable con mayor valoración es la de comercial o ventas y la comercialización de nuevos productos, con una media de 3,87, ver tabla 1.

Es así, que la innovación trae consigo efectos positivos en las empresas y dentro de la modalidad de comercio y ventas, por cuanto el éxito comercial de un nuevo producto o servicio esencialmente depende de la superioridad del mismo sobre los restantes y del conocimiento del

mercado; estos resultados concuerdan con modelos planteamientos por (AECA, 1995); en investigaciones con medición en escala Likert de 5 puntos para las Mipymes, donde (1 = poco importante grado de innovación, 5 = muy importante grado de innovación). La variable, innovación en productos se conforma con la media de 2 factores: comercialización de nuevos productos/servicios y cambios o mejoras en productos o servicios existentes.

Figura 3. Valor observado en el factor Innovación.



Fuente: elaboración propia de los autores

En la Figura 3, se evidencia la pertinencia del modelo de innovación con la competitividad, por consiguiente, el modelo es confiable para esta muestra.

Ahora bien, en la tabla 3, se muestra que aproximadamente el 50,6 % de la competitividad que se genera en la Pyme de Florencia, se debe a la innovación que desarrollen los empresarios. Además, los

resultados señalan que ante la percepción que tienen los responsables de este tipo de empresas se tiene un valor robusto (t) de 4.696 y una significancia de 0,05 (valor de p). Respecto a los estadísticos de colinealidad se obtuvo un valor FIV (Factor de la inflación de la varianza) de 1.569 lo cual indica que el modelo no presenta problemas de multicolinealidad (Hair et al., 1995).

Tabla 3: Resultados del análisis de Regresión Lineal y Correlación de Pearson

Variable	Innovación	Resultados
Competitividad	0.506**	R ² ajustada = 0.315
	Valor de t (4.696)	Valor de F = 21.905 FIV mas alto = 1.569 Sig. 0.017

***p < 0.001; **p < 0.05

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el software SPSS versión 21

La tabla 4 muestra el resumen del modelo de investigación en el cual se obtuvo un valor de R de 0.569 y un valor de R² ajustada de 0,315 lo que indica que la

variable innovación esta correlacionada un 50,6 % con la variable competitividad y la estructura del modelo se explica un 31,5 %

Tabla 4: Resumen del análisis del modelo de Regresión Lineal

Modelo	1
R	0,569 ^a
R cuadrado	0,324
R ² ajustado	0,315
Error típico de la estimación	0,352
Durbin-Watson	1,621

a. Variables predictoras: (constante), Innovación

b. Variable dependiente: Competitividad

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el software SPSS versión 21

Respeto a la hipótesis planteada (H₁) en el presente trabajo de investigación se puede concluir que $\beta = 0,506$, con un valor de $p < 0,05$ indica que el desarrollo de la innovación tiene efectos positivos para una mejor competitividad en las actividades operativas de la Pyme de Florencia, actividad clave para el desarrollo de estas organizaciones. Con base en los resultados ya descritos se puede confirmar la aceptación de la hipótesis. Una vez que se ha analizado el estatus de la hipótesis planteada, se concluye que la ecuación

de regresión presenta un valor de Y1 identificado como competitividad y los valores de β_n con variables independientes extraídas del bloque de innovación, misma que se presenta a continuación: $Y1 = \beta_0 + (\beta_n * x_n) +/- \epsilon$

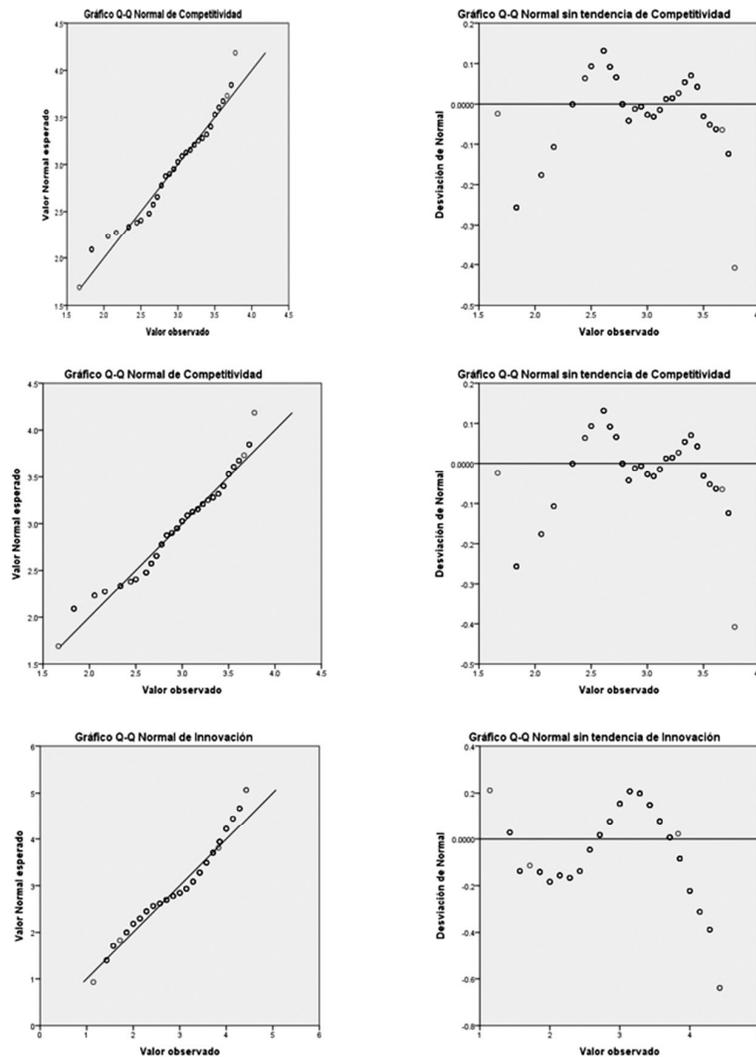
Competitividad = 2.244 + 0,066 (Productos o servicios) Cambios o mejoras en productos o servicios existentes + 0,086 Comercialización nuevos productos o servicios + 0,101 Compras y aprovisionamientos - 0,068 Comercial o

Ventas + 0,041 (Producción o servicios)
 Adquisición de nuevos bienes de equipos
 $\pm 0,017 \varepsilon$

Los datos estadísticos y resultados señalados en la ecuación de regresión (Y1) permiten afirmar que la competitividad de la Pyme de Florencia, acorde a la percepción de los gerentes, se ve ligeramente influenciada por la innovación en términos de realizar mejoras a los productos o servicios que ofrecen al cliente; así, como tener mejores

estrategias de comercialización y ventas de los mismos. Por otro lado, para la mayor competitividad de este tipo de empresa, las variables dentro del bloque de innovación que mayor inciden en la competitividad son: la mejor gestión en las compras y aprovisionamientos, así como la adquisición de nuevos bienes de equipos que faciliten la mejora en los nuevos productos que requieren comercializar en Florencia.

Figura 4. Q-Q. Comportamiento datos analizados Innovación y Competitividad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el software SPSS versión 21

En la Figura 4 se muestra el comportamiento de la información analizados de los 374 datos aportados por los gerentes en los bloques de innovación y competitividad integrados en el modelo teórico propuesto en el presente estudio, en lo relacionado a valor normal esperado siguiendo una distribución normal estándar para competitividad e Innovación en valor observado, dado que la linealidad de los puntos sugiere datos distribuidos normalmente. Entre tanto la desviación normal en valor observado sin tendencia en competitividad e innovación. Por lo tanto, el modelo es pertinente y significativo a la investigación y la relación de variables tiene sentido y linealidad con los objetivos propuestos.

Conclusiones

Es claro que las empresas que implementan en sus procesos la innovación tienen éxito, y por consiguiente, estarían aportando al bienestar y riqueza de la sociedad y por ende a la región y a un país entero, factor crucial en la competitividad y crecimiento económico; en nuestra investigación, la innovación está representada en los cambios o mejoras en productos o servicios existentes o adquisición de nuevos bienes de equipos que impactan en la competitividad de las empresas de servicios y de comercialización.

Como resultado, se obtuvo que para las empresas objeto de estudio el éxito en la gestión de la innovación implica generar procesos claves al interior de éstas, a través de la implementación de estrategias cada vez más novedosas para comercializar y vender sus productos o prestación del servicio, buscando con ello, generar mayores ingresos y más

utilidades entre sus socios; por otro lado, permite a las empresas mantenerse y ser exitosas siempre y cuando el empresario sea consciente de la necesidad de buscar soluciones novedosas que garanticen el éxito de su empresa.

Con el análisis de los resultados obtenidos, se confirma la hipótesis planteada por cuanto la implementación de factores de innovación tiene efectos positivos para una mejor competitividad en las actividades operativas de la Pymes de Florencia, Caquetá Colombia, dado que esta actividad es clave para el desarrollo de las organizaciones, reorganizar la empresa es fundamental para que se prepare a los retos que día a día debe afrontar ante los diferentes desafíos que el entorno le obliga a desarrollar.

La innovación en las empresas estudiadas está representada en la comercialización de nuevos productos, lo que permite conducir al crecimiento de sus ingresos, por cuanto esta alternativa aplicada como procesos de innovación en estas empresas, suponen una mejora en la venta de los productos o servicio y que usualmente se traduce en un incremento al valor para la sociedad, al generar mayor productividad y automáticamente incrementa la competitividad de las mismas, dado que ha sido evidente el aumento de las ventas y la obtención de buenas utilidades en sus últimos 3 años de funcionamiento, lo que conlleva al crecimiento de la economía en la región.

Para el municipio de Florencia es fundamental continuar con la perspectiva estratégica de la innovación en las empresas, en la medida en que se desarrollen procesos innovadores tanto

en la prestación del servicio como en la producción, porque integra aspectos de tipo tecnológico con las estrategias empresariales, de allí la importancia de explotar las ventajas de la internet y otros elementos que nos brinda la tecnología para reinventar y garantizar la mejora en todos los aspectos de la empresa; por tanto, el desarrollo en cambios significativos para la empresa demuestran de alguna manera innovación en sus procesos, mejoran los índices de ingresos y por ende sus utilidades.

Por otro lado, es importante resaltar la disposición de los empresarios para atender las respuestas a las cuestiones hechas en el instrumento de evaluación. Para futuras líneas de investigación se pretende desarrollar estrategias que permitan investigar la correlación con otros constructos, con otras muestras y en otros ámbitos que permitan continuar con el crecimiento económico y social de las Mipymes en esta región.

Finalmente, es preciso que instituciones de Educación Superior de la región tengan un mayor acercamiento con las Mipymes de Florencia, para generar espacios que faciliten encuentros enfocados con los empresarios y puedan contar con elementos de mejora en el desarrollo y apropiación de modelos de innovación que sean acordes a las necesidades propias de cada empresa, lo que fomentaría mucho más el crecimiento productivo y competitivo de esta región.

Referencias

Albarracín, E. y García, D. (2012). Impacto de la innovación sobre el rendimiento de la MIPYME: un estudio empírico en Colombia.

Revista Estudios gerenciales, Vol. 28, NO. 122, pp. 11-27. Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v28n122/v28n122a02.pdf>

Albornoz, M. (2009). Indicadores de innovación: las dificultades de un concepto en evolución. *Revista iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad*. V.5 N.13. Argentina. Disponible en http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-00132009000200002

Asociación Española de Contabilidad y Administración (AECA). (1995). *La innovación en la empresa: factor de supervivencia. Principios de organización y sistemas*. Madrid: AECA

Cabrera, A.; López, P.; Ramírez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. Documentos de investigación. Administración de Empresas, N.º 3, primera edición*. Ediciones Universidad Central. Colombia. Disponible en https://www.ucentral.edu.co/images/documentos/editorial/2015_competitividad_empresarial_001.pdf

Dueñas, H. (2002) *La estrategia de tecnología e innovación en las organizaciones competitivas. Revista Lupa empresarial, segunda edición*. Colombia. Disponible en <http://www.ceipa.edu.co/lupa/index.php/lupa/article/view/64/120>

Drucker, P. (2004). *La disciplina de la innovación. Harvard Business School Publishing Corporation*. Reimpresión r0408h-e. Disponible en <file:///D:/Downloads/La%20disciplina%20de%20la%20innovacion.pdf>

Escorsa, P. y Valls, J. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. Primera edición. Editorial UPC. España. Disponible en <http://>

scinnovation.cn/wp-content/uploads/soft/100916/6-10091622512.pdf

Espinosa, A, C.J. Camacho, D. Y.P, Rojas, B. F.G (2017) "Análisis de la competitividad del sector agrícola de los municipios de Arbeláez y San Bernardo" In *Vestigium Ire*. Vol.11-1, pp 95-108

Formichela, M. (2005). La evolución del concepto de innovación y su relación con el desarrollo. *Monografía realizada en el marco de la Beca de Iniciación del INTA: "Gestión del emprendimiento y la innovación"*. Argentina. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/237121706_LA_EVOLUCION_DEL_CONCEPTO_DE_INNOVACION_Y_SU_RELACION_CON_EL_DESARROLLO

Gallego, J. (2005). Fundamentos de la Gestión Tecnológica e Innovación. *Revista tecno lógicas No.15*. Disponible en <file:///D:/Downloads/Dialnet-FundamentosDeLaGestionTecnologicaEInnovacion-5062961.pdf>

Galicia y Sócrates (2001), Competitividad e innovación entre los productores de papa en la región del Bajío zamorano, en *Innovación Tecnológica y Medio Ambiente*, Fundación Friedrich Ebert Stiftung, México.

Garrido, J. (2012). Las estrategias competitivas de las micros y pequeñas empresas detallistas ante la gran distribución, tesis doctoral, univesitat internacional de Catalunya, España. Disponible en: http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/104512/Tesi_Jordi_Garrido.pdf jsessionid=3F811E310C42CFEBF1A51467FD7B6379?sequence=1

Gómez, C.; Gómez, J.; Tinjacá, B. (2013). Relación existente entre la gestión de la

innovación y la capacidad competitiva de la micro, pequeña, mediana y gran industria del sector confección de las ciudades de Pereira y Dosquebradas. *Tesis como requisito para optar el título de: Maestría en Creatividad e Innovación en las Organizaciones. Universidad Autónoma de Manizales*. Disponible en <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/607/1/Tesis%20aprobada.pdf>

Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. L., & Black, W.C. (1995). *Multivariate data analysis with readings*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall

Hernández, I. (2004). La competitividad e innovación de las pequeñas y medianas empresas (pymes): una visión institucional desde la mesoeconomía. *Revista Javeriana* pp. 20-27. Colombia. Disponible en <http://www.docentes.unal.edu.co/idhernandezu/docs/Hernandez%20Competitividad%20y%20PYMES%20en%20Colombia.pdf>

Hernández, C.O., Aguilera, E. L. y Colín, S. M. (2013). La Gestión con los proveedores: Estrategia clave para una mejor gestión de la cadena de suministro en la Pyme manufacturera de Aguascalientes, *Revista Estudios en Ciencias Sociales y Administrativas de la Universidad de Celaya*, 1 (1), 9-20.

Martínez, A. López, P. García, A. Estrada, S. (2009). *Innovación y competitividad en la sociedad del conocimiento*, primera edición. Editorial Plaza y Valdez. México. Disponible en https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=R75H9WkHLAsC&oi=fnd&pg=PA11&dq=competitividad+e+innovacion+articulos&ots=9EQ1JIPrrE&sig=OdsTRCtLFnt00jLdL_T7D2PpzNg#v=onepage&q&f=false

Mathison, L.; Gándara, J.; Primavera, C.; García, L. (2007). Innovación: factor clave para lograr ventajas competitivas. *Revista NEGOTIUM*, Año. 3, N° 7, Pág. 46-83. Venezuela.

Pardo, M. C.I (2017). La importancia de la innovación para la productividad y la competitividad en las regiones. *Revista Portafolio*. Bogotá.

Peñaloza, M. (2007). Tecnología e innovación factores claves para la competitividad. *Revista Actualidad Contable FACES Año 10 N° 15 pág. 82-94. Venezuela*. Disponible en <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17422/1/articulo7.pdf>

Porter, M. (2007). La ventaja competitiva de las naciones. *Harvard Business School Publishing Corporation*. Reimpresión R0711L-E. Chile. Disponible en: https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/35621855/EL_EXITO_EN_LOS_NEGOCIOS_INTERNACIONALES_PORTER.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1509503285&Signature=6Ud0AqV%2F%2FNsG%2FSiTW7qAkFK%2FEFI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLa_ventaja_competitiva_de_las_naciones.pdf

Roberts, P. W. (1999). Product innovation, product-market competition, and persistent profitability in the U.S. pharmaceutical industry. *Strategic Management Journal*, 20(7), 655–670

Rodríguez, A. (2011). Análisis del proceso de priorización de las apuestas productivas consideradas estratégicas para impulsar la competitividad y la innovación en el Valle del Cauca, visto desde la perspectiva de las políticas públicas Estudio de Caso. *Trabajo de Grado para Optar por el Título de Maestría en Políticas Públicas*. Universidad del Valle. Colombia.

Sánchez, F. F. (1999). Modelo de empresa innovativa. Valencia: Altec

Valero, C. G.M, Rodenes, M. y Rueda, G.E. (2018) “Influencia de la innovación en la competitividad de las empresas exportadoras Estado del Arte” In *Vestigium Ire*. Vol. 12-1, pp. 145-164

Vargas, L. y Ovalle, A. (2015). Pymes manufactureras de la ciudad de Armenia y sus procesos de innovación. *Contexto 4*; 21-32. Disponible en <http://revistas.ugca.edu.co/files/journals/4/articles/415/public/415-1920-1-PB.html>

Wisner, J.D. (2003). A Structural Equation Model of Supply Chain management Strategies and Firm Performance, *Journal of Business Logistics*. 24(1), 1-26.

