

La innovación estrategia de competitividad en micronegocios

Innovation competitiveness strategy in microbusinesses

Cliden Amanda Pereira Bolaños: Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Colombia.

cliden.pereira@uniminuto.edu

Fecha de Recepción: 11/06/2024

Fecha de Aceptación: 21/08/2024

Fecha de Publicación: 04/12/2024

Cómo citar el artículo

Pereira Bolaños, C. (2024). La innovación estrategia de competitividad en micronegocios [Innovation competitiveness strategy in microbusinesses]. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 01-19. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1204>

Resumen

Introducción: las microempresas son las unidades de negocio de mayor participación en Colombia, en esta investigación se muestra un avance del proyecto de investigación que busca a partir de conocer los principales obstáculos para la innovación empresarial, generar estrategias de fortalecimiento empresarial y competitividad para micronegocios en Bogotá. **Metodología:** la investigación de tipo descriptiva con un enfoque cualitativo, analiza el grado de innovación de las empresas colombianas para acceder al mercado y ser competitivas. La investigación se plantea en tres fases: la primera, análisis de las dificultades en la innovación, la segunda, relacionada con la caracterización económica, empresarial y laboral de micronegocios en la ciudad y, finalmente, formulación de estrategias que promuevan el fortalecimiento y crecimiento en el tiempo de micronegocios en Bogotá. **Discusión:** La articulación de todos los actores de la política de competitividad e innovación nacional y distrital se pueden generar estrategias de fortalecimiento empresarial local y nacional. **Conclusión:** El avance de la investigación en su primera etapa de análisis muestra la situación actual de las mipymes en innovación, tipos innovación, dificultades de la innovación en el sector de industria manufacturera, comercio y servicios en Colombia durante los últimos cinco años.

Palabras clave: competitividad; políticas de competitividad; innovación; tipos de innovación; innovación empresarial; estrategias de desarrollo económico; micronegocio; productividad.

Abstract

Introduction: microenterprises are the business units with the greatest participation in Colombia. This research shows a progress of the research project that seeks to understand the main obstacles to business innovation, generate strategies for business strengthening and competitiveness to microbusinesses in Bogotá. **Methodology:** descriptive research with a qualitative approach, analyzes the degree of innovation of Colombian companies to access the market and be competitive. The research is presented in three phases: the first, analysis of the difficulties in innovation, the second, related to the economic, business and labor characterization of microbusinesses in the city; and, finally, formulation of strategies that promote the strengthening and growth over time of microbusinesses in Bogotá. **Discussion:** The articulation of all the actors of the national and district competitiveness and innovation policy can generate local and national business strengthening strategies. **Conclusion:** The progress of the research in its first stage of analysis shows the current situation of MSMEs in innovation, types of innovation, difficulties of innovation in the manufacturing industry, commerce and services sector in Colombia during the last five years.

Keywords: competitiveness; competitiveness policies; innovation; types of innovation; business Innovation; economic development strategies; microbusiness; productivity.

1. Introducción

La productividad está estrechamente vinculada al crecimiento económico de los países y las regiones. No solo las grandes, medianas y pequeñas empresas sostienen la economía, sino también las microempresas, que contribuyen significativamente al producto interno bruto (PIB) estas, desempeñan un papel crucial al proporcionar un alto índice de empleo.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el panorama laboral en América Latina y el Caribe es muy complejo, debido a la crisis más alta de los últimos tiempos como fue la Pandemia de COVID-19 y las restricciones impuestas, tuvieron un impacto adverso en todas las economías globales. Este efecto generó uno de los problemas generales en el mundo especialmente en las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), de países en desarrollo debido a sus recursos limitados, relaciones comerciales vulnerables; por lo tanto, los ingresos son insuficientes y de igual manera la calidad de empleo que se genera (OIT,2022).

Cabe mencionar, que las microempresas desarrollan su proceso administrativo muy simple, no contribuye a la proyección del negocio, generalmente por desconocimiento del macroentorno y microentorno, del mercado en el cual se encuentran, o por capacidades del talento humano que gestiona todos los procesos; exponiéndose de esta forma a asumir riesgos bien sea al logro de oportunidades o fracaso en un mercado. No obstante, muchas de ellas ingresan al mercado sin establecer metas, objetivos claros ni estrategias articuladas que les permitan ser competitivas.

Muchas fracasan rápidamente debido a problemas preexistentes, como la falta de inversión en mejoras o en el conocimiento del mercado, la ausencia de una planificación formal y de previsión de la demanda, así como la carencia de habilidades técnicas y de gestión, y la limitación de recursos económicos. Estas debilidades hacen que las Mipymes sean más vulnerables a eventos internos y externos, como la renuncia de un empleado clave, la disminución de las opciones de financiamiento y la reducción de la demanda causada por la entrada de nuevos competidores en mercados altamente competitivos (Eggers, 2020). Estos

aspectos pueden convertirse en una limitación especialmente para el crecimiento de las microempresas. Mientras persistan, estas no podrán tener una participación significativa en el mercado y seguirán siendo, en su mayoría, instrumentos de subsistencia para el propietario y su familia.

Como resultado de esta situación, las microempresas han sufrido una caída en la demanda de sus productos y servicios, afectando su sostenibilidad y obligándolas a enfrentar desafíos importantes, como la implementación de estrategias innovadoras y la integración de herramientas digitales para mejorar su fortaleza empresarial y competitividad. Se ha demostrado, que la innovación es esencial tanto para la supervivencia de las empresas como para el desarrollo de un país. Por lo tanto, una inversión eficaz en innovación no solo permitirá obtener resultados óptimos, sino también lograr mejoras en la estructura organizativa de la empresa, eficiencia en la gestión y, sobre todo, obtener ventajas competitivas que contribuyan a su consolidación en el mercado.

En América Latina durante los últimos 10 años, se vienen adelantando estudios con el propósito de fortalecer este sector empresarial por medio de alianzas de organizaciones y países como es el caso de Alianza del Pacífico y otros países miembros que se han venido integrando, los cuales vienen desarrollando políticas para las empresas por medio de diseño de instrumentos analíticos por el Programa Regional de la Organización para la cooperación y desarrollo económico (OCDE) para América Latina y el Caribe, en cooperación con socios internacionales como Banco de desarrollo de América Latina (CAF) y el Sistema económico Latinoamericano y del Caribe (SELA), para trazar un mapa de políticas y programas de las Mipymes con el fin de supervisar y evaluar las buenas prácticas en el mediano y largo plazo como es el caso del Índice de Política de las Pymes de la OCDE.

En Colombia las microempresas representan el 90% del tejido empresarial en condiciones de formalidad, pero, la mayoría de informalidad, como es el caso de los micronegocios caracterizados de acuerdo a la situación económica de los propietarios, distribuidos de la siguiente manera: 33.9% hogares vulnerables, 24,6 hogares de clase media, y 1,5 clase alta. Estas cifras muestran que el micronegocio es la alternativa de las clases menos favorecidas que no tienen acceso al mercado laboral formal y su mejor alternativa es establecer una unidad de negocio que le permita subsistir, porque en la mayoría son negocios de subsistencia (DANE, 2024). Así pues, con el propósito de aportar algunas alternativas para potencializar el desarrollo económico y productivo a nivel nacional el proyecto tiene como finalidad diseñar estrategias para el fortalecimiento y competitividad de micronegocios en la ciudad de Bogotá, de tal manera que los negocios perduren en el tiempo y se promueva el empleo formal. Se presenta un avance de la primera fase donde se realiza el análisis de la medición de la innovación bajo el marco internacional y nacional.

Particularmente, para este trabajo de investigación se muestra el análisis de la innovación de los tipos de empresas en Colombia con el fin de contextualizar el estado actual de la innovación, dificultades, retos que contribuyan a fortalecer la base del tejido productivo. Para abordar este objetivo se realiza revisión documental con el fin conocer la fundamentación teórica para abordar las variables a analizar, conceptualización de innovación, tipos de innovación, indicadores de medición para posterior análisis de la relación de la innovación con la competitividad en microempresas y finalmente un análisis en Colombia.

Se espera en una segunda fase delimitar la población a la capital del país enfocado a micronegocios para el análisis del estado actual de innovación y competitividad y determinar ¿Cuáles serían las estrategias que podrían implementar los propietarios de micronegocios para acceder a los nuevos mercados que se estén creando, entendiendo de antemano las

adaptaciones y transformaciones que podrían sufrir sus modelos de negocio?

1.1. *Fundamentación*

Los modelos de gestión de innovación promueven el desarrollo económico y social de las empresas de acuerdo a su estructura organizacional y sector económico, y, para comprender lo expresado anteriormente, resulta importante definir claramente el marco de referencia de innovación, tipos de innovación, clasificación de empresas según grado de innovación, competitividad, indicadores de competitividad empresarial.

1.1.1. *Innovación*

Para dar inicio al análisis del tema propuesto, es importante definir que es innovación, cabe aclarar que no es lo mismo que invención. Robledo (2019) afirma que “es un hecho tecnológico asociado a la creación de nuevos productos y procesos susceptibles de aplicación industrial. Sin embargo, ello no quiere decir que todas las invenciones sean aplicadas y explotadas industrialmente de manera exitosa” (p.33). pero no todos estos son necesariamente aplicables ni son utilizados en el mercado, porque muchas veces quedan como simples creaciones tecnológicas.

Por el contrario, la innovación se da cuando una invención trasciende de su estado inicial de mera creación tecnológica y es adoptada por el mercado. Es decir, la innovación está dada por la transformación del conocimiento científico y tecnológico de acuerdo a dinámicas económicas y sociales en capital, bienestar social y desarrollo humano y empresarial.

De igual manera, según el Manual de Oslo “Una innovación es un producto o proceso nuevo o mejorado (o una combinación de los mismos) que difiere significativamente de los productos o procesos anteriores de la unidad y que ha sido puesto a disposición de usuarios potenciales (producto) o puesto en uso por la unidad (proceso)” (OECD/Eurostat, 2018, p.20). De ahí que las actividades de innovación incluyen todas las actividades de desarrollo bien sean financieras y comerciales, entendiéndose por unidad según el Sistema de Cuentas Nacionales de las Naciones Unidas así: a) empresas productoras de bienes y servicios, comercializables; b) entidades gubernamentales; c) entidades sin ánimo de lucro; y d) hogares.

Asimismo, la cuarta edición del Manual de Oslo OECD/Eurostat (2018) enfoca la definición en el sector empresarial y define los siguientes tipos de innovación:

1. **Innovación de producto:** Una innovación de producto es un bien o servicio nuevo o mejorado que difiere significativamente de los bienes o servicios anteriores de la empresa y que ha sido introducido en el mercado.
2. **Innovación de proceso:** Una innovación de proceso empresarial es un proceso empresarial nuevo o mejorado para una o más funciones empresariales, que difiere significativamente de los procesos empresariales anteriores de la firma y que ha sido puesto en uso por la firma. (pp. 70-72)

En este sentido, los cambios innovadores pueden afectar tanto a los productos como a los procesos; en el primero, pueden cambiar sus características como función, utilidad, calidad, especificaciones técnicas, confiabilidad, durabilidad, conveniencia, uso, diseño y cualquier cambio estético que genere factor motivacional en el cliente; para el segundo, los procesos pueden cambiar en uso de recursos, confiabilidad, asequibilidad, conveniencia entre otras.

Cuando se habla de innovación existen criterios que permiten evaluar su alcance: novedad, mejora significativa, implementación e intención de éxito como se muestra en la Tabla 1:

Tabla 1.

Clasificación de la Innovación

Clasificación de la innovación	Definición
Según su objeto Shumpeter Manual de Oslo	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnológica (de producto y de proceso) • De mercados (cuando la empresa abre nuevos mercados o incursiona en mercados existentes nuevos para ella) • De fuentes de materias prima o componentes (que podría asociarse, en algunos casos, a innovación tecnológica de producto o de proceso) • Institucional (uno de cuyos casos sería la innovación de estructura industrial) • Organizacional y gerencial • Social • De producto • De proceso • De mercadotecnia • De organización
Según su magnitud Freeman	<ul style="list-style-type: none"> • Incremental • Radical • De sistemas tecnológicos • Revoluciones tecnológicas
Según su grado de novedad Manual de Oslo	<ul style="list-style-type: none"> • Novedad para la empresa: Es el grado de novedad mínimo para que algo pueda ser considerado una innovación. • Novedad para el mercado: Cuando la innovación no ha sido introducida antes en el mercado. Aquí, el concepto clave es 'el mercado'; el Manual de Oslo sugiere que debe entenderse como la empresa y sus competidores y puede referirse a una región geográfica o a una gama de productos. El alcance del mercado se entiende establecido por los límites en que opera la empresa que introduce la innovación. • Novedad para el mundo: Es grado máximo de novedad e implica que la innovación se introduce por primera vez a nivel mundial, en todos los mercados y en todos los sectores de actividad económica, nacional e internacionalmente.

Fuente: Adaptado de Manual de Oslo OECD/Eurostat (2018), Schumpeter, Freeman y Pérez (1998)

1.1.2. Competitividad

El progreso de un país es un aspecto muy importante, para determinar la productividad y el bienestar de la población, entendiéndose ésta, como la relación entre los bienes y servicios

producidos y los recursos utilizados; es decir, que la competitividad de una nación depende de la capacidad de sus industrias para innovar y mejorar sus productos y/o servicios, la cual está determinada por diversos factores tales como económicos, culturales, demográficos, históricos, climáticos, entre otros.

Por lo tanto, la competitividad se puede analizar desde dos aspectos: un conjunto de factores que establecen el nivel de productividad y el aumento de la satisfacción de una población; desde estas perspectivas la competitividad de una región se puede definir como “La administración de recursos y capacidades para mantener la productividad de las empresas y el bienestar de la población de una región” (Benzaquen et al., 2010, p. 69). Es así como, la productividad está relacionada con el desarrollo económico local de un país.

De igual manera, el desarrollo económico local se considera un proceso de crecimiento mediante el aprovechamiento de los recursos locales para el bienestar de las personas; este comprende tres dimensiones: la económica que incluye los medios de producción, la sociocultural, es decir, redes de apoyo social y económico y la dimensión política administrativa relacionadas con las iniciativas de un entorno local (Llisterri, 2000).

Para este caso, se toma de referencia el Índice de Competitividad de Ciudades (ICC) de 2023 se viene aplicando desde el 2018 por el Consejo Privado de Competitividad y la Universidad del Rosario en Colombia, que permite evaluar la gestión de los gobiernos locales, por medio de un diagnóstico certero acerca del estado competitivo de las 32 ciudades capitales del país.

El ICC (2023) se conforma por cuatro factores de análisis (condiciones habilitantes, capital humano, eficiencia de los mercados y ecosistema innovador), 13 pilares (instituciones, infraestructura y equipamiento, adopción de tecnologías de información y comunicación, sostenibilidad ambiental, salud, educación básica y media, educación superior y formación para el trabajo, entorno para los negocios, mercado laboral, sistema financiero, tamaño del mercado, sofisticación y diversificación e innovación) y 106 indicadores.

1.1.3. Estrategia

El concepto de estrategia surge desde la década de 1950-1960, en la cual las organizaciones se concentraban en el proceso de planeación y control de actividades, de ahí que se encuentran diferentes definiciones del concepto de estrategia, puesto que algunos autores consideran los objetivos son los medios para alcanzar la estrategia y, para otros, consideran los objetivos como parte de la estrategia; también como la fijación de metas básicas de largo plazo y objetivos de una empresa, acciones a desarrollar y la asignación de recursos necesarios para alcanzar estas metas.

Otros autores consideran que, una estrategia es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar (Mintzberg y Quinn, 2002). Una estrategia implica decisiones administrativas que determinan el compromiso empresarial; este no es siempre el caso, pues en muchos casos, cuando los empresarios han pretendido iniciar un negocio, es notable que lo hayan hecho sin una visión clara, situación que los lleva a una realización de acciones dirigida por el ensayo de prueba y error en lo concerniente al manejo del negocio (Villalpando et al., 2010).

También, la estrategia de una empresa es una guía no solo en términos de lo que se debe hacer, sino de lo que no debe de hacer, en el contexto del mercado (Thompson et al., 1994). Además, es importante determinar las estrategias genéricas con las cuales se inclinará la empresa para

lograr la ventaja competitiva y mantenerse en el mercado. Las estrategias genéricas de liderazgo en costos, diferenciación, enfoque o alta segmentación (Bautista y Guevara, 2010).

De igual manera, se puede analizar como una estrategia empresarial enfocada a la competitividad por medio de la cual las empresas eligen los sectores en los cuales van a participar y como va a entrar en ellos; es decir la estrategia se resume en el conjunto de acciones de las personas que están al frente de una organización para el logro de los objetivos (Porter,1991), es decir, ser competitivo significa tener características diferentes que permitan ser escogidos fácilmente por un mercado, por la calidad, cualidades, habilidades para cautivar a los clientes y consumidores con los bienes y/o servicios; el autor también hace énfasis en la estrategia competitiva por la cual la empresa enfoca sus medios y recursos para llegar a las metas, de acuerdo a lo anteriormente expuesto, se puede identificar tres estrategias genéricas: estrategias liderazgo en costo, cuando algunos consumidores de la industria son sensibles a los precios; estrategias de diferenciación, en este caso se introduce en los productos o servicios características distintas a los de la competencia y estrategias de enfoque o alta segmentación, cuando se enfoca en la atención de mercados pequeños (Porter,2000).

Así mismo, las estrategias se pueden clasificar en cuatro categorías: disuasión, defensiva, ofensiva y cooperación. La primera, orientadas a evitar conflictos entre las empresas y los competidores, la segunda, está orientada a evitar o debilitar la competencia o también aumentar la participación de un competidor, la tercera estrategia ofensiva está orientada a oponer resistencia a los ataques de los competidores y finalmente la estrategia de cooperación con el fin de lograr aumentar las capacidades de varias empresas para competir en mejores condiciones (Villalba, 2003).

1.1.4. Micronegocio

Micronegocio es una unidad económica con máximo 9 personas ocupadas que desarrolla una actividad productiva de bienes o servicios, con el objeto de obtener un ingreso, actuando en calidad de propietario o arrendatario de los medios de producción. Las características de los micronegocios son las siguientes:

- Los dueños(as) de micronegocios son propietarios(as) o poseedores(as) de los medios de producción con los cuales desarrollan su actividad económica.
- Los dueños(as) de micronegocios prestan servicios técnicos o profesionales siempre y cuando no sean subordinados(as).
- Los dueños(as) de micronegocios son responsables de la deuda u obligación contraída en el proceso de producción, comercialización o prestación del servicio que genera los ingresos. · Los dueños(as) de micronegocios buscan su clientela.
- Los micronegocios pueden ser operados por una sola persona. (DANE, 2024, p.4)

2. Metodología

La investigación es de tipo descriptiva con un enfoque cualitativo, este artículo refiere la opinión de varios autores sobre la conceptualización de innovación y competitividad empresarial que aportan a describe el grado de innovación en las empresas colombianas y los obstáculos.

Este estudio es de tipo descriptivo con un enfoque cualitativo, parte de una revisión documental a partir de la búsqueda bibliográfica orientado a conocer la importancia de la

innovación empresarial, las políticas de competitividad aplicadas en el mundo y que se vienen implementando para las empresas colombianas y algunas estrategias que se vienen implementando por parte del gobierno nacional y local.

Se toma de referencia los estudios realizados durante los últimos cinco años por las entidades del estado nacional y local como también investigaciones realizadas que muestren información relacionada con la temática planteada. Para ello se consultó los sitios web de las instituciones, documentos on line, y base de datos como EBSCO, Proquest, Cabi Reviews, Scopus, Scielo, Redalyc, Researchgate entre otras y, entidades nacionales encargadas de consolidar información económica y estadística del país como DANE, Ministerio de Industria y Comercio, Ministerio de Tecnologías de la Información y las comunicaciones, Departamento de Planeación, Secretaria Distrital de desarrollo económico y Secretaria Distrital de Planeación entre otras.

3. Resultados

A continuación, se relaciona las políticas de competitividad y la medición de la innovación empresarial en Colombia.

3.1.1. Políticas de Competitividad

Con el fin de consolidar una política de competitividad que apunte a lograr los objetivos propuestos por los organismos internacionales, por medio de una agenda enmarcada en recomendaciones y/o implementaciones para que el gremio empresarial presentara una funcionalidad constante. Los organismos que hicieron parte de dichas recomendaciones fueron a la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Fondo monetario internacional (FMI), el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Foro Económico Mundial (FEM) como se menciona en el Documento CONPES (2021) en el cual cada organismo plantea medidas que permiten afrontar la crisis económica bajo los siguientes aspectos.

Figura 1.

Política para la reactivación, repotenciación y crecimiento sostenible e incluyente

Organismo multilateral	Recomendaciones
OCDE	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar mecanismos para reiniciar operaciones y prevenir las segundas olas. • El período de reactivación debe mantener por un tiempo definido los apoyos de Emergencia para los hogares y empresas más afectados.
CEPAL	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo al empleo y al mantenimiento de los ingresos. • Fomento de la actividad económica y de la demanda, con estímulos fiscales y prestación de apoyo financiero a sectores específicos a tasas de interés Preferenciales. • Modificar la estructura productiva, diversificando la economía con: innovación empresarial; reevaluación en operaciones; modelos de negocios basados en los cambios en las preferencias de los consumidores; apoyo en la incursión de las empresas en las tecnologías digitales, y estímulos para fomentar mayor productividad y eficiencia, orientadas a productos con mayor valor agregado.
FMI	<ul style="list-style-type: none"> • Gasto público como dinamizador de los procesos productivos y como estímulo a la Demanda interna.

	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas fiscales, monetarias y financieras dirigidas a los hogares y empresas Afectados, donde asignaron recursos a las poblaciones más afectadas y a las empresas que no lograban cumplir con sus obligaciones, dado que su actividad productiva se disminuyó en casi un 75%, lo que permitió la eliminación de obstáculos legales y reglamentarios para las nuevas empresas.
--	--

Fuente: Política para la reactivación, repotenciación y crecimiento sostenible e incluyente: nuevo compromiso por el futuro de Colombia. Basado en el Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES (2022).

Con el propósito de articular la sociedad civil, la academia, el sector privado y los gobiernos locales para lograr economías más competitivas para lograr una sociedad más justa y que puedan vivir mejor; se crea el Consejo Privado de competitividad y la Universidad del Rosario presentan el Índice de competitividad de ciudades (ICC, 2021), compuesto por 4 factores, 13 pilares, 27 subpilares y 104 indicadores, es una herramienta que ofrece información pertinente y confiable que configura un diagnóstico verás en materia de competitividad para las 32 ciudades de Colombia, en este sentido, el ICC 2021 se convierte en un insumo clave para que los gobiernos locales puedan tomar decisiones de política pública. Para el estudio se toma de referencia el factor ecosistema innovador con los pilares de sofisticación y diversificación e innovación para determinar las dificultades de los micronegocios en este factor.

Desde el año 2011, se establece la Política Distrital de competitividad, productividad y desarrollo económico de Bogotá reglamentada en el Decreto 064, la cual fue actualizada de acuerdo con lo establecido en el Plan de Desarrollo Distrital 2020-2024, como resultado el Consejo de Política económica y social del Distrito Capital (CONPES D.C.) aprueba la Política Distrital de competitividad, productividad y desarrollo socioeconómico de Bogotá D.C. 2011-2038.

Esta política, busca el aumento de la productividad de los micro y grandes negocios, así como, el aumento de la inversión internacional en ellos, generación de oportunidades de empleo, aprovechamiento del potencial económico de los lugares donde se concentran las empresas, negocios y personas conocidos como aglomeraciones económicas, de tal manera que permita mayor coordinación y planificación de las políticas económicas en la ciudad, el distrito y la región y mayor interacción entre empresas, la academia y el sector público (CONPES D.C.E, 2022).

Por otro lado, la CCB desde 2012 viene liderando iniciativas de clúster, una herramienta de articulación empresa- entidades de gobierno-academia para fomentar el dialogo, generar iniciativas y proyectos y canalizar recursos para cerrar brechas e impactar la competitividad de 16 sectores económicos estratégicos en Bogotá y Cundinamarca como son: industrias gráficas, cosméticos, música, salud, farmacéuticas, servicios financieros, construcción, energía, logística, alimentos y gastronomía. En los últimos años se han ejecutado proyectos enfocados al fortalecimiento empresarial, la productividad, la apropiación tecnológica, la sostenibilidad y el talento humano entre otros, también, la CCB ha logrado construir redes de confianza en cada una de las iniciativas clúster por medio de proyectos de alto impacto en los empresarios de Bogotá y la región, así como la creación y fortalecimiento de espacios y eventos sectoriales para las micro, pequeñas y medianas empresas (CCB, 2022).

De igual manera, la alcaldía de Bogotá por medio de la secretaría de desarrollo económico dos programas que buscan mejorar los ingresos de los ciudadanos de la capital, el programa Bogotá trabaja busca que las personas accedan a mejores oportunidades laborales y fortalezcan las habilidades que exige el mercado laboral; por otro lado el programa de Bogotá productiva

está orientado a fortalecer las unidades productivas, de cualquier tamaño, urbanas o rurales de cualquier sector y cuenten con financiamiento y conecten con nuevos mercados. Va dirigida a micronegocios, pymes y microempresas, productores locales, productores y organizaciones campesinas y del abastecimiento alimentario; orientados a cuatro componentes: Bogotá productiva local, Bogotá productiva alto impacto, Bogotá productiva rural y Bogotá productiva entorno (SDDE,2023).

La ruta de Bogotá productiva Local, está orientada apoyar a micronegocios o productores locales en su crecimiento y consolidación mediante cuatro acciones: la primera, de fortalecimiento y crecimiento por medio de los programas de Impulso Local, Ruta Bogotá- e, academia financiera y fortalecimiento y formalización empresarial; la segunda acción, acceso a financiación microcrédito o capital de trabajo por medio de los programas de Bogotá produce, crédito peso a peso, y financiación de capital semilla en alianza con Fondo emprender- SENA; y finalmente la tercera acción, la conexión con nuevos mercados por medio de programas Hecho en Bogotá, mercados temporales espacios en los cuales pueden presentar sus productos o servicios a potenciales compradores.

3.1.2. Medición de Innovación y competitividad

El proceso de innovación y competitividad analiza la relación entre estas variables y la medición de las mismas con el fin de conocer el avance de la innovación de las empresas puesto que deben diseñar sus ventajas competitivas para atender las necesidades de mercados cada vez más exigentes.

Como se mencionó anteriormente el avance de los países y las regiones están dados por la política económica y social, que llevan a la toma de decisiones de productividad y competitividad. La innovación en las Mipymes se puede medir a través de tres dimensiones: la innovación de productos, la innovación de procesos y la innovación de sistemas de gestión (Maldonado et al., 2018). De estas, la innovación de productos es la más significativa para mejorar el rendimiento empresarial (Zartha et al.,2009).

Por otro lado, en Colombia el Sistema Nacional de Competitividad e Innovación (SNCI), es el encargado de orientar y coordinar las actividades que realizan las instancias públicas, privadas, sociales y académicas relacionadas con la formulación, implementación y seguimiento de las políticas que desarrollen los planes de desarrollo para impulsar la productividad, competitividad e innovación del país establecido en CONPES 2021.

De igual manera, el Sistema Estadístico Nacional (SEN), coordina y articula entre los componentes que lo conforman, entidades y organizaciones productoras de información estadística producida para la toma de decisiones a nivel nacional y territorial, como el Departamento Nacional de Planeación (DNP), Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (MinCiencias) y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), este último es el encargado de coordinar y regular la información estadística y publicación de la misma.

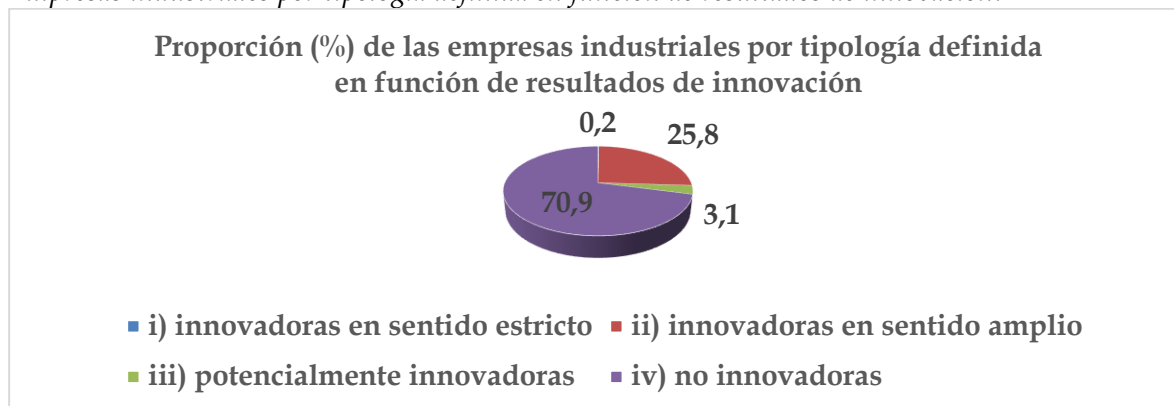
El DANE realiza varias encuestas económicas estructurales en diferentes periodos, para este caso de estudio, se toma de referencia la encuesta de desarrollo e innovación tecnológica (EDIT X); para la medición en los sectores de industria manufacturera durante el periodo de 2019-2020, y para la medición de comercio y servicios (EDITS VIII) del periodo 2020-2021. Para el estudio se realiza un análisis de las principales dificultades en innovación e impacto en las empresas colombianas durante los últimos cinco años.

3.1.3. Medición de Innovación Industria Manufacturera

Para el análisis se toma de referencia la encuesta EDIT X donde se investigó un total de 7.762 empresas del directorio de la Encuesta Anual Manufacturera – EAM de 2019, de las cuales se obtuvo información de 6.799 empresas. De este total, de acuerdo con la tipología de empresas, fueron innovadoras en sentido amplio el 25,8% (n=1,754 empresas), fueron potencialmente innovadoras el 3,1% (n= 214 empresas), fueron innovadoras en sentido estricto el 0,2% (n=11 empresas) y las 4.820 empresas restantes fueron no innovadoras como se muestra en la Figura 2.

Figura 2.

Empresas industriales por tipología definida en función de resultados de innovación.



Fuente: Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica en la Industria Manufacturera (EDIT) 2019 - 2020

Las empresas pueden hallar obstáculos al momento de desarrollar o implementar innovaciones. Las empresas calificaron el grado de importancia de diferentes obstáculos para innovar, asociados con información y capacidades internas, con riesgos y el entorno.

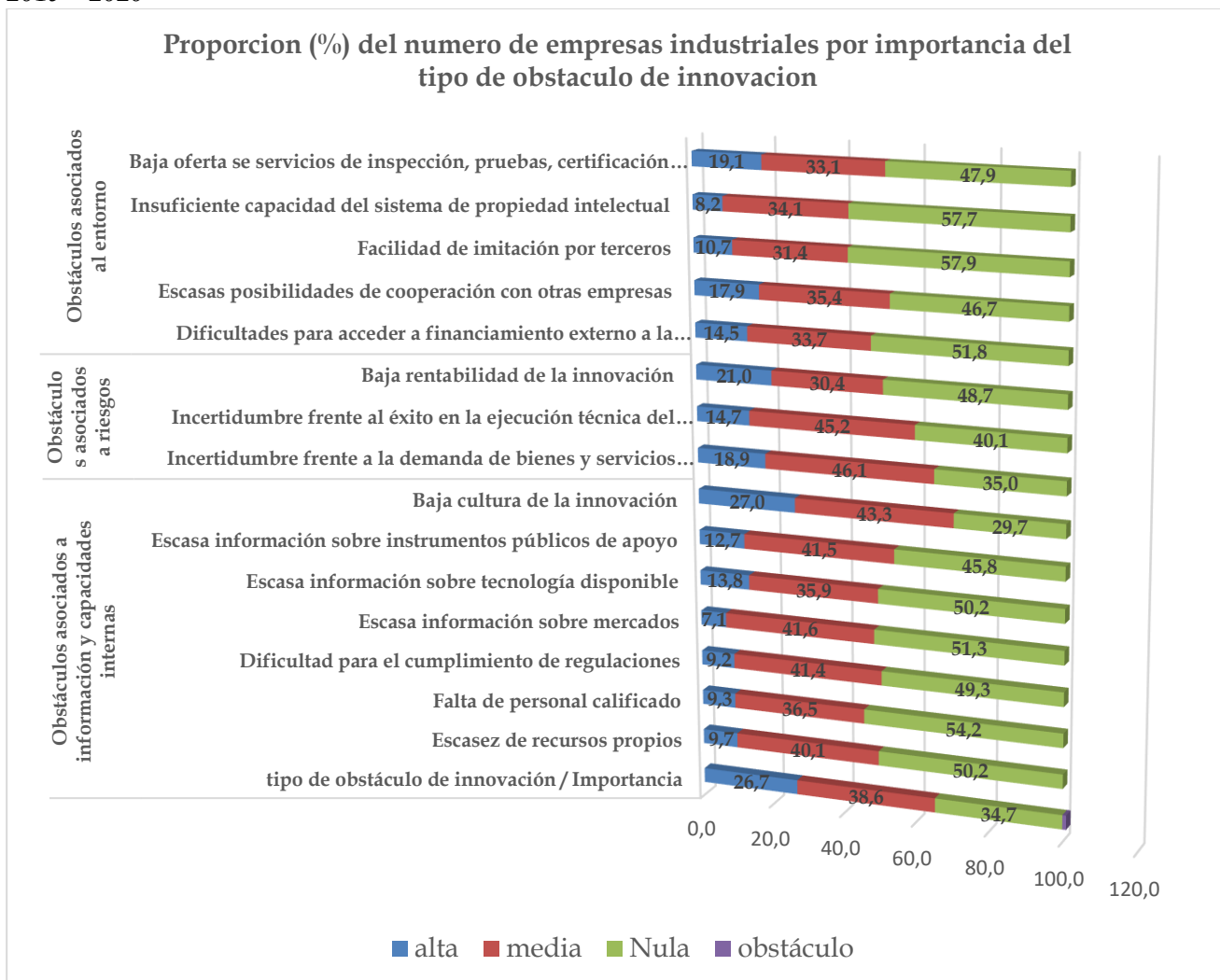
Entre los obstáculos a la innovación asociados a información y capacidades internas, la escasez de recursos propios fue calificada con importancia “alta” por el 26,7% (n=529 empresas), con importancia “media” por el 38,6% (n=764 empresas) y con importancia “nula” por el 34,7% (n=686 empresas) de las empresas innovadoras y potenciales, seguido por Escasa información sobre instrumentos públicos de apoyo fue calificada con importancia “alta” por el 13,8% (n=274 empresas), con importancia “media” por el 35,9% (n=711 empresas) y con importancia “nula” por el 50,2% (n=994 empresas) de las empresas innovadoras y potenciales; entre las más participativas.

De igual manera, entre los obstáculos asociados a riesgos, la incertidumbre frente a la demanda de bienes y servicios innovadores fue calificada con importancia “alta” por el 27% (n=535 empresas), con importancia “media” por el 43,39% (n=856 empresas) y con importancia “nula” por el 29,7% (n=588 empresas) de las empresas innovadoras y potenciales; seguido por la incertidumbre frente al éxito en la ejecución técnica del proyecto, fue calificada con importancia “alta” por el 18,9% (n=375 empresas), con importancia “media” por el 46,1% (n=912 empresas) y con importancia “nula” por el 35% (n=692 empresas) de las empresas innovadoras y potenciales, entre las más participativas.

Respecto a los obstáculos asociados al entorno, consideraron Dificultades para acceder a financiamiento externo a la empresa, fue calificada con importancia “alta” por el 21% (n=415 empresas), con importancia “media” por el 30,4% (n=601 empresas) y con importancia “nula” por el 48,7% (n=963 empresas) de las empresas innovadoras y potenciales; seguido de Competencia desleal en el mercado, fue calificada con importancia “alta” por el 19,1% (n=377 empresas), con importancia “media” por el 33,1% (n=655 empresas) y con importancia “nula” por el 47,9% (n=947 empresas) de las empresas innovadoras y potenciales; entre las más participativas.

Figura 3.

Proporción (%) de empresas industriales por importancia (ALTA / MEDIA NULA) del tipo de obstáculo de innovación que enfrentaron las empresas "innovadoras y potencialmente innovadoras" 2019 – 2020



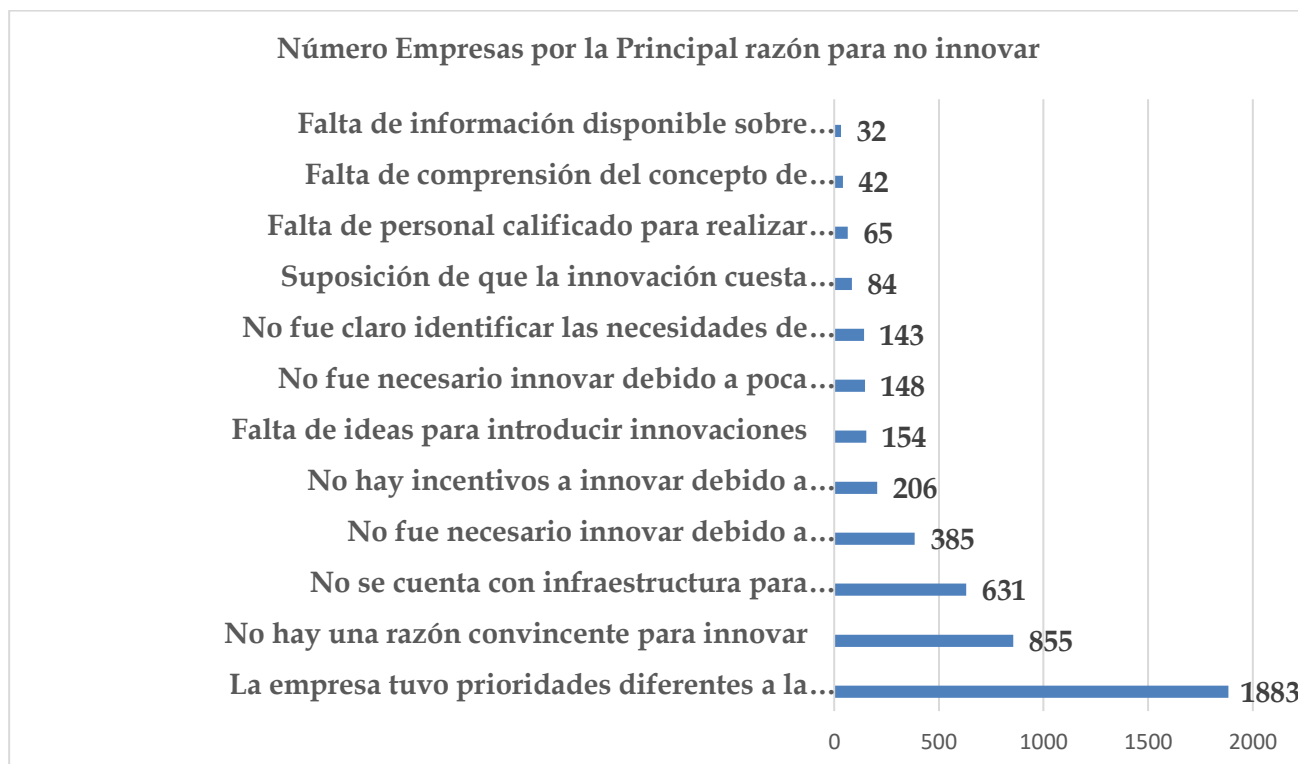
Fuente: Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica en la Industria Manufacturera (EDIT) 2019 – 2020

La EDIT X indagó por la principal razón por la cual las empresas no introdujeron ni tuvieron la intención de introducir innovaciones.

Para el periodo 2019-2020, la principal razón por la que las empresas no introdujeron innovaciones ni tuvieron la intención de hacerlo, fue tener prioridades diferentes a la innovación, con 40,7% (n=1.883 empresas); Le siguieron en su orden, no tener una razón convincente para innovar el 18,5% (n= 855 empresas), no contar con infraestructura para desarrollar una innovación el 13,6% (n=631 empresas) y la no necesidad debido a innovaciones realizadas en períodos anteriores el 8,3% (n=385 empresas).

Figura 4.

Número de empresas por la Principal razón por la cual las empresas no introdujeron, no tuvieron proyectos en marcha ni tuvieron la intención de introducir bienes o servicios nuevos o mejorados, o implementar procesos nuevos o mejorados.



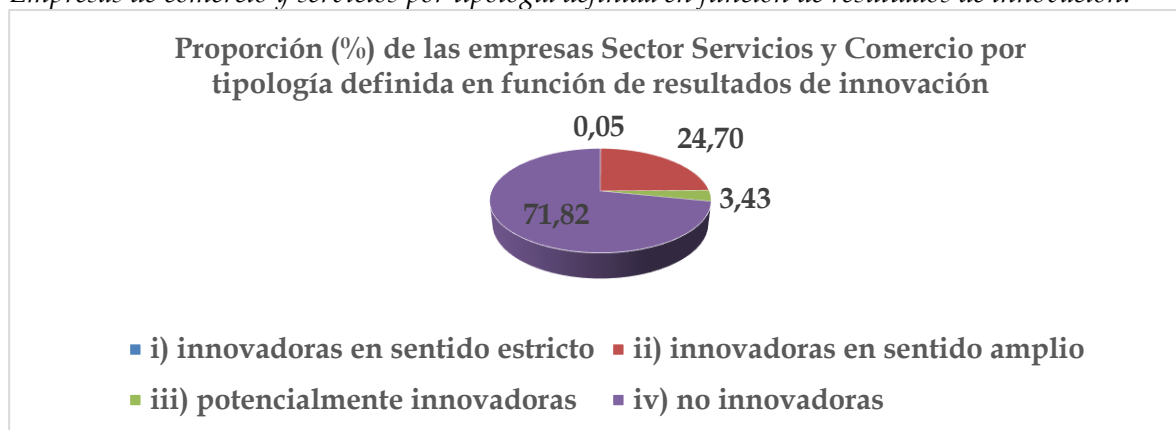
Fuente: Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica en la Industria Manufacturera (EDIT) 2019 - 2020

3.1.4. Medición de Innovación empresas de comercio y servicios

La EDITS VIII investigó un total de 8.812 empresas de los subsectores de servicios y comercio. De acuerdo con la tipología de empresas, fueron innovadoras en sentido amplio el 24,7% (n=2.177 empresas), fueron potencialmente innovadoras el 3,43% (n= 302 empresas), fueron innovadoras en sentido estricto el 0,05% (n=4 empresas) y las 6.329 empresas restantes fueron no innovadoras

Figura 5.

Empresas de comercio y servicios por tipología definida en función de resultados de innovación.



Fuente: Encuesta Desarrollo e Innovación Tecnológica Servicios y Comercio. 2020- 2021

Las empresas calificaron el grado de importancia de diferentes obstáculos para innovar, asociados con información y capacidades internas, con riesgos y el entorno.

Entre los obstáculos a la innovación asociados a información y capacidades internas, la escasez de recursos propios fue calificada con importancia "alta" por el 21,4% (n=532 empresas), con importancia "media" por el 39,2% (n=974 empresas) y con importancia "nula" por el 39,3% (n=977 empresas) de las empresas innovadoras y potenciales, seguido

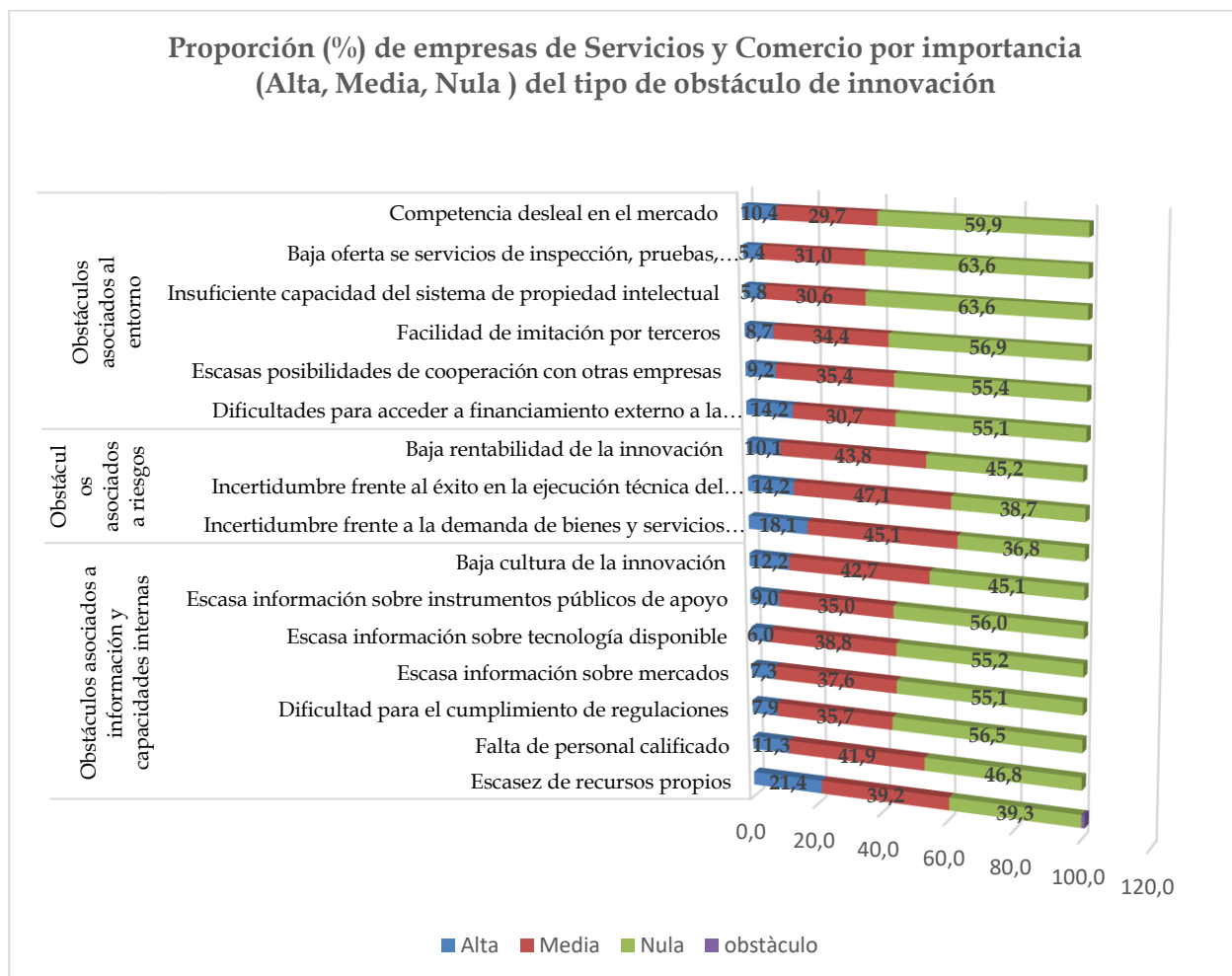
por Baja cultura de la innovación, fue calificada con importancia “alta” por el 12,28% (n=304 empresas), con importancia “media” por el 42,7% (n=1.059 empresas) y con importancia “nula” por el 45,1% (n=1.120 empresas) de las empresas innovadoras y potenciales; entre las más participativas.

De igual manera, entre los obstáculos asociados a riesgos, la incertidumbre frente a la demanda de bienes y servicios innovadores fue calificada con importancia “alta” por el 18,1% (n=450 empresas), con importancia “media” por el 45,1% (n=1.119 empresas) y con importancia “nula” por el 36,8% (n=962 empresas) de las empresas innovadoras y potenciales; seguido por la incertidumbre frente al éxito en la ejecución técnica del proyecto, fue calificada con importancia “alta” por el 14,2% (n=352 empresas), con importancia “media” por el 47,1% (n=1.169 empresas) y con importancia “nula” por el 38,7% (n=962 empresas) de las empresas innovadoras y potenciales, entre las más participativas.

Respecto a los obstáculos asociados al entorno, consideraron Dificultades para acceder a financiamiento externo a la empresa, fue calificada con importancia “alta” por el 14,2% (n=353 empresas), con importancia “media” por el 30,7% (n=763 empresas) y con importancia “nula” por el 55,1% (n=1.367 empresas) de las empresas innovadoras y potenciales; seguido de Competencia desleal en el mercado, fue calificada con importancia “alta” por el 10,4% (n=258 empresas), con importancia “media” por el 29,7% (n=737 empresas) y con importancia “nula” por el 59,9% (n=1.488 empresas) de las empresas innovadoras y potenciales; entre las más participativas.

Figura 6.

Proporción (%) de empresas de Servicios y Comercio por importancia (Alta, Media, Nula) del tipo de obstáculo de innovación



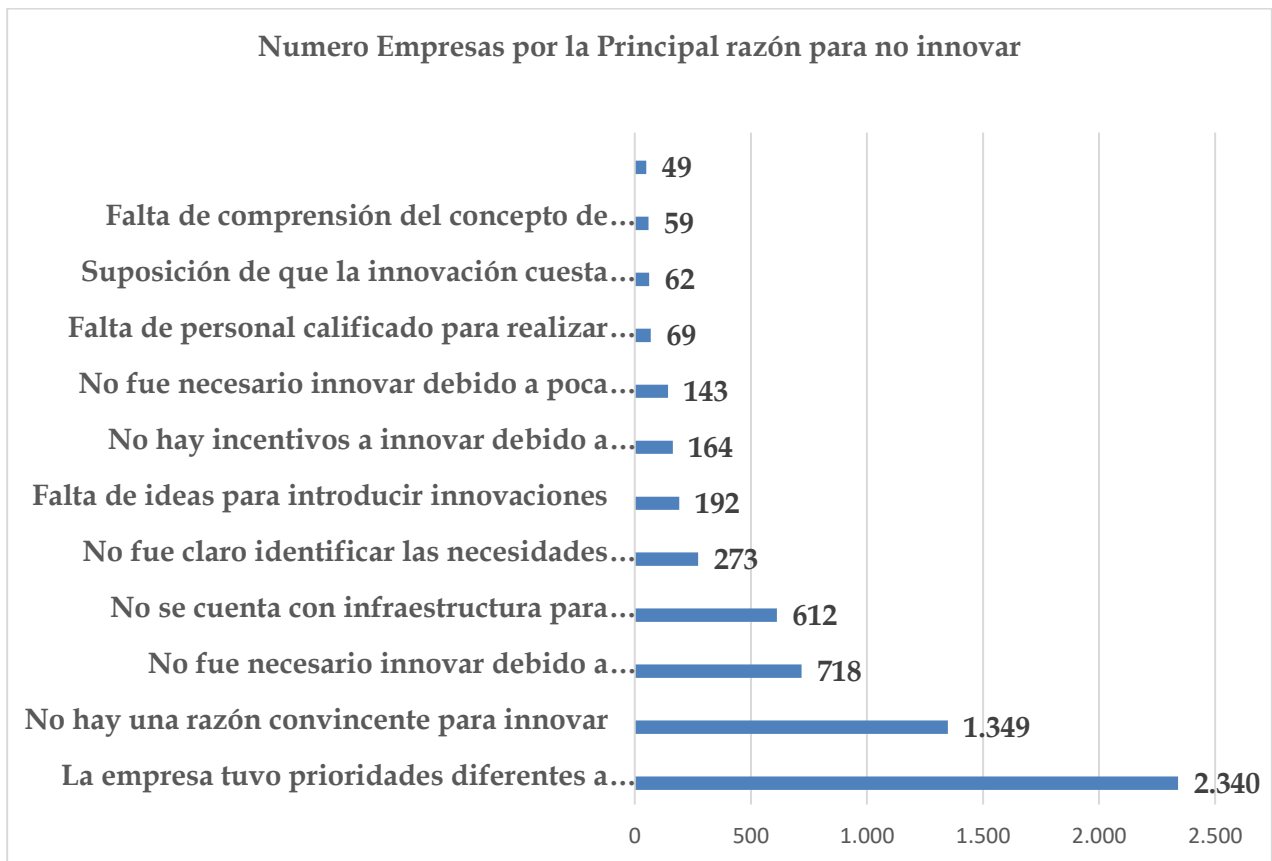
Fuente: Encuesta Desarrollo e Innovación Tecnológica Servicios y Comercio. 2020- 2021

La EDIT X indagó por la principal razón por la cual las empresas no introdujeron ni tuvieron la intención de introducir innovaciones.

Para el periodo 2020-2021, la principal razón por la que las empresas no introdujeron innovaciones ni tuvieron la intención de hacerlo, fue tener prioridades diferentes a la innovación, con 38,8% (n=2.340 empresas); Le siguieron en su orden, no tener una razón convincente para innovar el 11,9% (n= 718 empresas), no contar con infraestructura para desarrollar una innovación el 10,16% (n=612 empresas) y no fue claro identificar las necesidades de innovación el 4,5% (n=273 empresas).

Figura 7.

Número de empresas por la Principal razón por la cual las empresas no introdujeron, no tuvieron proyectos en marcha ni tuvieron la intención de introducir bienes o servicios nuevos o mejorados, o implementar procesos nuevos o mejorados.



Fuente: Encuesta Desarrollo e Innovación Tecnológica Servicios y Comercio. 2020- 2021

4. Discusión

Dentro de este orden de ideas, resulta importante realizar estudios que permitan definir estrategias que incentiven la innovación empresarial por medio de proyectos articulados entre el estado, la academia y el sector productivo con el propósito de dar solución a los obstáculos que impiden el desarrollo de la productividad y competitividad de micro y pequeñas empresas en las regiones de un país.

5. Conclusiones

La mayoría de las microempresas son formados por grupos de familia, los cuales requieren un direccionamiento estratégico, que les permita proyectar al negocio en el tiempo, dado que la operación y administración de estos establecimientos deben estar orientarse a la gestión microempresarial brindando planeación y anticipación para un servicio final justo, que permita satisfacer las necesidades de los clientes.

Las Microempresas poseen una cultura organizacional débil, requieren necesidades de actuación, es requerido plantear procesos centrales o redireccionarlos apoyando así el proceso de toma de decisiones, ya que no cuentan con innovación, no son competitivas y terminan brindando los mismos servicios sin agregar un mayor valor a la organización, alineando que no permiten cubrir las expectativas de sus clientes.

6. Referencias

- Bassi, E. (2003). *Globalización de negocios: construyendo estrategias competitivas*. Editorial Limusa.
- Bautista Varela, J. A. y Guevara-Sanginés, M. L. (2010). *Autorregulación y estrategias de negocios en MiPymes en Guanajuato*. Memorias del VIII Congreso Internacional de Análisis Organizacional, Monterrey, N. L.
- Benzaquen, J., Carpio, L. A. D., Zegarra, L. A. y Valdivia, C. A. (2010). Un índice regional de competitividad para un país. *Revista CEPAL*, 102.
- CCB (2022). *Boletín empresarial*. Cámara de Comercio de Bogotá.
- CONPES (2016). Política Nacional de desarrollo productivo. Consejo Nacional de Política económica y social.
- Consejo Privado de Competitividad. (2023). *Índice de Competitividad de Ciudades*
- DANE (2021). "Encuesta de desarrollo e innovación tecnológica" Industria manufacturera (EDIT X) 2019-2020. Bogotá, 30 de diciembre de 2021.
- DANE (26 de junio de 2024). Boletín técnico encuesta de micronegocios EMICRON I trimestre de 2024. Bogotá D.C.
- DANE. (28 de julio de 2023). *Encuesta de desarrollo e innovación tecnológica: Servicios y comercio (EDITS VIII 2020-2021)*.
- Decreto 064 de 2011. Política distrital de productividad, competitividad y desarrollo socioeconómico.
- Eggers, F. (2020). ¿Masters of disasters? Challenges and opportunities for SMEs in times of crisis. *Journal of Business Research*, 116, 199-208. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.025>
- Giraldo Rubio, J. F., Guzmán Serna, A. y López Rivera, P. A. (2023). *Procesos administrativos de los micronegocios en el contexto actual* [Tesis de Doctorado]. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Gómez-Betancourt, G., Ramírez, J. B. B. y Cuervo, N. Z. (2012). Empresas familiares multigeneracionales. *Entramado*, 8(2), 38-49.
- Gumbau, R. M. G. y Nieto, S. A. (2001). Una aproximación psicosocial al estudio de las competencias. *Proyecto social: revista de relaciones laborales*, 9, 13-24.
- Leyva Carreras, A. B., Cavazos Arroyo, J. y Espejel Blanco, J. E. (2018). Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes. *Contaduría y administración*, 63(3). <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1085>
- Llisterri, J. (2000). *Competitividad y desarrollo económico local*. Banco Interamericano de Desarrollo.

- Machaca Rejas, J. (2018). *Efecto de las habilidades gerenciales en la satisfacción laboral de los trabajadores de las microempresas en la ciudad de Ayacucho, 2018*.
- Magretta, J. (2014). *Para entender a Michael Porter. Guía esencial hacia la estrategia y la competencia* (Trad. José C. Pecina Hernández). Grupo Editorial Patria SA de CV.
- Maldonado-Guzmán, J., Marín-Aguilar, M. y García-Vidales, M. (2018). Innovación y desempeño en pequeñas empresas familiares de América Latina. *Revista de Economía y Finanzas de Asia*, 8(7), 986-998.
- Miller, D. y Le-Breton (2005). *Managing for the Long Run: Lessons in Competitive Advantage from Great Family Businesses*. Harvard Business School Press.
- Mintzberg, H. y Quinn, J. (2002). *Estrategias, conceptos, contextos y casos*. Prentice Hall.
- Monge, E. C. (2010). Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas. *Revista de Ciencias Económicas*, 28(1).
<https://doi.org/10.15517/rce.v28i1.7073>
- Navarro Quintero, D. y Vargas Garzón, J. (2021). *Diseño de una propuesta de innovación social y valor compartido en micronegocios de Villavicencio*.
- OECD/Eurostat. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4ª edición, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*. European Union: OECD Publishing.
- Organización Internacional del Trabajo. (2022). *Panorama Laboral 2022 de América Latina y el Caribe*
- Pereda Pérez, F. J., López-Guzmán Guzmán, T. y González Santa Cruz, F. (2014). Las habilidades directivas como ventaja competitiva. El caso del sector público de la provincia de Córdoba (España). *Intangible Capital*, 10(3), 528-561.
<https://doi.org/10.3926/ic.511>
- Política Pública de Productividad, Competitividad y Desarrollo Socioeconómico 2011-2038. 2022. Consejo Distrital de Política Económica y Social del Distrito Capital.
- Porter, M. E. (1991). Estrategias competitivas genéricas. En M. E. Porter (Ed.), *Estrategia competitiva: técnicas para análisis de industrias da concorrência* (8ª ed., pp. 49-58). Campus.
- Porter, M. E. (2000). *Ser competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones*. CECSA.
- Rivas-Montoya, L. M. (2023). *Estramipyme: Metodología fácil y ágil para diseñar una estrategia competitiva*.
- Robledo, J. (2019). *Introducción a gestión de la tecnología y la innovación empresarial*. Universidad Nacional de Colombia - Sede Medellín.
- Schumpeter, J. A. (1998). *Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*. McGraw Hill.

Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. (2023). *Secretaría distrital de desarrollo económico*. <https://bogota.gov.co>

Thompson, A., Gamble, J. E., Peteraf, M. A. y Strikland, A. J. (1994). *Administración estratégica. Teorías y casos*. McGraw Hill.

Villalpando Salas, M. A., Guevara-Sanginés, M. L. y Bautista Varela, J. A. (2010). *Tendencia Autorregulatoria y Gestión de Empresarios de Pequeños Restaurantes en Guanajuato*. Memorias del XIV Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas El Rol de las Ciencias Administrativas en el Desarrollo Social, Monterrey: EGADE; ITESM, ACACIA.

Zartha Sossa, J. W., Avalos Patiño, A. F., Urrea, S. A. y Castrillón Hernández, F. Metodología para la medición de innovaciones tecnológicas aplicada a empresas del sector agroindustrial.

Financiación: Esta investigación no recibió financiamiento externo

Agradecimientos: El presente documento nace en el marco del proyecto de convocatoria interna “Innovación de modelos de negocio para el fortalecimiento empresarial y competitividad de micronegocios en la localidad de Ciudad Bolívar en Bogotá”.

AUTOR:

Cliden Amanda Pereira Bolaños

Docente investigadora Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO, Bogotá-Colombia.

Administradora de empresas, Especialista en Gestión de proyectos, Magister en Educación, docente investigadora del programa de Contaduría Pública UNIMINUTO sede Bogotá, docente investigadora orientada en la línea Gestión social, participación y desarrollo comunitario en temas como microfinanzas y desarrollo organizacional, conocimiento en formulación y evaluación de proyectos de investigación e inversión.

cliden.pereira@uniminuto.edu

Índice H: 2

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-4884-650X>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57841456300>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=Wv-4wroAAAAJ&hl=es>