

La innovación gerencial, una estrategia de crecimiento en los pequeños y medianos empresarios

Managerial innovation, a growth strategy in small and medium entrepreneurs

Chía Rodríguez Edwin Johan

Rodríguez Sánchez Pedro Enrique

Rueda Rodríguez Leslie Johanna

Resumen

En la actualidad, las empresas están pasando por un proceso de transformación, en el cual, la innovación gerencial es la clave del desarrollo económico de las mismas.

Por lo tanto, analizar la innovación gerencial en las medianas y pequeñas empresas es muy importante, para poder comprender cómo ésta cultura influye en el crecimiento económico de las mismas, y cuáles son las herramientas que necesita para llevar a cabo las estrategias gerenciales. Se evidencia que el Latinoamérica, aún es un tema que se encuentra en desarrollo, debido a las dificultades que tienen los empresarios a la hora de innovar, teniendo en cuenta que se requiere de inversión y tiempo, lo cual, no están dispuestos asumir por diferentes razones desde las culturales hasta las económicas.

Por otro lado, en Europa la estrategia gerencial en innovación ya es una cultura estandarizada en las empresas, que se tiene que aplicar si se desea tener crecimiento y posicionamiento económico. Lo anterior, debido a que se ha demostrado mediante estudios científicos, que las corporaciones que han aplicado la innovación gerencial con ayuda de las herramientas tecnológicas han tenido mayor crecimiento y una mejor articulación de los procesos.

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

Palabras clave

Innovación gerencial, pequeñas y medianas empresas, crecimiento económico, habilidades gerenciales, tecnología, emprendimiento.

Abstract

Currently, companies are going through a transformation process, in which managerial innovation is the key to their economic development.

Therefore, analyzing managerial innovation in medium and small companies is very important, in order to understand how this culture influences their economic growth, and what tools are needed to carry out managerial strategies. It is evident that Latin America is still an issue that is in development, due to the difficulties that entrepreneurs have when it comes to innovating, taking into account that investment and time are required, which they are not willing to assume for different reasons. Reasons ranging from cultural to economic.

On the other hand, in Europe the management strategy in innovation is already a standardized culture in companies, which must be applied if growth and economic positioning are to be achieved. This is due to the fact that scientific studies have shown that corporations that have applied managerial innovation with the help of technological tools have had greater growth and better coordination of processes.

Keywords

Managerial innovation, small and medium enterprises, economic growth, management skills, technology, entrepreneurship.

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

Introducción

La globalización a la que hoy se enfrenta el mundo, debido a la puesta a disposición de las tecnologías de la información ha significado que en las empresas se deba innovar desde todos los puntos de vista, tomándose en cuenta tanto la administración, planificación y estrategias a seguir para alcanzar cada uno de los objetivos que se plantean, en este sentido Cedeño et al (2019) expresa que la innovación gerencial en las medianas y pequeñas empresas puede ser definida como la serie de mecanismos, lineamientos y metodologías a seguir para lograr el crecimiento y posicionamiento de mercado que se ha planificado para la organización, en este mismo sentido Edwards (2016) muestra que la innovación gerencial es necesaria para lograr el crecimiento esperado y proyectado para la organización.

En la actualidad, las empresas deben hacer uso de todas y cada una de las herramientas desde el punto gerencial administrativo y comercial tanto tecnológico como organizacional con la finalidad de alcanzar el camino al éxito, Pooran et al (2016) expresa que la globalización aunque trae apertura de mercados y nuevas oportunidades igualmente trae consigo aparejado una serie de amenazas y efectos que puede fracturar las estructuras que conforman la empresa es por ello que es necesario el establecimientos de nuevas estrategias que mitiguen de manera efectiva tales efectos.

En tal sentido, Ponce (2018) estima que si la innovación gerencial dentro de las organizaciones no es la correcta se desencadena una serie de situaciones adversas, entre la más destacada se encuentra la pérdida en flujo de caja y, por consiguiente, baja en la rentabilidad de la organización.

En el desarrollo de éste análisis, se delimitan los factores de innovación gerencial que para Gonzales y Martínez (2016) comprendan la innovación tecnológica, la innovación de nuevos productos en el modelo de negocio que se presenta y finalmente en el marketing que lleva a cabo

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

la empresa, seguidamente se analizarán los diferentes factores que muestran la evolución e impacto que se ha alcanzado a través de la innovación, en tal sentido, se mostrarán las estrategias gerenciales que más son utilizadas frecuentemente en las empresas para alcanzar los objetivos de las mismas, en este contexto Sabine y Win (2019) expresa que dichas estrategias gerenciales comúnmente son estrategias operativas, estrategias de Marketing, estrategias de negocio y estrategias de directivas.

Conforme con lo descrito en los párrafos anteriores, la innovación gerencial es un mecanismo que todas las empresas deben adoptar, debido que a través de este se logra delimitar las estrategias competitivas y eficientes en el mercado que se presenta en la actualidad, Walobwa et al (2015) expresa que la efectividad de la innovación gerencial se encuentra estrechamente ligada al compromiso, dedicación y adaptación a los cambios que se presenten debido al contexto en donde se desarrolle la organización, igualmente López (2015) muestra que la innovación del conocimiento constituye en sí misma un importante instrumento de cambio y de adaptabilidad de las pequeñas y medianas pymes, para lograr alcanzar los objetivos con el fin de que estas se fijen, en tal sentido debe hacer buena utilización de las estrategias que se mostraron anteriormente para lograr alcanzar los fines programados.

Planteamiento del problema

En los últimos años, se han evidenciado avances en la forma de innovación de las empresas colombianas, cada año se refleja como un tema de interés en las industrias, pero aún no se encuentra lo suficientemente desarrollado, esto debido, a que los empresarios por el momento, no están convencidos que implementar la cultura de la innovación les deje ganancias económicas, teniendo en cuenta que para poder generar cambios, se debe invertir tiempo y dinero, lo que ven como una pérdida más que una ganancia.

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto. echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

En su investigación Donawa, Gámez (2018), nos hablan de que en las universidades venezolanas y colombianas existe una ausencia de habilidades gerenciales para desarrollar innovación, por el momento no es un tema que deseen desarrollar en los pensum académico de las universidades, lo cual, limita el potencial de avance económico que pudieran tener las corporaciones.

Según Carvalho J. Jiménez F (2018), en su artículo Processes and Organizational Innovation for Small Businesses se recopilan diferentes datos en sus respectivos contextos empresariales, donde se demuestra que la innovación en los trabajadores; puede reflejarse en un alto posicionamiento en la competitividad, así mismo, ofrece una explicación de lo que es una especificación de las estructuras, capacidades y ventajas de la innovación gerencial.

Para Nieminen (2018), en su artículo The Management Innovation – The Ultimate Guide, el principal enfoque es la importancia de la innovación en la misma administración, la cual, si se maneja adecuadamente puede crear una ventaja que lleve rápidamente al posicionamiento tan esperado de las empresas.

Hacer de la empresa una marca reconocida en el mercado, es responsabilidad de las diferentes áreas que conforman la empresa, sin embargo, la organización general en las compañías son esenciales para reflejar algún resultado o mejora en la productividad.

Retomando el tema anterior, en su artículo el Dr. Ramakrishnan (2020), define la innovación gerencial como un conjunto de principios por lo general tradicionales, procesos y prácticas que establecen el funcionamiento de una organización, todo lo anterior mencionado, son todas las funciones, deberes y responsabilidades, las cuales, son representadas por el Administrador y/o gerente general de la empresa, entre sus responsabilidades se encuentran: el establecer metas y crear un sistema específico de planeación para llegar a ellas, coordinar y controlar actividades.

También para los autores como Pooran, R. Robert, D. Short, K (2016), retoman la pymes indicando que uno de problemas que se presentan en las empresas es: que mientras las grandes

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

empresas necesitan menos recursos para su crecimiento económico, las pymes presentan más dificultades, presentando una turbia relación entre el rendimiento y la gestión, llegando a la conclusión que para el crecimiento de las pymes, es necesario realizar y fortalecer la estructura organizacional que permita un mejor rendimiento de los funcionarios, acompañados de estrategias innovadoras que se ajusten a la empresa.

En conclusión, las medianas y pequeñas empresas, tienen necesidades muy específicas que tienen que suplir con urgencia, sobre todo, las que llevan poco tiempo en el mercado, puesto que están sometidas a un ensayo y error con un mejoramiento constante, la proyección a largo plazo y el respaldar las necesidades de los funcionarios, los llevara a amar la empresa o tener un respeto por ella. Seguir los pasos de Richards, ayudará en la autodefinición de la empresa y al crecimiento que siempre se estipula en la visión y la misión correspondiente.

Objetivo general

Analizar la innovación gerencial como estrategia de crecimiento en los pequeños y medianos empresarios.

Objetivos específicos

- Identificar cuáles son las estrategias gerenciales de innovación más utilizadas en las pequeñas y medianas empresas.
- Describir el crecimiento en las pequeñas y medianas empresas al utilizar las estrategias de innovación gerencial.

Justificación

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto. echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

En Colombia, la innovación gerencial es un tema que ha tomado relevancia a medida que pasa y avanza en el tiempo, en años anteriores, hablar de innovación era irrelevante, debido a que se tenían ya manuales y procesos establecidos que no deseaban cambiar.

A medida que el mercado fue cambiando y digitalizando las empresas se vieron en la necesidad de actualizar sus estrategias gerenciales para seguir estando vigentes.

Al respecto, Aguirre (2015) indica que tener una información integrada y articulada de forma sistemática proporciona soluciones a las industrias y las potencializa para convertirse en innovadoras, haciendo que las ideas estratégicas sean únicas y desarrolladas a la medida y necesidad de la empresa.

En Colombia, se está tomando el sentido a lo que indica Aguirre, debido a que las áreas que integran las empresas ya no son vistas como un mundo aparte y teniendo en cuenta a las pequeñas y medianas empresas colombianas, se requiere que lo anterior expuesto sea claro y aplicado para que puedan tener potencial de crecimiento.

En su artículo Donawa y Gámez (2015) citan al autor Chiavenato (2009) indicando que la innovación es un desarrollo de ideas que requieren de habilidades gerenciales, para ello se requiere de la creación de un ambiente laboral adecuado y tranquilo que estimule la creatividad y el desarrollo de nuevas ideas. Si trasladamos lo anterior expuesto a las Pequeñas y Medianas Empresas colombianas, es importante potencializar lo descrito por el autor.

Robayo (2016), cuando en su artículo analiza la Innovación en sector gráfico colombiano refiere que la innovación en las organizaciones debe ofrecer respuestas a lo impredecible y a las oportunidades que se están dando en el mercado actual, ya que existen factores externos que requiere que las organizaciones gestionen sus procesos de forma diferente y más abiertamente.

Así mismo, indica que en los países en desarrollo no se cuenta con el nivel de estudios, ni de investigaciones que se hayan realizado en sus territorios, impidiendo las generaciones de

** Chía Rodríguez Edwin Johan **. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

Rodríguez Sánchez Pedro Enrique. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

Rueda Rodríguez Leslie Johanna. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

capacidades innovadoras haciendo inexistente la identificación de un perfil innovador. En los países del tercer mundo y en vías de desarrollo se invierte muy poco en la innovación por parte de las empresas, y lo anterior se resalta más en las pequeñas y medianas empresas al contar con recursos limitados para su funcionamiento.

Por último, si hablamos del concepto de Innovación Robayo (2016) cita algunos autores que han investigado a lo largo de los años que significa la palabra innovación en el mundo empresarial, entre ellos Schumpeter (1.934) quien fue uno de los primeros en mencionar la innovación cuando se realizaba alguna acción diferente en las empresas, por ejemplo: cuando se introducía un nuevo bien, un nuevo método, apertura de un nuevo mercado entre otros. Schumpeter para poder identificar la innovación se basó en los modelos de Mark I y II, quien en sus investigaciones subrayan la importancia de las actividades de innovación y desarrollo para llevar a cabo innovaciones.

Cómo se puede evidenciar, el tema de la Innovación en las empresas comenzó a estudiarse y estructurarse hace pocos años tomando una relevancia importante en las empresas marcando el éxito o fracaso de las mismas, tener las habilidades gerenciales necesarias para llevar a cabo los temas de innovación se vuelve fundamental, y, sobre todo, para las pequeñas y medianas empresas, las cuales, necesitan de la Innovación Gerencial para seguir creciendo en el mercado.

En el momento, la innovación en tecnología se ha vuelto un valioso aliado de las empresas, debido a que se ha vuelto una economía globalizada. Así mismo, en el continente latinoamericano, se evidencia que aún faltan más estudios que investiguen éste tema y que hablen de la situación actual de las empresas latinas, de igual forma, algunos empresarios han empezado a implementar cambios para generar innovación, lo que poco a poco se irá viendo reflejado en el crecimiento económico. A futuro, se espera que este tema sea relevante y que las compañías estén a la par con los avances tecnológicos para realizar los cambios necesarios, y que de esta forma siempre se vea reflejada la innovación.

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

Antecedentes

Los antecedentes de esta revisión bibliográfica se construyen a partir de los aportes científicos proporcionados por diferentes investigadores, los cuales fueron realizados en el continente americano, Europa y Africa que son relevantes para la investigación de revisión bibliográfica que se está llevando a cabo en éste artículo.

Los estudios más relevantes se destacan por resaltar y construir la importancia de la innovación como lo mencionan los autores Pulido. D, y Franco. M quienes en su investigación publicada en al año 2010 tienen como objetivo identificar y analizar los factores que determinan el éxito de las pymes en Colombia, realizando un análisis cualitativo de cuatro empresas colombianas, cuyo resultado reveló que el éxito de las empresas radica en el conocimiento y la experiencia del empresario, así mismo, se debe tener en cuenta la reputación, el prestigio, las medidas de apoyo, la especialización de la industria de las empresas y las comunidades en donde ejercen su actividad económica.

Teniendo en cuenta a los autores de otros países que también han investigado sobre el tema, se menciona a **Walobwa, N. Ngugi, Jhon. Chepkulei. B**, quienes en su artículo publicado en el año 2013 buscaron investigar y documentar los diferentes tipos de innovaciones que se han estado implementando en el país africano de Nairobi en las pymes, y de esta forma encontrar similitudes entre la innovación y el crecimiento empresarial del país, encontrando que la innovación en marketing contribuyó al crecimiento de las medianas y pequeñas empresas de prendas de vestir, así mismo resaltan la importancia de realizar unas buenas prácticas de innovación, debido a que por el momento se practican de forma desordenada, sin estructura, por lo tanto recomiendan fortalecer éste aspecto a través de capacitaciones que les permitan a los empresarios estructurar mejor cómo utilizan la innovación en sus empresas.

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

Más adelante, en las investigaciones se va a resaltar la cultura de la innovación, como lo hicieron Naranjo C. y Calderón G en su artículo publicado en el año 2015 construyendo una cultura de innovación. Una propuesta de transformación cultural, el cual resalta que el proceso de transformación cultural se debe realizar en 3 fases: diagnóstico de la cultura base, definición de la cultura meta e identificación de las brechas y formulación de estrategias para el cierre de las brechas encontradas, generando como resultado la estructura de un modelo para el desarrollo de transformaciones culturales, identificando los formadores de cultura y estableciendo los rasgos culturales para generar innovación empresarial.

Así mismo, **Falkner, E. Hiebl, M.** en su investigación realizada en el año 2015 menciona la ambigüedad, contradicciones y vacíos que existe en la literatura actual en materia de innovación y que hasta el momento no han permitido avanzar en nuevas estrategias. Teniendo en cuenta lo anterior, Aguirre J. en el año 2015 realiza una investigación en la cual menciona que la inteligencia estratégica: es una forma de innovación en las empresas, concepto que años anteriores era utilizado únicamente por las fuerzas militares y de defensa, y que ahora se retoma y es adaptado para nombrar los cambios que realizan a nivel gerencial las empresas.

En el año 2016 Robayo. P retoma el tema de la innovación en las empresas realizando el análisis de un estudio de caso descriptivo a partir de encuestas, entrevistas y trabajo de observación llegando a la conclusión: que la innovación es un proceso no un resultado, el cual le permite a las empresas identificar las características y factores que intervienen para que sea innovadora. Mientras que Nieto J. en su artículo publicado en el 2016, indica que los modelos de innovación en las empresas son una selección natural, utilizando las analogías biomiméticas, identificando el modelo de negocio como el genotipo de la evolución empresarial.

De igual forma, tenemos que mencionar tres estudios relevantes que también fueron realizados en el 2016, entre ellos podemos mencionar el que realizaron las autoras Delfín F. y Acosta M,

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

quienes en su artículo importancia y análisis del desarrollo empresarial resaltan la importancia del desarrollo de las Pymes para el crecimiento económico de los países, llegando a la conclusión que éste tipo de empresas son generadoras de dinero y que requieren ser tenidas en cuenta para el desarrollo de la innovación y estrategias empresariales. También los autores **Abosedo, A. Kehinde, O. Alese, J.** en su artículo publicado en el año 2016 retoman el estudio de las Pymes, resaltando cómo en el pasado éstas empresas no se encontraban estructuradas ni con estrategias establecidas, siendo objeto de pocos estudios, e indican la importancia de éstas en el mercado y el por qué es necesario implementar estrategias gerenciales de desarrollo en ellas.

Siguiendo con el tema de las Pymes **Wang Y**, en su artículo publicado en el año 2016 menciona los obstáculos que tienen estas empresas en los países en desarrollo, entre ellos: el financiamiento, la falta de estrategia y una poca o nula innovación, generando del crecimiento empresarial un camino difícil en éstos países, recomienda que los empresarios adapten y ajusten a sus empresas las ideas innovadoras que más les puedan generar resultados de crecimiento, y así mismo, que realicen actualizaciones constantes en las nuevas formas de emprendimiento e innovación.

También los autores **Pooran, R. Robert, D. Short, K (2016)** retoman la pymes pero dentro de la perspectiva que: la innovación y la productividad se encuentran relacionadas entre el desempeño de la empresa y la calidad de los insumos gerenciales, indicando que mientras las grandes empresas necesitan menos recursos para su crecimiento económico, las pymes presentan más dificultades, presentando una turbia relación entre el rendimiento y la gestión, llegando a la conclusión que para el crecimiento de las pymes, es necesario realizar y fortalecer la estructura organizacional que permita un mejor rendimiento de los funcionarios, acompañados de estrategias innovadoras que se ajusten a la empresa.

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

Avanzando hacia el 2017 los autores Palacio. A, Bolívar. P, Lanas. J en su artículo Tipología de la Innovación Empresarial según Manual de Oslo, menciona que las empresas presentan grandes desafíos, por lo tanto resaltan que se debe ver a la innovación como un instrumento que ayuda a las empresas a crecer y a mantenerse en el mercado, realizando un estudio de los cuatro tipos de innovación que menciona el manual de Oslo.

Ya en el año 2018 los autores Donawa. Z, y Gámez. W publican un artículo con referencia a los países de Venezuela y Colombia centrados en la cultura de innovación de las universidades, realizando una investigación sobre cuáles son las habilidades gerenciales para una cultura de innovación universitaria, resaltando la ausencia de las habilidades gerenciales en instituciones de educación superior en Colombia y Venezuela.

Así mismo, en el año 2018 los autores **Carvalho. J, y Jiménez F**, realizan una investigación cuyo objetivo es explorar los procesos innovadores que implican una mayor colaboración de talento humano, donde resaltan que la innovación en los funcionarios tiene una relación directa con la productividad cuando se trata de las pymes, por lo tanto, indican que es necesario el desarrollo e innovación a nivel organizacional haciendo de éstos dos aspectos un proceso colaborativo entre los usuarios.

Revisando los estudios que se han realizado en Colombia, encontramos el artículo publicado por la autora Pérez. C, quien el año 2019 enfoca su estudio de innovación empresarial al departamento de Norte de Santander formulando una herramienta con el fin de medir la capacidad innovadora de las empresas nortesantandereanas por medio de variables de éxito, encontrando que los empresarios tienen una tendencia a reconocer su entorno inmediato y el mundial cuando de innovación se trata, así mismo, se evidencian los retos que tienen que superar los empresarios de las pymes debido a los cambios que se han ido presentando con las nuevas coyunturas políticas y la situación del vecino país Venezuela.

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

Si mencionamos una investigación más actual, podemos nombrar a **Ramakrishnan. R** quien en su artículo publicado en el año 2020 resalta que la innovación es un elemento vital para el crecimiento empresarial, cuyo objetivo principal es generar valor agregado a los consumidores, para ello postula una serie de ecuaciones, las cuales ayudan a las empresas adoptar nuevos procesos y a utilizar las capacidades tecnológicas en diferentes contextos resaltando la importancia de la digitalización para el crecimiento económico de las empresas, de igual forma, dentro de su artículo de investigación se destacan los factores internos y externos, y como resultado se destaca que las barreras internas que se evidencian para la generación de innovación son las estructuras organizacionales rígidas, el conformismo, la falta de visión, la carencia de motivación, la evasión de toma de riesgos y el atraso en la digitalización de los procesos.

A lo largo de los avances teóricos y científicos con respecto al tema de este artículo de investigación se ha logrado resaltar diferentes investigaciones científicas que han mostrado aportes significativos, los cuales permitieron comprender que el tema de productividad e innovación durante los dos últimos siglos ha sido importante para el desarrollo y crecimiento empresarial y que han reflejado tanto los avances como las barreras que se presentan en la implementación de nuevas estrategias gerenciales, las cuales, han cambiado la forma en que las empresas generan innovación para su propio crecimiento.

Marco teórico

El marco teórico que fundamenta esta investigación proporcionara al lector una idea más clara acerca de este tema, donde se muestran teorías, conceptos y definiciones más relevantes que sustentan el desarrollo de este artículo, soportando teóricamente la temática de investigación. Adicionalmente se profundizan los temas acerca de las estrategias gerenciales, la innovación

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

gerencial y el crecimiento que han tenido las empresas que utilizan las estrategias de innovación gerencial.

Las pequeñas y medianas empresas en Colombia

Las empresas según su magnitud de desarrollo de bienes o servicios, o el número de empleados que poseen se pueden clasificar en pequeñas, medianas o grandes empresas, generalmente las pequeñas y medianas empresas son designadas como Pymes, las cuales pueden ser definidas como empresas con fines de lucro que generan ingresos para su sostenibilidad. Al respecto **Abosedo et al (2016)**, expresa que las pymes son organización de mediano accionar con un capital financiero limitado, debido a que se cuenta con un volumen de ingresos bastante limitado con el que puede crecer a un paso lento. En este sentido, es importante señalar que de acuerdo a lo expresado por Pérez (2017) las Pymes son un grupo de conglomerados de pequeñas empresas que se dedican a una misma área de producción o de comercialización de bienes y servicios, según los criterios cuantitativos que cada país haga en cuanto al conteo del número de empleados y capital que cuenta la organización se define a que índole pertenece, por lo tanto según lo expresado por autores anteriores las pymes pueden ser consideradas como empresas con alguna rentabilidad que cuenta con recursos limitados.

En Colombia, según lo descrito por Franco (2015) las pequeñas y medianas empresas son definidas las leyes como organizaciones que tienen en sus nóminas menos de 200 empleados, y sus activos en totalidad no superan los 30.000 salarios mínimos, en este mismo sentido, se puede decir que las Pymes en el territorio colombiano conforman más del 91% de las empresas debidamente constituida en el territorio en donde con esfuerzo y dedicación logran alcanzar las metas que se proponen para subsistir en el fuerte mercado competitivo colombiano, esta información es aseverada por Fernández (2018) quien agrega que las pymes representan en Colombia un gran aporte al producto interno bruto.

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

No obstante, Paniagua (2010) en su estudio señala que las Pymes en Colombia han venido evolucionando según las exigencias de mercado, adaptándose a la aplicabilidad y sostenibilidad que la tecnología representa en estos momentos para las organizaciones, las cuales han logrado salir adelante superando todos los obstáculos que se le han presentado como cambio de paradigma comercial motivado a pandemia, enfrentar el teletrabajo de forma y manera responsable entre otros, de allí se puede precisar que las Pymes en Colombia son el motor que mueve la economía, mediante la puesta a disposición de los bienes y servicios que requieren todos los ciudadanos dentro del país, se consideran entonces el eslabón más frágil de productividad Colombiana, sin embargo son las que la conforman las Pymes en Colombia tienen éxito o no debido al desarrollo de estrategias innovadoras que les permita fortalecer sus niveles competitivos y alcanzar los objetivos que se trazan, tal como lo indica Pulido (2010).

Estrategias gerenciales de innovación

Estas pueden ser vistas como una serie de acciones que deben ser desarrolladas con la finalidad de mantener la visión en los logros de los objetivos que la empresa se fije. En tal sentido Carrillo et al (2017), expresa que las estrategias gerenciales son los lineamientos que generalmente los directivos o gerentes de las organizaciones deben desarrollar con el propósito de encaminar a la empresa tanto operativamente como financiera en la búsqueda de alcanzar los diferentes objetivos que esta se fije a corto, mediano y largo plazo.

En el mismo sentido, **Alloca (2016)** define las estrategias gerenciales como las metodologías que los gerentes utilizan dentro de la organización con la finalidad de concretar las acciones que se deben llevar a cabo para consolidar los procesos que lleven al éxito a la organización, Por lo cual se logra definir a las estrategias gerenciales como el conjunto de medidas que toma un gerente desde su punto de vista profesional para sacar adelante la organización que conduce, las cuales

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto. echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

van modificándose a lo largo de los años con la incorporación de los nuevos modelos gerenciales que hacen que las empresa deban evolucionar para poder estar acorde con el entorno que lo rodea.

Con base en este es importante traer acotación la innovación gerencial, que es considerada como un elemento de gran relevancia dentro de las organización ya que hace referencia a las diferentes estrategias utilizadas de manera precisa en la búsqueda de alcanzar de manera eficiente cada uno de los objetivos que la empresa se fije a corto mediano y largo plazo, por lo tanto, el desarrollo de estas nuevas vertientes permite de manera eficiente una estructura organizacional nueva y dinámica desarrollada en los últimos tiempos. En tal sentido **Walobwa et al (2017)** define a la innovación gerencial como la nueva forma de ejecutar cada uno de los procesos gerenciales desde una perspectiva moderna, ordena y sistematizada mejorando de forma directa el contexto estratégico y competitivo.

Por otra parte, Sánchez (2019) expresa que la innovación gerencial lleva consigo una serie de estrategias y de nuevos paradigmas en donde el uso de las tecnologías de la comunicación y la globalización de los mercados juegan un rol importante para lograr alcanzar el punto de equilibrio esperado, por lo expresado por los autores se puede afirmar que la innovación gerencial es una serie de nuevas metodologías constituidas por estrategias delimitadas por nuevas concepciones mediante las cuales se puede lograr los resultados esperados en la organización.

En Colombia son distintas las estrategias de innovación gerencial que han utilizado las empresas, al respecto **Falkner y Hiebl (2018)** afirma que son bastantes las estrategias gerenciales que un gerente puede llevar a cabo para lograr el posicionamiento que la empresa requiera, para lo cual las decisiones desde el punto de vista financiero y operativo juegan un rol de suma importancia que conjugado con las oportunidades externas pueden llevar a la organización al punto donde esta requiera. Las más comunes se muestran a continuación:

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

- Firma de alianzas comerciales con empresas que pertenezcan al mismo sector con la finalidad de obtener fortalezas más fuertes logrando competir bajo unas mejores condiciones con sus rivales más cercanos.
- Fortalecer las áreas en donde se presenten las mayores debilidades con la finalidad que al conseguir el punto de equilibrio todos los elementos que conforman la organización se encuentren bajo la misma sintonía y bajo las mismas capacidades de acción.
- Capacitación constante en las nuevas vertientes gerenciales para conformar conocimiento actualizado que le permita competir de forma estratégica en el mercado que le corresponda.
- Formular lo más acertada posible las estrategias de la empresa con la finalidad de conocer y hacer conocer hacia donde se dirige y que desea alcanzar la organización.
- Crear las estrategias siempre con la visión enfocada en los resultados que la organización tenga previstos alcanzar.
- Delimitar acciones en cada uno de los procesos inherentes con la labor de la organización con la finalidad de que todos los actores aporten el mayor esfuerzo posible.

Estrategias de Crecimiento de las Pymes y las estrategias de innovación gerencial

Las estrategias de crecimiento hacen mención a cada uno de los procesos desarrollados con la finalidad de crear un buen impacto en las organizaciones, en la búsqueda de alcanzar un mejor posicionamiento de mercado logrando el desarrollo de cada uno de los objetivos previstos por parte de la organización, Quiroa (2020) define a las estrategias de crecimiento como un conjunto de mecanismos acciones mediante procedimientos definidos en la búsqueda de apoderarse de una mejor cuota de mercado de la que venía presentado, todo ello pretende aumentar las ventajas competitivas de la empresa para lograr alcanzar el punto de equilibrio de estabilidad que necesita para lograr perdurar en el tiempo.

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

En este mismo sentido, Barbero et al (2015) expresan que las estrategias de crecimiento son las herramientas con la que cuenta una organización para lograr activar mecanismos financieros y operativos que le permitan alcanzar un mejor posicionamiento de mercado. Entonces las estrategias competitivas según los autores citados anteriormente son los elementos que la gerencia desarrolla con la finalidad de posicionarse en el lugar del mercado que ha planificado alcanzando los objetivos tanto financieros como operativos alcanzando entonces el crecimiento que se ha proyectado.

Al respecto al hacer referencia al crecimiento de las Pymes se puede decir que es el conjunto de condiciones que les permite a las pequeñas y medianas empresas lograr el lugar que le corresponde en el mercado en donde se desenvuelve en otras palabras la posición de mercado que la empresa puede llegar a alcanzar por sí misma. Al respecto Delfín y Acosta (2016) expresan que el crecimiento de las Pymes no se da por si solo sino por el contrario es la unión de varios elementos entre los que cuenta el crecimiento económico que la empresa alcance, liderazgo, gestión acertada de capacitación, innovación estableciendo los medios y mecanismo capaces de alcanzar que todos los anteriores parámetros se puedan alcanzar de la mejor forma.

En el mismo sentido **Wang (2020)** define al crecimiento en las Pymes como la capacidad que las organizaciones poseen de alcanzar una mejor cuota de mercado, todo alcanzado mediante las estrategias que se han tomado desde el punto gerencial. Rodríguez (2019) expresa que el crecimiento de las Pymes se puede definir como la concatenación de diversos factores que desde el punto de vista estratégico gerencial se han implementado alcanzando los objetivos previstos en la organización, mediante el alcance de la rentabilidad deseada las pymes logran fijar objetivos más ambiciosos situación que demuestra que la empresa está logrando crecimiento.

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

Resultados

Como resultado de la investigación, se puede evidenciar que los países en desarrollo latinoamericanos están empezando una cultura de innovación que antes no tenían, en la actualidad autores como Franco (2015) resalta que las pequeñas y medianas empresas son el motor de la economía colombiana, lo cual, puede llegar a impactar las industrias de forma positiva, sin embargo, la innovación requiere de una inversión y tiempo que los empresarios no están dispuestos hacer, debido a que prefieren seguir con la metodología que ya conocen.

Sin embargo, en continentes como el africano, se ha reflejado que los países que han invertido en una cultura de innovación, sobre todo las pequeñas y medianas empresas, han tenido un crecimiento económico positivo, lo que hace resaltar lo que escribió el autor **Ramakrishnan. R** quien en su artículo publicado en el año 2020 resaltó que la innovación es un elemento esencial para el crecimiento de las empresas, lo cual, se evidencia como resultado en cada uno de los artículos científicos abordados.

Teniendo en cuenta lo anterior, mientras el autor Ramakrishnan. R resalta la importancia de las habilidades gerenciales, el autor Sánchez (2019), expresa que la innovación tecnológica es importante para el desarrollo y crecimientos de las empresas, lo cual afirma, que en la actualidad es importante utilizar la tecnología para generar innovación, debido a que las dos van de la mano.

Por otra parte, para llevar a cabo todo lo anterior mencionado, el autor Quiroa (2020), indica que se deben de tener métodos y técnicas gerenciales que sean coherentes y ordenadas, con el fin de generar equilibrio y alcanzar lo que se proponga en el mercado, lo que confirma todo lo que han expresado los autores mencionados en sus artículos científicos.

Sin embargo, se evidencia que en las universidades el tema de la innovación gerencial no era relevante para la formación de nuevos gerentes en Colombia y Venezuela, como lo menciona en

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

su investigación Donawa, Gámez (2018), ésta omisión ha atrasado el avance las empresas en estos dos países, limitando su crecimiento económico a lo básico.

Los atores anteriormente mencionados, concuerdan en que sólo puede existir crecimiento económico si hay combinación de conocimientos, el cual comienza en las universidades, estrategias que puedan posicionar a las empresas en lo más alto del mercado, y la tecnología que es la herramienta más utilizada hoy en día para crear y ofrecer innovación.

Los artículos estudiados de origen europeo, mencionan que: desde hace diez años están propiciando la cultura de innovación, teniendo en cuenta los resultados de diferentes estudios, los cuales han demostrado que se requiere una evolución y cambio gerencial en las empresas, que al aplicarlos han sido efectivos optimizando los procesos y generando crecimiento económico.

En contraste con lo anterior escrito, los países latinoamericanos aún se encuentran en el camino de innovar para crecer, lo cual, se da de una forma lenta y difícil para algunos mercados en éste continente por diferentes causas. Sin embargo, los pocos estudios realizados, han demostrado que las pequeñas y medianas empresas que se han atrevido a innovar, consiguen como resultado crecimiento económico y nuevas metodologías que favorecen sus procesos.

Conclusiones

Teniendo en cuenta el artículo de investigación realizado se puede concluir que, existen pocos artículos científicos realizados en Latinoamérica que hablen del tema de innovación en las empresas, se refleja que por mucho tiempo no ha sido tema de interés para los investigadores empresariales. Aunque los pocos estudios realizados en éste continente evidencian, que cuando se implementa una gerencia de innovación, la empresa cambia creciendo positivamente en el mercado teniendo una mejor posición ante la competencia.

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

Para poder innovar de forma correcta en las empresas se requiere de tres aspectos, preparación, inversión y tiempo, en lo que respecta a la preparación, se nota una clara diferencia entre la formación universitaria que ofrecen los países desarrollados, debido a que ven la innovación como un elemento fundamental en la actualidad, mientras que, los que aún se encuentran en proceso, ven la innovación como un tema irrelevante, que no hace diferencia si se implementa o no.

Se resalta que en países como Colombia, las medianas y pequeñas empresas presentan muchos desafíos para estar vigentes en el mercado, siendo al mismo tiempo, el motor de la economía que más genera ingresos y empleos. Sin embargo, se ha evidenciado que en departamentos como Norte de Santander los pequeños y medianos empresarios han estado implementando la innovación gerencial recientemente, lo cual les ha demostrado que utilizar la tecnología para innovar genera valor agregado en sus empresas y que hace una notoria diferencia.

Así mismo, se puede concluir que el tema de la innovación gerencial sólo se empezó a estudiar a partir del siglo XIX, siendo de interés a medida que fue cambiando la forma en la que se manejan las empresas, hoy en día, dos siglos después; se volvió el tema principal en el que se deben enfocar las empresas para poder funcionar y sobre vivir en un mercado siempre cambiante y demandante, teniendo en cuenta, que el uso de la tecnología es fundamental, razón por la cual, todos los artículos consultados siempre hicieron énfasis en su utilización para generar innovación.

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

Referencias

Abosedo, A. Kehinde, O. Alese, J. (2016). Strategic Management and Small and Medium Enterprises (SMEs) Development: A Review of Literature.
https://www.researchgate.net/profile/Kehinde-Obasan/publication/309458240_Strategic_Management_and_Small_and_Medium_Enterprises_SMEs_Development_A_Review_of_Literature/links/58111fe408aea04bbcbd51d/Strategic-Management-and-Small-and-Medium-Enterprises-SMEs-Development-A-Review-of-Literature.pdf

Aguirre, J (2015). Inteligencia Estratégica: Un Sistema para Gestionar la Innovación. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001594>

Alloca, M. (2016). Innovation Speed in Small and Medium-Sized Enterprises. Recuperado de: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-8691.2006.00389.x>

Barbero, J. Casillas, J. Feldam, H. (2015). Managerial capabilities and paths to growth as determinants of high-growth small and medium-sized enterprises. Recuperado de: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0266242610378287>

Carrillo, Y. Rojas, S. Rojas, L. (2017). Estrategias gerenciales para el manejo del conflicto en las instituciones educativas. Recuperado de: <http://ojs.urbe.edu/index.php/redhecs/article/view/3140/4077>

**** Chía Rodríguez Edwin Johan **.** Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto. echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique**.** Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna**.** Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

Carvalho J. Jimenez F. (2018). Processes and Organizational Innovation for Small Businesses.

Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v34n62/0120-4645-cuadm-34-62-00082.pdf>

Carvalho. F, Bonfim. L, Da Cruz. A. (2021). The Process of Opening Innovation Networks:

Open Innovation at Embrapa Florestas. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=537570561003>

Cedeño, A. Asencio, L. Villegas, M. (2019). Las estrategias gerenciales como base fundamental para la administración en los negocios.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000500191

Delfín, F. Y Acosta, M. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/journal/646/64646279008/html/>

Donawa, Gámez (2018). Ausencia de Habilidades Gerenciales para una Cultura de Innovación Universitaria en Instituciones de Colombia y Venezuela. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/journal/1872/187258177002/>

Edwards, T. (2016). Understanding innovation in small and medium-sized enterprises: a process manifest.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0166497204000732>

Falkner, E. Hiebl, M. (2015). Risk management in SMEs: a systematic review of available evidence. Recuperado de: [https://www.wiwi.uni-](https://www.wiwi.uni-siegen.de/mac/forschung/publikationen/pdfs/falkner_hiebl_(jrf_2015)_-risk_management_in_smes_-_a_systematic_review_of_available_evidence.pdf)

[siegen.de/mac/forschung/publikationen/pdfs/falkner_hiebl_\(jrf_2015\)_-](https://www.wiwi.uni-siegen.de/mac/forschung/publikationen/pdfs/falkner_hiebl_(jrf_2015)_-risk_management_in_smes_-_a_systematic_review_of_available_evidence.pdf)

[risk_management_in_smes_-_a_systematic_review_of_available_evidence.pdf](https://www.wiwi.uni-siegen.de/mac/forschung/publikationen/pdfs/falkner_hiebl_(jrf_2015)_-risk_management_in_smes_-_a_systematic_review_of_available_evidence.pdf)

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto. echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

Fernández, G. (2018). Estrategias Gerenciales de las Pymes en Colombia en los diferentes escenarios que deben confrontar. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/904/90480209.pdf>

Franco, A. (2015). Estudio de las Pymes en Colombia. Recuperado de:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592310701030>

Franco. C, De Oliveira. R (2017). Inputs and Outputs of Innovation: Analysis of the BRICS Theme 6 – Innovation Technology and Competitiveness. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97350437008>

Gonzales, C. Martínez, J. (2016). Gerencia estratégica e innovación empresarial: Referentes conceptuales. Recuperado de: <http://ojs.uac.edu.co/index.php/dimension-empresarial/article/view/282/0>.

Henttonen. K, Pussinen. P, Koivumäki (2012). Managerial Perspective on Open Source Collaboration and Networked Innovation. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84725125012>

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/jrf-06-2014-0079/full/html>.

Khosravi. P, Newton. C, Rezvani. A (2019). Management Innovation: A Systematic Review and Meta – Analysis of Past Decades of Research. Recuperado de:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0263237319300428>

López, A. (2015). La planeación estratégica en la pequeña y la mediana empresa: Una revisión bibliográfica. <https://www.redalyc.org/pdf/1250/125015749006.pdf>

** Chía Rodríguez Edwin Johan **. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto. echia@estudiantes.areandina.edu.co

Rodríguez Sánchez Pedro Enrique. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

Rueda Rodríguez Leslie Johanna. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

Nieto J (2016). Modelos de Innovación Empresarial y Selección Natural. Recuperado de:
<https://www.3ciencias.com/articulos/articulo/modelos-innovacion-empresarial-seleccion-natural/>

Oumlil. R, Juiz C. (2016). An Up-to-date Survey in Barriers to Open Innovation. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/847/84748406016.pdf>

Palacio. A, Bolívar. P, Lanás. J (2017). Tipología de la Innovación Empresarial según Manual de Oslo. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163724>

Paniagua, R. (2010). Las Pymes Colombianas escenario estratégico para la creatividad y la innovación del talento humano. Recuperado de:
<https://core.ac.uk/download/pdf/225609895.pdf>

Pérez, M. (2017). Consideraciones teóricas para el análisis de las pequeñas y medianas empresas como fuente de generación de empleo.
http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842007000300009#:~:text=Cabe%20destacar%20que%20al%20hablar,51%20a%20100%2C%20la%20gran

Pérez. C (2019). Innovación Empresarial al Servicio de la Micro y Pequeña Empresa Nortesantandereana: por la Competitividad Regional. Recuperado de:
<https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/1946>

Ponce, J. (2018). La gestión comercial y su influencia en el crecimiento de las Pymes Hoteleras de Manabí.
<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/865>

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

Pooran, R. Robert, D. Short, K (2016). Managerial Labour Markets in Small and Medium-Sized Enterprises.

<https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315544243/managerial-labour-markets-small-medium-sized-enterprises-pooran-wynarczyk-robort-watson-david-storey-helen-short-kevin-keasey>

Pulido, D, y Franco. M (2010). Como alcanzan el éxito las Pymes en Colombia.

<https://www.redalyc.org/pdf/212/21218572004.pdf>

Quiroa, M. (2020). Estrategias de crecimiento. Recuperado de:

<https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-crecimiento.html>

Ramakrishnan (2020). Introduction to Innovation Management. Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/347244800_Introduction_to_Innovation_Management

Robayo (2016). La Innovación como Proceso y su Gestión en la Organización: Una Aplicación para el Sector Gráfico Colombiano. Recuperado de:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X1600015X>

Rodríguez, L. (2019). Estrategias gerenciales para promover la gestión empresarial en Pymes de confección del departamento del Atlántico Colombia.

<https://revistaespacios.com/a19v40n06/a19v40n06p26.pdf>

Sabine, B. Win, V. (2019). Open Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): External Knowledge Sourcing Strategies and Internal Organizational Facilitators.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1111/jsbm.12120>.

Sánchez, J. (2019). La innovación: Una revisión teórica desde la perspectiva del marketing.

<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231004.pdf>

**** Chía Rodríguez Edwin Johan ****. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique****. Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna****. Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co

Vega, J, Esparragoza, D, Paternina, C, Velez, M (2015). Integrating Technology, Management and Marketing Innovation through Open Innovation Models. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84743351009>

Walobwa, N. Ngugi, Jhon. Chepkulei, B. (2013). Effect of the type of innovation on the growth of small and medium enterprises in kenya: a case of garment enterprises in jericho, Nairobi.

http://www.kufh.co.ke/schools/business/images/stories/research/dr_ngugi/effect_of_the_type_of_innovation_on_the_growth.pdf

Wang, Y. (2016). What are the biggest obstacles to growth of SMEs in developing countries? – An empirical evidence from an enterprise survey.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2214845016300539>

**** Chía Rodríguez Edwin Johan **.** Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte. Universidad Uniminuto.
echia@estudiantes.areandina.edu.co

****Rodríguez Sánchez Pedro Enrique**.** Profesional en Salud Ocupacional. Corporación universitaria de ciencias empresariales, educación y salud (CORSALUD). Especialista en Seguridad e Higiene en el Trabajo. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. Magister en Dirección Estratégica en Gerencia en Gestión Integrada en Ambiente, la Calidad y Prevención de Riesgos Laborales. Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico. prodriguez94@estudiantes.areandina.edu.co

****Rueda Rodríguez Leslie Johanna**.** Psicólogo. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. lrueda37@estudiantes.areandina.edu.co