

**INNOVACIÓN EN PYMES
UN ESTUDIO EXPLORATORIO**

**CHRISTIAN HERNEY LÓPEZ
DIANA MARCELA SARDI GÓNZALEZ**

PROYECTO DE GRADO

**PROFESOR:
MARTHA LUCIA CRUZ**

**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
PROGRAMA DE MERCADEO INTERNACIONAL Y PUBLICIDAD
SANTIAGO DE CALI
27 DE MAYO DE 2013**

CONTENIDO

RESUMEN.....	3
INTRODUCCIÓN	4
Las mipymes en Colombia.....	4
Innovación	6
METODOLOGIA.....	13
CONCLUSIONES	17
ANEXOS.....	¡Error! Marcador no definido.
Entrevista.....	20
Fichas papers clave.....	24
REFERENCIAS	28

RESUMEN

Este trabajo pretende explorar las barreras y factores claves de éxito de la innovación en las pymes Colombianas, conocer las percepciones sobre innovación, identificar la importancia que las pymes dan a la innovación, identificar el conocimiento que tienen los empresarios sobre la innovación y conocer diferentes experiencias, fallas y errores de los mismos con relación a la innovación. De esta manera busca servir de guía o base para futuros trabajos e investigaciones que indagaran en alguno de estos temas.

Palabras clave: Innovación, pymes, Colombia, barreras de la innovación, factores clave de la innovación, determinantes de la innovación.

INTRODUCCIÓN

Para la realización de este trabajo se tomaron como eje central dos conceptos tendencia en la literatura moderna, innovación y pymes. El primero que adquiere importancia como una actividad y cultura que se traduce en una ventaja competitiva y el segundo como el tipo de empresa de mayor porcentaje e índice de generación de empleo tanto en Colombia como en el mundo. Debido a su importancia dentro del estudio, resulta pertinente y necesario ahondar un poco más en ellos.

Las mipymes en Colombia

Las Microempresas y las Pymes son actores estratégicos en el crecimiento de la economía, la transformación del aparato productivo nacional, y el mejoramiento de la posición competitiva del país. Además, estos segmentos empresariales contribuyen a reducir la pobreza y la inequidad, al ser alternativas de generación de empleo, ingresos y activos para un gran número de personas (documento compes 3484, 2007).

En Colombia, y mientras se reglamenta el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011, los parámetros vigentes para clasificar las empresas por su tamaño son las siguientes (artículo 2º de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 2º de la Ley 905 de 2004). Disposición que exige el cumplimiento de las dos condiciones de cada uno de los tipos de empresa(activos totales y número de empleados).

Se entiende por microempresas aquellas que cuentan con una planta de personal no mayor a diez empleados, y activos (excluyendo la vivienda) totales inferiores a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes, las pequeñas empresas son las que cuentan con un personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores y con activos totales entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil

(5000) salarios mínimos mensuales legales vigentes, y finalmente se describen las medianas empresas como aquellas que tienen una planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, además de unos activos totales de cinco mil uno (5001) a treinta mil (30000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Por otro lado, en cuanto a la participación de los tipos de empresa en el mercado colombiano, el censo del año 2005 del departamento administrativo nacional de estadística- DANE-, reporto 1.442.117 establecimientos de los cuales 1.389.698 son mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) lo equivalente al 96.4%. En la tabla 1 se muestra la cantidad y participación de cada uno de los tipos de empresa en Colombia.

Tamaño de empresa	No. de Establecimientos	Participación
Microempresas	1.336.051	92.6%
Pequeñas	46.200	3.2%
Medianas	7.447	0.5%
SUBTOTAL MIPYMES	1.389.698	96.4
Grandes	1.844	0.1%
No informa	50.575	3.5%
TOTAL	1.442.117	100%

FUENTE: DANE censo económico de 2005

Tabla 1 número y participación de establecimientos a nivel nacional

Resulta necesario también resaltar la importancia de las microempresas y pymes en cuanto a generación de empleo, del cien por ciento del empleo total generado, el 80.8 % proviene de estas, como se puede ver en la tabla 2 a continuación.

Tamaño de empresa	Participaciones el empleo en 2005
MICROEMPRESA	50.3%
PEQUEÑA	17.6%
MEDIANA	12.9%
GRANDE	19.2%
TOTAL	100%

FUENTE: DANE censo económico de 2005

Tabla 2 Participación en el empleo de los establecimientos mipyme

Debido al gran protagonismo y contribuciones de las pymes al desarrollo Colombiano, generando casi el ochenta por ciento de los empleos en el país y contribuyendo al crecimiento y desarrollo económico tanto local como internacionalmente (exportaciones) y a que es un ámbito tratado académicamente con menor frecuencia que las grandes compañías, se optó por realizar el estudio exploratorio en este tipo de empresas. Adicionalmente las pyme guardan una estrecha relación con el concepto innovación, la cual se explicara de la manera más clara posible posteriormente.

Innovación

La innovación es el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocio que generen valor para las organizaciones y está relacionada con el crecimiento económico, el tamaño y la dinámica de los mercados, la estrategia de las empresas, la identificación de necesidades latentes en los consumidores, la generación y adaptación de conocimiento y tecnología, la capacidad de los individuos para crear y actuar en grupos interdisciplinarios y la gestión de procesos para mantener un flujo de nuevos productos y servicios (Rafael Vesga, 2010). En base a esta definición, Las empresas innovadoras son más flexibles, se adaptan a los cambios en el entorno y responden más rápido y mejor a las necesidades cambiantes de la sociedad en su conjunto para obtener así mejores resultados (Miles y Snow, 1978). Con base a lo anterior se constituye la innovación como ventaja competitiva determinante en los mercados actuales, y representa

una forma de mantener la competitividad a largo plazo. Por lo tanto sin ninguna duda podría decirse, al igual que lo hizo Schumpeter (1935), las empresas son innovadoras o no existen.

El concepto innovación tiene una gran amplitud, abarca un sin número de consideraciones, teorías, y consta de diversas formas de clasificación. Se considera necesario realizar algunas distinciones y especificaciones.

Innovación vs invención

Comúnmentese tiende a confundir estos dos conceptos en la creencia común, pero lo cierto es que difieren mucho en esencia. El invento es aquella novedad o creación nunca antes vista, mientras la innovación es la modificación o creación de algo con el fin de generar un valor agregado que sea percibido por el mercado o sea capaz de generar un cambio o respuesta en la sociedad. La innovación trasciende hasta un mercado, mientras que la invención no alcanza a llegar a él.

Es importante tener claridad con respecto a este concepto, pues en la actualidad la ventaja competitiva no la da tener las mejores invenciones, si no saber cómo aplicarlas para satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes.

Innovación cerrada vs innovación abierta

El proceso de la innovación cerrada está basado exclusivamente en la aplicación de las ideas y tecnologías desarrolladas dentro de la organización a los mercados objetivos. Este enfoque ha perdido efectividad debido a cambios en el nuevo entorno, entre ellos, la globalización (integra mercados y recursos), la posesión de la información ya no es una ventaja competitiva, la exclusividad tecnológica no es relevante, uso de nuevas formas de organización y gestión, y la aparición de las redes sociales. Por lo anterior ha surgido un nuevo enfoque fundamentado en la

apertura del departamento de investigación y desarrollo hacia retroalimentación externa, en este enfoque el proceso de innovación se ve alimentado tanto por ideas y tecnologías internas como externas posibilitando una reducción en costos y la entrada a nuevos mercados potenciales.

Abrir las puertas del departamento de I+Des un acto de alta complejidad en una gran empresa pues significa compartir y poner a disposición de otras compañías ideas y tecnologías que solían ser exclusivas y fuente de una ventaja competitiva, en adición a una mayor dificultad para coordinar todos los agentes implicados y para evaluar adecuadamente el conocimiento. Sin embargo, esta decisión puede ser aún más compleja y difícil de concebir cuando de pymes se trata, ya que en estas usualmente no existe ningún departamento de I+D, sino políticas generales de gestión de nuevos productos y servicios.

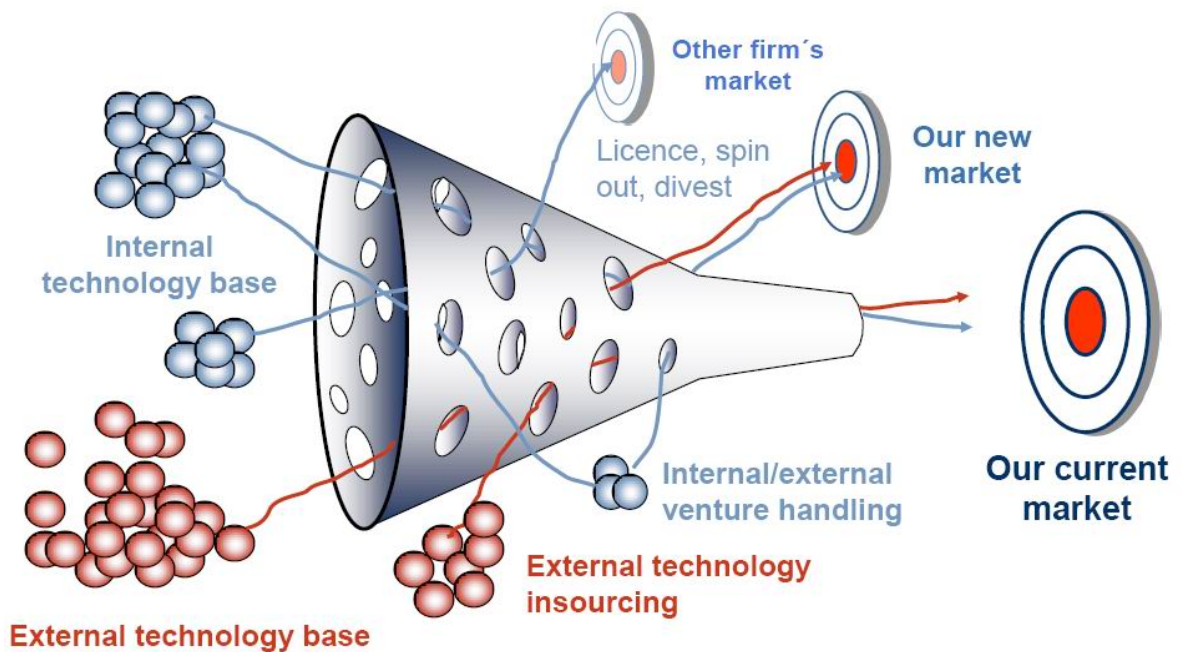


Tabla 3 Innovación abierta

Innovación disruptiva vs Innovación incremental

Según la originalidad de la innovación, se distinguen dos tipos, por un lado, la Innovación disruptiva, es aquella que crea nuevas necesidades, productos y mercados, además tiene muy en cuenta el tema de costes no sólo el producto, también el modelo de negocio. Por otro lado se encuentra la innovación incremental, la cual tiene como objetivo mejorar lo ya existente buscando la ventaja competitiva, se centra en posicionarse sólidamente en el mercado y suele centrarse en el producto.

Innovación de producto, proceso y modelo organizacional

Según el objeto de innovación, en la literatura se comprende gran variedad de tipos de innovación, sin embargo las más importantes y las comúnmente reconocidas son tres, la innovación de producto, la innovación de proceso y la innovación organizacional. La primera hace referencia a la introducción al mercado de un nuevo o significativamente mejorado producto o servicio (mediante nuevas tecnologías o nuevas aplicaciones de tecnologías ya existentes), ya sea en el ámbito técnico como en el uso que se le dará. Por su parte la innovación de proceso es la implementación de un nuevo o significativamente mejorado proceso de producción o distribución dentro de la compañía, involucra nuevas técnicas, materiales o mecanismos que tienen como fin aumentar la productividad, calidad y eficiencia, además de reducir costos de producción o distribución. Finalmente la innovación organizacional, es la implementación de nuevas prácticas organizacionales, con el fin de optimizar los resultados de la empresa, reduciendo los costes administrativos, de transacción, de suministros, o mejorando la motivación laboral y por ende la productividad, etc.

Barreras de la innovación

En la literatura existen numerosos intentos por encontrar factores determinantes de la innovación en una empresa, ya sea que la obstruyan o impulsen. Para esta investigación se tomarán como base y marco teórico principalmente dos

estudios que plantean de una manera clara una serie de barreras, uno específicamente para las pyme, y otro para una empresa en general. En los papers **what hampers innovation? Revealed barriers versus deterring barriers** y **Barriers to innovation among spanish manufacturing smes**, los autores identifican algunos factores que podrían inhibir la innovación o influir en la decisión de no innovar por parte de los empresarios pyme, estos según cada paper serán mostrados a continuación.

Barriers to Innovation

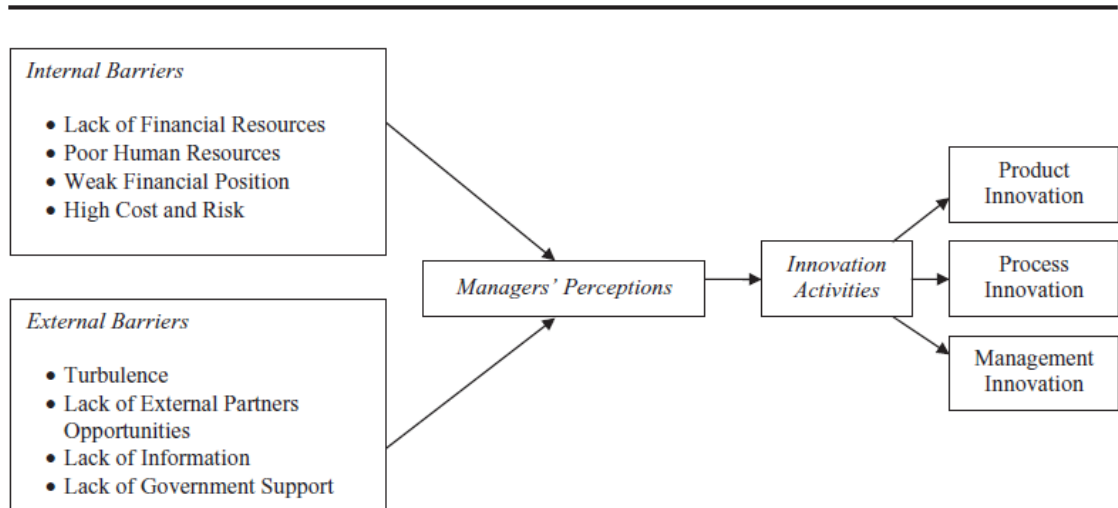


Ilustración 1 Barreras para la innovación - *Barriers among spanish manufacturing SMEs*

Barrier factors	Barrier items	Factor not experienced	Degree of importance		
			Low	Medium	High
Cost factors	Excessive perceived economic risks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Direct innovation costs too high	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Cost of finance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Availability of finance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Knowledge factors	Lack of qualified personnel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Lack of information on technology	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Lack of information on markets	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Market factors	Market dominated by established enterprises	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Uncertain demand for innovative goods/services	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regulation factors	Need to meet UK Government regulations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Need to meet EU regulations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ilustración 2 Barreras para la innovación - *What hampers innovation: Revealed barriers versus deterring barriers*

Tomando como base las teorías y barreras planteadas en las investigaciones anteriormente mencionadas, el presente estudio hace una adaptación de las mismas al ámbito y condiciones colombianas (con el fin de darles validez) para determinar cuáles son las más comunes e importantes en las pymes nacionales. Diversos autores dan explicación a las diferencias entre los procesos y niveles de innovación de las empresas en base a las diferencias entre sus recursos (Hadjimanolis, 1999) y Hewitt-Dundas 2006). Un número de estudios muestran que las diferencias en firme en las barreras a la innovación están relacionadas con los costos, las restricciones institucionales, recursos humanos, cultura organizacional, flujo de información, y la política gubernamental (Mohen y Roller 2005, Baldwin y Lin 2002). Partiendo de lo anterior y de las barreras descritas por (Madrid-Guijarro, Domingo, and Van Auken, 2009, D'Este, Iammarino, Savona, von Tunzelmann, 2012), entendiéndolas como cualquier factor inhibidor de todo tipo de proceso de innovación o influyente en la toma de la decisión de no innovar, se formularon las siguientes barreras, como se dijo anteriormente, enfocadas al contexto colombiano.

- Excesivos riesgos económicos percibidos
- Costo demasiado altos de la innovación directa
- Coste de la financiación
- Disponibilidad de financiación
- Falta de personal calificado/capacitación proceso de innovación
- Baja cultura enfocada en alianzas con socios estratégicos para innovar
- Falta de información/ accesibilidad recursos tecnológicos
- Falta de información sobre mercados (baja investigación de mercados – orientación al mercado)
- Mercado dominado por empresas establecidas

- Demanda incierta de bienes o servicios innovadores

Innovación en las pyme

La baja capacidad para innovarse relaciona con la limitada inversión de las Pymes en investigación y desarrollo y con su débil relación con el Sistema Nacional de Innovación (SNI). De acuerdo con la segunda Encuesta de Innovación y Desarrollo Tecnológico para la industria manufacturera, en el año 2004 las Pymes invirtieron, como proporción de sus ventas, tres veces menos en investigación y desarrollo en comparación con las grandes empresas. Además, sólo el 0.8% de las Pymes interactuaron con el SNI, mientras que en el caso de las grandes empresas este porcentaje fue del 1,9% (documento compes 3484)

Para las pyme al igual que para cualquier empresa es indispensable ser competitivo en el mercado, sin embargo estas no cuentan con los recursos ni financieros ni humanos para establecer ventajas competitivas de esta forma, por lo que la innovación representa la mejor posibilidad si se quiere subsistir en un entorno tan cambiante y pujante. Es por esto que resulta irónico que siendo las pymes las que más forzadas se ven a innovar, son las que menos posibilidad tienen para hacerlo, la gran mayoría de veces por escasez de recursos básicos, sin embargo el interés de este estudio radica en dar una luz sobre las principales barreras que aquí interfieren, y que impiden a las pyme desarrollar procesos innovadores que generen ventajas competitivas.

METODOLOGIA

La idea de la metodología planteada es clarificar los pasos y el procedimiento adquirido para realizar la investigación, además de incorporar actores necesarios para llevar a cabo el proyecto, logrando concluir y obtener resultados satisfactorios.

Con el fin de explorar las barreras y los factores claves de éxito para la innovación en pymes, se inició el trabajo con la revisión bibliográfica de los temas centrales de la investigación: innovación y pymes.

La búsqueda fue realizada en diferentes bases de datos, para su utilización se adquirió una capacitación por parte de expertos para su manejo, dentro de muchas podemos mencionar:

- Ebscot
- Emerald
- Dialnet
- Elsevier
- Jstor
- ScienceDirect
- Wiley

Para este proceso se realiza búsqueda de papers en diferentes tipos de revistas tales como:

Revistas especializadas:

- Research Policy
- Technovation
- Journal of Product Innovation Management
- Technology Analysis & Strategic Management
- R&D Management
- Academy of management review

- Academy of management journal
- Administrative science quarterly
- Journal of management
- Strategic management journal
- Entrepreneurship theory and practice
- Management science
- Journal of business venturing
- Strategic entrepreneurship journal
- European journal of innovation management

Revistas genéricas

- Management Science
- Organization Science
- Organization Studies
- California Management Review
- Harvard Business Review
- MIT Sloan Management Review

Revistas adicionales:

- Journal of business research
- Industrial marketing management
- International journal of research in marketing

Adicional a las bases de datos se realizaron consultas en otras fuentes, entre las cuales se puede resaltar:

- Faedpyme: Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de Pequeñas y Medianas Empresas, por medio de la Red de universidades y otras instituciones asociadas a la Fundación mediante convenios de

colaboración, que integran los grupos académicos, docentes y de investigación de expertos en el tema de la investigación.

- Enciclopedia Colección pyme (tomo 13): cumple un papel fundamental en la investigación, permite revisar el marco teórico especialmente en el contexto de pymes y conocer nombres de expertos en innovación pymes como: Pierre-andreJulien (profesor de la Universidad de Quebec), Camile Carrier (Institute de Recherche sur les PME), Jocelyn Perreault (Professeur Marketing UQTR). Esta enciclopedia fue adquirida en el Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad ICESI.
- Repositorios Académicos: este mecanismo digital de almacenamiento permite descubrir puntos claves de investigaciones realizadas anteriormente aportando conceptos fundamentales para el marco teórico de la investigación.

Gracias a la revisión bibliográfica se identificaron papers claves y se resumió debidamente su contenido.

Para tener una exploración de papers de manera más ordenada, se lleva a cabo una matriz de búsqueda, caracterizada por ser dinámica, la cual permite además la facilidad de sintetizar conceptos, autores, títulos, etc., en el transcurso del estudio fue adquiriendo mejoría, a medida que se encontraron palabras claves, se fue enriqueciendo poco a poco la matriz. La estructura de esta matriz estaba compuesta de la siguiente manera:

- Fecha de consulta
- Base de datos
- Palabras claves (criterio)
- Paper específico (nombre, revista, año, autores)

Simultáneamente los papers eran organizados en carpetas por criterios de búsqueda para facilitar su análisis al momento de la síntesis y los resultados.

El proceso de investigación va seguido de la construcción de objetivos (general y específico), presentados a continuación.

- **Objetivo general:** explorar las barreras y factores claves de éxito de la innovación en las pymes
- **Objetivos específicos:**
 - conocer las percepciones sobre innovación en las pymes colombianas
 - identificar la importancia que las pymes dan a la innovación
 - identificar el conocimiento que tienen los propietarios o gerentes sobre la innovación
 - identificar cuales factores facilitan o inhiben la innovación
 - conocer diferentes experiencias, fallas y errores y recomendaciones de los empresarios con relación a la innovación

Para hallar las respuestas a estos objetivos a total cabalidad, y basándose principalmente en los tres papers claves escogidos, siendo estos parte fundamental de la investigación, se procedió a crear una entrevista

Tipo de estudio: Para esta investigación se realizó un estudio cualitativo exploratorio

Método: Entrevista a profundidad

Grupo objetivo: El Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial de la Universidad ICESI, suministró a la investigación una base de datos de nuestro grupo objetivo, empresarios de pymes en Colombia

Muestra: Se procedió a seleccionar una muestra aleatoria de diez empresarios pyme de la base de datos

Recolección de datos: Se seleccionaron los instrumentos de medición (ver la entrevista en anexos) entre los cuales se tomaron algunos de los papers base del estudio. Posteriormente se realizaron las entrevistas por vía telefónica a cada uno de los diez empresarios. Finalmente se obtuvieron los resultados que se procedieron a analizar y comentar.

CONCLUSIONES

Después de obtener los resultados de las entrevistas a profundidad, se pudo apreciar en primera medida que para la totalidad de los empresarios la innovación tiene una gran importancia y juega un papel vital dentro de la compañía, es un concepto altamente atractivo y representa un tema de moda que ha logrado permear el colectivo empresarial. Principalmente es relacionada con mejoras, desarrollo, progreso y satisfacción del cliente. Sin embargo es notable que el enfoque que más le dan los empresarios a la innovación es la innovación de producto, desconocen u omiten la existencia de la innovación de proceso e organizacional, por lo que existe un conocimiento muy superficial casi estandarizado entre ellos, impidiendo que se conozcan los beneficios que puede traer la aplicación de todo tipo de procesos de innovación a una compañía.

También pudo evidenciarse que existe bajo nivel de conciencia sobre la necesidad de crear una cultura de innovación, percibiéndose la innovación como una estrategia, aspecto que dificultaría considerablemente la implementación y acoplamiento de procesos innovadores de manera adecuada en la compañía. La innovación debe ser parte de la cultura organizacional, no solo un conjunto de

acciones planificadas en determinadas situaciones o condiciones en búsqueda de resultados específicos.

Por otro lado, predomina el bajo nivel de capacitación sobre metodologías y procesos de implementación de la innovación al nivel de la empresa, lo que inevitablemente imposibilita el uso adecuado y óptimo de la misma dentro de la compañía. Los empresarios reconocen la importancia del concepto, pero no han dedicado tiempo y esfuerzo a capacitarse debidamente, aunque todos expresan la intención de hacerlo.

En cuanto a las barreras para la innovación, las percibidas por los empresarios como mayores inhibidoras fueron las relacionadas con altos costos (innovación directa, financiación, etc.) y las relativas a falta de información (investigaciones de mercado, información relacionada a tecnología, etc.). Adicionalmente, se logró identificar que las barreras más representativas para las pequeñas empresas no son las mismas que para las medianas. Para las pequeñas empresas las barreras más importantes se ven representadas en el costo que implica innovar, esto incluye el costo de la innovación directa y el costo de financiación, los empresarios de este tipo de empresa expresaron no contar con los suficientes fondos y con el poder de endeudamiento necesario para lo que ellos consideran innovar.

Mientras que los empresarios de medianas empresas identificaron como barreras principalmente las relacionadas a disponibilidad de información (de mercado y sobre tecnología), la empresa no invierte (por diversas razones) suficientes recursos en acceder a información valiosa sobre mercados y tecnologías, que actúe como base confiable sobre la cual formular estrategias para las actividades relacionadas con innovación. Sin estar debidamente informado sobre necesidades, cambios y tendencias de los mercados será imposible explorar oportunidades y amenazas lo cual a su vez no brindará oportunidad alguna de anticiparse a estas y poder estar un paso más adelante, en otras palabras, no se estará en capacidad de innovar.

Con base a los resultados expuestos anteriormente se pueden formular algunas recomendaciones, las cuales deben partir de mejorar el nivel de conocimiento que tienen los empresarios sobre el concepto innovación en toda su extensión, sus tipos, características, pros, contras, y sobre todo, el manejo del proceso de implementación de la cultura innovadora en una empresa. Para hacerse con esta meta se debe recurrir a todo tipo de capacitaciones y no solo para el empresario, sino también involucrar todos los integrantes de la organización, porque más que un aprendizaje personal, debe ser un aprendizaje organizacional.

Entre otras recomendaciones se pueden incluir, destinar siempre un porcentaje de recursos (según la capacidad de la compañía) para acceder a información, por ejemplo a través de investigaciones de mercado, considerar también la implementación de la innovación de proceso y organizacional y no solo enfocarse en la de producto, para de esta manera encontrar una mejor opción que permita una inversión menor más cómoda (en el caso de las pequeñas empresas) y finalmente entender la innovación como un conjunto de percepciones, actitudes, hábitos, creencias, valores, y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organización.

Es de esta forma que se pretende contribuir a futuros estudios, brindando un panorama sobre la percepción de los empresarios colombianos pyme de la innovación y el reconocimiento de los factores que según su experiencia y criterio, pueden impulsar o inhibir los procesos innovadores dentro de las mismas.

Entrevista

INNOVACIÓN EN PYMES – UN ESTUDIO EXPLORATORIO

Christian Herney López
Diana Marcela Sardi González

- **Objetivo general:** explorar las barreras y factores claves de éxito de la innovación en las pymes
- **Objetivos específicos:**
 - conocer las percepciones sobre innovación en las pymes colombianas
 - identificar la importancia que las pymes dan a la innovación
 - identificar el conocimiento que tienen los propietarios o gerentes sobre la innovación
 - identificar cuales factores facilitan o inhiben la innovación
 - conocer diferentes experiencias, fallas y errores y recomendaciones de los empresarios con relación a la innovación

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: _____ **CARGO:**

NOMBRE DE LA EMPRESA: _____

La siguiente es una encuesta de total confidencialidad diseñada exclusivamente con fines académicos, como tesis de grado de la carrera mercadeo internacional y publicidad de la universidad Icesi en Cali. A través del presente cuestionario se busca explorar la percepción y el nivel de innovación de las Pymes Colombianas e identificar barreras y factores claves de su éxito. Tendrá la opción de acceder al resultado del estudio (no figurará nombre de las empresas por temas de confidencialidad) y a material actualizado sobre Innovación. Agradecemos por su tiempo y colaboración.

1. ¿A qué se dedica su empresa? Portafolio de productos, tipo de clientes, y como está el nivel de satisfacción de estos
2. ¿En qué sector se encuentra la empresa?
3. ¿En qué año iniciaron sus actividades?
4. ¿Con cuántos empleados cuenta?
5. ¿Qué opina o conoce usted del término innovación? Cuando le hablo de esto que cosas se le vienen al a cabeza.
6. ¿Qué tan importante considera la innovación en la empresa? ¿Porque?
¿Ha recibido algún tipo de entrenamiento o capacitación sobre innovación?
¿Dónde?
¿Le interesaría capacitarse, porque?

7. ¿En los últimos años, En qué áreas de su empresa ustedes han hecho o están haciendo innovación? Ahondar en ejemplos (procesos, productos, comercialización, mercadeo, servicio al cliente, alianzas, tecnología, recursos humanos, ventas, distribución, etc.)
8. ¿Puede comentar con un poco más de detalle una innovación aplicada en su empresa que haya tenido un buen impacto en el mercado, en su productividad, costos o en sus ventas? (procesos, productos, comercialización, mercadeo, servicio al cliente, alianzas, tecnología, recurso humanos, ventas, distribución, etc.)
9. Según su experiencia, ¿Qué factores afectan o bloquean la innovación en su compañía?
10. ¿Ha adquirido algún tipo de conocimiento externo, como invenciones patentadas o no patentadas, Know-how u otro tipo de conocimiento de organizaciones externas?
11. ¿Cuál de los siguientes factores han representado una barrera para la innovación o han sido determinantes para tomar la decisión de no innovar? ¿por qué?
- a) Excesivos riesgos económicos percibidos
Porque_____
 - b) Costo demasiados altos de la innovación directa
Porque_____
 - c) Coste de la financiación
Porque_____
 - d) Disponibilidad de financiación
Porque_____

e) Falta de personal calificado/capacitación proceso de innovación

Porque_____

f) Falta de información sobre tecnología

Porque_____

g) Falta de información sobre mercados (investigación de mercado)

Porque_____

h) Mercado dominado por empresas establecidas

Porque_____

i) Demanda incierta de bienes o servicios innovadores

Porque_____

j) Regulaciones del gobierno Colombiano

Porque_____

k) Baja cultura enfocada en alianzas con socios estratégicos para innovar

Porque_____

l) otras_____

Fichas papers clave

BARRIERS TO INNOVATION AMONG SPANISH MANUFACTURING SMES

Autor	Antonia Madrid-Guijarro, Domingo Garcia, and Howard Van Auken
Revista	Journal of Small Business Management
Año	2009
Abstract	<p>La innovación es ampliamente reconocida como un factor clave en la competitividad de las naciones y las empresas. Las pequeñas empresas que no adopten la innovación dentro de su estrategia de negocio corren el riesgo de convertirse en poco competitivas debido a sus productos y procesos obsoletos. Las empresas innovadoras son una gratificación para una economía dinámica y competitiva. Este documento informa sobre los resultados de un estudio que examinó las barreras a la innovación empresarial en una muestra de 294 directivos de las pequeñas y medianas empresas (PYME) en España. El estudio examinó la relación entre (1) los productos, procesos y gestión de la innovación, y (2) 15 obstáculos a la innovación, lo que puede limitar la capacidad de una empresa para seguir siendo competitiva y rentable. Los resultados del estudio muestran que las barreras tienen un impacto diferencial en los distintos tipos de innovación, productos, procesos y gestión de la innovación se ven afectados de manera diferente por las diferentes barreras. Las barreras más importantes están relacionados con los costos, mientras que el menos significativo se asocian con el gerente / resistencia de los empleados. Además, los resultados demuestran que los costes asociados a la innovación tienen impacto proporcionalmente mayor en las pequeñas que en las grandes empresas.</p>

	<p>Los resultados pueden ser utilizados en el desarrollo de políticas públicas destinadas a apoyar y fomentar la innovación entre las pymes en España. Las políticas gubernamentales que fomentan y apoyan la innovación entre todas las empresas, especialmente las pequeñas empresas, puede ayudar a países para que sigúan siendo competitivos en un mercado global. La política pública que fomente la innovación puede permitir a las empresas seguir siendo competitivas y sobrevivir, lo cual tiene implicaciones directas para el empleo y la viabilidad económica de un país. Los resultados también pueden ser interesantes para los administradores que están tratando de fomentar la innovación. La comprensión de las barreras puede ayudar a los administradores en el fomento de una cultura innovadora mediante el apoyo a nuevas ideas o evitando una actitud que crea resistencia a las nuevas ideas.</p>
--	---

LA INNOVACIÓN EN LAS PYMES ESPAÑOLAS: UN ESTUDIO EXPLORATORIO

Autor	María Moreno Moya, José Luis Munuera Alemán, Domingo García Pérez de Lema
Revista	
Año	2011
Abstract	<p>La mayoría de las economías actuales se componen en gran parte de pequeñas y medianas empresas (pymes) que realizan una importante contribución a su industria y al empleo. Además, el continuo desarrollo de nuevos productos y procesos es un motor esencial para la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad de las pymes. Este trabajo presenta algunos indicadores de las pymes a nivel europeo y español, y realiza una revisión de la literatura que evidencia la inexistencia de resultados verdaderamente concluyentes sobre las pymes y la innovación. Ante esta problemática se estudian algunos de los principales factores que impulsan la actividad innovadora en las pymes sobre una muestra de 346 pymes. Los resultados revelan que tanto la estrategia adoptada por la pyme como su capacidad tecnológica y la motivación de sus empleados favorecen su actividad innovadora.</p>

What hampers innovation? Revealed barriers versus deterring barriers

Autor	Pablo D'Este, Simona Iammarino, Maria Savona, Nick von Tunzelmann
Revista	Research Policy
Año	2012
Abstract	<p>Las empresas innovadoras tendrán que hacer frente a varios desafíos y experimentar diferentes tipos de barreras. En este artículo se argumenta que es necesario distinguir entre dos tipos de barreras a la innovación. El primero corresponde a lo que se describe como barreras reveladas y refleja el grado de dificultad del proceso de innovación y la experiencia de aprendizaje como consecuencia del compromiso de la firma en actividades de innovación. El segundo tipo de barreras que nosotros llamamos barreras de disuación, abarca los obstáculos que impiden a las empresas a comprometerse con la innovación. Utilizamos los datos del cuarto United Community Innovation Survey (CIS4) para investigar la relación entre la participación de las empresas en la innovación y la evaluación de las barreras a la innovación. Se demuestra que la relación es curvilínea en el caso de los costos y las barreras de mercado. Estos resultados tienen implicaciones importantes para la política de innovación y gestión de la innovación.</p>

REFERENCIAS

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, (2007). *documento compes 3484*
- *Definición tamaño empresarial micro, pequeña, mediana o grande.* (n.d.). Retrieved from <http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2761>
- DANE, (2005). *Censo establecimientos públicos*
- Vesga, R. (2010). *Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿qué nos está haciendo falta?* Retrieved from [http://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento e innovacion.pdf](http://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento_e_innovacion.pdf)
- Miles & Snow. (1978).
- Pablo D'Este, Simon Lammarino, Maria Savonac, Nick von Tunzelmann. (2012). *What hampers innovation? revealed barriers versus deterring barriers.*
- Antonia Madrid-Guijarro, Domingo Garcia, and Howard Van Auken. (2009). *Barriers to innovation among Spanish manufacturing SMEs.*
- María Moreno Moya-José Luis Munuera-Alemán-Domingo García Pérez de Lema. (2011). *La innovación en las pymes españolas: Un estudio exploratorio.*