

Influencia de la innovación en las pequeñas y medianas empresas (PyMes)

Kerly Yovana Quigua Fajardo^{1*}
Maria Paula Bolaños Cuéllar²
Oscar Andrés Galindo Rodríguez³

Recibido 18 de enero de 2016
Aceptado 15 de febrero de 2016

^{1,2}Estudiante de la Universidad de la Amazonia

³Estudiante Maestría en Innovación, Universidad Externado de Colombia

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo resaltar la influencia que tiene la innovación en las Pymes. Para tal caso, se desarrolló una metodología basada en la revisión literaria de tipo documental donde se incluyó categorías de análisis como: tesis, artículos, libros científicos, publicados en la web a nivel nacional e internacional, las cuales, son tenidas en cuenta a partir de los últimos cinco años y diez años para el caso de los libros. Los resultados muestran la gran importancia e influencia que tiene la innovación en las pequeñas y medianas empresas, ya que es un proceso que garantiza una estabilidad en el mercado y permite la supervivencia a través del tiempo, con lo cual genera una ventaja competitiva basada en una ardua estrategia para estar a la vanguardia de los cambios del entorno.

Palabras clave: Pymes, innovación, influencia, mercado.

Abstract

This article aims to highlight the influence of the Pymes innovation. To do so, a methodology based on the literature review of documentary-style research was made and categories of analysis as theses, articles, and scientific books, published on the website were included. It was taken into account, at national and international levels, documents from the last five years and ten years in the case of books. The results show the importance and influence of innovation in small and medium-sized enterprises, as it is a process that ensures stability in the market and allows survival over time, which creates a competitive advantage based on an arduous strategy to stay ahead of the changing environment.

Key words: Pymes, innovation, influence, market.

Introducción

Las empresas innovadoras son más flexibles, están preparadas para adaptarse a los cambios y enfrentar el mundo globalizado, por lo tanto la innovación acciona una gran influencia dentro de cualquier organización. Es por esto que la innovación es 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, la organización del lugar de trabajo o de las relaciones exteriores. (Manual de Oslo, 2006, p.56)

Por su parte las pequeñas y medianas empresas mueven las economías actuales y apoyan al desarrollo de la industria, del empleo y al bienestar de la comunidad; la gran mayoría atribuyen un gran porcentaje al desarrollo mundial y nacional. Cabe resaltar que estas organizaciones son consideradas como los agentes centrales en la consecución de competitividad

para un país, siempre y cuando desarrollen innovación basada en una estrategia que les permita posicionarse en el mercado y lograr una recordación en los clientes. El objetivo de este trabajo de investigación es analizar cómo la innovación influye en las pymes, teniendo en cuenta que muchos de los estudios analizados presentan una gran diversificación en lo relacionado con la innovación, para unos es un proceso que genera ventaja competitiva que permite a las pymes formalizar y gestionar la innovación en sus procesos, productos o servicios; y que de lograr hacerlo obtendrán una perdurabilidad en el tiempo, por otro lado están aquellos estudios que exponen a la innovación como un proceso lleno de problemáticas, altos costos, difícil de financiar, por lo cual se convierte en un objetivo inalcanzable por las pymes. Pero se debe destacar es que aquellas organizaciones que no consideran ni dan importancia a la innovación estarán destinadas a generar ganancias mínimas convirtiendo así cada proceso y decisión en un círculo vicioso que no tiene alternativa visionaria.

*Autor para Correspondencia: kerlyquigua@gmail.com

El trabajo investigativo está estructurado de la siguiente forma: en primer lugar se expone la ruta metodológica y epistemológica que incluye información sobre la obtención de la información, en segundo lugar se desarrolla el marco teórico, mediante la revisión de los estudios de innovación realizados por diferentes autores, en esta parte del trabajo se optó por dar respuesta a tres temas (concepto de innovación, la innovación en las pymes: estrategia para generar ventaja competitiva y posición en el mercado, y las pymes en Colombia), en tercer lugar se presentan el análisis de los resultados por medio de la discusión y finalmente se exponen las conclusiones alcanzadas.

Ruta metodológica y epistemológica

La presente investigación es de tipo documental, ya que las categorías de análisis que fueron retomadas son: tesis y artículos científicos publicados en la web a nivel nacional e internacional, las cuales, son tenidas en cuenta a partir del año 2010 al 2015, dentro de las que existen tesis elaboradas para optar a los títulos de: Pregrado, Especialista, Maestría y Doctorado. Estos se encontraron con la ayuda del buscador de internet "Google".

En cuanto a su naturaleza es básica, dado que se desarrolla mediante una inspección documental; del mismo modo se enmarca en el paradigma hermenéutico, el cual destaca el hecho de llegar a un conocimiento subjetivo que permita hacer una adecuada interpretación del tema estudiado. Inicialmente se dieron unos criterios durante el proceso de selección donde se dio mayor énfasis a los temas y las metodologías más utilizadas, para reconocer las directrices sobre la importancia, tendencias, metodologías y gestión en mercadeo, de igual forma, el desarrollo, la innovación, la aplicabilidad tecnológica y la investigación en factores del mercadeo.

Dentro de las investigaciones a las cuales se tuvieron acceso, se encontró que los factores más comunes, son: la tecnología, competitividad e innovación en las Pymes, Gestión del conocimiento y la innovación, mercado tecnológico y la innovación en modelos de negocios electrónicos, comportamiento, innovación, competitividad y desarrollo organizacional en las industrias, innovación y desempeño empresarial. Finalmente se definió el marco teórico, es decir, se clasificaron la investigación en tres títulos los cuales incluyen

documentos a nivel internacional y nacional, seguido a esto, se llevó a cabo la construcción de la discusión sobre todos los hallazgos obtenidos. Los estudios relacionados con la temática de investigación son los siguientes:

1. Concepto de Innovación

En lo relacionado al término innovación, quienes de una u otra manera se han dedicado a su definición les resultan extremadamente extensos. Una primera corriente define la innovación de forma delimitada, donde el análisis que hace al respecto lo relaciona al ámbito de las instituciones y los mecanismos que va relacionado exclusivamente con la innovación tecnológica. A diferencia de esto se concibe la innovación como aquel resultado que tiene introducción, difusión y uso de los procesos que se llevan a cabo, los cuales se vinculan en los aprendizajes de los métodos económicos que actualmente se están teniendo. El Banco Interamericano de Desarrollo (2011) resalta que esta diferencia no resulta trivial puesto que, dependiendo de la definición de innovación que se adopte, se pondrá el énfasis en el estudio de unos u otros factores determinantes de la misma. Por lo general, hay un cierto consenso sobre la importancia de manejar una noción amplia de la innovación como elemento de análisis, especialmente para el estudio de aquellos territorios en los cuales predominan los sectores de baja y media tecnología. Los estudios de innovación han experimentado un cambio social en esta primera década del siglo XXI, ya que se le da un giro a las políticas de innovación, donde "la evolución del concepto de innovación, que surge de un modelo lineal en el que la política de investigación y desarrollo es el punto de partida hacia un modelo sistémico en el que la innovación nace de interacciones complejas entre los individuos, las organizaciones y sus respectivos entornos operativos, demuestra que las políticas de la innovación no deben concentrarse solamente en la relación entre innovación e investigación" (Echeverría y Merino, 2012).

En otra medida la innovación va asociada con el uso de los factores internos y externos de la organización los cuales son importantes evaluarlos, pues el entorno en el que día a día nos movemos es considerado un factor externo convirtiéndose en un motivador directo de cambio en factores internos de la empresa. Diversas investigaciones consideran al entorno como un elemento importante en el desempeño, Ostos

(2010) señala que debido a los cambios frecuentes del entorno, en las empresas se dificultan la gestión del valor, la calidad, el producto, servicio o precio; es así que para competir se deben crear nuevos productos, servicios y procesos. Por otro lado Ostos (2010) señala teniendo en cuenta a Farjoun (2010) "que para sobrevivir y prosperar, las organizaciones deben reconciliar la estabilidad, la confiabilidad y la explotación con el cambio, la innovación y la exploración" de otro modo "una empresa es innovadora cuando desarrolla productos o servicios, nuevos o mejorados, y logra introducirlos en el mercado, o desarrolla procesos tecnológicamente, nuevos o mejorados, en sus métodos de producción de bienes o de prestación de servicios" (Moheno, 2010) al igual Delgado, Navas, Marin & Cruz (2010) plantea que la innovación caracteriza a la empresa por conseguir, por una parte, la rentabilidad necesaria para sobrevivir y avanzar en la competencia, y por la otra, una rentabilidad social expresada a través de una implicación, motivación y satisfacción del conjunto del capital intelectual y mejorar la calidad de los productos como fuente de innovación. Para Garzón e Ibarra (2013) la innovación se entiende actualmente como un proceso donde el conocimiento científico y tecnológico es un factor importante, pero donde otros factores pueden ser todavía más determinantes, dependiendo de la naturaleza del cambio, del entorno en el que se intenta producir, del objetivo que se persigue y de las propias capacidades de los actores.

García (2012) señala que *la innovación es la introducción de nuevos productos y servicios, nuevos procesos, nuevas fuentes de abastecimiento y cambios en la organización, la cual debe ser continua, y orientados al cliente y a la apertura de nuevos mercados.* Para el Banco Interamericano de Desarrollo (2011) "la innovación significa la posibilidad de transformar ideas y conocimientos en nuevas ventajas económicas, tales como un mayor crecimiento de la productividad, la apertura de nuevos mercados y/o mayores cuotas de mercado. Las empresas desempeñan, por lo tanto, un papel significativo en los sistemas nacionales de innovación: son los agentes encargados de transformar el conocimiento en nuevas soluciones económicas, que redundarán en su propio beneficio y en el de toda la economía". Este interés por la innovación ha sido expresado por otros organismos internacionales de reconocido prestigio como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo

Económico, que no sólo ha puesto de manifiesto "lo necesaria que es la innovación como una forma de proporcionar nuevas soluciones" sino que ha señalado que es "un medio para resolver problemas mundiales y sociales".

En la 3ª. Edición del Manual de Oslo (2006) se define la innovación como "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, la organización del lugar de trabajo o de las relaciones exteriores" del mismo modo, para Luna (2013) la innovación es una ventaja competitiva que todos los actores de la productividad deben alentar: las instituciones educativas, las empresas y las instancias gubernamentales. Esto, debe ser a través de un plan estratégico de generación y fomento de la innovación convencidos de que es una ventaja competitiva de carácter urgente, también Romero (2013) establece que "la innovación se debe a que no es un fin en sí misma sino que es el medio a través del cual se puede obtener ventajas competitivas y sostenibles en el tiempo que permitan crecer, en esta situación de elevada competencia y cambio continuo. Sin embargo, tenemos que ser conscientes que no es nueva esta apuesta por la innovación como medio a través del cual lograr el progreso de la economía y la sociedad sino que viene demostrándose a lo largo de la historia" igualmente "la innovación constituye actualmente un elemento fundamental para la adquisición de ventajas competitivas, en un mundo que vive inmerso en la cultura de la continua transformación. La capacidad de innovar es un recurso más de la empresa, al igual que sus capacidades de conocimiento, financieras, comerciales y productivas; y, del mismo modo, debe ser gestionada sistemáticamente" (Iberdrola, 2010). En este mismo orden de ideas para Euskadinnova (2014) la innovación es el camino para conseguir ventaja competitiva.

A consecuencia de esto Trillo & Pedraza (2010) plantea que "la innovación constituye un activo intangible, algo más que mero conocimiento, que influye directamente en el capital intelectual de la empresa y por lo tanto en la creación de valor de la misma para crear ventaja" seguido a esto la innovación se entiende, en un sentido amplio, como todo cambio que genera ventaja debido a la difusión de las ideas planteadas (Programa de Bonos Tecnológicos, 2013) también Porto y

Mosteiro (2014) definen a la innovación como todo cambio que genera valor, por ende la innovación se contempla como aquel cambio que pretende la mejora siendo el mecanismo facilitador para el perfeccionamiento de la calidad de la empresa; en este orden de ideas, la innovación es entendida como un proceso sostenido en el tiempo donde, la oportunidad para innovar facilita el desarrollo organizacional y hay un mayor desarrollo y aprendizaje de los empleados (Ministerio de Educación, 2010). La innovación es el soporte del crecimiento actual y futuro de las organizaciones para la generación de bienes y servicios. (OCDE, 2012).

En contraste a lo anterior, se ha asociado a la innovación con una actividad relacionada con la creatividad, pero este elemento que puede ser importante para que se dé el proceso de la innovación, es tan solo un componente que interviene en dicho proceso. Para Teixido (2013) “el concepto de innovación es amplio, se sitúa como una respuesta creativa ante la dificultad o identificación de una oportunidad detectada como mejora en el diseño, proceso o comercialización de un producto” según Perego & Miguel (2014) establecen que la innovación es aquello que nace de una idea, invención o reconocimiento de necesidad con el fin de que se desarrolle un producto, se tenga la apertura a un nuevo mercado o la implementación de una nueva estructura en el mercado.

La innovación hoy en día es clave para el desarrollo socioeconómico, por lo tanto la innovación se puede abordar desde varios puntos de vista, entre ellos la reorganización de los recursos humanos, la utilizando nuevas tecnologías de la información y la comunicación, actuando sobre el proceso de producción o sobre los bienes o servicios generados por la determinada organización (Cilleruelo, 2010) del mismo modo e involucrando la parte tecnológica en las empresas se establece que la innovación se asocia con tecnología e I+D, ya que el factor tecnológico está presente en gran parte de la actividad innovadora de las empresas; la Confederación de Empresarios de Málaga (2010) afirma que “la innovación se puede manifestar en cambios de productos, cambios de procesos, nuevos enfoques de marketing, nuevas formas de distribución, nuevos alcances, entre otros”. Por otro lado, Fernández, Vega & Gutierrez (2010) definen a la innovación como los avances en el conocimiento científico que pueden ser

transformados y aplicados en las organizaciones. En este sentido Morales, Ortiz & Arias (2010) establecen que la innovación es el resultado de implementar nuevos métodos de producción a las organizaciones. Del mismo modo el Instituto de Empresa para la Dirección General de Política de la PYME. (2014) concluye que a la innovación como la actividad que proporciona el uso de tecnología para tener novedad en los productos, métodos y servicios.

2. La influencia de la innovación en las Pymes: Estrategia para generar ventaja competitiva y posición en el mercado.

Las pequeñas y medianas empresas en el mundo representan un conjunto heterogéneo de agentes económicos que contribuye de manera importante a la generación del empleo y, en menor medida, del producto interno bruto de la región. No obstante, entre las características que han sido puestas en evidencia en varias investigaciones (Dini y Stumpo, 2011) se encuentra el escaso dinamismo de estas firmas y su atraso tecnológico, que se manifiesta en la baja participación en las exportaciones y en la brecha de productividad y competitividad respecto a las grandes empresas. Las pymes de cualquier tipo ya sean comerciales, industriales o de servicios tiene la posibilidad de innovar, pero el modo en que lo hacen está alejado de lo que se consideran actividades de I+D en sentido estricto como por ejemplo la importancia del conocimiento codificado del personal, de I+D con educación terciaria, de las relaciones con instituciones científicas o tecnológicas, de las patentes, entre otros aspectos importantes (Albizu, Olazarán, Otero & Lavía, 2011), de igual forma al tomar la decisión de innovar y generar ventaja competitiva y posicionarse en el mercado, “la innovación en procesos y la innovación en productos son las que mayor impacto positivo generan en la PYME” (Galvez, 2012).

En contraste a lo anterior (Randstad, 2015) afirma que “las pymes tienen enormes ventajas en materia de innovación frente a las grandes empresas gracias a que su tamaño les aporta dinamismo, mayor flexibilidad interna y capacidad de respuesta frente a las circunstancias cambiantes” pero que sin embargo carecen de fuentes de financiamiento y talento humano especializado en todas las áreas de la empresa para realizar estos avances, de igual forma estas “empresas no cuentan con una estrategia de innovación, pero presentan todas las condiciones

para su realización, hay flexibilidad en la producción; la función de investigación no está consolidada pero se reconoce la importancia de su formalización” (Yandar, 2011) lo que obstaculiza este proceso de formalización para la implementación de la innovación, es la falta de tomar la decisión y emprender el camino de la competitividad y el crecimiento, “asimismo si bien se ha detectado en los diferentes estudios que las empresas de tamaño pequeño suelen ser más innovadoras que las de tamaño superior, esto convive con el hecho de que las de mayor tamaño suelen tener más actividad de I+D y de patentes” (Gallardo & Lloveras, 2011), por lo cual las grandes presentan mayor generación de recursos estando en constante desarrollo y crecimiento.

Por otra parte “la capacidad para la investigación y desarrollo de la innovación, es significativo para lograr ventajas competitivas en la creación de nuevos productos y procesos, para que en una etapa posterior logre dar rentabilidad a la empresa” (Velosa, 2011) igualmente un “concepto de ventaja competitiva basada en que las pymes deben asumir el compromiso de hacer presencia en los espacios regionales, en la perspectiva de ejercer como los nuevos protagonistas del desarrollo” y lograr a través del tiempo convertir la innovación en un término clave para determinar una sólida estrategia de competitividad y ventajas, que les permita consolidarse y mantener una posición en el mercado (Castillo & Leal, 2010), pues “la ventaja competitiva también ofrece por primera vez herramientas para la segmentación estratégica de la empresa y la evaluación rigurosa para la diversificación” (Porter, Bueno & Merino, 2010).

Por consiguiente la innovación tiene un papel fundamental para las pymes, ya que se considera como una de las principales fuentes en la evolución hacia la competitividad de estas pequeñas y medianas empresas. Esta importancia e influencia de la innovación en las pymes implica la renovación y ampliación de procesos, productos y servicios, la transformación en la organización y la gestión, así como mejoras en las cualificaciones del talento humano (Corona & Ramírez, 2010), para que estas empresas comiencen un proceso de renovación deben generar ventajas competitiva, nuevas estrategias y oportunidades ante la necesidad de innovar en un mercado globalizado cambiante, donde se presentan muchos obstáculos en busca de una estrategia que incluya innovación y genere competitividad y una de la problemática

para ellas, es no conocer que existen financiamientos del gobierno para dar apoyo a la innovación (Pineda, 2012). De la misma manera (Galvez, 2012) plantea que la gran problemática que viven las pymes se basa en que hacen innovación pero que esta innovación se realiza exclusivamente en el desarrollo de innovación de tipo incremental al no contar con recursos de financiamientos.

Así mismo (Saveedra, 2012) afirma que las pymes deben estar preparadas para enfrentar cualquier cambio o dificultades ya que “debido al entorno de intensa competencia que viven estas empresas se ven obligadas a mantener, incluso aumentar, la participación en el mercado, por medio de una constante innovación de productos y procesos de producción, así como de sistemas de producción flexible, para responder rápidamente a los cambios en el entorno” como se ha dicho y así lo afirma (Munuera, 2010) las pymes deben enfrentar un sin número de problemas para el desarrollo de innovación y lograr generar una estrategia que permita posicionarse en el mercado, ya que la innovación es muy costosa y arriesgada especialmente para estas empresas que deben enfrentarse a numerosos obstáculos inherentes a sus propias características. Además las pequeñas y medianas empresas “enfrenta barreras como: la falta de recursos financieros, deficiencias en la comercialización, deficiencias en el desempeño de los recursos humanos y una deficiente gestión financiera y administrativa” (Pomar, Rangel & Franco, 2014).

Es tanta la influencia e importancia de la innovación que las pymes, y especialmente sus dueños, temen a comenzar el proceso de formalización de la innovación por miedo a fracasar e invertir en un cambio que tal vez según ellos no genere crecimiento, ni posición en el mercado, ni captación de cliente, pero precisamente lo que se busca con conocer el concepto e influencia de la innovación en las pymes es romper el paradigma al generar cambios basados en una estrategia que genere competitividad. Hasta el momento se puede observar que la influencia de la innovación puede ser negativa y lenta para algunos autores pero que para otros es un proceso que genera diferencia y ventaja frente a los competidores, al respecto Gómez (2014) sustenta que “las pymes tienen características que les pueden permitir ser fácilmente innovadoras, como la toma rápida de decisiones, agilidad para realizar cambios, la

cercanía a los clientes y, por lo tanto, la posibilidad de generar mayor atención a las necesidades de los mismos. Sin embargo, todas estas ventajas se desaprovecharían si los empresarios de pymes no cumplen con el requisito principal para innovar, que es el desarrollo de la capacidad de observación y sensibilidad para detectar y/o anticipar necesidades, expectativas o deseos de sus clientes". De este modo "transformar una pyme en una empresa ágil, veloz e innovadora, significa efectuar un abordaje sistémico que permita otorgarle la competitividad suficiente para posicionarse en el mercado con un producto o servicio que se diferencie de sus competidores. Ello debe estar apoyado en la productividad de la Pyme" (Quiroga, 2012).

3. Las Pymes en Colombia

Hoy en día en Colombia al igual que en el resto del mundo, la competitividad es una necesidad imperiosa, que se logra a través del desarrollo y estímulo a la creatividad y la Innovación (Panaigua, 2010). De igual forma este autor plantea que las pequeñas y medianas empresas "son las más representativas con una altísima participación de las mismas alrededor del 99.9% en los establecimientos empresariales del país, dejando solo el 0,1% para las grandes empresas como aportantes de la economía de la nación". Las pymes colombianas son indispensables para la economía nacional. Afortunadamente, son numerosas las formas en que un empresario puede alcanzar mercados nacionales e internacionales, lo cual depende únicamente de la estrategia de la gerencia y la manera en que las empresas accedan a mecanismos de financiación y consolidación de redes sociales (Tabares, 2012) para poder alcanzar este objetivo de ejecutar innovación las pymes deben desarrollar los componentes de asociatividad, globalización, apertura, desarrollo empresarial, tecnologías de información y comunicación, visión internacional, gobernabilidad, infraestructura, característica producto y/o servicio, medio ambiente y sostenibilidad, mercado y logística, riesgo comercial y político riesgo, para poder tener una penetración mundial que permita su sostenibilidad (Herrera, Urueña & Chavarro, 2012). El gran reto de las pymes colombianas es tener que salir de esa falla común que las identifica; por lo tanto Perez y Ramirez (2015) establecen que las pymes están fallando en la poca importancia que le dan a la innovación y al

conocimiento, los cuales deberían ser el centro y el corazón que hacen mover los otros ítem de importancia en las organizaciones.

"Por eso es tan importante que todas y cada una de las empresa (pymes) tengan muy en cuenta los conocimientos adquiridos con el transcurso de los años pero sin dejar de lado los nuevos procesos que se van generando día a día; he aquí la importancia de tener una mentalidad prospectiva visionando el futuro, ya que la actividad empresarial e innovación tecnológica se aprende, pero requiere de compromiso y esfuerzo" (Fonseca 2012). El panorama en Colombia es interesante respecto de las pyme, toda vez que representan un amplio porcentaje de la totalidad de las empresas, siendo la gran mayoría importantes para el desarrollo económico y el equilibrio social en Colombia, por su contribución en empleo, desarrollo económico y bienestar para la comunidad (Avendaño, 2012). Según Correa (2012), Colombia es un claro ejemplo de modernización de las pymes, ya que estas son pioneras en la implementación de muchos proyectos de innovación. Sus resultados son evidentes en la sociedad económica y tanto su rentabilidad como su competencia se dan gracias a las aplicaciones y su apoyo en la innovación tecnológica, contribuyendo así con el progreso del país. Para Fomipyme, "el fondo tiene por objeto la financiación de proyectos y programas para el desarrollo tecnológico de las pymes y la aplicación de instrumentos no financieros dirigidos a su fomento y promoción" (Quintero 2012); gracias a las aportaciones de las pymes Colombia cumple un papel clave e importante para el fortalecimiento empresarial en Latinoamérica, ya que en el exterior los empresarios y economistas ven al país como una oportunidad de innovación, pues este cuenta con la capacidad de conquistar un nivel alto en los negocios porque posee personas emprendedoras y tiene un campo amplio de acción respecto a la industria y el mercado (Ospina, Puche & Arango, 2014). Finalmente se puede destacar que las pymes son eje primordial del dinamismo de la economía del país, esta ventaja debe aprovecharse e implementar acciones y programas que promuevan el desarrollo de una estrategia competitiva basada en la innovación para lograr la perdurabilidad de estas empresas en el tiempo.

Discusión

Durante la investigación se pudo identificar que la

innovación es uno de los conceptos más influyentes en las pymes, pues es imposible negar el impacto positivo que trae consigo; gracias a la implementación de este proceso las pequeñas y medianas empresas pueden mejorar la rentabilidad, generar empleo cualificado, experimentar un mayor crecimiento pero sobre todo lograr ser más competitivas para perdurar en el tiempo y tener capacidad de respuesta en momentos de crisis. Es así que muchas de las investigaciones analizadas coinciden en que la innovación puede ser considerada como el proceso de transformar ideas en valor para las empresas y los clientes, el cual se genera con la creación de ideas, implementación de nuevos o mejorados productos, bienes o servicios, permitiendo con ello la evolución hacia la competitividad; esta importancia e influencia de la innovación implica la transformación en la organización y la gestión, así como mejoras en las cualificaciones del talento humano (Corona & Ramírez, 2010), de igual forma otros autores coinciden con esta gran importancia afirmando que las pymes tienen enormes ventajas en materia de innovación frente a las grandes empresas, gracias a que su tamaño les aporta dinamismo, mayor flexibilidad interna y capacidad de respuesta frente a las circunstancias cambiantes, pero que sin embargo carecen de fuentes de financiamiento y talento humano especializado (Randstad, 2015) y (Gallardo & Lloveras, 2011) entre otros. En contraste muchos autores resaltan que las pymes no implementan innovación por el temor que sienten a experimentar cambios, al invertir recursos y no obtener mayores ganancias a corto tiempo; la falta de recursos financieros, deficiencias en la comercialización, deficiencias en el desempeño de los recursos humanos y una deficiente gestión financiera y administrativa (Pomar *et al.*, 2014) son características inherentes a su tamaño (Albizu *et al.*, 2011), (Pineda, 2012) (Galvez, 2012) (Saveedra, 2012).

Por otra parte se encontraron resultados en lo que se habla de la innovación como un proceso que requiere emprendimiento por parte de la gerencia al mismo tiempo que necesita realización de cambios para generar ventaja competitiva y posicionarse en el mercado. El concepto de ventaja competitiva se basa en que las pymes deben asumir el compromiso de hacer presencia en los espacios regionales, en la perspectiva de ejercer como los nuevos protagonistas del desarrollo y lograr a través del tiempo convertir la innovación

en un término clave para determinar una sólida estrategia de competitividad y ventajas, que les permita consolidarse y mantener una posición en el mercado (Castillo & Leal, 2010), (Quiroga, 2012). En esto coincide con el concepto de innovación que plantean muchos autores entre ellos Romero (2013) e Iberdrola (2010), quienes de una u otra forma establecen que la innovación genera valor agregado en los procesos, productos y/o servicios que generan las empresas lo cual conduce a tener una ventaja competitiva ante las demás. El éxito o el fracaso de las empresas se manifiestan en los mercados, por ejemplo al ofertar un producto a un precio más bajo que la competencia. Sin embargo, una empresa puede ser más competitiva si innova y presenta nuevos productos o servicios, que reactivan los mercados. También puede serlo si hace mejor publicidad o comercializa mejor o si promueve un cambio organizativo dentro de la empresa que reduce los costes o incrementa la producción. En todo caso, la innovación es un medio para incrementar la productividad y la competitividad de las empresas. (Echeverría & Merino, 2012)

En cuanto al contexto de las pymes en Colombia se encontró que estas son las empresas más representativas con una altísima participación de las mismas alrededor del 99,9 % en los establecimientos empresariales del país, dejando solo el 0,1 % para las grandes empresas como aportantes de la economía de la nación” (Panaigua, 2010) además se ser grandes contribuyentes al desarrollo del país y generadoras de empleo (Avendaño, 2012). El gran problema que viven las pymes en Colombia según Perez y Ramirez (2015) es que no están dándole la importancia que merece a la innovación y para eso debe ser consciente que Colombia es un ejemplo claro de modernización de las pymes, Correa (2012). El gran reto está en acogerse a los financiamientos del estado y emprender los cambios basados en innovación para generar ventaja competitiva complementada con una ardua estrategia para estar a la vanguardia de los cambios del entorno.

Conclusiones

En un contexto en el cual los ciclos de vida de las estrategias son cada vez más cortos, se hace difícil desterrar la cultura de la resignación de las Pymes ya que muchas optan por continuar haciendo lo que les da mínimas ganancias por el temor al

experimentar cambios, en consecuencia se van quedando atrasadas en cuanto al desarrollo de innovación siendo esta uno de los procesos fundamentales para las pequeñas empresas. La mayoría de gerentes son conscientes del proceso de formalización que debe recibir la innovación, pero se detienen para hacerlo por los grandes costos de financiamiento que asumen al invertir, dejando a un lado los beneficios que tiene el emprender la innovación en las pymes y no captan que ser pequeñas no es sinónimo de ser cohibidas, pues su estructura favorece la implementación y desarrollo de la innovación ya que son más flexibles, poseen canales de comunicación más rápidos y efectivos, con capacidad de dar respuestas a las circunstancias cambiantes. La innovación influye significativamente en el desempeño organizacional, lo que refuerza el planteamiento de que las empresas deben mejorar la baja percepción de la importancia de la innovación para conseguir un desempeño organizacional superior.

En consecuencia muchos de las concepciones de aplicar innovación son ciertos, pues esta implica cambio y renovación de procesos, productos y servicios, la transformación en la organización y la gestión, la introducción de un nuevo producto o servicio o un cambio cualitativo en un producto o servicio ya existente, así como mejoras en las cualificaciones del talento humano, la apertura de un nuevo mercado, el desarrollo de nuevas fuentes para el suministro de materias primas o materiales, así como su búsqueda. Lo único que se debe hacer es romper esa cultura por permanecer conforme, y ser consciente de la importancia e influencia que tiene la innovación en las pymes. Si el problema es financiero existen fondos de ayuda por parte del estado que quiere impulsar la competitividad del país. En Colombia como en muchas economías del mundo, las pymes son el centro del desarrollo y tienen enormes ventajas en materia de innovación frente a las grandes empresas; es por esto que la innovación debe ser vista por las pymes como el centro y el corazón que hace mover todas las áreas de la empresa para lograr el perfeccionamiento en sus productos y procesos permitiendo alcanzar una estabilidad en el mercado y garantizar una supervivencia a través del tiempo, lo cual permite generar una ventaja competitiva basada en una ardua estrategia para estar a la vanguardia de los cambios del entorno. Además las pymes para

desarrollar una influyente estrategia innovadora, deben hacer mayor énfasis en la reducción de costos, aumento de la productividad, la búsqueda permanente de nichos de mercado, el diseño de nuevos productos o servicio y el impulso a la mano de obra calificada, todo ello con el afán de insertarse al mercado global.

Literatura citada

Albizu Eneka et al., (2011) "Innovación en las pymes industriales: una visión desde el modelo interactivo" RIO Revista Internacional de Organizaciones, Disponible en http://revistario.org/index.php/revista_rio/article/view/78/pdf

Avendaño, W. (2011) "Innovación: un proceso necesario para las pequeñas y medianas empresas del municipio de san José de Cúcuta, norte de Santander (Colombia)" Revista Semestre Económico, volumen 15, No. 31, Medellín, Colombia. Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v15n31/v15n31a9.pdf>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Los Sistemas Regionales de Innovación en América Latina. Disponible en <http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/uploads/Archivos/Articulo/Los%20sistemas%20regionales%20de%20innovacion%20en%20america%20latina.pdf>

Banco Internacional de Desarrollo. (2010). Ciencia, Tecnología e Innovación en América Latina y el Caribe. Disponible en <http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2011/08300.pdf>

Castillo, G.P & Leal, F.B (2010) "Innovación En Producto En Las Mipymes Del Fondo Emprender Del Sector De Alimentos De La Ciudad De Manizales" para el grado de maestría en Creatividad e Innovación en las Organizaciones, Universidad Autónoma de Manizales, Colombia, Disponible en <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/90/1/Tesis%20Innovacion%20Producto%20Mipymes.pdf>

Cilleruelo, E (2010). Compendio de definiciones del concepto "innovación" realizadas por autores relevantes: Diseño híbrido actualizado del concepto. Dirección y organización: Revista de dirección, organización y administración de empresas. Bilbao. Disponible en <http://www.researchgate.net/publication/282>

- 32905_Compendio_de_definiciones_del_concepto_innovaciones_realizadas_por_otros_relevantes_diseño_híbrido_actualizado_del_concepto Confederación de Empresarios de Málaga. (2010). Guía Práctica de Innovación para Pymes. Disponible en <http://www.cem-malaga.es/portalcem/novedades/2010/Gu%C3%ADa%20CEM%20Innovaci%C3%B3n%20PYMES.pdf>
- Corona, J. & Ramírez, I. (2010) "Innovación en las pymes: Desarrollo de un modelo para el estado de Hidalgo", Revista Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México. Disponible en <http://www.uaeh.edu.mx/investigacion/producto.php?producto=5165>
- Correa, J. (2012, 31 de marzo) "Modernización de las pymes, un objetivo de Bancoldéx", Portafolio, sección Economía. Recuperado de <http://www.portafolio.co/economia/modernizacion-las-pymes-un-objetivo-bancoldex>
- Delgado et. al., (2010). la influencia de los elementos de capital intelectual en la innovación de producto, Disponible en http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xvcongresoaeaca/cd/37c.pdf
- Dini, M & Stumpo G (2011), "Políticas para la innovación en las pequeñas y medianas empresas en América Latina. Cepal, Colección de Documentos, Chile. Disponible en http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3868/S2011008_es.pdf?sequence=1
- Echeverría, J & Merino, L. (2011). Cambio de Paradigma en los Estudios de Innovación: El Giro Social de la Políticas Europeas de Innovación. ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura. Disponible en <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/1387/1396>
- Euskadinnova. (2014) ¿Qué es innovación tecnológica? Grupo Spri. Disponible en <http://www.euskadinnova.net/es/innovacion-tecnologica/ambitos-actuacion/innovacion-tecnologica/162.aspx>
- Fernández et. al., (2010). Ciencia e Innovación: Una Relación Compleja y Evolutiva. Instituto de Gestión de la Innovación y del Conocimiento. , INGENIO (CSIC-UPV). Valencia. Disponible en http://digital.csic.es/bitstream/10261/29393/1/Ciencia%20e%20innovaci%C3%B3n_%20una%20relaci%C3%B3n%20compleja%20y%20evolutiva.pdf
- Fonseca, E. D. (2012) "La prospectiva y el conocimiento de las tics en las pymes del departamento de Boyacá (Colombia)" Revista Pensamiento & Gestión Barranquilla. Colombia. Disponible en http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000200009&script=sci_arttext
- Gálvez (2012) "Impacto de la innovación sobre el rendimiento de la mipyme: un estudio empírico en Colombia", Colombia, Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v28n122/v28n122a02.pdf>
- García, F. (2012). Conceptos Sobre Innovación. Colombia. Disponible en http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf
- Garzón, M. A. e Ibarra, A. (2013). Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología. Una revisión de literatura. Revista Dimensión Empresarial. Disponible en http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/dimension-empresarial/volumen-11-no-1/articulo04.pdf
- Gallardo, R. X & Lloveras, M. J. (2011) "innovación en pymes: metodología de selección de herramientas de inteligencia competitiva" Revista Visio, Barcelona España, Disponible en <http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/15215/Gallardo-Lloveras.pdf?sequence=1>
- Gomez, J. (2014, 11 de Mayo) Estrategias de innovación y competitividad para pymes, Portafolio, Colombia. Disponible en <http://www.portafolio.co/economia/estrategias-innovacion-y-competitividad-pymes>
- Herrera L, et. al., (2012) "Análisis sobre la internacionalización de las Pymes en Colombia" Revista [Especialización en Finanzas y Negocios Internacionales](#), Universidad de La Sabana, Colombia Disponible en <http://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/1857>
- Iberdrola. (2010). Informe de Innovación. Disponible en http://www.iberdrola.es/webibd/gc/prod/es/doc/innovacion_informe.pdf
- Instituto de Empresa para la Dirección General de Política de la PYME. (2014). Evolución de la innovación en el emprendimiento español. Disponible en http://antigua.gemspain.com/Mis%20archivos/Informes%20Especiales/Evolucion%20de%20la%20innovacion%20en%20el%20emprendimiento%20espanol_fin

- al_2.pdf
- Luna, J. (2013). Influencia del Capital Humano para la Competitividad de las Pymes en el Sector Manufacturero de Celaya, Guanajuato. [Versión Electrónica]. México: eumed.net. Disponible en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/innovacion.html>
- Manual de Oslo (2006). Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECDOSloManual05_spa.pdf
- Ministerio de Educación. (2010). Educación e Innovación. Disponible en http://www.vvob.org.ec/sitio/sites/default/files/20101202-03_educacion_e_innovacion.pdf
- Moheno, G.A. (2010). El Impacto de la Gestión del Conocimiento y las tecnologías de Información de la Innovación: Un estudio de la Pymes del Sector Agroalimentario de Cataluña (Tesis Doctorales de Ciencias Sociales). Barcelona. Disponible en: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/gam/Innovacion.htm>
- Morales, et. al., (2010). La innovación tecnológica desde una perspectiva evolutiva: teoría e historia económica. En P. Bejarano, A. Zerda y C. Cortés (Eds). Innovación desafío para el desarrollo en el siglo XXI. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n72/n72a10.pdf>
- Munuera, A.L. (2011) "La innovación en las pymes españolas: un estudio de caso exploratorio", ICE, España. Disponible en http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_860_99-114__EA8CC7D0DBF354CE86F9F25507E10E13.pdf
- OCDE. (2012). Innovación en las Empresas–Foro Consultivo, Científico y tecnológico. Disponible en http://www.foroconsultivo.org.mx/libros_editados/innovacion_empresas.pdf
- Ospina M, et. al., (2014) "Gestión de la Innovación en Pequeñas y Medianas Empresas. Generando ventajas competitivas y posicionamiento en el Mercado" Revista GPT Gestión de las Personas y Tecnología, Medellín, Colombia. Disponible en <https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAAahUKEwiQ4NSpoeBIAhWHXR4KHdWfCqU&url=http%3A%2F%2Fdia.inet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4760745.pdf&usq=AFQjCNFmFTm6Uo0MYnXhfN7iu6qfqOLsGg&sig2=HaHLE92iIxnYjbWDX7lctg&bvm=bv.106130839,d.dmo>
- Ostos, J. (2010). Efecto mediador de la innovación organizacional en la relación entre el entorno y el desempeño organizacional en empresas de servicios. (Tesis de Maestría). Colombia. Disponible en [http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/37920/OSTOS_Tesis%20Doctoral_05%20set%2010.pdf?sequence=1\(viejas\)](http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/37920/OSTOS_Tesis%20Doctoral_05%20set%2010.pdf?sequence=1(viejas))
- Panaigua, A. (2010) "Las MiPymes colombianas, escenario estratégico para la creatividad e innovación del talento humano", Escenarios Vol. 8, No. 2, Paris. Disponible en http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/escenarios/volumen-8-no-2/art-04.pdf
- Perego, et. al., (2014). Innovación e Inteligencia Estratégica. Eumed.net [Enciclopedia Virtual]. Disponible en <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1405/innovacion.htm>
- Perez I. & Ramirez P, (2015, 19 de Febrero) "Por qué fracasan las pymes en Colombia" Revista Dinero, Colombia. Disponible en <http://www.dinero.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958>
- Pineda, G.Y. (2012), Diseñar un sistema estratégico de innovación tecnológica para las pymes manufactureras, Tesis para obtener el grado de maestría, Instituto Politécnico Nacional, Mexico, Disponible en <http://148.204.210.201/tesis/1345764687281TESISDELAMAE.pdf>
- Pomar et. al., (2014) "La influencia de las barreras a la innovación que limitan la competitividad y el crecimiento de las pymes manufactureras", Revista Administración y organizaciones, México. Disponible en http://148.206.107.15/biblioteca_digital/articulos/9-695-10071pbc.pdf
- Porter, Michael et. al., (2010) "Ventaja Competitiva: creación y sostenibilidad de un rendimiento superior. Madrid: Pirámide, España. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=510620>
- Porto, A.M. & Mosteiro, M.J. (2014). Innovación y calidad en la formación del profesorado universitario. Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado, 17 (3), 141-156. Disponible en <http://dx.doi.org/10.6018/reifop.17.3.204101>
- Programa Bonos Tecnológicos. (2013). Innovación y Competitividad Empresarial. Disponible en <http://bonos.itccanarias.org/descargas/ficheros/Modulo%20Informativo%20Innovacion.pdf>
- Quintero, J. (2013) "Características de la innovación en pymes de Colombia que han utilizado recursos públicos", Revista Mutis de la

- Universidad Jorge Tadeo Lozano Bogotá, Colombia. Disponible en <http://revistas.utadeo.edu.co/index.php/mutis/article/view/839>
- Quiroga, O. (2012) "La importancia de la innovación en las PyMEs", Grande Pymes, Universidad de Buenos Aires, Argentina. Disponible en <http://www.grandespymes.com.ar/2012/07/05/la-importancia-de-la-innovacion-en-las-pymes/>
- Randstad (2015) "La innovación en las pymes" España, Disponible en <http://www.randstad.es/tendencias360/la-innovacion-en-las-pymes>
- Romero, M.J. (2013). El Impacto Económico de la innovación: 10 razones por las que innovar. Madrid. Disponible en <http://www.clarkemodet.com/es/blog/2014/09/el-impacto-economico-de-la-innovacion-10-razones-por-la-que-innovar.html#.VjPRuLcrK70>
- Saavedra, G.M. (2012) "una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme Latinoamérica", Revista Pensamiento & Gestión, Barranquilla Colombia. Disponible en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000200005
- Tabares, A. (2012) "Revisión analítica de los procesos de Internacionalización de las PYMES", Revista Pensamiento & Gestión, Barranquilla Colombia. Disponible en http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000200004&script=sci_arttext&tlng=pt
- Teixido, M. C. (2013). Innovación y Territorio para el Desarrollo: Estudio de caso de una firma industrial mediana ubicada en Campana-Buenos Aires Argentina (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de General Sarmiento, Argentina. Disponible en http://www.ungs.edu.ar/ms_ungs/wp-content/uploads/2013/12/Tesis_Teixido.pdf
- Trillo, M.A. & Pedraza, J.A. (2010). La Influencia de la Innovación en el Capital Intelectual de la Empresa. Propuesta de un modelo. Revista Electrónica Conocimiento, Innovación y Emprendedores: Camino al Futuro. Disponible en <http://revistas.um.es/reifop/article/view/204101>
- Velosa, J. D. (2011) "Aproximación de modelo metodológico sobre capacidad tecnológica para las pymes del sector metalmecánico colombiano" tesis de investigación presentada como requisito parcial para optar al título de: Magister en Ingeniería - Materiales y Procesos de Manufactura, Universidad Nacional, Colombia, Disponible en <http://www.bdigital.unal.edu.co/3899/>
- Yandar, S. E. (2011) "Dinámica del proceso de innovación en pymes. El caso de dos empresas del sector agroindustrial" para el grado de magister, Universidad Nacional, Colombia, Disponible en <http://www.bdigital.unal.edu.co/4139/>