

| | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------|-------------------|----------|
|  | UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA | | | |
| | Documento | Código | Fecha | Revisión |
| | FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO | F-AC-DBL-007 | 10-04-2012 | A |
| Dependencia | Aprobado | | Pág. | |
| DIVISIÓN DE BIBLIOTECA | SUBDIRECTOR ACADEMICO | | i(55) | |

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

| | |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AUTORES | YULITZA FERNANDA JIMENEZ CONTRERAS WILFREDO CARRASCAL ARDILA |
| FACULTAD | CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS |
| PLAN DE ESTUDIOS | ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS |
| DIRECTOR | CARLOS ALBERTO PACHECO SANCHEZ |
| TÍTULO DE LA TESIS | LOS EFECTOS DE LA INNOVACIÓN EN EL DESEMPEÑO DE LAS GERENCIAS EMPRESARIALES DEL SECTOR DE OPTOMETRÍA EN LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER |

RESUMEN

LA INNOVACIÓN EN EL DESEMPEÑO DE LAS GERENCIAS EMPRESARIALES ES IMPORTANTE PORQUE PERMITE QUE UNA EMPRESA TENGA UN MEJOR DESARROLLO Y LIDERAZGO EN EL MERCADO, CON EL ESTUDIO REALIZADO SE DETERMINÓ CUÁLES SON SUS EFECTOS Y LOS TIPO DE INNOVACIÓN QUE APLICAN LOS GERENTES DEL SECTOR DE OPTOMETRÍA EN OCAÑA (COLOMBIA), LLEGANDO A DETERMINAR DE QUE EN EL MISMO SE IMPLEMENTAN CORRECTAMENTE LA TECNOLOGÍA Y OTROS ASPECTOS INNOVADORES DE GERENCIA.

CARACTERÍSTICAS

| | | | |
|--------------------|----------------|-------------------------|------------------|
| PÁGINAS: 55 | PLANOS: | ILUSTRACIONES: 6 | CD-ROM: 1 |
|--------------------|----------------|-------------------------|------------------|

**LOS EFECTOS DE LA INNOVACIÓN EN EL DESEMPEÑO DE LAS GERENCIAS
EMPRESARIALES DEL SECTOR DE OPTOMETRÍA EN LA CIUDAD DE OCAÑA
NORTE DE SANTANDER**

AUTORES:

YULITZA FERNANDA JIMÉNEZ CONTRERAS

WILFREDO CARRASCAL ARDILA

Proyecto de grado como requisito para optar al título de Administradores de Empresas

DIRECTOR:

CARLOS ALBERTO SÁNCHEZ PACHECO
Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Ocaña, Colombia

Noviembre de 2019

Índice

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Introducción | x |
| | |
| Capítulo 1. Los efectos de la innovación en el desempeño de las gerencias empresariales del sector de optometría en la ciudad de Ocaña Norte de Santander | 1 |
| 1.1 Planteamiento del problema..... | 1 |
| 1.2 Formulación del problema..... | 3 |
| 1.3 Objetivos | 3 |
| 1.3.1 Objetivo General. | 3 |
| 1.3.2 Objetivos Específicos..... | 3 |
| 1.4 Justificación | 4 |
| 1.5 Delimitaciones | 6 |
| 1.5.1 Delimitación Conceptual..... | 6 |
| 1.5.2 Delimitación Operativa. | 6 |
| 1.5.3 Delimitación Temporal. | 6 |
| 1.5.4 Delimitación Geográfica. | 6 |
| | |
| Capítulo 2. Marco referencial..... | 7 |
| 2.1 Marco histórico..... | 7 |
| 2.1.1 Historia de la innovación en el mundo..... | 7 |
| 2.1.2 Historia de la innovación en Colombia..... | 8 |
| 2.2 Marco teórico..... | 10 |
| 2.3 Marco conceptual..... | 13 |
| 2.4 Marco legal. | 15 |
| | |
| Capítulo 3. Diseño Metodológico | 18 |
| 3.1 Tipo de Investigación..... | 18 |
| 3.2 Población | 18 |
| 3.3 Muestra | 19 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información | 19 |
| 3.5 Procesamiento y análisis de la información..... | 19 |
| Capítulo 4. Presentación de resultados | 20 |
| 4.1 Perfil empresarial de los gerentes de las empresas del sector de optometría de la ciudad de Ocaña N.S..... | 20 |
| 4.2 Identificación de los procesos y prácticas innovadoras en las empresas del sector de optometría de la ciudad de Ocaña..... | 24 |
| 4.3 Determinación de los alcances y logros de las gerencias del sector de optometría de Ocaña con el desarrollo de estrategias innovadoras | 27 |
| 4.4 Nivel de importancia de la innovación en el desempeño de las gerencias del sector de optometría de Ocaña. | 32 |
| Capítulo 5. Conclusiones | 36 |
| Capítulo 6. Recomendaciones | 38 |
| Referencias..... | 39 |

Lista de tablas

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1 Acciones administrativas aplicadas en la empresa | 22 |
| Tabla 2 Prácticas implementadas en los consultorios de optometría..... | 25 |
| Tabla 3 Alcances logrados con las prácticas modernas implementadas en el sector de optometría | 27 |
| Tabla 4 Calificación desde el rol gerencial..... | 29 |
| Tabla 5 Calificación de los logros alcanzados con la innovación, desde el rol gerencial | 31 |
| Tabla 6 Evaluación de algunas condiciones para tener una exitosa gerencia en el sector de la Optometría | 33 |

Lista de figuras

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1. Acciones administrativas aplicadas en la empresa. | 23 |
| Figura 2. Prácticas implementadas en la entidad. | 25 |
| Figura 3. Alcances logrados con las prácticas modernas implementadas en la entidad. | 28 |
| Figura 4. Calificación desde el rol gerencial. | 30 |
| Figura 5. Calificación de los logros alcanzados con la innovación, desde el rol gerencial. | 31 |
| Figura 6. Evaluación de algunas condiciones para tener una exitosa gerencia en el sector de la Optometría. | 34 |

Lista de apéndice

| | |
|-----------------------------------|----|
| Apéndice A. Modelo Encuesta. | 42 |
|-----------------------------------|----|

Introducción

El trabajo que a continuación se desarrolla, titulado: “Los efectos de la innovación en el desempeño de las gerencias empresariales del sector de optometría en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander”, basa su importancia en el aspecto innovador que hoy en día el mundo brinda. La globalización y la competencia han generado nuevas dinámicas y transformaciones estructurales para las empresas, haciendo que las exigencias de los mercados sean cada día mayores y, por tanto, el esfuerzo para alcanzar un lugar privilegiado sea mayor. Por otro lado, los servicios que se ofrecen son complejos y constantemente tienen que ser mejorados con el fin de responder ante las condiciones del mercado, demandando un alto nivel de conocimientos y habilidades para innovar por parte de las empresas.

Con el fin de darle solución al problema, se plantearon algunos objetivos, los cuales consistieron en llevar a cabo la caracterización del perfil empresarial de los gerentes de las empresas del sector de optometría de la ciudad de Ocaña N.S., igualmente, se obtuvo conocimiento de los procesos y prácticas innovadoras que se llevan a cabo en dichas empresas. De otra manera, se determinaron los alcances y logros que han obtenido las gerencias del sector en mención, además de conocer el nivel de importancia de la innovación en el desempeño de las mismas.

Lo anterior se basó en una metodología de tipo descriptivo, con enfoque mixto, dirigido a las 19 empresas del sector de optometría existentes en la ciudad de Ocaña. Se dio finalidad al trabajo, existiendo un poco de complejidad en la aplicación del instrumento. Aun así, se obtuvo

la información para el desarrollo del mismo, concluyendo que las empresas de este sector en la ciudad de Ocaña, se encuentra en un buen nivel de innovación en búsqueda de estar al día con la tecnología.

Capítulo 1. Los efectos de la innovación en el desempeño de las gerencias empresariales del sector de optometría en la ciudad de Ocaña Norte de Santander

1.1 Planteamiento del problema

El factor innovador ha pasado a constituir un vector estratégico que permite que la empresa mejore su posición competitiva, pues su ausencia produce una grave insuficiencia para generar nuevos productos y procesos. Según (Hidalgo, 2011), en este sentido, las organizaciones deben incorporar dentro de su estrategia acciones tendientes a gestionar los denominados procesos de innovación, a fin de que adquieran mayor capacidad de adaptación y, sobre todo, la posibilidad de anticipar e, incluso, de provocar rupturas que las faculten para renovar sus ventajas competitivas en el momento oportuno (p. 99).

Para Robayo (2015), no cabe duda que la innovación es uno de los motores fundamentales de las organizaciones y como tal, su sostenibilidad económica, evolución y crecimiento, de hecho, referencia un concepto en el que Michael Porter (1993) afirmaba que:

La competitividad de una nación y por tanto de su tejido industrial y económico, depende de la capacidad para innovar y mejorar. Las actividades de innovación constituyen efectivamente, junto con el capital humano, uno de los principales factores que determinan las ventajas competitivas de las economías industriales avanzadas. En palabras de Porter, la única ventaja competitiva sostenible

es la innovación permanente. Por eso resulta esencial fijar la atención en la forma en que los procesos de innovación son gestionados en el seno de la organización. (p.7)

Los procesos de innovación de las organizaciones deben ofrecer una respuesta tanto a la impredecibilidad de los mercados como a las oportunidades existentes en la actualidad. El mundo ha cambiado, ya no es el mismo que hace unos años donde todo era más o menos estable y predecible. Existen ahora una serie de factores externos que obligan a las organizaciones a gestionar sus procesos de una forma diferente, de una forma mucho más abierta, refiere (Robayo, 2015).

De otra manera, comenta Robayo (2015) que, en países en desarrollo, específicamente en Colombia, no se cuenta con un alto nivel de estudios e investigaciones propias en las cuales se haga énfasis en la importancia de la generación de capacidades innovativas y tampoco existe la identificación del perfil innovador. Lo anterior a causa de que en las industrias toman la tecnología e insumos generados por los países desarrollados, limitando así los procesos de aprendizaje y, por tanto, la dinámica del proceso innovador. Lo cual no permite la creación de tecnologías nuevas y el desarrollo de nuevos productos y procesos en respuesta al entorno económico cambiante.

Así mismo, para el Departamento Nacional de Planeación (2010), los bajos niveles existentes de inversión en innovación por parte de las empresas, además del poco recurso humano para ello, frágil institucionalidad en el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, abandono de proyección en áreas estratégicas de largo plazo, y disparidades regionales en capacidades científicas y tecnológicas.

A pesar de la importancia existente en el tema, para (Hadjimanolis, 1999), es demasiado complejo la implementación de un proceso de innovación, especialmente en las Pymes, ya que tienen demasiadas limitaciones en sus recursos financieros, humanos y tecnológicos, lo que frena los procesos de innovación, principalmente en el desarrollo de nuevos productos y servicios.

Frente a todo lo anterior, se entiende la necesidad de realizar un análisis de los efectos de la innovación en el desempeño de las gerencias empresariales del sector de optometría de la ciudad de Ocaña Norte de Santander, teniendo en cuenta su importancia al momento de ampliar su ciclo de vida y tomar ventaja de las nuevas oportunidades que presenta el mercado.

1.2 Formulación del problema

¿Qué beneficios puede tener el sector de la optometría en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, al analizar los efectos de la innovación en el desempeño de las gerencias empresariales?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General. Analizar los efectos de la innovación en el desempeño de las gerencias empresariales del sector de optometría en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1.3.2 Objetivos Específicos. Caracterizar el perfil empresarial de los gerentes de las empresas del sector de optometría de la ciudad de Ocaña N.S.

Identificar los procesos y prácticas innovadoras en las empresas del sector de optometría de la ciudad de Ocaña.

Determinar los alcances y logros de las gerencias del sector de optometría de Ocaña con el desarrollo de estrategias innovadoras

Conocer el nivel de importancia de la innovación en el desempeño de las gerencias del sector de optometría de Ocaña.

1.4 Justificación

La innovación es un preámbulo a lo que se va a ver en un lapso de tiempo corto o largo de cierto servicio o producto nuevo o mejorado. “Para que haya innovación hace falta, como mínimo, que el producto, el proceso, el método de comercialización o el método de organización sean nuevos (o significativamente mejorados) para la empresa” (Colciencias, 2019).

Hoy día, las organizaciones vienen mostrando su total interés en la búsqueda de ventajas competitivas sostenibles que les permitan abrirse paso en el medio donde brindan sus servicios, sin embargo, el espacio en el que se despliegan ha cambiado ampliamente. La globalización y la competencia han generado nuevas dinámicas y transformaciones estructurales para las empresas, haciendo que las exigencias de los mercados se hayan incrementado y, por tanto, el esfuerzo para alcanzar un lugar privilegiado sea mayor. Por otro lado, los servicios que se ofrecen son

complejos y constantemente tienen que ser mejorados con el fin de responder ante las condiciones del mercado, demandando un alto nivel de conocimientos y habilidades para innovar por parte de las empresas.

Por lo tanto, la presente propuesta busca realizar un análisis de los efectos innovadores del sector servicios desde una perspectiva interna, es decir, obtener una mejor comprensión sobre este fenómeno de acuerdo con el contexto particular en el que se mueven este tipo de organizaciones, y de la innovación como proceso y no como resultado final.

Así, la identificación de las actividades claves para la generación de capacidades en innovación en empresas del sector servicios en la ciudad de Ocaña toma importancia en la disciplina de la gestión, sobre todo, en la gestión del conocimiento y de los procesos de aprendizaje organizacional, teniendo en cuenta que el desarrollo de construcción de este tipo de capacidades es un proceso esencialmente de aprendizaje y de acumulación de conocimientos.

Por lo tanto, es importante analizar los efectos de la innovación en el desempeño de las gerencias empresariales, y así conocer qué beneficios puede tener en el sector servicios en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, al identificar los procesos innovadores que en ellos se desarrollan, determinando los alcances que las gerencias han logrado y de ello los factores positivos y el nivel de importancia de la innovación en el desempeño de las gerencias en este municipio.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Delimitación Conceptual. El trabajo de investigación presentado, tuvo en cuenta términos como: innovación, gerencias empresariales, desempeño, optometría, competitividad.

1.5.2 Delimitación Operativa. El cumplimiento de los objetivos del estudio podría haber sido afectado por distintos factores. Si en el momento del desarrollo de la investigación surgiera inconveniente que hubiere ameritado modificaciones significativas, éstas habrían sido consultadas con el director del mismo y comunicadas al Comité Curricular.

1.5.3 Delimitación Temporal. El desarrollo de la investigación se llevó a cabo en ocho semanas, las cuales fueron contadas a partir de la aprobación del anteproyecto por parte del comité curricular y de los respectivos jurados.

1.5.4 Delimitación Geográfica. El proyecto se realizó en las empresas del sector de optometría de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico

La innovación admite que las empresas puedan alcanzar ventajas sostenibles y competitivas en el tiempo. Una empresa que innove, puede responder de manera rápida y eficaz a los cambios que requiere el mercado, de ahí la importancia de conocer cómo ésta ha venido proyectándose a través del tiempo.

2.1.1 Historia de la innovación en el mundo. Según Sockeel (2017) contrariamente a lo que se puede pensar, innovación no ha siempre sido un concepto de connotación positiva: hasta el fin del siglo XIX, “innovación” fue percibida como algo dañino por la sociedad, e innovadores como los brujos de la época, porque no se conformaron con las normas de la sociedad. Por ejemplo, Eduardo VI de Inglaterra prohibió en 1546 la innovación, para, según él, evitar el desorden y la violencia en su Estado.

Así mismo, todo cambió a inicio del siglo XX. “La innovación empezó a interesar a la gente, que trató de estudiarla. Esta popularización permitió el auge de la época de oro, que empezó en los 60s y terminó en los 90s” (Sockeel, 2017).

De otra manera, Schultz afirma:

Durante mucho tiempo, los economistas han sostenido que la innovación es responsable del éxito económico de los Estados Unidos. En 1957, el economista ganador del Premio Nobel Robert

Solow afirmó que la innovación había representado alrededor del 90% del aumento de la productividad de los Estados Unidos durante la primera mitad del siglo XX. Más recientemente, William Baumol calculó que en 2011 alrededor del 90% del rendimiento económico de los Estados Unidos era el resultado de “la innovación llevada a cabo desde 1870”. La innovación desempeña un papel crucial en la promoción del crecimiento económico. Gran parte del rendimiento económico actual de los países desarrollados es el resultado de las innovaciones tecnológicas de los últimos 150 años. El mundo debe mucho a la innovación y a los sistemas de protección de la propiedad intelectual (P.I.) que aseguran la inversión en la innovación. (Schultz, 2017, p.1)

Así, el entendimiento de la sociedad de la noción de innovación pasó de un proceso, y un objeto, hacia una definición mucho más económica, como “una herramienta para el cambio”, una verdadera ventaja competitiva.

2.1.2 Historia de la innovación en Colombia. Según González (2017), a pesar de los significativos progresos de las condiciones para innovar visto en Colombia, tales como el apaciguamiento del conflicto armado interno, la apertura internacional, el aumento de recursos disponibles para Ciencia y Tecnología, siguen estando rezagados en comparación con las tendencias mundiales y regionales en esta área. Los parámetros para medir la innovación, como el registro de patentes y las publicaciones científicas per cápita, sitúan a Colombia por detrás de países como Brasil, Chile y Argentina.

En este sentido, comenta González (2017), desarrollar el concepto de innovación es un imperativo para el país que debe ser atendido con una visión holística que trascienda las miradas sectoriales a través de un ecosistema favorable a las sinergias de intersección. El fomento de la

innovación es una competencia compartida entre el Estado, las empresas, las familias y la sociedad en general. Por lo tanto, para poder expandir el sistema de innovación colombiano y hacerlo duradero y sostenible, es entonces necesario reparar estos desajustes y desequilibrios entre el sector público y el sector privado, a través de la cooperación conjunta y la inclusión de la academia.

Estudios de las empresas más innovadoras y patentes de políticas han mostrado que hay una “correlación directa entre el compromiso del gobierno a innovar y sus políticas fiscales en I + D y su habilidad de atraer y retener a organizaciones innovadoras” (Forbes, 2013). De otra manera, Estados Unidos y Japón, que tienen una excelente representación en la lista de Forbes de las 100 empresas más innovadoras, tienen una inmensa tradición de apremio gubernamental en este enfoque.

Así mismo, los incentivos varían según las necesidades y características propias de cada país. La idea es que sean diseñados para ajustarse a las necesidades de nuevas empresas y que consideren balancear el apoyo indirecto a la I + D por medio de incentivos tributarios con medidas de soporte directas para fomentar la innovación, refiere (Price Water House Coopers, 2015).

De igual forma, para el 2011, más de un tercio del apoyo público a I+D en los países de la OCDE se realizó a través de incentivos tributarios. Este tipo de incentivos es muy popular dadas las exenciones que los acuerdos internacionales (por ejemplo, en la OMC, la UE) hacen a las

subvenciones de I+D. “Es una de las pocas formas como los gobiernos pueden ayudar a las empresas nacionales a mejorar su competitividad sin ayuda directa del Estado” (González, 2017).

En Colombia, el nivel de inversión en actividades científicas, tecnológicas e innovadoras es considerablemente bajo. Incluso en el contexto latinoamericano, en donde el país busca emerger como una potencia media de carácter regional, las encuestas de innovación y los indicadores globales de competitividad reflejan un gran atraso en materia de innovación y desarrollo científico y tecnológico, refiere (González, 2017).

2.2 Marco teórico

El trabajo de grado se basa en teorías presentadas por autores que han mostrado su interés por la innovación.

Antonio Hidalgo Nuchera plantea que:

El factor innovador ha pasado a constituir un vector estratégico que permite que la empresa mejore su posición competitiva, pues su ausencia produce una grave insuficiencia para generar nuevos productos y procesos. En este sentido, las organizaciones deben incorporar dentro de su estrategia acciones tendientes a gestionar los denominados procesos de innovación, a fin de que adquieran mayor capacidad de adaptación y, sobre todo, la posibilidad de anticipar e, incluso, de provocar rupturas que las faculten para renovar sus ventajas competitivas en el momento oportuno. (Hidalgo, 2011, pág. 99)

Lo anterior está asociado a la gestión que logre desarrollar la organización frente al cambio (tanto organizacional, del entorno, como técnico o tecnológico), ya que este provoca diferentes efectos sobre el sector y su forma de incorporar estos procesos, y los resultados obtenidos dependerán de su capacidad de innovación, que a su vez se debe “a las fuentes de información más comunes que se utilizan para innovar, la manera en que se organizan las actividades innovativas y la forma en que han sido incorporadas las competencias organizacionales, productivas y tecnológicas en los procesos de innovación” (Hernández & Sánchez , 2003, pág. 263).

De otra parte, la naturaleza de las actividades innovadoras varía considerablemente de una empresa a otra. Tal como lo menciona Pavitt (2003), la innovación es contingente y puede variar de organización en organización de acuerdo con el país o la industria en el que se encuentre, el tamaño, la estrategia y su propia experiencia. En algunas firmas la innovación está asociada a la introducción de un solo y único cambio, mientras que en otras se generan innovaciones a través de cambios progresivos que finalmente hacen parte de un cambio significativo. Pero no se trata solamente de innovar con éxito en contadas ocasiones; la innovación requiere una concienciación constante y disposición de toda la organización, hacia la consecución de mayor eficiencia que le permita transferir, de forma rápida, las nuevas ideas hacia los productos y servicios, y distribuirlos entre los nuevos clientes (citado por Hidalgo, 2011, p. 103).

En algunos sectores y organizaciones, los procesos de innovación se caracterizan por su informalidad, tal como lo describen Vargas, Malaver y Zerda (2003), debido a que por lo general no se inscriben en procesos planeados ni obedecen a una gestión estratégica de la tecnología y la

innovación, y por originarse en la solución de problemas de adaptación de tecnologías importadas.
(Citado en Robayo, 2015, p.129)

Tal como lo menciona Senge, (2005) “las organizaciones que cobrarán relevancia en el futuro serán las que descubran cómo aprovechar el entusiasmo y la capacidad de aprendizaje de la gente en todos los niveles de la organización” (p.12), y para ello es importante que la capacidad de innovar en las organizaciones como parte de los procesos de conocimiento y aprendizaje no se considere como una destreza individual, ni tampoco como la suma de una serie de aptitudes individuales; debe tomarse como “una competencia social compartida por los actores sociales que forman parte de una cantidad, quizás extensa, de prácticas relevantes” Engel (1997, p. 130). (citados por Robayo, 2015).

Lo anterior también lo reafirman West (2002) y Anderson, de Dreu y Nijstad (2004), referenciados por Robayo (2015) al indicar que el proceso de generación de ideas (creatividad) y su implementación (innovación), es decir, el aprovechamiento de las ideas y sugerencias de los empleados en la organización, se ha convertido en una fuente de ventaja competitiva. Es por ello que la cultura de la empresa, la alta gerencia y el ambiente de negocios ejercen una importante influencia en el proceso de innovación. Khazanchi, Lewis & Boyer (2007), afirman:

Para que una empresa sea más innovadora necesita una cultura orientada a lograr estas metas. Sin embargo, de nada sirve la formulación de una estrategia y el desarrollo de una visión cuyo objetivo sea la innovación, si la empresa continúa operando con sistemas rígidos de planificación, áreas funcionales incomunicadas, ausencia de equipos multifuncionales, múltiples niveles de aprobación, mecanismos de control y métodos de evaluación y sistemas de recompensa inadecuados. De esta

manera se logra justificar y comprender que la innovación tiene que volverse parte de la rutina diaria, debe estar presente en todas las áreas y en cada una de las acciones de la organización (p. 129)

2.3 Marco conceptual

En el presente marco conceptual se presentan conceptos relacionados con la innovación y las gerencias empresariales.

Autores como Varela (2009), ha planteado que el concepto de Innovación se ha definido de diversas maneras, no obstante, tiene ciertos elementos claves que lo hacen distintivo de cualquier otro esfuerzo o acción que hacen las organizaciones. Entre estos elementos están el hecho de que para que haya verdadera innovación debe ocurrir “un acto de emprendimiento, que ponga en práctica dicha innovación. Es decir que no hay innovación si no hay emprendimiento”. (Varela, 2009)

De acuerdo con el Manual de Oslo de la OCDE de 2005, la innovación se refiere a la “introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización, o de un nuevo método organizativo en las prácticas internas de la empresa, o las relaciones exteriores” (Innovation Policy, 2015).

Para González (2017), lo anterior se resume en cuatro tipos de innovación (producto, proceso, organizacional y de mercado) que pueden presentarse de diferentes maneras, en diversas áreas y a diferentes ritmos. La innovación puede darse a través de cambios disruptivos, cuyo

impacto es significativo en el mercado y en la actividad económica de las empresas, pero también puede tratarse por medio de un cambio incremental, que es la manera más común de ver mejoras progresivas de productos, servicios o metodologías.

De otra manera, Spiezia (2011) afirma:

Existe la creencia popular de que la principal fuente o la base de la innovación se relacionan con cambios tecnológicos en productos y procesos. Empero la innovación también puede ser de base no tecnológica, relacionada con la organización y el marketing. En su esencia, innovar comprende la noción de “novedad”, y su efecto puede manifestarse en una escala micro, en la empresa, por ejemplo, o en una escala macro, en el mercado o incluso, en el mundo.

De otra manera, la gerencia empresarial se puede definir como una actividad realizada por diferentes personas que han sido preparadas o especializadas para cumplir el rol de: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros. El objetivo de estos individuos es el de optimizar la producción y la competitividad de una empresa o de un negocio. Así mismo, “los pilares de una buena gestión empresarial están basados en cuatro factores imprescindibles: Planificación, organización, dirección y control” (Argudo, 2017).

Así mismo, además de los factores anotados anteriormente, una excelente gerencia empresarial debe desarrollarse basada en calidad, seguridad, responsabilidad, confianza, competencias, protección al trabajador, etc. Estos aspectos son indispensables, ayudando, además, en el avance y crecimiento de una empresa generadora de productos y servicios.

En cuanto a la competitividad, se conoce como “la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores y obtener así, una posición destacada en su entorno” (Roldán, 2019). Cuando se habla de ventajas, se puede decir que se trata de tener habilidad, recursos, tecnología o atributos, que ayudan a la empresa a estar por encima de las demás, mostrándose con mayor rendimiento.

Finalmente, no se puede dejar de lado la importancia del concepto de optometría en este estudio, toda vez que es el sector a quien va dirigido el mismo. Este concepto se puede conocer como “la medición de la agudeza de la visión con la intención de revertir eventuales defectos a través de lentes. En su sentido más amplio, el concepto hace referencia a la disciplina que se encarga de cuidar la salud visual a nivel primario” (Pérez, 2019).

2.4 Marco legal

Según la Constitución política de Colombia de 1991 (Congreso de la República, 1991). En el artículo 25. El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas.

En cuanto a innovación, a continuación, se relacionan las normas legales en Colombia:

Ley 372 de 1997. Por la cual se reglamenta la profesión de optometría en Colombia y se dictan otras disposiciones.

ARTICULO 1o. DEL OBJETO. La presente ley reglamenta el ejercicio de la profesión de optometría, determina la naturaleza, propósito y campo de aplicación, desarrolla los principios que la rigen señala sus entes rectores de dirección, organización, acreditación y control del ejercicio profesional.

Ley 650 del 2001. Código de Ética Profesional de Optometría.

Ley 1286 de 2009. Por la cual se modifica la Ley 29 de 1990, se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnológica e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones.

Decreto 846 de 2016. "Por el cual se modifica la estructura del Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación -COLCIENCIAS".

Decreto 410 de 1971 (Marzo 27) *Por el cual se expide el Código de Comercio:*

TÍTULO 26. REGISTRO MERCANTIL - OBJETO - CALIDAD. El registro mercantil tendrá por objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exigiere esa formalidad.

El registro mercantil será público. Cualquier persona podrá examinar los libros y archivos en que fuere llevado, tomar anotaciones de sus asientos o actos y obtener copias de los mismos.

ARTÍCULO 10. COMERCIANTES - CONCEPTO - CALIDAD. Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.

La calidad de comerciante se adquiere, aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona.

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

Según Rivas (1995) la investigación descriptiva, trata de obtener información acerca del fenómeno o proceso, para describir sus implicaciones. Este tipo de investigación, no se ocupa de la verificación de la hipótesis, sino de la descripción de hechos a partir de un criterio o modelo teórico definido previamente (p. 9).

La presente investigación, se realizó mediante un estudio descriptivo con enfoque mixto, el cual permitió poner de manifiesto los conocimientos teóricos y metodológicos de sus autores para darle solución al problema, a través de información obtenida de la población encuestada.

Igualmente, este tipo de investigación, ayudó a la exposición de las características que identifican los diferentes elementos, componentes y su interrelación respecto a la problemática del proyecto.

3.2 Población

La población objeto del proyecto la constituyeron los representantes legales de las empresas del sector de optometría, inscritas en la Cámara de Comercio de Ocaña, las cuales según información obtenida por (Cámara de Comercio, 2019), son en total 19.

3.3 Muestra

Por lo reducido de la población, ésta se tomó en su totalidad, para ser aplicados los instrumentos de investigación diseñados para el trabajo de grado.

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

La técnica que se utilizó para recolectar la información necesaria suministrada por los representantes legales de las empresas del sector optometría de la ciudad de Ocaña, fue la encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual se aplicó a la población objetivo, considerando estos elementos como la fuente primaria.

En cuanto a la fuente secundaria, se consultó en la Biblioteca Argemiro Bayona, de la Universidad Francisco de Paula Santander, además de asesores, especialistas y conocedores del tema.

3.5 Procesamiento y análisis de la información

Para la organización y tabulación de la información obtenida por la aplicación de la encuesta se analizó cuantitativamente mediante tablas y gráficas estadísticas que representadas adecuadamente dieron mayor claridad y elevaron el nivel de confianza a los interesados y encargados de la revisión y puesta en marcha del proyecto. Además, se realizó interpretación cualitativa, porque la información se clasificó y procesó realizando un análisis de cada una de las respuestas.

Capítulo 4. Presentación de resultados

4.1 Perfil empresarial de los gerentes de las empresas del sector de optometría de la ciudad de Ocaña N.S

Un perfil empresarial, según López (2015), es una de las partes más importantes de cualquier negocio en desarrollo. El perfil le permite anunciar los detalles de sus servicios, objetivos y experiencia a los clientes potenciales, y es responsable de crear una buena primera impresión a los interesados. Un perfil empresarial puede ser utilizado en sitios web o en directorios de empresas para ayudar a brindar a los clientes potenciales una idea más clara del tipo de empresa que usted está administrando, es por esto que el perfil empresarial también puede ser una forma importante de publicidad.

Teniendo en cuenta el objetivo del trabajo, centrado en el sector de optometría, se puede decir que, para (Minsalud, 2014), el Optómetra Colombiano debe ser un profesional con competencias para la promoción, prevención, diagnóstico, pronóstico, tratamiento y rehabilitación de las alteraciones visuales y oculares fundamentado en una base moral, ética, social y humanista y con una filosofía basada en el emprendimiento como profesional liberal, que vela por la salud del paciente visto como un ser integral, con habilidades en investigación y gestión del conocimiento para así mismo desarrollar programas y proyectos en salud visual y ocular conducentes a mejorar la calidad de vida del individuo y de su comunidad, con habilidades en dirección y administración de los servicios de salud a la luz de la nueva legislación enfocados a proteger la seguridad de los pacientes y sus familias. El profesional en

Optometría mantendrá una adecuada relación con su entorno tanto académico, profesional, laboral y social, tendrá un alto sentido de compromiso por mejorar la salud pública para lo cual estará capacitado permanentemente en temas de salud visual a través de educación continuada conducentes a la generación de conocimiento necesario para dar la mejor solución al problema del paciente.

Luego de desarrollada la encuesta, elegida como instrumento, se procedió a analizar la información recolectada. Cabe destacar que los datos recolectados en las encuestas se muestran de manera global y no individual, esto con el fin de llevar una visión integral sobre los aspectos estudiados, los cuales se muestran en tablas y gráficos con el objeto de facilitar el proceso de interpretación.

Ahora bien, con el fin de caracterizar el perfil empresarial de los gerentes de las empresas del sector de optometría en la ciudad de Ocaña, se tendrán en cuenta las funciones que ejecutan y roles gerenciales que predominan.

En la ciudad de Ocaña, existen 19 empresas del sector de optometría, legalmente constituidas, las cuales en su gran mayoría son atendidas por sus representantes legales, siendo éstos profesionales certificados, quienes practican en gran número las actividades propias de cada proceso, lo cual les da la capacidad de prestar el servicio que este tipo de negocio exige. Siete de estos consultorios cuentan con más de 15 años de funcionamiento, siendo el Centro Óptimo Kadima, el más antiguo, con 27 años de existencia. La empresa con menos tiempo de existencia se encuentra en dos años, siendo ésta Óptica Avanzada, aunque se encuentra el centro

óptico Todo Gafas #2, con 9 meses, destacando que es una sucursal del ya reconocido Centro Óptico Todo Gafas, que ya cuenta con 14 años de antigüedad en el servicio de la optometría.

En cuanto al servicio prestado por estas empresas, es algo muy global e integral: consulta de optometría, consulta integral, venta de lentes y monturas, formulación de gafas, taller y reparación de las mismas, adaptación de lentes de contacto. Dentro de los servicios se encuentra el de optometría infantil y cirugía oftalmológica, como lo es el prestado por la Clínica Integral Oftalmoquirúrgica –CIO.

Seguidamente, se toman las acciones administrativas que se aplican en la empresa que éstos dirigen, representadas en gráficos, los cuales fueron hallados con base en indicadores que permitieron determinar detalladamente el desempeño gerencial de la unidad de análisis.

Tabla 1
Acciones administrativas aplicadas en la empresa

| Ítem | SI APLICA | | | NO APLICA |
|------------------------------------------------------|------------|-----------------|-----------------|-----------|
| | Importante | Algo importante | Nada importante | NA |
| Manuales de funciones | 79% | 16% | 0 | 5% |
| Manuales de procedimientos | 90% | 10% | 0 | 0 |
| Manuales de comunicaciones | 58% | 27% | 10% | 5% |
| Procesos administrativos | 68% | 32% | 0 | 0 |
| Planeación estratégica | 85% | 10% | 0 | 5% |
| Diseño de misión, visión y políticas | 85% | 10% | 0 | 5% |
| Matriz axiológica | 47% | 53% | 0 | 0 |
| Protocolos de gestión humana | 68% | 27% | 0 | 5% |
| Formatos de registro contable y financiero | 100% | 0 | 0 | 0 |
| Formatos bases de datos para el registro de clientes | 95% | 0 | 0 | 5% |

Nota: La tabla anterior muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector de optometría.

Fuente: Autores del proyecto.

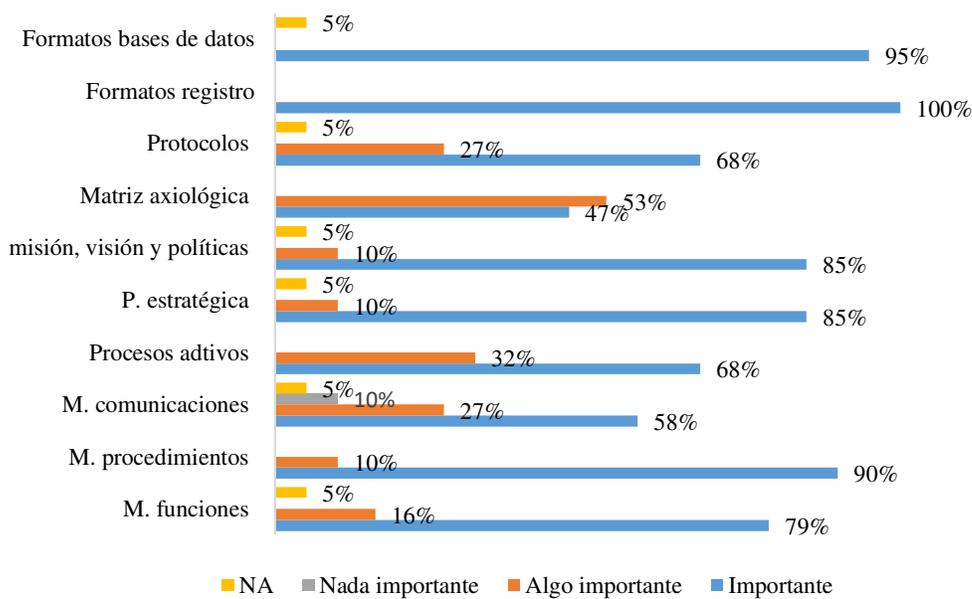


Figura 1. Acciones administrativas aplicadas en la empresa.

Fuente: Autores del proyecto.

Con relación a las acciones administrativas aplicadas en la empresa, los gerentes comentan que los formatos de registro contable y financiero en un 100% se aplican por ser importante mantener documentos físicos en los consultorios, toda vez que de allí se analiza la situación financiera y económica para tomar decisiones importantes dentro de la misma.

Otros formatos importantes para estos gerentes son las bases de datos para el registro de clientes, opinando el 95%, toda vez que este tipo de registros explora de manera más eficaz los pacientes de la empresa en el momento que se amerite.

Así mismo, se encuentra el manual de procedimientos, el cual en un 90% los gerentes comentan que es muy importante aplicarla en la empresa, con el fin que sus empleados conozcan los procesos que en ella se llevan a cabo y la manera de desarrollarlo, de una manera lógica y ordenada.

En un 85% opinan los representantes legales que la planeación estratégica y el diseño de misión, visión y políticas, son acciones importantes que un gerente debe aplicar en sus empresas; además de los procesos administrativos y de gestión humana en un 68%, respectivamente.

Otros, en menor proporción, pero también importantes para quienes dirigen los consultorios de optometría, tiene que ver con los manuales de funciones y de comunicaciones, matriz axiológica, acciones que parecen de mínima trascendencia, pero las cuales deben ser tenidas en cuenta para el crecimiento de sus empresas.

4.2 Identificación de los procesos y prácticas innovadoras en las empresas del sector de optometría de la ciudad de Ocaña

Con el fin de identificar los procesos y prácticas innovadoras en las empresas del sector de optometría en la ciudad de Ocaña, se indagó por medio de la encuesta, brindando unas opciones de respuesta, con el fin que los gerentes seleccionaran las prácticas que implementan en el consultorio.

Tabla 2
Prácticas implementadas en los consultorios de optometría

| Ítem | SI | NO |
|------------------------------------------------------------------------------|------|------|
| Creación de nuevos procesos de optometría | 95% | 5% |
| Ampliación de infraestructura | 47% | 53% |
| Adquisición de nuevos equipos tecnológicos y digitales | 85% | 15% |
| Implementación de un sistema de registro de clientes | 100% | 0 |
| Desarrollo de procesos administrativos para el personal | 100% | 0 |
| Aplicación de herramientas modernas para realizar la prestación de servicios | 95% | 5% |
| Creación de sucursales dentro o fuera de la localidad | 32% | 68% |
| Implementación de un sistema moderno de citas | 68% | 32% |
| Articulaciones nuevas con las entidades prestadoras de salud | 47% | 53% |
| Investigaciones de mercados para asegurar la competitividad | 79% | 21% |
| Otro, ¿Cuál? | 0 | 100% |

Nota: La tabla muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector de optometría.

Fuente: Autores del proyecto.

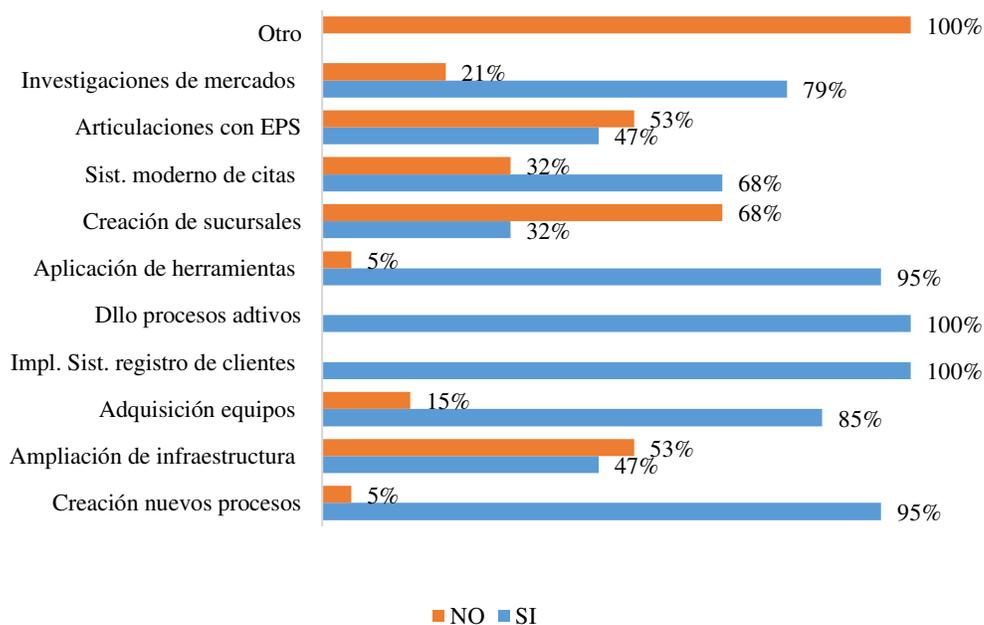


Figura 2. Prácticas implementadas en la entidad.

Fuente: Autores del proyecto.

Los resultados obtenidos muestran que una de las prácticas que más se realizan en este tipo de empresas del sector optometría, es la implementación de un sistema de registro de clientes y el desarrollo de procesos administrativos para el personal, respuesta que el 100% de estas entidades desarrollan.

Otras de las prácticas desarrolladas en las entidades mencionadas, tienen que ver con la creación de nuevos procesos de optometría y la aplicación de herramientas modernas para realizar la prestación de servicios, acciones realizadas por el 95% del sector optometría de la ciudad de Ocaña.

Para un 85% de representantes legales encuestados, la adquisición de nuevos equipos tecnológicos y digitales en sus empresas, es una de las prácticas que implementan en ellas, teniendo en cuenta que de un tiempo para acá la tecnología se ha convertido en la mano derecha de cualquier entidad.

De igual forma, entorno a los resultados obtenidos el 79% de gerentes encuestados aplican prácticas como la investigación de mercados en sus empresas, con el fin de asegurar la competitividad de las mismas.

Implementar un sistema moderno de citas, es una práctica que, además de ser necesaria, es un beneficio para las empresas, ya que con ello se ha conseguido agilizar más este tipo de servicio y ha existido conformidad por parte de los pacientes. Opina el 68% de representantes legales encuestados.

De otra manera, se tienen como prácticas implementadas la ampliación de infraestructura y articulaciones nuevas con las entidades prestadoras de salud, las cuales son llevadas a cabo por el 47% de las empresas objeto de estudio que, aunque parezcan importantes, no pueden ser ejecutadas por todas, según éstos, por los costos que ello amerita. A esto se le puede sumar la creación de sucursales dentro o fuera de la localidad, práctica que solo el 32% ha podido llevarla a cabo, aduciendo también a los costos que ocasiona su creación.

4.3 Determinación de los alcances y logros de las gerencias del sector de optometría de Ocaña con el desarrollo de estrategias innovadoras

Obtener alcances y logros dentro de una empresa cuando se está al frente de ella, es algo satisfactorio por parte de quien la dirige. Es así como se indagó sobre cuáles de ellos se han obtenido con la aplicación de estrategias innovadoras.

Tabla 3

Alcances logrados con las prácticas modernas implementadas en el sector de optometría

| Ítem | SI | NO |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| Facilita la toma de decisiones | 100% | 0 |
| Direcciona correctamente el personal y las actividades de la empresa | 100% | 0 |
| Diseño de nuevos productos, servicios o procesos | 100% | 0 |
| Gran satisfacción de los usuarios | 100% | 0 |
| Mayor reconocimiento | 100% | 0 |
| Nuevos mercados locales | 63% | 37% |
| Formación interna o externa de su personal | 100% | 0 |
| Mas productividad y mejor eficiencia en resultados médicos | 100% | 0 |
| Mejores procedimientos y preparativos técnicos o tecnológicos | 100% | 0 |
| Aumento de utilidades | 90% | 10% |
| Otro | 0 | 0 |

Nota: La tabla muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector de optometría.

Fuente: Autores del proyecto.

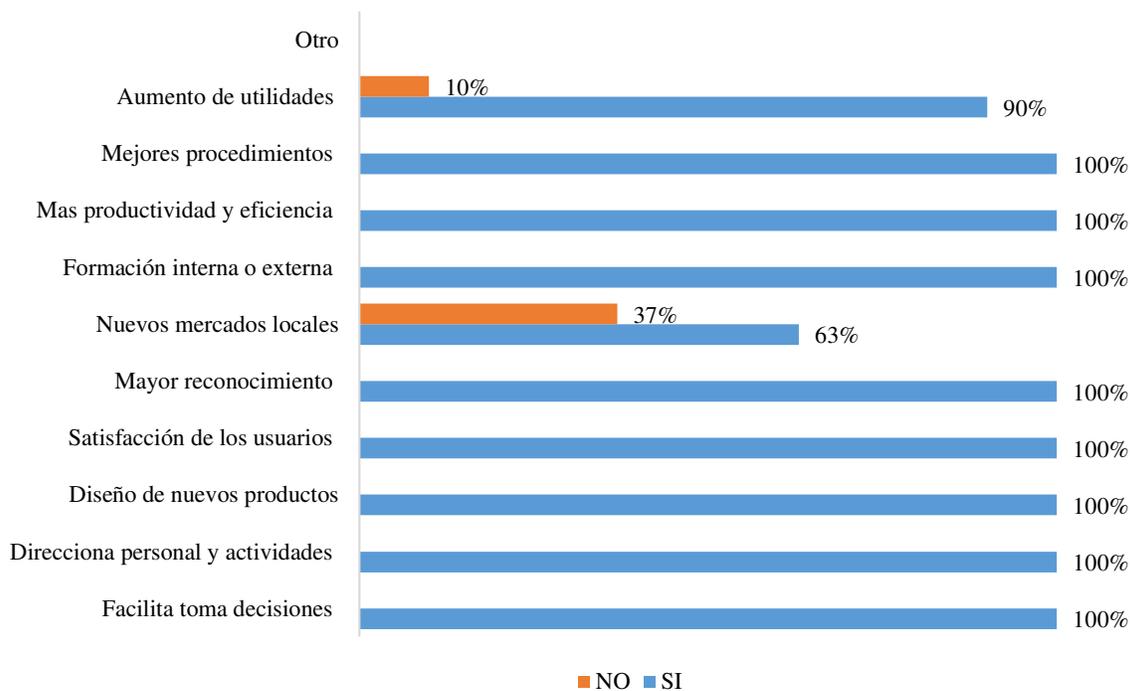


Figura 3. Alcances logrados con las prácticas modernas implementadas en la entidad.

Fuente: Autores del proyecto.

Al observar el gráfico sobre los alcances logrados con las prácticas modernas implementadas en la entidad, es satisfactorio encontrar este tipo de respuestas dadas por los representantes legales de los consultorios de optometría de la ciudad de Ocaña.

Según los gerentes de las empresas objeto de estudio, el 100% de éstos opinan que, de acuerdo a las prácticas modernas implementadas en la entidad, se han logrado los siguientes alcances:

Facilita la toma de decisiones, direcciona correctamente el personal y las actividades de la empresa, ayuda al diseño de nuevos productos, servicios o procesos; además, brinda gran

satisfacción de los usuarios, un mayor y mejor reconocimiento en el medio, ayuda a la formación interna o externa de su personal, adquiere más productividad y mejor eficiencia en resultados médicos, a la vez de presentar mejores procedimientos y preparativos técnicos o tecnológicos. En menor proporción, aunque con un excelente porcentaje del 90%, se tiene el aumento de utilidades y con 63% da la oportunidad de nuevos mercados locales. Lo que indica que, los logros alcanzados, son una estrategia más de mejoramiento para las empresas que buscan proyectarse de una manera moderna.

Tabla 4
Calificación desde el rol gerencial

| Ítem | Excelente | Buena | Regular | Malo |
|-------------------------------------------------|------------------|--------------|----------------|-------------|
| La innovación desarrollada | 73% | 27% | 0 | 0 |
| La apropiación tecnológica | 68% | 27% | 5% | 0 |
| La eficiencia de los procesos a su cargo | 73% | 27% | 0 | 0 |
| La creatividad y el liderazgo | 73% | 27% | 0 | 0 |
| La implementación de estrategias | 79% | 16% | 5% | 0 |

Nota: La tabla muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector de optometría.

Fuente: Autores del proyecto.

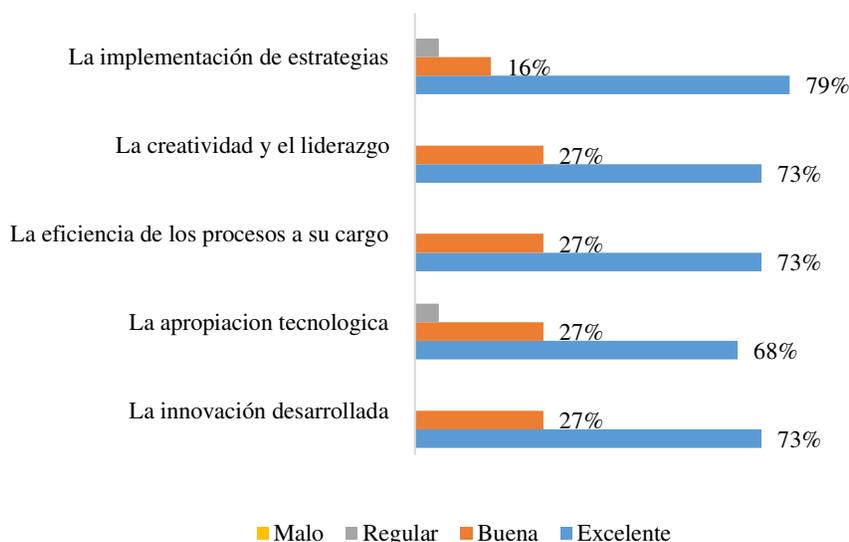


Figura 4. Calificación desde el rol gerencial.

Fuente: Autores del proyecto.

En otra medida, al analizar la calificación desde el rol gerencial a ciertas descripciones, se muestra que, para el 79% encuestado desde la gerencia, la implementación de estrategias llevada a cabo en sus empresas es excelente, para el 16% es buena y un 5% opina que es regular, siendo calificaciones satisfactorias, ya que la gran mayoría se inclina porque es favorable la manera estratégica cómo se maneja la misma. En igual porcentaje se encuentran la innovación desarrollada, la eficiencia de los procesos a su cargo y la creatividad y el liderazgo, siendo el 73% de encuestados que opinan que estas descripciones han sido desarrolladas de una manera excelente. En cuanto a la apropiación tecnológica, el 68% opina que ha sido excelente, un 27% dice que buena y, para el 5% restante, es regular. A pesar de estos porcentajes, sigue siendo excelente la calificación desde el rol gerencial, de las diferentes descripciones llevadas a cabo desde la gerencia de cada uno de los consultorios de optometría de la ciudad de Ocaña.

Tabla 5

Calificación de los logros alcanzados con la innovación, desde el rol gerencial

| Ítem | Excelente | Buena | Regular | Malo |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|---------|------|
| Reducción del tiempo de respuesta a las necesidades de un cliente | 79% | 21% | 0 | 0 |
| Mejora de la habilidad en el desarrollo de nuevos servicios | 79% | 16% | 5% | 0 |
| Calidad en el servicio | 73% | 27% | 0 | 0 |
| Mejora en el intercambio de información o comunicación interna o externa | 58% | 42% | 0 | 0 |
| Mas productividad | 63% | 37% | 0 | 0 |
| Mejor administracion | 68% | 32% | 0 | 0 |

Nota: La tabla muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector de optometría.

Fuente: Autores del proyecto.



Figura 5. Calificación de los logros alcanzados con la innovación, desde el rol gerencial.

Fuente: Autores del proyecto.

Se observa en la gráfica 5, que la reducción del tiempo de respuesta a las necesidades de un cliente y la mejora de la habilidad en el desarrollo de nuevos servicios, son logros que se suman a los anteriores y que han sido alcanzados de una manera excelente, gracias a la innovación implementada en la empresa, opinión dada por el 79% de representantes legales encuestados. Para un 73% de encuestados, la calidad del servicio es excelente, y buena para un 27%. Se ha obtenido una mejor administración, comenta el 68%, más productividad para el 63% y mejora en el intercambio de información o comunicación interna o externa dice el 58%. Estos porcentajes muestran que los efectos logrados con la innovación en el sector de optometría, es bastante satisfactorio.

4.4 Nivel de importancia de la innovación en el desempeño de las gerencias del sector de optometría de Ocaña

La importancia que en la actualidad se le brinda a la innovación en las empresas es tan alto, que hoy en día innovar hace parte de la competitividad. Serrano (2015), afirma:

Para las empresas, la tecnología, la creatividad, la gestión, la innovación son factores fundamentales para la rentabilidad, crecimiento y competitividad. “Las empresas deben su origen y supervivencia a la aplicación correcta de la tecnología, al desarrollo de nuevos productos y a la mejora de los procesos de fabricación y/o servicios” (Serrano, 2015).

Tabla 6

Evaluación de algunas condiciones para tener una exitosa gerencia en el sector de la Optometría

| Ítem | Muy Importante | Importante | Algo Importante |
|----------------------------------------------------------------------|----------------|------------|-----------------|
| Experiencia | 95% | 5% | 0 |
| Conocimientos administrativos | 63% | 37% | 0 |
| Dirección de personal | 63% | 37% | 0 |
| Articulación Institucional | 73% | 22% | 5% |
| Precisión de los procesos y servicios | 95% | 5% | 0 |
| Conocimiento del mercado | 73% | 27% | 0 |
| Organización financiera y contable | 79% | 21% | 0 |
| Diseño de procesos y procedimientos | 95% | 5% | 0 |
| Conocimiento de las normativas y leyes | 79% | 21% | 0 |
| Análisis de las condiciones macroeconómicas y microeconómicas | 68% | 27% | 5% |
| Imposición tecnológica | 79% | 16% | 5% |
| Comercio digital | 63% | 32% | 5% |
| Valor agregado en el servicio | 79% | 21% | 0 |

Nota: La tabla muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector de optometría.

Fuente: Autores del proyecto.

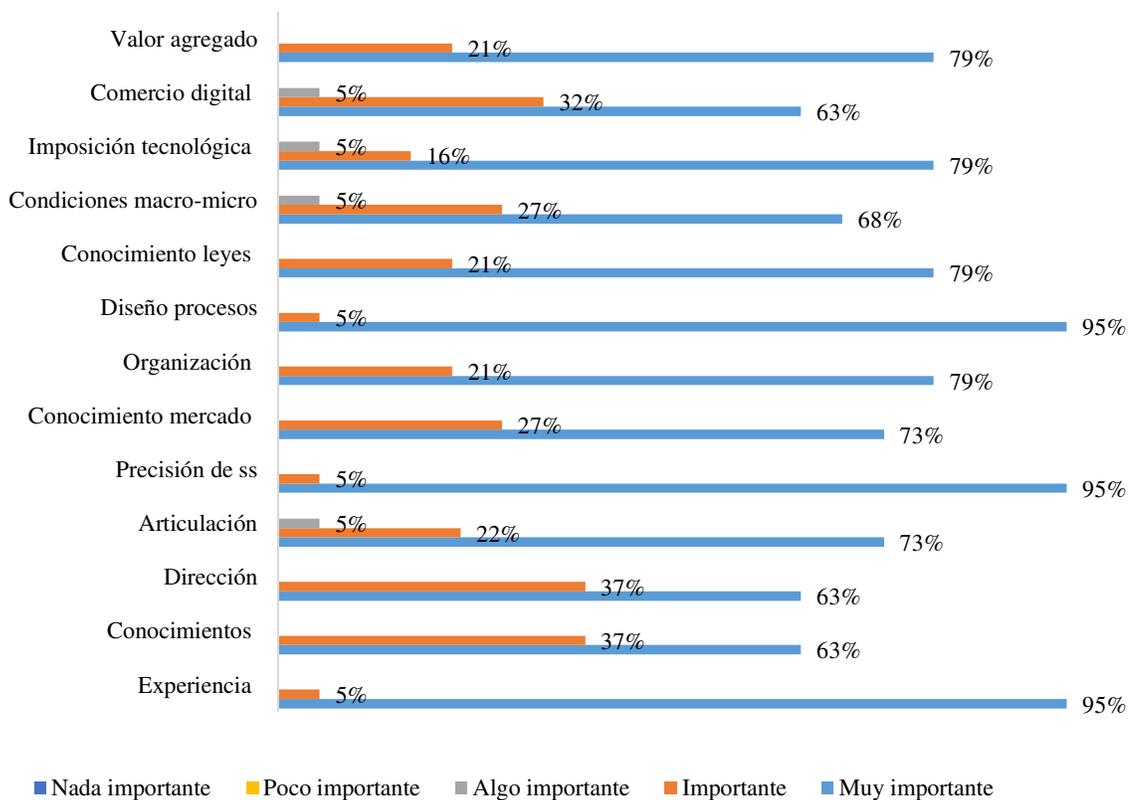


Figura 6. Evaluación de algunas condiciones para tener una exitosa gerencia en el sector de la Optometría.

Fuente: Autores del proyecto.

La innovación es uno de los pilares claves para poder estar a la vanguardia en todo lo que compete a la salud visual, de ahí su alto nivel de importancia en el desempeño de las gerencias del sector de optometría en la ciudad de Ocaña. Esto lo muestra la evaluación calificada por los encuestados, quienes comentan que para alcanzar éxito en la gerencia se debe contar con experiencia, precisión de los procesos y servicios y diseñar procesos y procedimientos en las actividades que se realizan, siendo estos tres aspectos los más importantes para ellos, en un 95%.

De otra manera, la organización financiera y contable, el conocimiento de normativas y leyes, la imposición tecnológica y el valor agregado en el servicio, son, para el 79% de gerentes encuestados, condiciones relevantes para alcanzar un alto nivel de competitividad dentro de las empresas, mostrando de esta manera lo importante de generar innovación en estas entidades.

Igualmente, se tiene que la articulación institucional y el conocimiento del mercado, en un 73%, son características propias del éxito de una empresa. Aspectos que deben tenerse en cuenta en el momento de un consultorio de optometría, busque innovar y competir en el medio donde desarrolla sus actividades.

Capítulo 5. Conclusiones

Con el fin de caracterizar el perfil empresarial de los gerentes de las empresas del sector de optometría, se tuvo conocimiento que en la ciudad de Ocaña existen 19 empresas legalmente constituidas, las cuales en su gran mayoría son atendidas por sus representantes legales, quienes son profesionales certificados, prestando el servicio de consulta de optometría, consulta integral, venta de lentes y monturas, formulación de gafas, taller y reparación de las mismas, adaptación de lentes de contacto. Además, la Clínica Integral Oftalmoquirúrgica cuenta con optometría infantil y cirugía oftalmológica. En cuanto a la antigüedad de estas empresas, se tiene que el Centro Óptimo Kadima es el más antiguo en la ciudad, contando con 27 años de funcionamiento, mientras que la Óptica Avanzada es la más joven, con dos años de existencia. De otra manera, en cuanto a las acciones administrativas aplicadas en estas empresas, se conoció que sus representantes legales ven importante el desarrollo de formatos de registro contable y financiero, bases de datos para el registro de clientes, manual de procedimientos, planeación estratégica, diseño de misión, visión y políticas, siendo éstas las más relevantes para ellos.

En cuanto a la identificación de los procesos y prácticas innovadoras en las empresas del sector de optometría de la ciudad de Ocaña, se tiene que una de las prácticas con más intensidad desarrollada en este medio, es la implementación de un sistema de registro de clientes y el desarrollo de procesos administrativos para el personal, las cuales fueron notables en las respuestas suministradas por los representantes legales de estas empresas. Así mismo se tiene la aplicación de herramientas modernas y creación de nuevos procesos de optometría, las cuales son habilidades que se llevan a cabo por parte de los gerentes de estos consultorios, en busca de

un mejoramiento en la prestación del servicio. Igualmente se conoció que la adquisición de nuevos equipos tecnológicos y digitales, se suma al proceso de innovación en este medio, siendo un aspecto de relevancia para el mismo. Cabe destacar que, para los gerentes de estas empresas, todos los aspectos que les fueron mencionaron cobran mucha importancia, sin embargo, los anotados son, usualmente, los más ejecutados en ellas.

Al determinar los alcances y logros de las gerencias del sector de optometría de Ocaña con el desarrollo de estrategias innovadoras, se logró ver que han sido bastante positivos, toda vez que los resultados arrojados muestran un informe acertado de los gerentes de las empresas. Además, se ha logrado la reducción del tiempo de respuesta a las necesidades del cliente y se ha mejorado la habilidad en el desarrollo de nuevos servicios.

El nivel de importancia de la innovación en el desempeño de las gerencias del sector de optometría de Ocaña, es muy importante para quienes se encuentran al frente de este tipo de empresas, ante todo en la experiencia, precisión de los procesos y servicios, diseño de procesos y procedimientos y la organización financiera y contable, existiendo relevancia en estos aspectos, sin dejar de lado la competitividad mostrada en el comercio digital, conocimientos administrativos y del mercado, articulación institucional, entre otras.

Capítulo 6. Recomendaciones

Se aconseja a la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, por medio del plan de estudios de Administración de Empresas, continuar con el proceso de investigación para conocer los distintos perfiles gerenciales empresariales en los diferentes sectores comerciales y de servicios en la ciudad de Ocaña, y así contar con información verídica de los mismos.

Buscar la manera de llegar a todo el sector de una manera estratégica y darles a conocer la importancia de mantener los procesos y prácticas innovadoras en estas empresas, con el fin de no dejar de lado la ampliación de infraestructura, investigación de mercados y creación de sucursales dentro o fuera de la ciudad, en las condiciones que sean posibles.

Sugerir al sector de optometría, e igualmente, al medio comercial y de servicios, mantener o mejorar los alcances y logros que las gerencias de esta área han desarrollado con sus estrategias innovadoras, revelando que la reducción del tiempo de respuesta a las necesidades del cliente ha sido una de los beneficios adquiridos, lo que conllevaría a optimizar la eficiencia en el servicio prestado.

Recomendar a las gerencias del sector de optometría, aumentar el nivel de importancia que le han brindado a la innovación, mediante el diseño de nuevos procesos en las actividades y servicios que en estas empresas se prestan. Además, mejorar la organización financiera y contable, el conocimiento de normativas y leyes, la imposición tecnológica y el valor agregado en el servicio, toda vez que estos aspectos hacen parte de su sistema de competitividad.

Referencias

- Argudo, C. (2017). *Qué es la gestión empresarial*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-gestion-empresarial.html>
- Cámara de Comercio. (2019). *Empresas de servicios en Ocaña*. Ocaña: Cámara de Comercio.
- Carlos Varela, D. C. (2009). <http://www.redalyc.org/pdf/646/64631418004.pdf>. *Estrategia y cultura de innovación, gestión*.
- Colciencias. (2019). *Innovación empresarial*. Obtenido de <https://colciencias.gov.co/portafolio/innovacion/empresarial->
- Congreso de la República. (1991). *Constitución Política de Colombia*. Bogotá: Cupido.
- Departamento Nacional de Planeación. (2010). *Bases del plan nacional de desarrollo 2010-2014*. Bogotá: Prosperidad para todos.
- Forbes. (2013). *Is innovation inspired by tax policy?* Obtenido de www.forbes.com/sites/joeharpaz/2013/10/11/isinnovation-inspired-by-tax-policy/
- González, S. (2017). *La innovación como fuente de desarrollo*. Obtenido de https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-6308_recurso_1.pdf
- Hadjimanolis. (1999). Barriers to innovation for SME in a small less developed country (Cyprus). *Technovation*, 19, 561-570.
- Hernández, G., & Sánchez, R. (2003). *Aprendizaje Tecnológico y dinámica industrial*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Hidalgo, N. (2011). La gestión de la innovación como proceso. *Conocimiento, Innovación y Desarrollo*, 99-122.
- Innovation Policy. (2015). *Innovation policy Platform*. Obtenido de www.innovationpolicyplatform.org/content/innovation-definitions-andfundamentals?topic-filters=11377
- Khazanchi, S., Lewis, W., & Boyer, K. (2007). KHAZANCHI, Shalini; LEWIS, Marianne W.; BOYER, Kenneth K. Innovation-supportive culture: The impact of organizational values on process innovation. *Journal of operations management*, 871-884.
- López, S. (2015). *Perfil empresarial*. Obtenido de <http://www.estartap.com/como-crear-un-perfil-empresarial/>

- Minsalud. (2014). *Perfil del optómetra*. Obtenido de https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/TH/Optometr%C3%ADa_Octubre2014.pdf
- Pérez, J. (2019). *Optometría*. Obtenido de <https://definicion.de/optometria/>
- Price Water House Coopers. (2015). *Government's Many Roles in Fostering innovation*. Obtenido de <http://www.pwc.com/gx/en/technology/pdf/How-governments-foster-innovation.pdf>
- Rivas, I. (1995). *Técnicas de documentación investigativa*. Caracas: UNA.
- Robayo, P. (2015). *La innovación como proceso y su gestión en la organización: Una aplicación para el sector gráfico colombiano*. Tesis de grado.
- Roldán, P. (2019). *Competitividad empresarial*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Schultz, M. F. (2017). *La innovación: el gran regalo de la historia*. Obtenido de https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2017/03/article_0003.html
- Senge, P. (2005). *La quinta disciplina de Peter Senge*. Obtenido de <https://pyramint.com/2017/07/09/1ra-entrega-de-management-basado-en-la-quinta-disciplina-de-peter-senge/>
- Serrano, Y. (2015). *Importancia de la innovación estratégica creativa y tecnológica*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/importancia-de-la-innovacion-estrategica-creativa-y-tecnologica/>
- Sockeel, F. (2017). *Historia de la innovación*. Obtenido de <https://www.bim.pe/la-historia-de-la-innovacion/>
- Spiezia, V. (2011). "Are ICT Users More Innovative?: an Analysis of ICT-Enabled Innovation in OECD Firms". Obtenido de http://dx.doi.org/10.1787/eco_studies-2011-5kg2d2hkn6vg

Apéndices

Apéndice A. Modelo Encuesta.



**Universidad Francisco
de Paula Santander**
Ocaña - Colombia
Vigilada Mineducación

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Analizar los efectos de la innovación en el desempeño de las gerencias empresariales del sector de optometría en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

Caracterización de las empresas

| | |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre de la empresa | _____ |
| Nombre del representación | _____ |
| Correo Electrónico | _____ |
| Años de funcionamiento | _____ |
| Número de Empleados | _____ |
| Tipo de servicios ofrecidos | _____ _____ _____ |
| Tipos de clientes | Niños___ Jóvenes___ Adolescentes___ Adultos mayor___ Ancianos___ Todas___ Ninguna___ |
| Nivel de formación | Técnico___ Tecnológico ___ Profesional___ Post grados: ¿Cuáles? _____ |

1. ¿Cuáles de las siguientes acciones administrativas aplica en su empresa?

| Item | SI APLICA | | | NO APLICA |
|------------------------------------------------------|------------|-----------------|-----------------|-----------|
| | Importante | Algo importante | Nada importante | |
| Manuales de funciones | | | | |
| Manuales de procedimientos | | | | |
| Manuales de comunicaciones | | | | |
| Procesos administrativos | | | | |
| Planeación estratégica | | | | |
| Diseño de misión, visión y políticas | | | | |
| Matriz axiológica | | | | |
| Protocolos de gestión humana | | | | |
| Formatos de registro contable y financiero | | | | |
| Formatos bases de datos para el registro de clientes | | | | |

2. Seleccione las prácticas que implementa en la entidad

| Descripción | SI | NO |
|------------------------------------------------------------------------------|----|----|
| Creación de nuevos procesos de optometría | | |
| Ampliación de infraestructura | | |
| Adquisición de nuevos equipos tecnológicos y digitales | | |
| Implementación de un sistema de registro de clientes | | |
| Desarrollo de procesos administrativos para el personal | | |
| Aplicación de herramientas modernas para realizar la prestación de servicios | | |
| Creación de sucursales dentro o fuera de la localidad | | |
| Implementación de un sistema moderno de citas | | |
| Articulaciones nuevas con las entidades prestadoras de salud | | |
| Investigaciones de mercados para asegurar la competitividad | | |
| Otro, ¿Cuál? | | |

3. Seleccione los alcances que logra con las prácticas modernas implementadas en la entidad

| Opción de respuesta | SI | NO |
|----------------------------------------------------------------------|----|----|
| Facilita la toma de decisiones | | |
| Direcciona correctamente el personal y las actividades de la empresa | | |
| Diseño de nuevos productos, servicios o procesos | | |
| Gran satisfacción de los usuarios | | |
| Mayor reconocimiento | | |
| Nuevos mercados locales | | |
| Formación interna o externa de su personal | | |
| Mas productividad y mejor eficiencia en resultados médicos | | |
| Mejores Procedimientos y preparativos técnicos o tecnológicos | | |
| Aumento de utilidades | | |
| Otros: ¿Cual?_____. | | |

4. Desde el rol gerencial, señale con una X califique las diferentes descripciones

| Descripciones | Excelente | Buena | Regular | Malo |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|-------|---------|------|
| Desde su gerencia | | | | |
| La innovación desarrollada | | | | |
| La apropiacion tecnologica | | | | |
| La eficiencia de los procesos a su cargo | | | | |
| La creatividad y el liderazgo | | | | |
| La implementación de estrategias | | | | |
| Con su innovación la institucion logra: | | | | |
| Reducción del tiempo de respuesta a las necesidades de un cliente | | | | |
| Mejora de la habilidad en el desarrollo de nuevos servicios | | | | |
| Calidad en el servicio | | | | |

| | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
| Mejora en el intercambio de información o comunicación interna o externa | | | | |
| Mas productividad | | | | |
| Mejor administracion | | | | |

5. Evalúe las siguientes condiciones para tener una exitosa gerencia en el sector de la Optometría:

| Competitividad | Muy importante | Importante | Algo importante | Poco importante | Nada importante |
|---------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Experiencia | | | | | |
| Conocimientos administrativos | | | | | |
| Dirección de personal | | | | | |
| Articulación Institucional | | | | | |
| Precisión de los procesos y servicios | | | | | |
| Conocimiento del mercado | | | | | |
| Organización financiera y contable | | | | | |
| Diseño de procesos y procedimientos | | | | | |
| Conocimiento de las normativas y leyes | | | | | |
| Análisis de las condiciones macroeconómicas y microeconómicas | | | | | |
| Imposición tecnológica | | | | | |
| Comercio digital | | | | | |
| Valor agregado en el servicio | | | | | |

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!