

	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	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(65)	

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	<b>SHIRLI VANESA SÁNCHEZ RODRÍGUEZ MARÍA CRISTINA PÁEZ GÓMEZ</b>		
FACULTAD	<b>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</b>		
PLAN DE ESTUDIOS	<b>ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</b>		
DIRECTOR	<b>Esp. OSCAR ORLANDO HORMAZA FAJARDO</b>		
TÍTULO DE LA TESIS	<b>INNOVACIÓN EN LAS MIPYMES DEL SECTOR CONFECCIONES, DE LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER</b>		
<b>RESUMEN</b> (70 palabras aproximadamente)			
<p><b>EL PRESENTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN BUSCA CONOCER LOS ALCANCES Y EFECTOS QUE ESTAS MICROEMPRESAS HAN LOGRADO, APORTANDO A LAS MISMAS EL ASPECTO INNOVADOR QUE HOY EN DÍA LAS APOYA EN SU PROYECCIÓN.</b></p> <p><b>PARA SU DESARROLLO, SE CONTÓ CON EL PLANTEAMIENTO DE UN PROBLEMA, EL CUÁL AYUDÓ A TRAZAR UNOS OBJETIVOS, LOS CUALES CONSISTIERON EN REALIZAR UN DIAGNÓSTICO SITUACIONAL, CON EL FIN DE CONOCER LAS CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS CLAVES, DEL SECTOR CONFECCIONES DE LA CIUDAD DE OCAÑA, N.S.</b></p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS:	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1



**INNOVACIÓN EN LAS MIPYMES DEL SECTOR CONFECCIONES, DE LA CIUDAD  
DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER**

**AUTORES:**

**SHIRLI VANESA SÁNCHEZ RODRÍGUEZ**

**MARÍA CRISTINA PÁEZ GÓMEZ**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de  
Empresas**

**Director**

**Esp. OSCAR ORLANDO HORMAZA FAJARDO**

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

**Ocaña, Colombia**

**febrero de 2020**

## Índice

Capítulo 1. Innovación en las mipymes del sector confecciones, de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.....	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Formulación del problema .....	4
1.3 Objetivos .....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
1.4 Justificación .....	5
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 a nivel mundial.....	7
2.1.2 Historia a nivel nacional. ....	9
2.1.3 Historia a nivel local. ....	10
2.2 Marco teórico .....	11
2.3 Marco conceptual.....	15
2.3.1 Innovación.....	15
2.3.2 Tecnología.....	16
2.3.3 Competitividad.....	17
2.3.4 Mipymes. ....	18
2.3.5 Sector confecciones. ....	20
2.4 Marco legal .....	21
2.4.1 Constitución política de Colombia de 1991.....	21
2.4.2 Ley 1286 de 2009.....	21
2.4.3 Ley 590 de 2000.....	21
2.4.4 Ley 905 de 2004.....	23
2.4.5 Decreto 846 de 2016. ....	23
2.4.6 Código de comercio. ....	23
Capítulo 3. Diseño metodológico .....	24

3.1 Tipo de investigación .....	24
3.2. Población.....	24
3.3 Muestra .....	25
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información. ....	25
3.5 Procesamiento y análisis de la información.....	26
Capítulo 4. Presentación de resultados .....	27
4.1 Diagnóstico situacional, con el fin de conocer las características y elementos claves, del sector confecciones de la ciudad de Ocaña, N.S.....	27
4.2 Establecer las características de los procesos que se realizan al interior de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Ocaña, para el desarrollo de la innovación.....	33
4.3 Determinar los alcances y efectos de llevar a cabo la innovación como proceso en términos de la competitividad organizacional para las empresas del sector confecciones en la ciudad de Ocaña. ....	40
Capítulo 5. Conclusiones .....	49
Capítulo 6. Recomendaciones.....	51
Referencias.....	52
Apéndices.....	55

## Lista de tablas

Tabla 1. Años de funcionamiento .....	27
Tabla 2. Número de empleados .....	28
Tabla 3. Cambios de la empresa en los últimos años .....	30
Tabla 4. Personas en la empresa, dedicadas a la investigación y desarrollo de la innovación .....	31
Tabla 5. Actividades que ha realizado la microempresa.....	34
Tabla 6. Prácticas que implementa en la microempresa .....	36
Tabla 7. Las innovaciones de productos o servicios que ha realizado para su empresa, han sido. .....	40
Tabla 8. Aspecto donde se ha visto reflejado el impacto económico, debido a las innovaciones realizadas.....	42
Tabla 9. Efectos en la empresa, debido a las innovaciones realizadas .....	43
Tabla 10. Alcances logrados mediante las prácticas de innovación aplicadas en la microempresa .....	44

## Lista de figuras

Figura 1. Años de funcionamiento.....	28
Figura 2. Número de empleados. ....	29
Figura 3. Cambios de la empresa en los últimos años. ....	30
Figura 4. Personas en la empresa, dedicadas a la investigación y desarrollo de la innovación....	31
Figura 5. Actividades que ha realizado la microempresa. ....	34
Figura 6. Prácticas que implementa en la microempresa.....	36
Figura 7. Las innovaciones de productos o servicios que ha realizado para su empresa, han sido. .....	41
Figura 8. Aspecto donde se ha visto reflejado el impacto económico, debido a las innovaciones realizadas.....	42
Figura 9. Efectos en la empresa, debido a las innovaciones realizadas.....	43
Figura 10. Alcances logrados mediante las prácticas de innovación aplicadas en la microempresa. .....	45

## **Introducción**

El presente trabajo de investigación denominado: Innovación en las Mipymes del sector confecciones, de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, busca conocer los alcances y efectos que estas microempresas han logrado, aportando a las mismas el aspecto innovador que hoy en día las apoya en su proyección.

Para su desarrollo, se contó con el planteamiento de un problema, el cuál ayudó a trazar unos objetivos, los cuales consistieron en realizar un diagnóstico situacional, con el fin de conocer las características y elementos claves, del sector confecciones de la ciudad de Ocaña, N.S.; se establecieron las características de los procesos que se realizan al interior de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Ocaña, para el desarrollo de la innovación; y, finalmente, se determinaron los alcances y efectos de llevar a cabo la innovación como proceso en términos de la competitividad organizacional para las empresas del sector confecciones en la ciudad de Ocaña.

Seguidamente, se elaboró la metodología la cual se basó en un tipo de estudio descriptivo, con enfoque mixto, dirigido a las 38 microempresas del sector de confecciones legalmente constituidas en la ciudad de Ocaña.

Finalmente se da el debido desarrollo a los objetivos, gracias a la colaboración de los representantes legales de las microempresas del sector en mención, donde se obtuvo la información, concluyendo que las Mipymes del sector confecciones en la ciudad de Ocaña, se encuentra en un nivel de innovación actualizado, siempre explorando por estar a la vanguardia de

los procesos que conlleven a lograr competitividad, rentabilidad, utilidad y credibilidad en el mercado.

# **Capítulo 1. Innovación en las Mipymes del sector confecciones, de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander**

## **1.1 Planteamiento del problema**

El impulso a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) es uno de los principales objetivos de las naciones. En estas condiciones, muchos estudios sobre las pequeñas empresas se han realizado en los países de la región y se ha generado una considerable atención a los aspectos que las caracterizan, con un especial interés en la innovación como un factor clave para la mejora de su competitividad. Moreno, Manuera y García (2011) señalan la importancia económica de las pymes, y su capacidad de innovación como un motor esencial para la creación de ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

El enfoque del estudio en cuanto a innovación se refiere, busca profundizar en el sector confecciones. Palermo (2015), afirma:

La Industria Textil Fue la primera industria en desarrollarse. De hecho la producción de telas era desde hacía siglos una importante actividad económica en Gran Bretaña, tanto de tejidos elaborados a partir de lana como de algodón. Buena parte de esa producción se basaba en el llamado sistema doméstico. Precisamente la industrialización significará el paso progresivo de la producción artesanal en el ámbito doméstico mediante la utilización de herramientas o máquinas muy sencillas a la producción en grandes factorías con decenas de telares movidos con energía hidráulica o por medio de máquinas de vapor. (p.1)

De igual forma, en el año 1801, se muestra un nuevo invento en la evolución textil, el cual correspondió a un obrero de una fábrica de sedas, francés, llamado José Jacquard, quien creó el telar con estampación. Era un telar mecánico que introducía tarjetas o patrones perforados con diferentes dibujos para decorar telas de forma barata, primero aplicado a los telares de algodón y posteriormente, a los telares de seda, producto de lujo que se hizo más popular al bajar el precio gracias a su mecanización. En la actualidad, el avance de la tecnología ha ayudado a la industria textil incorporando tejidos sintéticos, facilitando la transportación de materiales, creando nuevas máquinas con manejo de ordenadores para la eficacia, optimizando materias primas y tiempo de confección, así como el avance de estudios para la especialización de personas en el diseño de indumentaria y textil. (Palermo, 2015)

En cuanto a la industria del sector textil, relacionado con la confección colombiana, refiere (Garzón, 2011) que, ésta se ha destacado como factor fundamental del desarrollo económico del país. Durante más de 80 años ella ha realizado una contribución muy importante al crecimiento de las exportaciones y del PIB de la nación, fortaleciendo la economía nacional y constituyéndose en una fuente de trabajo importante para los colombianos.

De igual forma, la industria textil surgió en Antioquia debido al establecimiento de telares importados de Europa, gracias al fortalecimiento de los inversionistas nacionales que deseaban sustituir en parte las importaciones de telas y confecciones. Colombia es reconocida internacionalmente como un país que presenta grandes fortalezas en el negocio de los textiles y las confecciones, representando un importante porcentaje del PIB manufacturero 8% y un 3% del PIB nacional, refiere (Garzón, 2011).

La ciudad de Ocaña, es uno de los municipios económicos más importantes en la provincia, ubicado en la zona Nororiental del departamento Norte de Santander, identificado como un gran polo de desarrollo y turismo del departamento. Su economía se soporta principalmente en el comercio donde, según (Cámara de Comercio , 2018), existen 3.358 establecimientos de comercio encontrándose registrados en Cámara de Comercio 2.499 establecimientos, de los cuales el 64.2% desarrollan actividades comerciales, el 22.8% está representado por actividades de servicios, en tercer lugar actividades combinadas entre comercial y servicios con el 8%, la actividad comercial-industrial aporta el 3% de los establecimientos, el sector industrial 1.8% e industrial servicios 0.2%. (Arévalo, Pacheco & Peñaranda, 2010)

En el sector de confecciones, refiere Mejía, Mendieta y Bravo (2015), la competitividad se basa en los factores estáticos de producción entre ellos el recurso humano y no las capacidades. No se maneja el modelo de crecimiento en términos de desarrollo de las capacidades organizacionales para la generación de especificidades que crean barreras a los competidores, dando como resultado atraso tecnológico y productivo (Mejía, Mendieta, & Bravo, 2015).

En la ciudad de Ocaña, el sector confecciones ha venido desempeñando un importante papel en la economía local, de ahí que la presente investigación se incline hacia el mismo, toda vez que en ellas la innovación crea un papel bastante significativo. De ahí que se considera que las Mipymes pueden innovar no sólo con avances tecnológicos, sino que tienen la capacidad de mejorar mediante capacitación de personal, cambiar o mejorar el proceso de producción, introducir un nuevo servicio, entre otros.

## 1.2 Formulación del problema

¿En qué contribuye la innovación en las Mipymes del sector confecciones, en la ciudad de Ocaña Norte de Santander?

## 1.3 Objetivos

**1.3.1 Objetivo General.** Identificar los alcances de la innovación de las Mipymes del sector confecciones, de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

**1.3.2 Objetivos Específicos.** Realizar un diagnóstico situacional, con el fin de conocer las características y elementos claves, del sector confecciones de la ciudad de Ocaña, N.S.

Establecer las características de los procesos que se realizan al interior de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Ocaña, para el desarrollo de la innovación.

Determinar los alcances y efectos de llevar a cabo la innovación como proceso en términos de la competitividad organizacional para las empresas del sector confecciones en la ciudad de Ocaña.

## 1.4 Justificación

La innovación no se piensa en términos de una capacidad acumulativa que puede gestionarse para generar valor en forma incremental, ni se concibe como una poderosa y compleja función de transferencia que cambia la relación entre las entradas y salidas, es decir, que se carece de un enfoque de proceso que impacte directamente la toma de decisiones (Mejía, 2008). La cultura empresarial alrededor de la innovación se presenta en un estado incipiente, evidenciándose en la toma de decisiones centralizadas y escasa especialización en el personal que se encarga del desarrollo de los productos. Estas características junto con el uso de las fuentes de información, principalmente el internet y revistas, se evidencian en el tipo de innovación predominante en la oferta, centralizada por la adopción de referentes internacionales (Sanz, 2014).

De lo anterior, se basa la importancia de desarrollar un estudio sobre la innovación en las mipymes de la ciudad de Ocaña, más exactamente del sector confecciones, con el fin de conocer las características de los procesos que en su interior se realizan y así las necesidades que éstos mantienen en la innovación, para alcanzar la mayor satisfacción tanto interna como externa. Es así como el proyecto beneficiará a dicho sector, ya que se tendrá la oportunidad de acceder a una información de interés actual, así mismo a los estudiantes que realizan este trabajo, toda vez que se pone en práctica los conocimientos adquiridos durante la formación en la universidad.

## **1.5 Delimitaciones**

**1.5.1 Delimitación Conceptual.** En esta investigación se tendrán en cuenta términos como: innovación, tecnología, confección, competitividad, mipymes, sector confecciones.

**1.5.2 Delimitación Operativa.** El cumplimiento de los objetivos del estudio puede ser afectado por distintos factores. De surgir en el desarrollo del mismo, algún inconveniente que amerite modificaciones significativas, éstas serán consultadas con el director del mismo y comunicadas al Comité Curricular.

**1.5.3 Delimitación Temporal.** El desarrollo de la investigación se proyecta en ocho (8) semanas, contadas a partir de la aprobación del proyecto por parte del comité curricular y de los respectivos jurados.

**1.5.4 Delimitación Geográfica.** El proyecto se realizará en el sector de confecciones, en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

## Capítulo 2. Marco referencial

### 2.1 Marco histórico

**2.1.1 Historia a nivel mundial.** Contrariamente a lo que se puede pensar, según comenta (Zucchetti, 2017), innovación no ha sido siempre 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.

Para (Sockeel, 2017), 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. Este periodo asistió al lanzamiento de una serie de innovaciones revolucionarias: la PC, el GPS, el microondas, o el celular, por ejemplo. Fue en esta época que la mayoría de los conceptos claves de la innovación y los procesos de innovación que conocemos y usamos hoy día fueron desarrollados. De esta forma, Rolf Estate desarrolló en los años 80 el proceso de Design Thinking, un concepto que todavía está siendo usado por numerosas empresas y emprendedores en el mundo. Desde entonces, ocurrió un cambio mayor en la historia del concepto de la innovación.

Fue en esta época que la mayoría de los conceptos claves de la innovación y los procesos de innovación que conocemos y usamos hoy día fueron desarrollados. De esta forma, Rolf Estate

desarrolló en los años 80 el proceso de Design Thinking, un concepto que todavía está siendo usado por numerosas empresas y emprendedores en el mundo. (Zucchetti, 2017)

Con el desarrollo económico de estas innovaciones, la palabra mágica “innovación” se convirtió progresivamente en una palabra muy común, más difundida también. Cada firma pone en adelante su vertiente innovadora propia, porque la innovación ahora es de moda.

De otra manera, comenta (Sockeel, 2017), con el desarrollo económico de estas innovaciones, la palabra mágica “innovación” se convirtió progresivamente en una palabra muy común, más difundida también. Cada firma pone en adelante su vertiente innovadora propia, porque la innovación ahora es de moda. En ese sentido han aparecido totalmente nuevos conceptos de innovación: innovación orgánica, o frugal por ejemplo, la que se desarrolló no en firmas globalizadas, sino en las sociedades pobres de los países emergentes que trataron de apropiarse del concepto de innovación.

Es así como, según (Schultz, 2017), 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. La innovación, independientemente del tipo de que se trate, brinda grandes beneficios a la sociedad.

**2.1.2 Historia a nivel nacional.** En Colombia, las primeras bases de la innovación, según (Castellanos, 2017) están determinadas por la Revolución Industrial, muchos de cuyos avances significaron un gran camino en los procesos industriales de la época, y donde estos se expandieron con gran rapidez alrededor del mundo, lo cual dió como resultado lo que hoy en día se llama producción en masa.

En general, la innovación tecnológica permite elevar los estándares de vida de la población y transformar las condiciones relacionadas con la forma de vida y de trabajo de las personas. Sin embargo, solo hasta los años cincuenta del siglo pasado, con autores como (Abramovitz, 1956) y (Solow, 1957) se empieza a reconocer la verdadera importancia que tienen la tecnología y la innovación en cuanto al crecimiento económico de un país.

Se debe tener en cuenta que antes de los años cincuenta del siglo pasado, país que fuera potencia económica se lo debía a su acumulación de riqueza. La tecnología y la innovación solo eran aportes ajenos a esto, no representaban mayor relevancia ante una eventual expansión de la producción y la economía. (Castellanos, 2017)

Después de un largo trabajo desde esos mismos años cincuenta, solo hasta finales de los ochenta y comienzos de los noventa del siglo XX, se incorporó de forma definitiva el hecho de que la tecnología y la innovación son parte fundamental de la economía (Romer, 1990), y que estas surgen de nuevo conocimiento científico, que con conceptos avanzados en diseño, nuevos programas (software), automatización, descubrimientos médicos y biológicos, búsqueda y diseño de materiales inteligentes, y nuevos conceptos o estrategias en cuanto a mercadotecnia y

servicios, entre otros, son la base para que se genere en la economía una amplia expansión de la producción en todas sus ramas, lo cual da como resultado un incremento en la producción, con nuevos bienes y servicios, y maximiza todas las herramientas alrededor de este nuevo conocimiento.

Con este nuevo avance, la acumulación de riqueza se hace evidente, dejando de lado que solo quienes tuvieran dinero guardado tendrían la clave del desarrollo económico. Según el mismo autor citado, “Para la teoría económica neoclásica, la explicación del crecimiento se centró en la acumulación de capital como la principal fuente endógena de expansión de la producción”. (Romer, 1990, pág. 15)

**2.1.3 Historia a nivel local.** Según Claro (2015), y teniendo en cuenta que la industria textil agrupa todas aquellas actividades dedicadas a la fabricación y obtención de fibras, hilado y tejido, se puede afirmar que en la ciudad de Ocaña actualmente no existen fábricas dedicadas a la elaboración de telas e insumos para la confección debido al escaso desarrollo de la industria local, existiendo solamente talleres de confección.

Por otra parte la mayor parte de talleres de confección no cuentan con las herramientas y maquinarias necesarias, funcionan en los hogares de manera informal, aproximadamente el 50% de estos aún no están registrados en la cámara de comercio ni llevan ningún tipo de registro como lo demuestra el estudio realizado por la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña a este sector, la mano de obra no es especializada y carece de sistemas de producción a gran escala

por tal razón los precios son poco competitivos en muchos casos porque se maneja bajos volúmenes de producción. (Claro, 2015)

## **2.2 Marco teórico**

Teoría del empresario innovador. La teoría del empresario innovador fue creada por Joseph H. Shumpeter, considerado como el más importante teórico de la figura del empresario durante el siglo XX. A diferencia de su colega Knight (creador de la teoría del empresario-riesgo), se centró en la visión del empresario como emprendedor, ya que lo consideraba el principal promotor de las empresas capitalistas refiere (Marco, 2017). Su aportación principal es la de considerar al empresario como un innovador y su planteamiento es el siguiente:

En una situación de equilibrio las empresas remuneran todos los factores productivos, y aparte obtienen un beneficio normal derivado de su actividad. Los empresarios rompen este equilibrio gracias a la innovación, que genera unas rentas extraordinarias (por encima de lo normal) hasta volver a una nueva situación de equilibrio, donde se vuelve al beneficio ordinario. Por ejemplo, cuando un empresario desarrolla un producto novedoso, como por ejemplo el iPad de Apple, obtiene grandes beneficios durante un tiempo, hasta que los competidores lo copian y se vuelve a un beneficio normal. Este proceso se repite constantemente, lo que hace que el empresario sea considerado el impulsor del proceso de avance tecnológico.

Para (Marco, 2017), en este proceso técnico que genera el desarrollo económico y los avances sociales, Shumpeter sitúa al empresario como el principal promotor del mismo. De esta forma, las fases de este proceso se podrían clasificar en:

**Inención:** hace referencia a la creación o descubrimiento de un nuevo producto o de un proceso de producción totalmente nuevo para un producto ya existente.

**Innovación:** consiste en poner en práctica inventos previos de cualquier naturaleza o aplicación de la invención a usos industriales y comerciales.

**Imitación:** se trata de la generalización de la innovación por empresas de la competencia, que modifican aspectos no sustanciales que llevan a productos sustitutivos similares.

C. Freeman (1982) define la innovación como “la utilización de conocimiento nuevo para ofrecer un nuevo producto o servicio que desean los clientes”. Lo anterior hace referencia a que el hombre debe utilizar todo su conocimiento para generar ideas innovadoras acordes con lo que necesitan los usuarios. Es decir, la innovación es igual a invención + comercialización.

(Freeman, 1982)

Por otra parte, M. Porter (1990) define la innovación como “una nueva manera de hacer cosas (invención) que se comercializan”. El mismo autor propone tal definición a partir de su modelo de competitividad y productividad; o sea, el autor parte del hecho de que existen ideas, conocimientos, tecnologías en continua transformación y productos creados. Lo importante es

descubrir e inventar otras maneras de conocer el mundo, llegar a nuevos saberes, perfeccionar las tecnologías y transformar o crear nuevos productos altamente competitivos. Con lo expuesto se concluye que el proceso de innovación no se puede separar del contexto estratégico y competitivo de la empresa. (Porter, 1990)

El SNIC (Sistema Nacional de Innovación Colombiano) concibe la innovación empresarial como “La disposición mental y la nueva forma de pensar a cerca de las estrategias y prácticas de los negocios”. Moisés Wassermann, investigador de la Universidad Nacional, afirma que “la innovación es un paso que va un poco más allá de la tecnología; es no solamente generar un producto o servicio, sino también la capacidad de estar mejorando productos, mejorando servicios existentes, creando realmente ciertos productos nuevos para suplir la necesidad de las personas”. (Wassermann, 2004)

Así pues, la innovación efectiva es la que contribuye al éxito en una empresa en cuanto a mercadeo y finanzas se refiere. También impacta positivamente en el capital tecnológico acumulativo – (know-how) que genera valor en la organización, así como en el desarrollo de capacidades de aprendizaje permanentes, al generar procesos dinámicos de investigación y aprendizaje, y así afectar positivamente la competitividad y la productividad de la producción. (Castellanos, 2017)

Para (Castellanos, 2017), la experiencia de las empresas colombianas exitosas en innovación muestra que la innovación se halla en el centro de las estrategias del crecimiento de los negocios, y los encargados de su estructura (organización) y de su puesta en marcha son la

alta gerencia y las juntas directivas. De esta forma, la cultura organizacional se hace en una fuente de generación de nuevo conocimiento y de desarrollo de nuevas ideas novedosas para aplicarlas en pro de la conquista de nuevos mercados. La gerencia moderna de las organizaciones está sustentada en la generación y el desarrollo de una mentalidad innovadora, enmarcada dentro del aprendizaje permanente y el apoyo a la creatividad. Ello, con el fin retroalimentar el crecimiento de la competitividad empresarial en el mediano y el largo plazos.

**Clases de innovación.** Según el objeto que persiguen, los proyectos de innovación se clasifican en cuatro grupos: innovación en gestión; en proceso; en productos; en servicios tecnológicos y capacitación (Sistema Nacional de innovación, 1998)

**Innovación en gestión.** Son aquellos proyectos orientados a mejorar la productividad de las empresas colombianas mediante la adopción de técnicas de mejoramiento continuo, control de la calidad, organización del trabajo y mejoramiento gerencial.

**Innovación en procesos.** Se trata de proyectos que buscan generar mejoras en los procesos productivos con el fin de incrementar la productividad, mejorar la calidad y buscar un manejo responsable y respetuoso en la relación producción medio ambiente.

**Innovación en producto.** Son aquellos proyectos orientados al diseño y la elaboración de nuevos productos, con determinadas características que garanticen un exitoso posicionamiento en los mercados externo e interno, y que incrementen la competitividad en la producción.

**Innovación en servicios tecnológicos y capacitación.** Son aquellos proyectos que buscan mejorar o introducir un servicio tecnológico, o capacitar personal, con el fin de desarrollar un mayor control sobre los procesos de producción y garantizar una permanente disposición al cambio y la búsqueda de la competitividad empresarial.

## **2.3 Marco conceptual**

**2.3.1 Innovación.** Para la Escuela de Organización industrial (2015), la innovación consiste en utilizar conocimiento para construir un nuevo camino que lleve a una determinada meta. Cada proceso de innovación es específico para cada caso, y muy probablemente no sirva para abordar otros retos. Es por ello que resulta complicado definir de forma estricta un método para innovar. A veces se dice también que carece de lógica, porque aborda problemas que aún no se han descubierto o crea necesidades. En cualquier caso, en este artículo voy a intentar expresar lo que entiendo yo por innovación. (EOI, 2015)

Casi a modo de consenso puede afirmarse que la innovación se asocia al progreso de la sociedad: innovar es aumentar el valor de la sociedad y de lo que ella hace. Innovar es, de hecho, una necesidad vital que en todo momento realizan los seres humanos con el fin de progresar. Obviamente, la frecuencia e intensidad con la que se realizan los procesos de innovación depende de una gran cantidad de circunstancias que afectan a la persona, como por ejemplo su condición social o económica. (EOI, 2015)

En términos generales, refiere (EOI, 2015), innovar es conseguir un fin a través del conocimiento, siguiendo un camino que no se había seguido previamente. A pesar de tan elevada definición, innovar no es algo que constituya un gran mérito personal ya que es algo que todo el mundo realiza a diario, aunque sea a bajo nivel.

**2.3.2 Tecnología.** Un concepto que se asocia recurrentemente a la innovación es el de tecnología, definida como la “aplicación del conocimiento científico al propósito práctico de la vida humana, o a veces, al cambio o manipulación del ambiente humano” (Enciclopedia Británica, 2012). Por lo que la tecnología se reconoce como un medio para lograr objetivos estratégicos y, en muchos casos, como sustento para el desarrollo.

Para (Universidad de la Salle, 2017), esta línea promueve la innovación y la tecnología, en un sentido fundamental, que determina la forma o configuración de los sistemas artificiales y la reconfiguración de los naturales. El desarrollo tecnológico e innovador de la línea está relacionado con el desarrollo económico, científico y sociocultural de la persona en su comunidad, propendiendo a su bienestar físico y mental, y al mejoramiento de su ambiente y su hábitat. Ello implica la introducción y la difusión de conocimientos incorporados a elementos materiales, equipos, dispositivos o a métodos, procedimientos y procesos aplicados al mejoramiento de la calidad de vida y de las condiciones de salud de los conglomerados humanos, en su entorno urbano y rural.

Se asume la innovación como procesos y especificaciones que aportan a la solución de un problema a través de la tecnología; es decir, se trata de un concepto amplio que abarca un

conjunto de técnicas, conocimientos y procesos que sirven para el diseño, la construcción y la implementación acertada de sistemas y servicios que satisfagan las necesidades humanas, en este caso bajo parámetros de sostenibilidad, respeto por el medio ambiente y por las comunidades a las que impactan. (Universidad de la Salle, 2017)

**2.3.3 Competitividad.** Según (Roldán, 2019), la competitividad es 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.

La competitividad generalmente se basa en una ventaja competitiva, esto es, una cierta habilidad, recursos, tecnología o atributos que hacen superior al que la posee. Se trata de un concepto relativo en donde se compara el rendimiento de una persona u organización con respecto a otras, refiere (Roldán, 2019).

No obstante lo anterior, cabe mencionar también que no existe una definición única de competitividad existiendo varias interpretaciones y formas de medición que dependen del contexto en que se analice (empresarial, deporte, relaciones internacionales, etc.).

Para (Roldán, 2019), la competitividad empresarial puede basarse en precio o en otras variables.

En precio: la empresa es capaz de ofrecer sus productos a un menor precio que sus competidores sin reducir sus ganancias. Esta competitividad se basa en menores costos de

producción (gracias a una mejor tecnología, factores de producción más productivos, mejor organización, etc.) lo que permite que la empresa reduzca sus precios y aun así mantenga un margen atractivo sobre la venta.

Otros factores distintos al precio: la empresa es capaz de cobrar un mayor precio que sus competidores y así aumentar sus ganancias relativas. Este tipo de competitividad se basa en la capacidad de ofrecer una mayor calidad, una mejor imagen o una logística más desarrollada, entre otros factores.

Para desarrollar la competitividad de la empresa se necesita de directivos dinámicos, con visión de futuro, abiertos al cambio tecnológico y a la necesidad de innovar constantemente para ajustarse a los cambios del entorno. (Roldán, 2019)

**2.3.4 Mipymes.** Para Molina (2015), el término mipymes involucra a 3 diferentes tipos de empresa: micro, pequeña y mediana. Estas constituyen un muy alto porcentaje que, en algunos países, supera el 95 % de los negocios formales. Sin embargo, aunque para efectos prácticos este alto porcentaje de empresas se agrupan en una misma categoría, cada una posee sus propias características. Estas las diferencian de otros modelos de negocio, refiere (Molina, 2015).

De igual manera, comentan (Triana, Morales, Guarín, & Saldarriaga, 2015), las micros, pequeñas y medianas empresas son entidades independientes, con una alta predominancia en el mercado de comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias y por las limitaciones que impone la legislación en cuanto al volumen de

negocio y de personal, los cuales si son superados convierten, por ley, a una microempresa en una pequeña empresa, o una mediana empresa se convierte automáticamente en una gran empresa. Por todo ello una MiPyme nunca podrá superar ciertas ventas anuales o una cantidad de personal.

**Clasificación de las mipymes.** Según (Triana, Morales, Guarín, & Saldarriaga, 2015), las mipymes se clasifican así:

**Famiempresas.** Para caracterizan por ser una forma de organización familiar, en la cual el mercado es extendido casi únicamente a su núcleo familiar y amigos.

**Microempresa.** Se consideran microempresas a aquellas unidades productivas cuyo número de empleados no sea superior a diez. Las microempresas producen gran variedad de artículos (principalmente de consumo final), y atienden necesidades específicas de pequeños sectores de la población.

**Pequeña Empresa.** A este grupo corresponde el mayor número de empresas industriales existentes en el país. y su actividad económica está concentrada en la producción de bienes y servicios tradicionales. Por su elevado número y por el tipo de bienes que produce, se encuentran enfrentadas en una competencia intensa y no tienen ninguna influencia sobre la fijación de precios en el mercado. En los últimos años se ha buscado el desarrollo de la pequeña empresa, principalmente por su capacidad de generar empleo a corto plazo, ya que la creación de un nuevo puesto de trabajo exige menores costos.

**Mediana Empresa.** Está integrada por empresas cuyas características son una combinación de la pequeña empresa y la gran empresa. Ocupa el segundo lugar en el número de empresas industriales. Su actividad económica está dirigida a la producción de bienes de consumo final, tales como textiles y plásticos, y de algunos bienes de capital, tales como maquinarias, electrodomésticos y equipo profesional.

**2.3.5 Sector confecciones.** Desde el sector de producción, las empresas de confecciones corresponden a la manufacturación de diversas prendas de vestir. Según el informe de mitad de año el Ministerio de Comercio, dicho mercado representa el 8.6% del total del PIB industrial en Colombia, haciendo del país un referente líder en producción de moda a nivel internacional. De igual manera, la creación e innovación de diseños junto a las herramientas tecnológicas hacen parte esencial de las industrias al generar mayor competitividad y productividad con otros países. (CVN, 2018)

Según (CVN, 2018), El gremio textilero en Colombia carece de autonomía por la dificultad de producción de las materias primas, la capacitación del personal y por el coste que termina siendo muy elevado para las empresas de confecciones. Por lo anterior, el gobierno ha propuesto diversas alternativas que han permitido ver con mejores ojos esta industria, teniendo en cuenta que una de las crisis más fuertes la sufrió en el año 2017.

A pesar de las crisis, la oferta textil y de confecciones han posicionado a Colombia como líderes en el contexto latinoamericano por innovación y creatividad de los diseños y calidad. Estos eventos se convierten en la oportunidad de combatir la tendencia de bajos indicadores tiene

la industria y la posibilidad de lograr mejores resultados de exportación para el siguiente año, refiere (CVN, 2018).

## **2.4 Marco legal**

### **2.4.1 Constitución política de Colombia de 1991.** (Congreso de la República, 1991).

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.

**2.4.2 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.

**2.4.3 Ley 590 de 2000.** Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. (Congreso de la República, 2000)

Artículo 1o. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto:

a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos;

b) <Literal derogado por el artículo 276 de la Ley 1450 de 2011>

c) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas;

d) Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales;

e) <Literal derogado por el artículo 276 de la Ley 1450 de 2011>

f) Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas;

g) Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas;

h) Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de Mipymes rurales,

i) Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las Mipymes;

j) Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.

**2.4.4 Ley 905 de 2004.** Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. (Congreso de la República, 2004)

Artículo 1o. El literal b) del artículo 1o de la Ley 590 de 2000 quedará así:

b) Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes.

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

**2.4.6 Código de comercio.** Artículo 10. 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**

(Méndez, 2013), sostiene que según “el nivel de conocimiento científico al que se espera llegar, se debe formular el tipo de estudio, cuyo propósito es señalar el tipo de información que se necesita, así como el nivel de análisis que se deberá realizar, para lo cual debe tenerse en cuenta los objetivos que se plantearon, y que en el presente proyecto se utilizarán”.

Teniendo en cuenta lo anterior, la investigación descriptiva identifica características del universo, formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre las variables enunciadas en la investigación.

Para la realización de este proyecto se recurre al tipo de investigación descriptiva, determinando las variables propias del problema; analizando cualitativamente y cuantitativamente la situación del problema, en cuanto a la innovación en las Mipymes del sector confecciones en la ciudad de Ocaña, N.S.

### **3.2. Población**

La población objeto del proyecto estuvo conformada por los representantes legales de las Mipymes del sector confecciones en la ciudad de Ocaña, siendo éstos un total de 38 empresas legalmente constituidas, las cuales se encuentran registradas en la Cámara de Comercio de

Ocaña. (Cámara de Comercio , 2018)

### **3.3 Muestra**

Deobold B. Van Dalen y William J. Meyer (2005) manifiestan; cuando se trata de una población excesivamente amplia se recoge la información a partir de unas pocas unidades cuidadosamente seleccionadas, ya que si se aborda cada grupo, los datos perderían vigencia antes de concluir el estudio. Si los elementos de la muestra representan las características de la población, las generalizaciones basadas en los datos obtenidos pueden aplicarse a todo el grupo (Deobold & Meyer, 2005). Debido a que la población es finita no se aplicaron fórmulas estadísticas para hallar la muestra, por lo tanto es equivalente a la población.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información.**

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

En cuanto a la fuente secundaria que se consulta, se encuentra la Biblioteca Argemiro Bayona, de la Universidad Francisco de Paula Santander, 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 analizaron cuantitativamente mediante gráficas que representadas adecuadamente dieron mayor claridad y elevan el nivel de confianza a los interesados y encargados de la revisión y puesta en marcha del proyecto. Se realiza interpretación cualitativa, porque la información se clasifica y procesa realizando un análisis de cada una de las respuestas.

## Capítulo 4. Presentación de resultados

### 4.1 Diagnóstico situacional, con el fin de conocer las características y elementos claves, del sector confecciones de la ciudad de Ocaña, N.S.

La confección es una actividad de la industria textilera, dedicada a los oficios tradicionales de un sastre o una modista, los cuales diseñan de una manera artesanal y se dedican a la fabricación de prendas de vestir.

Con el fin de conocer las características y elementos claves del sector confecciones en la ciudad de Ocaña, se indagó por medio de la encuesta algunos aspectos internos que muestran la realidad de los ejercicios llevados a cabo en estas microempresas. Inicialmente se conocerán los años de funcionamiento, el número de empleados con los que cuenta la Mipymes, cambios en los últimos años, además de las personas dedicadas a la investigación y desarrollo de la innovación.

*Tabla 1. Años de funcionamiento*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
De 1 a 3 años	5	13
Entre 3 y 7 años	3	8
Entre 7 y 10 años	8	21
Entre 10 y 13 años	10	26
Entre 13 y 20 años	7	19
Más de 20 años	5	13
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Nota. La tabla muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Ocaña. Fuente: autores del proyecto.

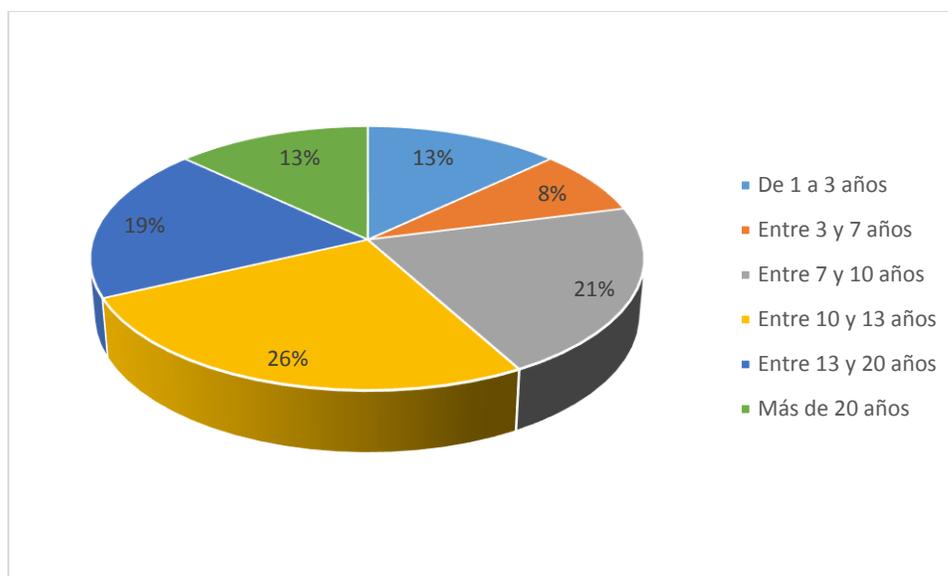


Figura 1. Años de funcionamiento.  
Fuente: autores del proyecto.

Las Mipymes del sector confecciones en la ciudad de Ocaña, en su mayoría, comenta el 26% de encuestados que, cuentan con una antigüedad de funcionamiento entre los 10 y 13 años; un 21% se encuentran entre los 7 y 10 años de labores. De otra manera se encuentra el 19% de microempresas de confecciones que han venido prestando sus servicios de confecciones entre los 13 y 20 años. Así mismo, con un 13% igual, se encuentran los que cuentan entre 1 a 3 y más de 20 años de funcionamiento en la ciudad de Ocaña.

Tabla 2. Número de empleados

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3	23	61
3 a 5	9	24
5 a 10	4	10
Más de 10	2	5
Total	38	100%

Nota. La tabla muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Ocaña. Fuente: autores del proyecto.

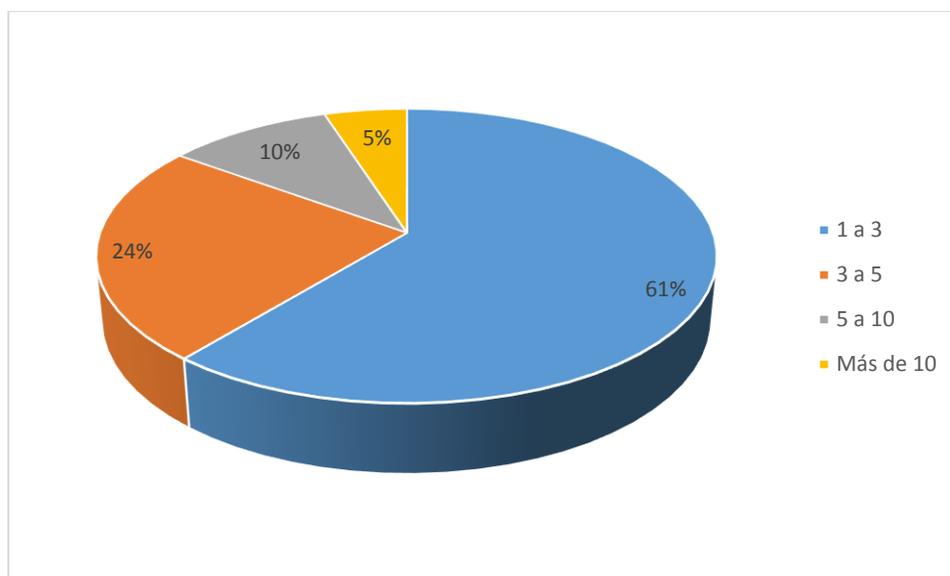


Figura 2. Número de empleados.  
Fuente: autores del proyecto.

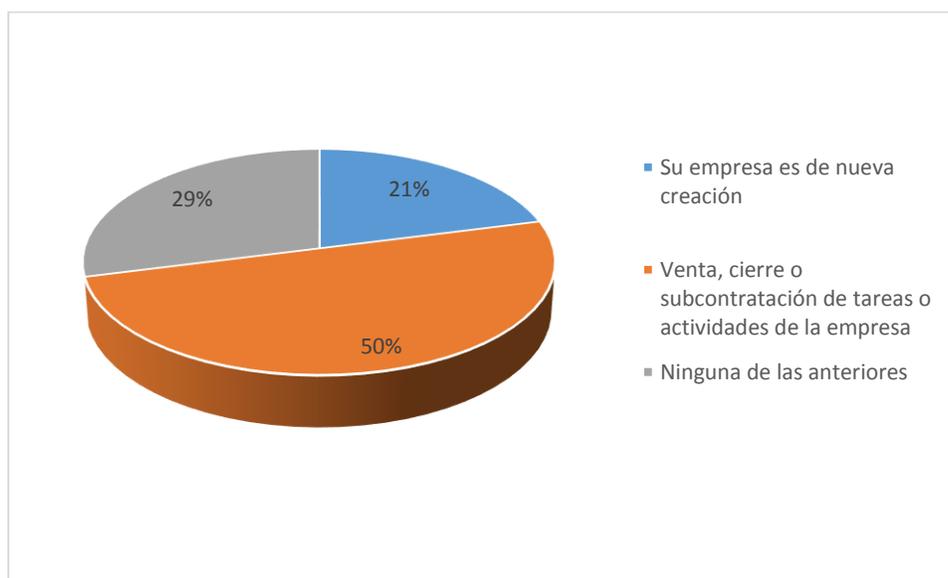
En cuanto al número de empleados en las Mipymes del sector confecciones en la ciudad de Ocaña, éstas en su mayoría (61%) no cuentan con una gran cantidad de trabajadores, siendo entre 1 y 3 personas quienes hacen parte de ésta, ya que generalmente su propietario o gerente, es el que cumple la mayor parte de funciones administrativas y, en la mayoría de los casos, operativas.

De otra manera, se tiene en un 24% microempresas con 3 a 5 personas laborando, incluyendo a su propietario. En un 10% de estas Mipymes se encuentran entre 5 y 10 empleados y el 5% restante cuenta con más de 10 de empleados.

Tabla 3. *Cambios de la empresa en los últimos años*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Su empresa es de nueva creación	8	21
Fusión con otra empresa	0	0
Venta, cierre o subcontratación de tareas o actividades de la empresa	19	50
Establecimiento de nuevas filiales en otras regiones	0	0
Ninguna de las anteriores	11	29
Otro	0	0
Total	38	100%

Nota. La tabla muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Ocaña. Fuente: autores del proyecto.

Figura 3. *Cambios de la empresa en los últimos años.*

Fuente: autores del proyecto.

Al preguntar a los representantes legales de las Mypimes del sector confecciones de cuáles cambios ha tenido en los últimos años su microempresa, éstos comentan en un 50% que la venta, cierre o subcontratación de tareas o actividades ha sido uno de los aspectos, sobretodo éste último, al cual ha tenido que recurrirse en ocasiones por exceso de trabajo, otros por no contar

con la maquinaria necesaria para cubrir lo solicitado por el cliente. En un 29% se tiene que ninguna de las opciones dadas han sido cambios para la microempresa. El 21% restante comenta que debido a que su empresa es relativamente joven, o sea, de nueva creación, no ha presentado cambios como los expuestos en la encuesta.

Tabla 4. *Personas en la empresa, dedicadas a la investigación y desarrollo de la innovación*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	55
No	17	45
Total	38	100%

Nota. La tabla muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Ocaña. Fuente: autores del proyecto.

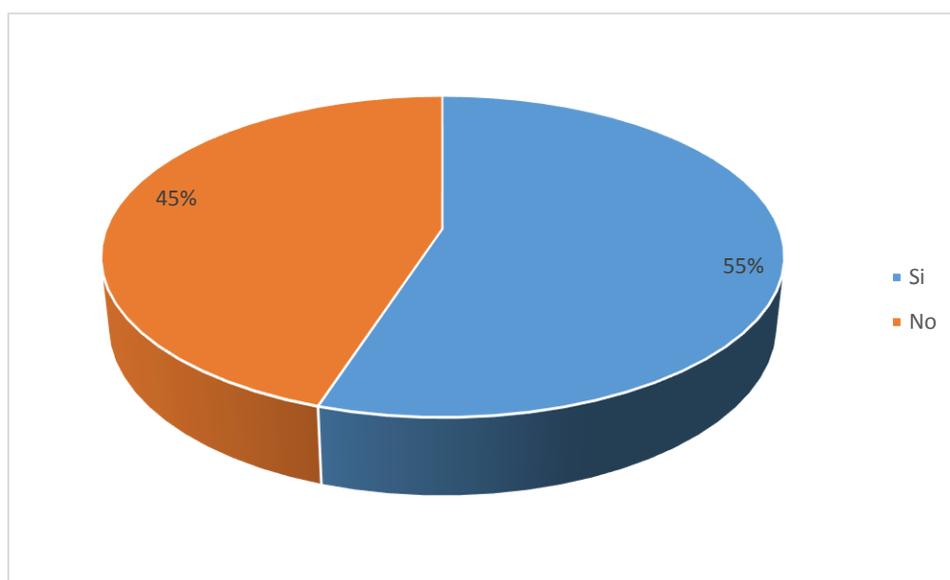


Figura 4. *Personas en la empresa, dedicadas a la investigación y desarrollo de la innovación.*  
Fuente: autores del proyecto.

En las microempresas del sector confecciones, se tiene un buen porcentaje dedicado a la investigación y el desarrollo de la innovación, siendo éste un 55% que se encuentra al tanto de

actualizaciones para que el negocio se encuentre al día con la moda y la tecnología. Cabe destacar que en gran parte de ello se encarga el propietario de la organización. Por el contrario, el 45% de Mipymes restantes, no cuentan con una persona encargada de esta área.

**Diagnóstico.** De acuerdo a la información suministrada las características de la Mipymes del sector confecciones son:

Cuentan con cierta antigüedad en el funcionamiento de sus microempresas, encontrándose entre los 7 y los 20 años la mayoría de éstas, dedicadas a la confección de ropa deportiva, ropa interior, pijamas, pantalones, entre otras prendas. Estas microempresas se encuentran legalmente constituidas y cumplen con el pago de sus impuestos.

El número de empleados generalmente en este tipo de microempresas es de 1 a 3 personas. Cabe destacar que las Mipymes del sector confecciones se encuentran lideradas por su propietario, que en su mayoría es el mismo administrador, siendo quien se encarga de realizar o tramitar las compras de materia prima, implementos de trabajo; además, se encarga de cancelarles a sus empleados, pago de los servicios públicos, entre otras actividades anexas que se puedan efectuar. Así mismo, teniendo en cuenta que el propietario es el líder, también se encarga de dar las órdenes en cuanto a las funciones que deben desempeñar quienes se encuentran laborando en la microempresa.

Las Mipymes del sector confecciones han realizado cambios en los últimos años, entre los cuales sobresale la obligación de recurrir a la subcontratación, ya que el exceso de trabajo o la

falta de implementos o herramientas no les permiten cumplir con lo sugerido por muchos clientes. Comentan algunos que debido a la situación económica han pensado en el cierre o venta de su negocio, pero se han cohibido teniendo en cuenta que además de ser su sustento diario, es una microempresa que les ha ayudado a suplir necesidades y han llegado a sentir amor por lo que hacen y algunos de ellos dicen que por sus clientes, quienes les aconsejan no dejarse vencer.

En las microempresas de confecciones existen personas dedicadas a la investigación y el desarrollo de la innovación, esto con el fin de estar a la vanguardia de la actualidad en la moda, tecnología y todo lo que rodea a este medio de la confección. Cabe destacar que, como ya se vio anteriormente, quienes están al frente de todo esto son en su gran mayoría los propietarios de estos negocios, por lo tanto, son ellos mismos ayudados por alguno de sus empleados, quienes se encuentran atentos a la actualidad que vive la línea de la moda en la región, Colombia y el mundo.

#### **4.2 Establecer las características de los procesos que se realizan al interior de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Ocaña, para el desarrollo de la innovación.**

Para conocer los procesos que se realizan al interior de las microempresas del sector confecciones en la ciudad de Ocaña, en cuanto a innovación se refiere, se tuvieron en cuenta las actividades y prácticas realizadas en ellas que, como bien se sabe son pequeñas empresas, han tratado de mantenerse al día en maquinaria, procesos y diseños.

Tabla 5. Actividades que ha realizado la microempresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Diseño de nuevos productos, servicios o procesos	18	47
Formación interna o externa de su personal, destinada específicamente al desarrollo de productos o procesos nuevos o mejorados	15	40
Procedimientos y preparativos técnicos o tecnológicos, para realizar productos o procesos nuevos o mejorados	5	13
Ninguna de las anteriores	0	0
Total	38	100%

Nota. La tabla muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Ocaña. Fuente: autores del proyecto.

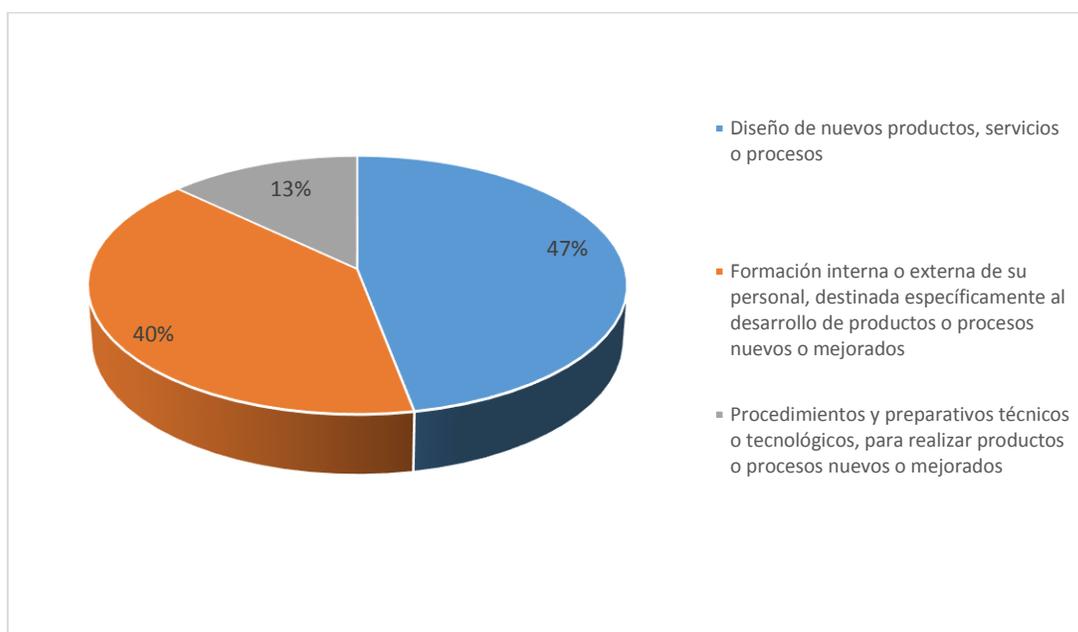


Figura 5. Actividades que ha realizado la microempresa.  
Fuente: autores del proyecto.

Es satisfactorio encontrar que las Mipymes del sector confecciones en la ciudad de Ocaña, si han realizado actividades como las que se mostraron en la encuesta, lo que les permitió continuar diligenciando la misma. El diseño de nuevos productos, servicios o procesos, es el aspecto más relevante en este ítem por lo cual el 47% de los encuestados comentan que lo han desarrollado, toda vez que su línea de la moda les permite día a día la creación de nuevos productos, teniendo en cuenta que la confección es un producto que se diseña y renueva con el gusto y la creatividad tanto de la industria como del cliente.

La formación interna o externa de su personal, destinada específicamente al desarrollo de productos o procesos nuevos o mejorados, es otro de los aspectos que las microempresas han tenido en cuenta para la mejor en calidad e innovación de éstas. Comenta el 40% de encuestados, que capacitarse es crucial en cualquier empresa, toda vez que día a día la tecnología avanza más y la creatividad del hombre no tiene límite.

En menor porcentaje (13%), se tiene que otras de las actividades desarrolladas por parte de estos negocios es llevar a cabo procedimientos y preparativos técnicos o tecnológicos, para realizar productos o procesos nuevos o mejorados, aún así quienes no apuntaron en este aspecto comentan que indirectamente lo realizan, ya que al innovar y capacitarse se llega finalmente, como se dijo, a la elaboración de productos o procesos nuevos o mejorados.

Tabla 6. *Prácticas que implementa en la microempresa*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Ampliación de infraestructura	5	13
Adquisición de nuevos equipos tecnológicos y digitales	15	39
Desarrollo de procesos administrativos para el personal	6	16
Aplicación de herramientas modernas para la elaboración del producto	12	32
Creación de sucursales dentro o fuera de la ciudad	0	0
Investigaciones de mercados para asegurar la competitividad	0	0
Otro	0	0
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Nota. La tabla muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Ocaña. Fuente: autores del proyecto.

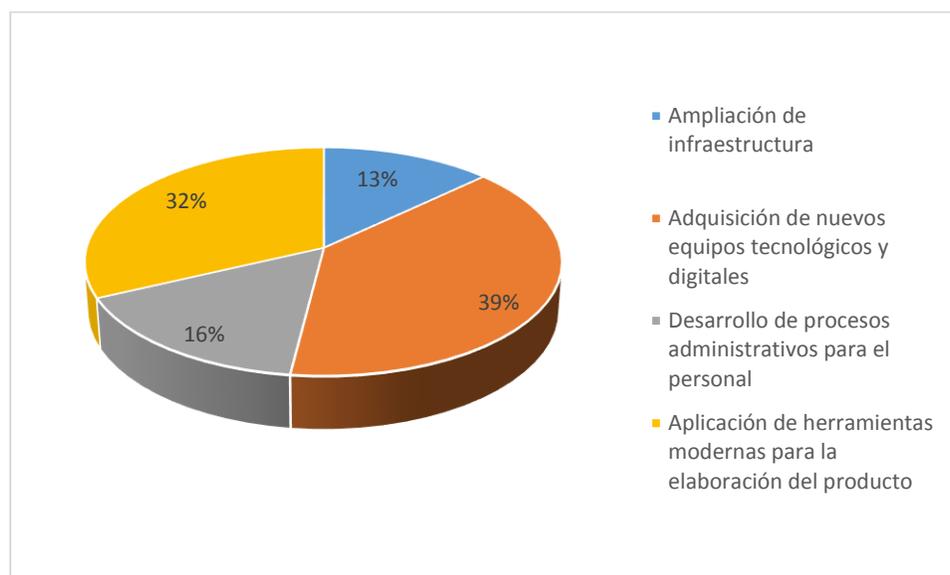


Figura 6. Prácticas que implementa en la microempresa.  
Fuente: autores del proyecto.

En cuanto a las prácticas implementadas por las microempresas de confección en la ciudad de Ocaña, se tiene que, el 39% lo hace mediante la adquisición de nuevos equipos tecnológicos y

digitales, toda vez que la exigencia del cliente cada vez es mayor, de ahí que un 32% comente que en su negocio se apliquen herramientas modernas para la elaboración del producto, aspecto relacionado con el anterior en cuanto a buscar innovación.

Para el 16% es importante desarrollar procesos administrativos para el personal, quizás sea bajo el porcentaje de quienes realicen estas prácticas, y esto redunda en el escaso recurso humano de las microempresas o la falta de interés por una estructura administrativa dentro de las mismas.

De otra manera, el 13% de los representantes legales de las Mipymes del sector confecciones en la ciudad de Ocaña, comentan que han ampliado la infraestructura de sus negocios, algunos con recursos propios, otros por medio de préstamos a bancos, siempre pensando en una mejor comodidad para ejecutar sus labores, además de prestar una mejor atención al cliente.

Cabe destacar, que una buena cantidad de estas microempresas se encuentran ubicadas en las casas de sus propietarios, otras si cuentan con un local para la ejecución de sus actividades.

**Diagnóstico.** Teniendo en cuenta la información suministrada por la población objetivo de la investigación, se tiene que las principales características de los procesos que se realizan al interior de estas microempresas del sector confección, para el desarrollo de la innovación, son:

El diseño de nuevos productos, servicios o procesos, factor primordial en la innovación de toda Mipyme, toda vez que crear algo novedoso, es atraer al cliente, demostrando su compromiso con prestar un producto de calidad, innovador, mediante un servicio eficiente y eficaz.

La formación interna o externa de su personal, destinada específicamente al desarrollo de productos o procesos nuevos o mejorados, lo cual se lleva a cabo mediante capacitaciones, investigaciones por parte de personas dedicadas al desarrollo de la innovación en la microempresa.

La adquisición de nuevos equipos tecnológicos y digitales, y la aplicación de herramientas modernas para la elaboración del producto es otro aspecto que no puede faltar en ninguna Mipyme, de ahí que el sector confecciones se encuentra a la vanguardia de ello, demostrando su interés por la elaboración de productos con calidad.

Joseph H. Shumpeter, considera al empresario como innovador, siendo un emprendedor que no se queda quieto, ya que es el principal promotor de las empresas. Es así que, los procesos que se realizan al interior de éstas, se basan en actividades y prácticas que tanto sus propietarios como trabajadores realizan, ya que son factores productivos de los cuales se obtienen un beneficio derivado de ello.

Así mismo, (Marco, 2017), comenta sobre los procesos de innovación que se realizan en las empresas, los cuales son fases que se clasifican en: invención, innovación e imitación. Como

su nombre lo dice, invención es inventar, crear, descubrir un nuevo producto, lo cual se relaciona mucho con innovar, que conlleva a poner en práctica aquello que se crea. En cuanto a la imitación, no genera mucho en la innovación, puesto que es copiar de otros ya vistos, realizando algunas transformaciones al mismo de tal manera que no sean idénticos, y muestren el punto que identifique la empresa.

En ese orden de ideas, las microempresas del sector confecciones en la ciudad de Ocaña, para el desarrollo de su innovación, realizan procesos en su interior correspondientes a adquisición de nuevos equipos tecnológicos y digitales, además de aplicar herramientas modernas para la elaboración del producto.

Si el enfoque principal del objetivo es la innovación, es gratificante encontrar que en las Mipymes de este sector se preocupen por estar a la vanguardia de la actualización en estos temas, toda vez que es tan importante para su organización como para una buena atención al cliente, mostrando un producto excelente, de calidad y elaborado en maquinaria de la mejor tecnología.

El desarrollo tecnológico conlleva a un cambio significativo del sector confecciones, en donde se ha creado un cambio de mentalidad por parte de sus propietarios y administradores en la comprensión del negocio, en su gestión y en los retos que implica implementar los nuevos procedimientos industriales, exigiéndose así destrezas y habilidades nuevas, en los procesos que dentro de ellas se llevan a cabo.

### 4.3 Determinar los alcances y efectos de llevar a cabo la innovación como proceso en términos de la competitividad organizacional para las empresas del sector confecciones en la ciudad de Ocaña.

Los alcances y efectos que se esperan dentro de una empresa luego de innovar de alguna manera en ella, siempre son positivos, toda vez que una organización invierte en tecnología, mano de obra y demás, con el fin de prestar un excelente servicio, vender un producto de calidad y así crear una buena imagen, además de obtener resultados y rentabilidad en ella. En la encuesta se indagó acerca de estos aspectos, lo cual se obtuvo respuesta que se expresa en las siguientes tablas y gráficas, de acuerdo a la información recibida por parte de los representantes legales de las Mipymes del sector confecciones.

Tabla 7. *Las innovaciones de productos o servicios que ha realizado para su empresa, han sido.*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Novedad, únicamente para su empresa	12	32
Novedad en su mercado	26	68
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Nota. La tabla muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Ocaña. Fuente: autores del proyecto.

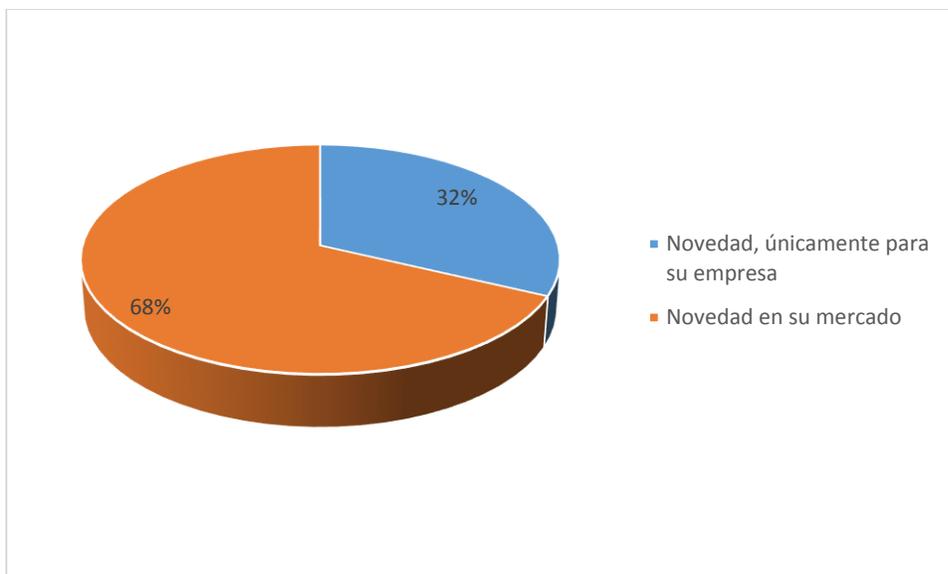


Figura 7. Las innovaciones de productos o servicios que ha realizado para su empresa, han sido.  
Fuente: autores del proyecto.

Uno de los factores principales en las empresas, es la satisfacción del cliente, de ahí que se trabaje pensando en él, en sus gustos y necesidades. Por ello, innovar es para la mayoría de los encuestados (68%) han sido novedad en su mercado, elaborando un producto con estándares de calidad, con la mejor tecnología, prestando un servicio excelente, es la mejor manera de atraer cliente, obtener rentabilidad y así crecer como empresa.

El 32% restante opina que lo realizado en cuanto a innovaciones de productos o servicios en su microempresa se refiere, ha sido novedad únicamente para su empresa, refiriéndose a que los productos o máquinas adquiridas, solo quien las ve y las trabaja es quien conoce en sí lo que significa la innovación.

Tabla 8. Aspecto donde se ha visto reflejado el impacto económico, debido a las innovaciones realizadas

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Incremento de clientes	9	24
Credibilidad	10	26
Rentabilidad	11	29
Utilidades	8	21
Total	38	100%

Nota. La tabla muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Ocaña. Fuente: autores del proyecto.

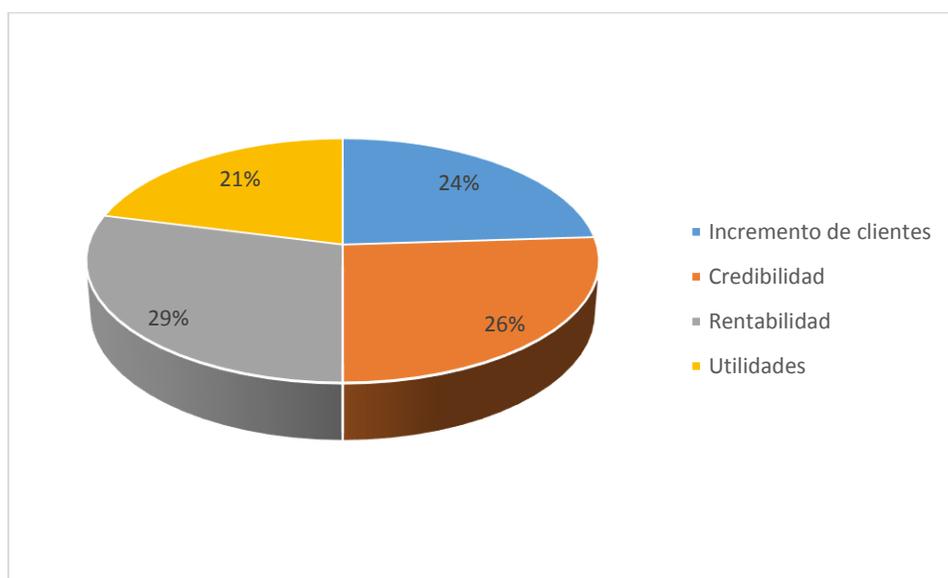


Figura 8. Aspecto donde se ha visto reflejado el impacto económico, debido a las innovaciones realizadas. Fuente: autores del proyecto.

El impacto económico que más se ha visto reflejado en las microempresas del sector confecciones, debido a las innovaciones realizadas en un 29%, es la rentabilidad, seguido del 26% obteniéndose más credibilidad en el negocio lo que hace que el 24% opina que se haya incrementado la clientela y por tanto el 21% restante comenta que las utilidades es un aspecto que ha dejado ganancias gracias a las innovaciones implementadas en la organización.

Como se refleja, el impacto mostrado se integra en todos los aspectos, mostrando que la innovación es tan importante en las microempresas del sector confecciones, como en todas las empresas de cualquier sector, ya que toda organización produce, crea y vende a la espera de una buena retribución económica, por lo cual se debe invertir en ella para poder brindar un excelente servicio y un producto de calidad.

Tabla 9. *Efectos en la empresa, debido a las innovaciones realizadas*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Reducción del tiempo de respuesta a las necesidades de un cliente	8	21
Mejora de la habilidad en el desarrollo de nuevos servicios	15	39
Calidad en el servicio	13	35
Mejora en el intercambio de información o comunicación interna o externa	2	5
Total	38	100%

Nota. La tabla muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Ocaña. Fuente: autores del proyecto.

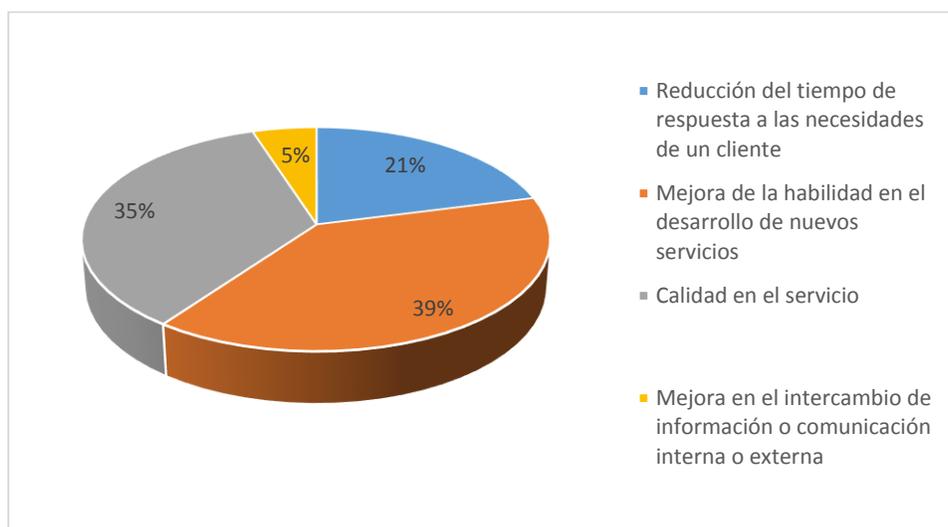


Figura 9. Efectos en la empresa, debido a las innovaciones realizadas. Fuente: autores del proyecto.

Las innovaciones que se realicen en una empresa, siempre tendrán sus efectos, sean estos positivos o negativos. Dentro de las mipymes del sector confecciones en la ciudad de Ocaña, los aspectos que han tenido efectos tienen que ver en un 39% en la mejora de la habilidad en el desarrollo de nuevos servicios, lo cual se ha adquirido teniendo en cuenta la maquinaria con una tecnología avanzada obtenida. Así mismo, se tiene que el 35% de encuestados opinan que uno de los efectos también importantes que se obtienen es la calidad en el servicio.

En mejor proporción se tiene la reducción del tiempo de respuesta a las necesidades de un cliente, con un 21% y la mejora en el intercambio de información o comunicación interna o externa, en un 5%, sin desconocer que son aspectos importantes, pero a los cuales los representantes legales no le dan un valor especial siendo para ellos su principal objetivo la calidad del producto y del servicio que se vende.

Tabla 10. Alcances logrados mediante las prácticas de innovación aplicadas en la microempresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Facilita la toma de decisiones	3	8
Direcciona correctamente el personal y las actividades de la microempresa	1	3
Diseño de nuevos productos, servicios o procesos	5	12
Gran satisfacción de los clientes	4	11
Mayor reconocimiento	1	3
Nuevos mercados locales	3	8
Formación interna o externa de su personal	1	3
Mas productividad y mejor eficiencia en resultados	5	12
Mejores procedimientos y preparativos técnicos o tecnológicos	3	8
Todas las anteriores	12	32
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Nota. La tabla muestra información recolectada en la encuesta realizada a los representantes legales de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Ocaña. Fuente: autores del proyecto.

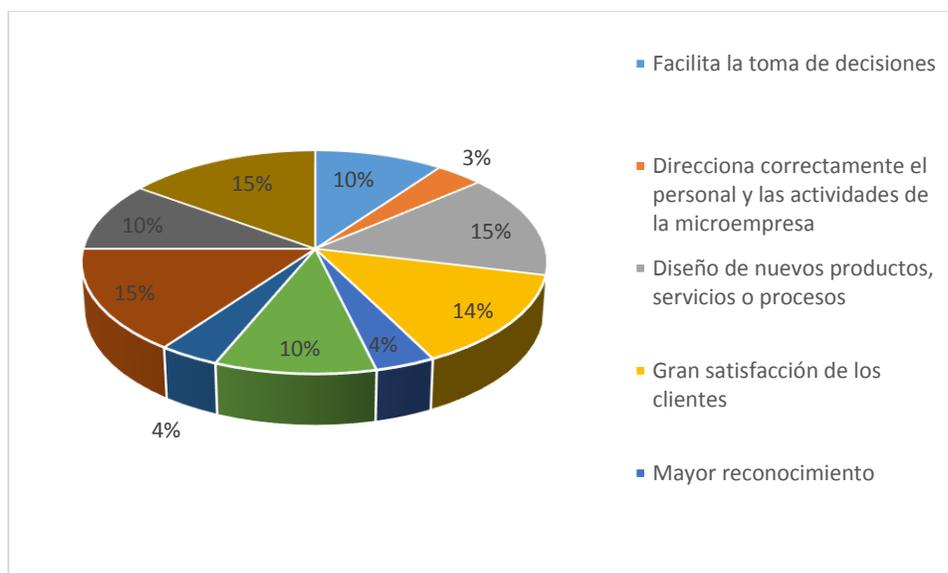


Figura 10. Alcances logrados mediante las prácticas de innovación aplicadas en la microempresa.  
Fuente: autores del proyecto.

En cuanto a los alcances logrados por la microempresa del sector confecciones, mediante las prácticas de innovación aplicadas en ellas, se tiene que, para los representantes legales de estos negocios han sido diversos y satisfactorios.

En un 12% igual, se encuentra el diseño de nuevos productos, servicios o procesos y la adquisición de más productividad y mejor eficiencia en resultados.

Obtener gran satisfacción de los clientes es un aspecto muy importante para los representantes legales de las microempresas del sector confecciones, quienes en un 11% opinan que ha sido uno de los mayores alcances logrados en este proceso de innovación en su negocio.

De otra manera, un 8% opina que la innovación aplicada en su organización, ha facilitado la toma de decisiones en algunos casos, además se han obtenidos mejores procedimientos y preparativos técnicos o tecnológicos.

**Diagnóstico.** De acuerdo a los resultados obtenidos se puede decir que, dentro de los alcances y efectos de llevar a cabo la innovación en las Mipymes del sector confecciones en la ciudad de Ocaña, se tienen:

Reducir los costos

Reducir el tiempo de respuesta al cliente y/o proveedor

Mejorar la calidad del producto y servicio

Mejorar la habilidad para desarrollar nuevos productos o procesos

Penetrar a nuevos mercados o crecer en el mercado actual

Mejorar la comunicación interna y externa de la empresa

En la determinación de los alcances y efectos de llevar a cabo la innovación como proceso en términos de la competitividad organizacional, Castellanos (2017) refiere que el éxito que han obtenido las empresas colombianas, se basa en el centro de las estrategias del crecimiento de los negocios, y los encargados de su estructura (organización) y de su puesta en marcha son la alta gerencia y las juntas directivas. De tal manera que, los efectos alcanzados en una empresa que dedique espacios a la innovación, generan en la organización valor tanto económico, investigativo y de aprendizaje, lo que conlleva a una afectación positiva en competitividad y productividad.

Es así que, la competitividad organizacional se construye en una fuente de generación de nuevo conocimiento y de desarrollo de nuevas ideas novedosas para aplicarlas en pro de la conquista de nuevos mercados; todo esto con el apoyo de quienes hacen parte de la empresa, en la prestación de sus conocimientos.

Como lo muestran los resultados obtenidos en la encuesta y entre ella los ítems que refieren a los alcances y efectos que los microempresarios del sector confecciones han recibido, son satisfactorios, expresado por ellos mismos, quienes comentan que la clientela ha ido aumentando, por ende, las utilidades se incrementa, toda vez que una empresa que se enfoque en la prestación de un excelente servicio, de vender un producto de calidad e innovador, son aspectos a atraen, que dan mayor reconocimiento a las empresas en general.

Todos estos aspectos han ayudado a la empresa a obtener una mayor rentabilidad en la misma, ya que con ello se evita el despilfarro en la materia prima, el tiempo, los costos, además la demora en la elaboración de los productos ya es mínima, todo gracias a la innovación desarrollada de alguna manera en el sector confecciones de la ciudad de Ocaña.

Analizando los alcances y efectos encontrados, se obtiene gran satisfacción en el sector confecciones de la ciudad de Ocaña, con las actividades y procesos de innovación llevados a cabo en sus microempresas, han facilitado la toma de decisiones en los momentos que se requiera, manejan de manera correcta el personal y las actividades que en ella se desempeñan, existe una gran satisfacción por parte de su clientela lo que ha llevado a que exista un excelente reconocimiento de sus negocios. Además, han realizado capacitación al personal, con el fin de

obtener mejores procedimientos y estar más preparados para recibir el día a día de los avances tecnológicos. Lo anterior ha sumado en sus microempresas produciendo más y dejando mejores resultados en ellas.

## Capítulo 5. Conclusiones

La realización del diagnóstico situacional, contribuyó a conocer las características y elementos claves, del sector confecciones de la ciudad de Ocaña, N.S. Estas microempresas cuentan con un grupo pequeño de empleados, el cual generalmente está compuesto por su propietario, quien hace las veces de representante legal y jefe inmediato, asignando funciones y encargado de compras, ventas y otras actividades afines con el área financiera, productiva y de investigación. Cabe destacar que en la ciudad existen microempresas de confecciones con más de 13 años de funcionamiento, lo que indica que han ganado credibilidad de parte de sus clientes, aun así, algunas han tenido que buscar apoyo en otras microempresas o realizar subcontratación en casos especiales, por no contar con el personal, tiempo o maquinaria adecuada en tiempos o eventos donde se les ha solicitado un servicio o producción alta.

Dentro de las características de los procesos que se realizan al interior de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Ocaña, para el desarrollo de la innovación, se tiene que en ellas ha existido gran interés por el diseño de nuevos productos, servicios o procesos, además de llevar a cabo procedimientos y preparativos técnicos o tecnológicos, lo cual se alcanza mediante la adquisición de nuevos equipos tecnológicos y digitales y la aplicación de herramientas modernas para la elaboración del producto. Los anteriores aspectos, son los más relevantes para quienes están al frente de estas microempresas, y que hoy en día trabajan con una tecnología de punta mostrando calidad y eficiencia en el producto y servicio que venden.

Al determinar los alcances y efectos de llevar a cabo la innovación como proceso en términos de la competitividad organizacional para las empresas del sector confecciones en la ciudad de Ocaña, se logró ver que han sido bastante positivos, toda vez que los resultados arrojados muestran un informe acertado por parte de los representantes legales de las microempresas del sector confecciones. De igual manera, la creación e innovación de diseños junto a las herramientas tecnológicas hacen parte esencial en este medio, generando mayor competitividad y productividad.

## Capítulo 6. Recomendaciones

Se recomienda seguir realizando investigaciones relacionada con la innovación en los distintos sectores comerciales de la ciudad de Ocaña, teniendo en cuenta la importancia de éste en la actualidad, donde la tecnología avanza a pasos agigantados y la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, de esta manera pueda brindar a estos sectores asesoría sobre la importancia de innovar, de crear y de actualizarse, como medio eficaz de rentabilidad y crecimiento de una Mipyme.

Se recomienda de manera estratégica llegar a todo el sector, incitando en ellos 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.

Igualmente, se recomienda al sector de confecciones, mantener y mejorar los alcances logrados con el desarrollo de sus prácticas innovadoras, demostrando que aunque no se haya tenido en cuenta el aspecto de reducción del tiempo de respuesta a las necesidades del cliente, éste ha sido una de sus beneficios, sumado a los demás obtenidos, conllevaría a optimizar la eficiencia en el servicio prestado.

## Referencias

- Abramovitz, M. (1956). *Catching Up, Forging Ahead and Falling Behind*.
- Cámara de Comercio . (2018). *Mipymes sector confecciones*. Ocaña.
- Castellanos, J. (2017). La innovación en Colombia: ¿qué nos espera? *Estrategia Organizacional*, 87.
- Congreso de la República. (1991). *Constitución Política de Colombia*. Bogotá: Cupido.
- Congreso de la República. (2000). *Ley 590 de 2000*. Bogotá: Diario Oficial No.44.078.
- Congreso de la República. (2004). *Ley 905 de 2004*. Bogotá: Diario Oficial No.45.628.
- CVN. (2018). *Empresas de confecciones en Colombia, un sector resguardado por el gobierno*.  
Obtenido de <https://www.cvn.com.co/empresas-de-confecciones-en-colombia/>
- Deobold, V. D., & Meyer, W. (2005). *Manual de técnica de la investigación educacional*.
- Enciclopedia Británica. (2012). *Tecnología*.
- EOI. (2015). *Innovación*. Obtenido de  
<https://www.eoi.es/blogs/redinnovacionEOI/2015/09/03/que-es-la-innovacion/>
- Freeman, C. (1982). *Unemployment and Technical Innovation: a Study of Long Waves in economic Development*. Frances Pinter.
- Garzón, J. (2011). *Diseño de una estructura de costos para la empresa SCRAPE LEGS en la ciudad de Medellín para el año 2011. Trabajo de grado (Especialista en Alta Gerencia)*.  
. Medellín: Universidad de Medellín.

- Marco, C. (2017). *Teoría del empresario innovador*. Obtenido de <https://excelencemanagement.wordpress.com/2017/02/13/la-teoria-del-empleado-innovador-de-schumpeter/>
- Mejía, A., Mendieta, C., & Bravo, M. (2015). *Estrategias de innovación y capital social en la pequeña y mediana empresa*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360442335006.pdf>
- Méndez, A. (2013). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación* (3 ed.). Bogotá: McGraw Hill.
- Molina, G. (2015). *Mipymes, qué son y cómo se desarrollan*. Obtenido de <https://www.gestionar-facil.com/mipymes/>
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. *New York: The Free Press.*, 40.
- Roldán, P. (2019). *Competitividad empresarial*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Romer, P. (1990). *Endogenous Technological Change*. *Journal of Political Economy*.
- Schultz, M. (2017). *La innovación: el gran regalo de la historia*. Obtenido de [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/es/2017/03/article\\_0003.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2017/03/article_0003.html)
- Sistema Nacional de innovación. (1998). *Cartilla del Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la tecnología Francisco José de Caldas*. Bogotá: COLCIENCIAS.
- Sockeel, F. (2017). *Historia de la innovación*. Obtenido de <https://www.bim.pe/la-historia-de-la-innovacion/>

Solow, R. (1957). Technical Change and the Aggregate Production Function. *Economics and Statistics*(39), 318-320.

Triana, F., Morales, J., Guarín, A., & Saldarriaga, J. (2015). *Mipymes en Colombia*. Buga: Universidad del Valle.

Universidad de la Salle. (2017). *Tecnología e innovación*. Obtenido de

[https://www.lasalle.edu.co/wcm/connect/9502706a-23a2-4bf5-9097-](https://www.lasalle.edu.co/wcm/connect/9502706a-23a2-4bf5-9097-a3ab4d90e24d/innovaci%C3%B3n%20By%20Tecnolog%C3%ADa.pdf?MOD=AJPERE)

[a3ab4d90e24d/innovaci%C3%B3n%20By%20Tecnolog%C3%ADa.pdf?MOD=AJPERE](https://www.lasalle.edu.co/wcm/connect/9502706a-23a2-4bf5-9097-a3ab4d90e24d/innovaci%C3%B3n%20By%20Tecnolog%C3%ADa.pdf?MOD=AJPERE)

[S&CVID=IVY2h08&CVID=IVY2h08&CVID=IVY2h08&CVID=IVXZOJL](https://www.lasalle.edu.co/wcm/connect/9502706a-23a2-4bf5-9097-a3ab4d90e24d/innovaci%C3%B3n%20By%20Tecnolog%C3%ADa.pdf?MOD=AJPERE)

Wassermann, M. (2004). La Visión de los Empresarios, La Competitividad e Innovación de las Pymes. *Javeriana*, 10-16.

Zucchetti, A. (2017). *La historia de la innovación*. Obtenido de <https://www.bim.pe/la-historia-de-la-innovacion/>

## **Apéndices**

**Apéndice A. Encuesta aplicada a los representantes legales de las empresas del sector de confecciones, de la ciudad de Ocaña, N.S.**



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

**Objetivo:** Realizar un estudio con el fin de identificar los alcances de la innovación de las mipymes del sector confecciones, de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

**CUESTIONARIO**

Nombre o razón social de la empresa:

Año de creación de la empresa:

Número de empleados: \_\_\_\_\_ Número de empleados en el área administrativa \_\_\_\_\_

Número de empleados en el área operativa \_\_\_\_\_

1. ¿Cuál de los siguientes cambios ha tenido en los últimos años su empresa?

- a. Su empresa es de nueva creación \_\_\_\_\_
- b. Fusión con otra empresa \_\_\_\_\_
- c. Venta, cierre o subcontratación de tareas o actividades de la empresa \_\_\_\_\_
- d. Establecimiento de nuevas filiales en otras regiones \_\_\_\_\_
- e. Ninguna de las anteriores
- f. Otro \_\_\_\_\_Cuál?

2. Existen personas en su empresa, dedicadas a la investigación y desarrollo de la innovación?

Si \_\_\_\_\_ cuántas? \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_ Por qué?

3. Ha realizado su empresa alguna de las actividades que a continuación se relacionan? (si la empresa no ha desarrollado ninguna actividad de innovación, puede dar por terminada la encuesta)

- a. Diseño de nuevos productos, servicios o procesos \_\_\_\_\_
- b. Formación interna o externa de su personal, destinada específicamente al desarrollo de productos o procesos nuevos o mejorados \_\_\_\_\_
- c. Procedimientos y preparativos técnicos o tecnológicos, para realizar productos o procesos nuevos o mejorados \_\_\_\_\_

4. ¿Cuál de las siguientes prácticas implementa en la microempresa?

- a. Ampliación de infraestructura \_\_\_\_\_
- b. Adquisición de nuevos equipos tecnológicos y digitales \_\_\_\_\_
- c. Desarrollo de procesos administrativos para el personal \_\_\_\_\_
- d. Aplicación de herramientas modernas para la elaboración del producto \_\_\_\_\_
- e. Creación de sucursales dentro o fuera de la ciudad \_\_\_\_\_
- f. Investigaciones de mercados para asegurar la competitividad \_\_\_\_\_
- g. Otro \_\_\_\_\_ cuál?

5. Las innovaciones de productos o servicios que ha realizado para su empresa, han sido:

- a. Novedad, únicamente para su empresa \_\_\_\_\_
- b. Novedad en su mercado \_\_\_\_\_

6. El impacto económico que más se ha visto reflejado en su empresa, debido a las innovaciones realizadas, en cual de los siguientes aspectos, han sido reflejados?

- a. Incremento de clientes \_\_\_\_\_
- b. Credibilidad \_\_\_\_\_
- c. Rentabilidad \_\_\_\_\_
- d. Utilidades \_\_\_\_\_

7. ¿Cuál de los siguientes aspectos, ha tenido efectos en la empresa, debido a las innovaciones realizadas?

- a. Reducción del tiempo de respuesta a las necesidades de un cliente \_\_\_\_\_
- b. Mejora de la habilidad en el desarrollo de nuevos servicios \_\_\_\_\_
- c. Calidad en el servicio \_\_\_\_\_
- d. Mejora en el intercambio de información o comunicación interna o externa \_\_\_\_\_

8. ¿Cuáles de los siguientes alcances logra la empresa, mediante las prácticas de innovación que aplica en la misma?

- a. Facilita la toma de decisiones \_\_\_\_\_
- b. Direcciona correctamente el personal y las actividades de la microempresa \_\_\_\_\_
- c. Diseño de nuevos productos, servicios o procesos \_\_\_\_\_
- d. Gran satisfacción de los clientes \_\_\_\_\_
- e. Mayor reconocimiento \_\_\_\_\_
- f. Nuevos mercados locales \_\_\_\_\_
- g. Formación interna o externa de su personal \_\_\_\_\_
- h. Mas productividad y mejor eficiencia en resultados \_\_\_\_\_
- i. Mejores procedimientos y preparativos técnicos o tecnológicos \_\_\_\_\_

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!