

70

Fecha de presentación: enero, 2022

Fecha de aceptación: marzo, 2022

Fecha de publicación: abril, 2022

FORTALECIMIENTO

EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MIPYMES DEL CORREDOR PRODUCTIVO RINN (ZIQAQUIRÁ, CAJICÁ Y CHÍA) POR MEDIO DE ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN

STRENGTHENING THE COMPETITIVENESS OF THE MSMES OF THE RINN PRODUCTIVE AXIS (ZIQAQUIRÁ, CAJICÁ AND CHÍA) THROUGH INNOVATION STRATEGIES

Leonardo Monroy Perdomo¹

E-mail: lmonroyperd@uniminuto.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5242-3855>

Carlos Cardozo Munar¹

E-mail: ccardozomun@uniminuto.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5550-3391>

Ana María Torres Hernández¹

E-mail: anatorres@uniminuto.edu

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9149-6800>

Diego Fernando Flórez Forero¹

E-mail: dflorezfore@uniminuto.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6538-2140>

¹ Corporación Universitaria Minuto de Dios. Colombia.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Monroy Perdomo, L., Cardozo Munar, C., Torres Hernández, A. M., & Flórez Forero, D. F. (2022). Fortalecimiento en la competitividad de las mipymes del corredor Productivo Rinn (Zipaquirá, Cajicá y Chía) por medio de estrategias de innovación. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(S2), 566-576.

RESUMEN

La apuesta al desarrollo rural de los municipios de Cundinamarca, reviste una gran importancia para la comunidad educativa de la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO, Centro Regional Zipaquirá y la Escuela de Economía Solidaria de UVD, dado que en el Corredor Vial Sabana Centro Región de Innovación Chía, Cajicá y Zipaquirá, existen una amplia variedad de pequeñas unidades productivas que necesitan de un acompañamiento en la orientación de procesos de innovación a fin de detener la constante y creciente desaparición de éstas. Por lo tanto, este proyecto busca determinar el impacto de la innovación, aplicada no sólo a los procesos y/o productos de las MIPYMES sino también en su competitividad, de manera que se pueda proporcionar al pequeño y micro empresario algunas herramientas que le permitan consolidarse en el mercado regional y de esta manera superar la etapa de introducción en el mercado, posicionar paulatinamente su marca y, ulteriormente, darle la capacidad permanecer en el mercado con una posición competitiva bien establecida.

Palabras clave: Comportamiento innovador, productividad, resistencia al cambio, cambio organizacional, economía solidaria.

ABSTRACT

The commitment to rural development in the municipalities of Cundinamarca is of great importance for the educational community of La Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO, Centro Regional Zipaquirá and the School of Solidarity Economy of UVD, given that in the Sabana Road Corridor Center Chia Innovation Region, Cajicá and Zipaquirá, there is a great variety of small production units that need to be accompanied in the orientation of innovation processes in order to stop the constant and increasing disappearance of these. Therefore, the project seeks to determine the impact of innovation, applied to the processes and/or products of MSMEs and their competitiveness, so that small and micro entrepreneurs can be provided with some tools to enable them to consolidate their position in the regional market and thus overcome the stage of market introduction, gradually position its own brand and give it the ability to remain in competition.

Keywords: Innovation behaviour, productivity, resistance to change, organizational change, solidarity economy.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo se enfoca en analizar el estado actual de las investigaciones sobre innovación y competitividad para los municipios del Corredor de la Región de Innovación RINN (Chía, Cajicá y Zipaquirá), con el fin de ofrecer un aporte que sirva como punto de referencia en futuras investigaciones sobre el tema. Para ello, en primera instancia, se realiza una revisión bibliográfica general de los conceptos que sirva para determinar los límites y alcances de la innovación como herramienta de competitividad y, posteriormente, se muestra la importancia de los corredores productivos, en este caso el de la región de referencia.

Cada vez cobra más importancia el papel de las MIPYMES en el sistema económico, sobre todo en las economías emergentes, por su aporte a la generación de empleo y al incremento del bienestar económico, en el caso de Colombia se estima que generan más del 70% del empleo y más del 50% del PIB, así mismo, más del 75% de ellas son microempresas aunque una parte sustancial permanecen en la informalidad (Bracho Navarro, 2016). En general, su principal debilidad es la capacidad financiera (Zamora et al., 2021)

Sin embargo, hay una oportunidad muy grande para ellas, en el sentido de su potencial para enfrentar las condiciones de vulnerabilidad subyacentes a la informalidad, ya que dicho tipo de empresas se considera susceptible a la implementación de procesos innovadores, por sus posibilidades para la consolidación de tecnologías emergentes (Agyapong, 2010) sobre todo por la aplicación de fuertes procesos de capacitación y aprendizaje.

De acuerdo a Gómez & Mitchell, (2014) aunque el proceso de promoción de la cultura de la innovación es algo que debe ser intersectorial, en Colombia ha tenido un marcado sesgo gubernamental, con esfuerzos desordenados y desarticulados del sector productivo y la academia, no ha habido una correcta priorización en la asignación de los recursos ni una correcta orientación de los Programas estatales y con una estrategia más preocupada en promover el uso generalizado de nuevas tecnologías, que el uso productivo y especializado de esas nuevas tecnologías.

Siguiendo los planteamientos de Acosta et al., (2016), una estrategia de transformación productiva debe incluir tres elementos esenciales, el primero es la productividad, a partir del desarrollo de nuevos sectores o de nuevas actividades que puedan difundir sus efectos en el sistema productivo; el segundo es la competitividad, que se refiere a dinamizar sectores productivos por medio de mejoras en productos y procesos que les permitan ofrecer mayor diversidad e incluso proponerse metas de

exportación. Finalmente, está la innovación, esta se fomenta, en gran medida, a partir del contexto por medio de sistemas de innovación, hábitats de innovación y cultura de innovación abierta. La combinación de estos tres aspectos, debe resultar en un proceso de especialización estratégica inteligente que permita el crecimiento económico sostenible.

Sin embargo, el corredor RINN de Sabana Centro muestra una gran cantidad de MIPYMES en su estructura productiva, que están alejadas de estas tres categorías esenciales de sostenibilidad económica y productiva, ya sea por falta de recursos, por desconocimiento o por ausencia de apoyos de los distintos sectores sociales.

Como respuesta, esta investigación propone determinar el estado de la innovación y la competitividad en el Corredor RINN y proponer una estrategia innovadora que permita a las MIPYMES ser más competitivas y buscar un crecimiento sostenible. Esta es la propuesta que se hace en búsqueda del impacto regional.

Dentro de las condiciones necesarias que proponen Acosta et al., (2016) para generar una estrategia de transformación productiva, se destacan la base industrial que permita el proceso de transformación, universidades con capacidad de investigación y de relacionamiento con el sector productivo y con el sector público y desarrollo de plataformas productivas que sean capaces de integrar la producción y la innovación con el emprendimiento. Los estudios realizados en Colombia en los últimos años, enfatizan la importancia del desarrollo regional en la formación de ventajas competitivas. (Reyes et al., 2021)

Son estos aspectos, los que busca atender este proyecto haciendo que la capacidad de investigación de UNIMINUTO esté al servicio de la transformación regional.

En es un tema cada vez más importante dentro de la teoría económica y empresarial, sin embargo, no siempre gozó de una dinámica conceptual propia como sucede hoy en día, sino que se vinculaba como complemento de otras partes de alguna teoría.

Su conceptualización tiene origen en los albores de la Teoría del Desarrollo Económico (Veiga, 2001) de la mano de Schumpeter, quien la propone como la fuerza impulsora del proceso de desarrollo. La innovación sería la responsable de alterar el equilibrio natural del sistema, produciendo alteraciones repentinas y discontinuas que conducen a que se avance a la producción de nuevos bienes o a nuevas tecnologías para producirlos con incrementos de eficiencia.

Por su parte, Drucker, afirma que la innovación puede venir desde la oferta (siguiendo la línea de Schumpeter) o

desde la demanda, desde las preferencias del consumidor y su percepción de la utilidad obtenida con el consumo del bien asociada al valor de uso de la mercancía. Sin embargo, de acuerdo a Veiga, (2001), Drucker es el primero en enfocar la innovación como una de las dos funciones gerenciales básicas, al lado de la comercialización.

El modelo lineal de innovación de Landau & Rosenberg, (1986) la entiende como parte de un proceso que se inicia en la investigación y concluye en la comercialización de los bienes y servicios desarrollados, hay un esquema invención – innovación – difusión.

La definición de Competitividad como concepto reviste de una mayor complejidad, dado que se interpreta de forma diferente dependiendo del punto de vista de quien lo esté definiendo. La acepción común del término lo relaciona con las capacidades, habilidades, aptitudes y/o condiciones que tiene un ente para competir, es decir, para medirse y contender con pares y semejantes en algún espacio previamente definido. En este caso, Vázquez López, (2021) afirma que, se debe diferenciar de la auténtica competitividad, basada en ventajas dinámicas obtenidas a partir de cambio tecnológico, incrementos en la productividad y transformación de las estructuras productivas y los patrones de industrialización, de la competitividad “espuria”, sustentada en ventajas estáticas como el costo de mano de obra, el tipo de cambio, aspectos geográficos o cambios en la demanda. Esta concepción implica que los diferentes entes se enfrentan y rivalizan aprovechando sus cualidades para tratar de imponerse a los demás, en el caso de las organizaciones, este espacio es, evidentemente, el mercado. De acuerdo a Orozco et al., (2014), la competitividad se relaciona con tener mejores capacidades y habilidades que los competidores, involucrando una percepción personal de los resultados alcanzados por la compañía en el pasado, y una expectativa acerca de su potencial de cara al futuro.

Ahora bien, en las Ciencias Económicas esta definición se vincula más con la Competencia que con la Competitividad, pues se refiere más a la idea de ser competente que a la de ser competitivo, ergo, aunque la Competitividad se relaciona con estas cualidades no está determinada por ellas. La Competitividad, en este contexto se refiere a la posición relativa de un ente en su espacio de competencia, el lugar que según sus resultados en los criterios de comparación ocupa respecto a los demás competidores, esta posición está determinada por una multiplicidad enorme de factores entre la que las Competencias son tan solo un componente nada más.

Desde el punto de vista del Comercio Exterior en particular y de la Economía Internacional en general, la

Competitividad se refiere al aprovechamiento de las ventajas competitivas con las que cuenta un territorio, no obstante, en esta percepción hay que aclarar que son las empresas quienes deben hacer este “aprovechamiento”, los territorios en sí mismos - sean países, regiones, provincias, ciudades, etc. - no se pueden definir como competitivos o no-competitivos, la justificación es sencilla, cuando un ente, sea el que sea, se considera no-competitivo, simplemente se excluye del espacio de competencia y sus cualidades se aprovechan en otros espacios, en el caso de las empresas, al no ser competitivas, quiebran, salen del mercado y sus recursos y factores se utilizarán en otros mercados, es obvio que esta condición no aplica a un territorio, pues no puede “cerrar y dedicarse a otra cosa”.

Las Ventajas Competitivas son todas aquellas condiciones adicionales a la producción, externas a ella, que facilitan, apoyan y soportan una mejor posición en el mercado, condiciones que no dependen de las organizaciones ni están bajo su control como son la infraestructura física del territorio, las vías, las redes de telecomunicación, el acceso a puertos y aeropuertos, las alternativas de transporte, la disponibilidad y el acceso a los recursos, las características físicas y geográficas del territorio, el nivel de cualificación de la mano de obra, las políticas de promoción e incentivo a la producción, el intercambio tecnológico, los tratados y alianzas entre territorios, las condiciones y fluidez del comercio entre territorios, entre muchos otros. Todas estas condiciones mejoran la posición competitiva de una organización, pero no son las propias empresas quienes las construyen o estructuran, eso sí, deben tener la capacidad de reconocerlas, identificarlas y aprovecharlas de la mejor manera para interiorizarlas dentro de sus sistemas productivos particulares.

Porter define la Ventaja Competitiva a través de la innovación, como una forma nueva y mejor de hacer las cosas y la capacidad de expresarla en el mercado. Por lo tanto, la ventaja competitiva es la expresión de la innovación, y a su vez, la innovación crea la ventaja competitiva. La innovación también favorece la creación de clusters y a su vez es alimentada por estos una vez establecidos.

La innovación da ventajas con respecto a las demás empresas del sector, no sólo por la innovación en sí, sino por la incapacidad de la competencia en reaccionar de inmediato, ya sea por falta de recursos o por resistencia al cambio. Refiriéndose a este último aspecto, Barton, (1995) crea un modelo que incluye la formación de ventajas competitivas, su sostenimiento, las capacidades de los empleados, los valores de la empresa, la capacidad de asimilación, los sistemas gerenciales y los recursos físicos. Cada aspecto tiene un diferente valor estratégico,

ya que hay algunos que son básicos para funcionar, otros que generan valor y otros que generan ventajas competitivas y son esos los que la gerencia debe promover pero también es en esos en los que se presenta la innovación.

El problema está en que dichas capacidades tienen sus contrapartes, debido a que las organizaciones siempre tienen fortalezas y debilidades y, por lo general, cuando una empresa ha logrado establecer y defender una ventaja competitiva tiende a quedarse en ella y a generar resistencia a los cambios, no importa si el origen de estos es interno o externo. Por lo tanto, la innovación es el camino para eliminar los focos de resistencia al crear nuevas ventajas competitivas.

Una evidencia clara de las rigideces frente a la innovación la da el estudio de Christensen, (1999) con respecto a las empresas de primer nivel, incluso en sectores tecnológicos. El autor encuentra que incluso las empresas líderes, con habilidades superiores en optimización de procesos pueden perder su predominio no sólo por los aspectos señalados anteriormente por Leonard-Barton, sino por la imposibilidad de ajuste inmediato ante la innovación disruptiva que, en muchas ocasiones, excede las necesidades del mercado y ante la irrupción de empresas nuevas, con nuevos enfoques y estructuras.

Las empresas suelen enfocarse en las innovaciones que sustentan y potencian sus productos ya establecidos, pero no en desarrollos que se puedan convertir en tecnologías disruptivas, entre otras circunstancias por el tiempo que se requiere para el retorno de la inversión mientras el mercado asimila el nuevo producto.

En el sector tecnológico, muchas de estas innovaciones disruptivas están asociadas a empresas que irrumpen en el mercado y que necesitan posicionar su producto como ya lo hicieron en su momento las empresas líderes, para estas, la dificultad en ajustarse a esas nuevas realidades pasaría por el nivel de incertidumbre ante los cambios en el mercado reducirla a nivel interno, sustentando su producto ya posicionado y enfrentarla en el ámbito externo haciendo nuevos desarrollos para su producto que puedan responder a los desafíos de la innovación disruptiva.

El aporte principal del estudio de Christensen, (1999) es demostrar que la innovación tiene la capacidad de hacer que una empresa, incluso nueva, sea competitiva y pueda posicionarse ventajosamente en un mercado, aún con respecto a empresas reconocidas como líderes en el sector pero la innovación disruptiva requiere sus propias herramientas gerenciales, ya que al ser algo desconocido no proporciona, inicialmente, el nivel de información que requiere el proceso tradicional de toma de decisiones.

Para Anlló et al., (2009) la innovación no es un fenómeno que tenga que relacionarse necesariamente con el ámbito de los centros de investigación, sino que la mayoría de los aportes surgen del mismo sector productivo. Por otro lado, la innovación no depende solamente de los esfuerzos de las empresas en desarrollo de productos sino que está determinada por los aspectos relevantes del mercado.

En términos internacionales, la producción y el comercio están dejando los modelos de integración vertical en favor de modelos de red. De acuerdo a los autores mencionados, la red se entiende como un espacio económico integrador y formador de capacidades entre empresas de distintos niveles y sectores, proveedores y clientes, que disponen relaciones dinámicas en donde pueden intercambiar experiencias y conocimientos con el fin de construir estrategias comunes de desarrollo. La red tiene un alcance más amplio que el cluster (enfocado principalmente por aspectos geográficos) y que la cadena de valor, que es una relación insumo – producto.

Este modelo de red resulta tener un carácter transnacional (posterior al multinacional) que se favorece de la globalización ya que es posible deslocalizar procesos o tercerizarlos, haciendo más flexible el esquema productivo. La innovación se favorece de la red, porque el proceso no es aislado, sino interactivo, debido a que las firmas se especializan en ciertos aspectos y el trabajo colaborativo conduce a menores costos de transacción. Es una forma sofisticada de división del trabajo que tiene mayor justificación en la medida en que crece la complejidad del producto y de los bienes intermedios debido a la lógica escasez de proveedores especializados.

La economía transnacional, tal como la presenta Fazio Vengoa, (1998) se nutre de ese proceso de globalización en el cual el territorio también adquiere características globales. Las redes transnacionales aprovechan las ventajas comparativas en el uso y costo de factores, trasladando las actividades intensivas en uso de capital o de trabajo a aquellas regiones en donde se encuentran disponibles a menor costo, por lo tanto, la red supera al cluster: Ya no es indispensable concentrar geográficamente toda la producción; ahí radica la importancia de las empresas transnacionales, cuyo surgimiento, a mediados de los 80, coincide con la etapa vigente del proceso de globalización.

En este contexto, de redes globales es cada vez más importante el valor competitivo de la tecnología y de la innovación debido a que la supervivencia de la red está sujeta a la competitividad en mercados mundiales cada vez más dinámicos. Por otra parte, la conformación de

espacios productivos transnacionales integra nuevas regiones a los centros mundiales de producción y exige formas creativas de integrar de forma efectiva dichos espacios, nodos de red, procesos o trabajadores a una red que ya funciona de forma eficiente y autónoma. La generación de nuevos procesos o sistemas de gestión, también es innovación.

La empresa, en cualquier tamaño o estructura, enfrenta un escenario dinámico, asimétrico de mercados globalmente crecientes en donde se constituyen redes de producción sustentadas en la innovación como forma de optimizar el uso de recursos y garantizar la maximización de los beneficios.

Si la inserción global se da en mercados productores de materias primas, entonces la innovación se orienta a los procesos productivos extractivos, propios del sector primario. Cuando se trata de productos con baja densidad innovativa, como los productos de industria liviana, la innovación pasa por la capacitación de la mano de obra con el fin de mejorar la calidad y la presentación. Cuando el producto requiere tecnología de nivel medio o de nivel alto entonces la innovación viene dirigida desde el nodo principal de la red. Finalmente, si el producto requiere adiciones de valor cada vez más complejas entonces la innovación tendrá una tendencia a surgir de desarrollos propios y, en ese caso, la red tenderá a dispersarse porque cada nodo buscará la manera de convertirse en el nodo central de su propia red (Anlló et al., 2009).

Cuando se habla de países como los latinoamericanos, importadores de innovación, Scheel Mayenberger, (2012) sugiere que los Estados deben acomodar las condiciones regionales a las de mercado con el fin de hacer que la región sea atractiva para la producción innovadora global. Esta estrategia debería fomentar la creación de redes globales innovadoras que puedan aportar al desarrollo económico regional.

Los individuos desarrollan sus vidas en economías basadas en el conocimiento y esas economías, a su vez, moldean las regiones (Hospers, 2003). Dicha región innovadora sería un espacio geográfico en el cual los recursos (humanos, físicos, gubernamentales, de conocimiento, entre otros) están permanentemente en función de generar valor para todos los ámbitos de la región. Esta es una visión ejemplar de desarrollo sostenible.

Por supuesto, con relación a países y regiones emergentes, se requiere un cambio de paradigma que supere la visión determinista de desarrollo que se formó en los años 50 y 60 del siglo XX y que en América Latina se expresó a través de la Teoría de la Dependencia formulada por los

teóricos de la CEPAL entre los cuales se destaca Furtado, (1968).

El nuevo paradigma debe vencer la visión del esquema Centro – Periferia en donde esta última provee a aquel de materias primas y mano de obra barata para a su vez importar bienes transformados y con alto valor agregado; y se debe enfocar en las transformaciones a todo nivel que son necesarias para convertir a las regiones en polos productivos modernos, globalmente integrados, generadores de valor económico, social, político y ambiental que conduzcan al desarrollo, entendido este, no como la simple capacidad productiva sino como las condiciones de vida óptimas en la región. La innovación también se relaciona con estos procesos que conducen a la propia transformación, esta es innovación sistémica (Scheel Mayenberger, 2012).

METODOLOGÍA

El enfoque metodológico con el cual se desarrolló el proceso de investigación fue cualitativo ya que se busca describir con amplitud y profundidad percepciones, experiencias y enfoques de personas desde la perspectiva de los propios participantes (Hernández Sampieri, 2017, p. 114). El diseño planteado es cualitativo integral, porque su eje es la conceptualización fundamentada que busca explicar una acción una interacción o un área específica (Hernández Sampieri, 2017, p. 117).

El alcance de la investigación es descriptivo, que Hernández Sampieri, (2017) define como “aquellas investigaciones que buscan especificar las propiedades, características y perfiles ... que miden o relectan datos sobre diferentes conceptos, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno que se investiga”. Para recolectar la información, se utilizaron bases de datos especializadas en innovación, administración de empresas y economía, suministradas por la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO, así como una búsqueda manual entre las referencias de los estudios seleccionados y en diferentes bibliotecas.

DESARROLLO

De acuerdo al Plan Económico de Zipaquirá (2010) la proyección del desarrollo socioeconómico de la ciudad y su relación con la competitividad de las empresas locales puede abordarse desde varias perspectivas: como municipio del departamento de Cundinamarca, cabecera de la Provincia Sabana Centro integrada además por los municipios de Cajicá, Chía, Cogua, Nemocón, Tocancipá, Gachancipá, Sopó, Tabio, Tenjo y Cota, como uno de los principales ejes académicos, comerciales y productivos

de la Región o como municipio bajo la influencia del proceso de metropolización de Bogotá.

Desde la perspectiva departamental, Zipaquirá se encuentra próxima al mayor mercado que existe en el país, que concentra cerca del 30% de la Producción Total y el 30% de la Población del país, lo que la convierte en uno de los entornos regionales más importantes para estructurar ventajas competitivas y, por tanto, las estrategias para la competitividad municipal deben aprovechar al máximo las oportunidades que brinda este mercado.

En la percepción como ciudad-centro de los demás municipios de la Provincia, Zipaquirá tiene el mayor potencial de desarrollo para constituirse en uno de los ejes más dinámicos y propiciar así la desconcentración de la Región respecto a la Capital. Zipaquirá, como centro administrativo, comercial, de servicios de apoyo y centro educativo ejerce una serie de funciones para el desarrollo urbano y rural subregional que trascienden las ventajas de la disponibilidad y acceso a los recursos naturales, para establecerse sobre una sólida estructura institucional y una oferta laboral de mano de obra cualificada de alto nivel profesional.

En cuanto la interrelación con el Distrito Capital, en las últimas décadas, la expansión metropolitana de Bogotá ha inducido el cambio de los patrones de usos y ocupación del suelo en la Provincia hacia actividades más rentables, modificando su estructura de una base productiva mayoritariamente agropecuaria tradicional hacia actividades agroindustriales, industriales y de servicios. Así mismo, la Provincia dispone de un gran potencial para el impulso del sector turístico que se ha desarrollado gradualmente, captando el interés nacional e internacional.

Esta transformación en la base económica de la Provincia ha redundado en la consolidación de zonas industriales, infraestructura vial y de transporte, equipamientos, vivienda y servicios que requieren una visión de largo plazo en la sistematización de las estrategias de crecimiento de la ciudad, para consolidar su liderazgo subregional.

Desde estas tres perspectivas se debe delinear, construir y consolidar las diferentes estrategias de competitividad para la ciudad, aprovechando cada uno de los perfiles y calidades que estas tres posiciones de eventual liderazgo ofrecen para las diferentes organizaciones locales, sean estas de carácter productivo, académico, social o político.

En el marco del Plan de Competitividad Regional, el Gobierno Nacional, el Distrito Capital y la Gobernación de Cundinamarca, han planificado una serie de macroproyectos para estructurar una plataforma física e institucional

que eleve la productividad y competitividad de la región, varios de los cuales impactan directa e indirectamente en el municipio. Entre estos macroproyectos resaltan la Construcción de Infraestructura como las dobles calzadas en diferentes rutas que atraviesan el municipio, el Tren de Cercanías y los Anillos Viales, la Transformación Productiva que busca la formalización y simplicación de los trámites para negocios, la Sostenibilidad Ambiental con el apoyo a mercados verdes y el proyecto de descontaminación del Río Bogotá, el Desarrollo de Clusters como el Modelo de Gestión Empresarial Agroindustrial (MEGA) el proyecto Región Turística y el Proyecto Innobo.

Varios de estos Macroproyectos se encuentran en ejecución y algunos de ellos siguen en etapa de planeación, lo que implica que las últimas administraciones han puesto su interés y esfuerzos en otra clase de intereses a la hora de consolidar la posición estratégica y las ventajas competitivas de la ciudad, minando la capacidad de liderazgo que se ha disgregado en otros municipios que han visto adelantando mejoras sustanciales a su infraestructura y sistemas productivos locales, en contravía de lo hecho en Zipaquirá.

Para cumplir el objetivo planteado en el Plan de Desarrollo Municipal de Zipaquirá 2016-2019 de “desarrollar una ciudad de impacto ... como punto estratégico de desarrollo y crecimiento económico, debido a sus múltiples ventajas comparativas expresadas tanto en su gente como en sus recursos” se ha avanzado en tres ejes fundamentales:

- Un mantenimiento constante de la malla vial existente, la construcción de espacios inclusivos y la ampliación y mejora de las vías del municipio.
- La Promoción de la ciudad como destino turístico de alta calidad, complementado con el encadenamiento de diferentes bienes y servicios como fuente de empleo y calidad de vida.
- El incentivo a múltiples iniciativas de emprendimiento en diversos sectores económicos, la ampliación de las oportunidades laborales que resulten en el mejoramiento del nivel de ingresos de la población local.

Según el informe del año 2020 de la Dirección de Sistemas de Información para la Planificación (DSP) teniendo en cuenta las áreas de influencia de Bogotá, desde el modelo de Ciudad-Región en torno a los municipios cercanos, Chía como primer anillo municipal al norte del Distrito, presenta un proceso de conurbación y suburbanización de la población flotante de Bogotá. La evidente cercanía y las emigraciones constantes hacia ese territorio han hecho del municipio un espacio de construcción permanente de conjuntos residenciales de estratos sociales altos y

de extensiones educativas de todos los niveles, objetivo de individuos y colectivos que buscan una calidad de vida diferente a la metrópoli, pero sin perder los accesos y comodidades que esta ofrece, en este mismo sentido, la relocalización que se da por el transporte privado, han ido convirtiendo al municipio en un área territorial con mayores ventajas competitivas, vista como una ampliación económica de la Capital.

Esta dinámica económica de ciudad-municipio genera que la competencia local genere una mayor interacción entre los diferentes colectivos que emergen con esta ampliación económica de todos los sectores, lo que hace que las municipios limítrofes a la ciudad se conviertan en centros de desarrollo socioeconómico y de innovación, dado por el índice de emigrantes de estratos altos y empresariales, donde el sector agropecuario pierde interés y se generan economías alternas más industriales y comerciales, desplazando el sector primario a un segundo renglón.

Geográficamente, Chía es un municipio de origen netamente agropecuario, por tanto, este sector se debe fortalecer nuevamente, entendiendo que es un renglón fundamental para la producción alimentaria y que, desde allí, se pueden generar organizaciones solidarias con los productores, además de constituir en un eje en la estructuración de clusters que generarían una dinámica participativa y de rescate al sector de una manera competitiva e inclusiva. Sin embargo, los pequeños y medianos productores del sector subsisten por el apoyo brindado por parte de la Secretaría de Desarrollo Económico, en la producción limpia, pues todas sus potencialidades se han derrochado en la consolidación de otros sectores, más rentables, establecidos por las dinámicas descritas.

Según la Cámara de Comercio de Bogotá para el año 2018, Chía concentra el 30,6% de las empresas de la Provincia Sabana Centro representadas por el sector de servicios, comercio, construcción, industrial y agropecuario, lo que ha dado origen a la constitución de Mipymes, que representan el 65,3% y las pequeñas el 18,9% del total de las sociedades de la región. Esta participación, debe ser el punto de partida en la priorización de la inversión pública en apoyo a la Mipymes para su fortalecimiento o constitución, las cuales sin lugar a duda tendrá un impacto en el crecimiento económico de la región, lo que implica la generación de empleo y el vivir bien, que significa desde los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que la comunidad cuente con los derechos fundamentales básicos (vivienda, educación, salud).

De esta manera, si se logra potenciar a las Mipymes dentro de las dinámicas económicas nacionales y globalizadas,

estas se convertirán en el factor determinante para hacer de la región un espacio de organizaciones competitivas donde la participación de todos los sectores es fundamental para fortalecer el territorio y generar así redes entre los municipios base que dinamicen el corredor RINN y convertir a de Cundinamarca como un centro de acopio del resto del país, lo que permitiría activar de manera eficiente la dinámica productiva de la región .

Es importante para estos procesos dinámicos de fortalecimiento organizacional de las Mipymes, generar escenarios prospectivos que permitan vislumbrar y proyectar alternativas de sustitución de procesos económicos para evitar crisis como las causadas por la pandemia del COVID19 y así poder diseñar estrategias que dinamicen la economía de una manera competitiva y poder preparar al sector para que se mantenga la producción de manera constante, manteniendo y ampliando la participación en el PIB de manera positiva para el empleo, la producción, la competitividad y el desarrollo socioeconómica de la región.

Esto se soporta en el incremento de número de afiliaciones de empresas ante el la Cámara de Comercio desde el año 2009, aunque el comportamiento ha sido cíclico hasta el 2019, si se evidencia un crecimiento en la participación de pequeñas empresas, sobre todo del sector comercial, lo que permite cuestionar en cómo generar dinámicas que reactiven el sector agropecuario para aprovechar la constitución geográfica de la región, sector que se debe fortalecer por su importancia en la seguridad alimentaria de la región y del país, todo esto obliga a hacer un análisis muy juicioso para que las Mipymes respondan a estos requerimientos de crecimiento y fortalecimiento del sector.

Alcaldía Municipal del municipio, para el año 2021 Cajicá es un municipio con influencia indígena, pues se encuentra ubicado en el territorio antes ocupado por siete tribus, siendo Guaquem, Canchona, Chibsaque, Guaraguaya, Suta, Tenjica y Chugua; su nombre se deriva de la lengua chibcha y significa “cercado” y “fortaleza de piedra”. Actualmente, cuenta con una extensión de 53 km² dentro de la Sabana de Bogotá, con una altitud de 2.598 m.s.n.m, además limita con los municipios de Zipaquirá, Chía, Tabio y Sopó. En este municipio se han nacido y/o residido personajes de interés nacional como lo es Roque Gutiérrez, experimentado herbolario y auxiliar del sabio Celestino Mutis, Pompilio Martínez, cirujano que logró importantes adelantos médicos, el doctor Enrique Cavelier Gavia quien fue alcalde de Cajicá durante 20 años, reconocido por crear la primera escuela mixta de Cundinamarca y Cajicá, gestionar la instalación del

acueducto en todas las casas de municipio, o adecuar la Casa de Cultura.

Por otra parte en lo que respecta al turismo del municipio, la Alcaldía afirma que Cajicá es reconocido por ser un territorio histórico, con sitios de interés como lo es la iglesia de La Inmaculada Concepción, la reserva natural de Montepincio, el seminario de San Gabriel, la Hacienda Hato Grande, la estación del tren, la Casa San Alejo y Casa de la Cultura, bellas artesanías, los famosos helados San Jerónimo, el estadio de fútbol Hernando “El tigre Moyano”, entre otros atractivos turísticos. Según la Alcaldía municipal, se encuentra una división político-administrativa en veredas, barrios y sectores, sectores; en las veredas se encuentra Calahorra, Canelón, Chuntame y Río grande; los barrios son Capellanía, Centro, El Misterio, El Rocío, La Estación, La Florida, La Palma, Gran Colombia, Granjitas, El Prado, Puerta del Sol, Rincón Santo, Santa Inés, Santa Cruz y Las Villas; finalmente los sectores son 7 Vueltas, Aguanica, Buena Suerte, Calle 7°, Canelón el Bebedero, El Cortijo, El Molino, Fagua, La Bajada, La Camila, La Cumbre, La Laguna, La M, La Mejorana, Las Manas, Puente Peralta, Puente Torres, Puente Vargas, Puente Vargas variante, Quebrada del Campo, Tairona y Zona Industrial.

De igual manera al momento de hablar de competitividad, innovación y creatividad en Cajicá, estrategia de mejora continua enfocada a las MIPYMES, se hace necesario tener en cuenta tanto el sector público, en la actualidad el municipio cuenta con un Plan de Desarrollo Municipal “Cajicá Tejiendo Futuro, Unidos con Toda Seguridad” con vigencia del 2020 al 2023, donde se encuentra una línea estratégica titulada “Tejiendo Futuro Cajicá Empleo con Seguridad” y en la cual se evidencian de manera directa los mecanismos, planes, programas y proyectos que tiene el municipio en relación con las áreas de agricultura y desarrollo, Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC, ambiente y desarrollo, comercio, industria y turismo, el sector trabajo y el sector de ciencia, tecnología e innovación.

En lo que concierne al enfoque municipal en el territorio de Cajicá, la tesis titulada “La innovación como factor generador de competitividad, resultante del fortalecimiento organizacional interno en las PYMES de servicios en Cajicá - Cundinamarca.” (Álvarez Arrieta, 2020) es de vital importancia para las economías emergentes, como Colombia, tener un ecosistema corporativo sólido e innovador que permita alcanzar los indicadores de productividad y competitividad deseados. En las economías modernas, se definen las empresas componentes de este ecosistema, como elementos económicos que constituyen el “principal agente innovador de una economía” ya

que, es el sector empresarial el responsable de las mejoras generadoras de valor en sus procesos productivos y organizacionales. \n \nHoy en día, la innovación ha sido reconocida como un factor crítico para la supervivencia de las organizaciones en el mercado, ya que, al destacar este factor las empresas pueden diferenciarse y competir con altos estándares. Relacionado a lo anterior, el eje principal para la proyección, desarrollo y fortalecimiento industrial de las organizaciones es fomentar las condiciones necesarias para implementar innovaciones, optimizando así los sectores económicos del país. \n \nPor otro lado, las empresas pequeñas y medianas – PYME, han despertado el interés de académicos y hacedores de política pública dado que son fuente de empleo, innovación, productividad y competitividad. Además, su alta dirección ha comprendido que, para superar dificultades de permanencia y posicionamiento en el mercado, no basta con suministrar productos de buena calidad y precio, sino garantizar la búsqueda de innovación, generando al mismo tiempo ventajas competitivas. \n \nEn el presente trabajo y debido a la importancia que tiene la innovación en la consecución de objetivos estratégicos para las PYME, permitiéndoles así un posicionamiento en el mercado colombiano; pretende analizar la Innovación como factor primario en el desempeño competitivo, generador de ventajas y valor, en las PYME de Cajicá - Cundinamarca. Así mismo, se analizan estos procesos innovadores como un factor resultante del fortalecimiento de aspectos organizacionales internos de las organizaciones. Lo anterior, ya que se identifica un desconocimiento del efecto de la dirección (entendida como estrategia de la organización publicada en el repositorio de la Universidad Militar Nueva Granada, menciona que el crecimiento económico de un país depende de la productividad y competitividad de su tejido empresarial, siendo de vital importancia para las economías emergentes, como Colombia, tener un ecosistema corporativo sólido e innovador que permita alcanzar los indicadores de productividad y competitividad deseados. En las economías modernas, se definen las empresas componentes de este ecosistema, como elementos económicos que constituyen el “principal agente innovador de una economía” ya que, es el sector empresarial el responsable de las mejoras generadoras de valor en sus procesos productivos y organizacionales. El eje principal para la proyección, desarrollo y fortalecimiento industrial de las organizaciones es fomentar las condiciones necesarias para implementar innovaciones, optimizando así los sectores económicos del país. Por otro lado, las empresas pequeñas y medianas – PYME, han despertado el interés de académicos y hacedores de política pública dado que son fuente de empleo, innovación, productividad y competitividad. Además, su alta dirección ha

comprendido que, para superar dificultades de permanencia y posicionamiento en el mercado, no basta con suministrar productos de buena calidad y precio, sino garantizar la búsqueda de innovación, generando al mismo tiempo ventajas competitivas. En el presente trabajo y debido a la importancia que tiene la innovación en la consecución de objetivos estratégicos para las PYME, permitiéndoles así un posicionamiento en el mercado colombiano; pretende analizar la Innovación como factor primario en el desempeño competitivo, generador de ventajas y valor, en las PYME de Cajicá - Cundinamarca.

El Plan de Desarrollo “Cajicá, Nuestro Compromiso” que tuvo vigencia del 2016 al 2020, se presenta la dimensión 2 basado en que el municipio aumente su innovación y competitividad enfocado en la paz, en este se buscó desarrollar y promover acciones de manera sistémica para fomentar la cauterización, transferencia de conocimiento, la investigación y el desarrollo de tecnologías, la cultura emprendedora y asociativa, las alianzas entre las universidades, las empresas y el gobierno local. Se busca que Cajicá se convertirá en un territorio competitivo a partir de la productividad innovadora, organizada, con valor diferencial y cuyo valor es transformado en riqueza y calidad de vida para sus habitantes.

Finalmente, en la tesis “Transformación del municipio de Cajicá frente al proceso de urbanización del territorio” (Gaitan Rodríguez, 2019) publicada en el repositorio de la Universidad Militar Nueva Granada, donde menciona que el municipio de Cajicá, se constituye en un importante ejemplo de los efectos transformadores sobre todo el sistema local en general, en cada uno de sus componentes de carácter social, cultural, económico, político y administrativo, que deben ser objeto de análisis en donde se permita generar procesos de minimización del impacto sobre el territorio, los habitantes y la sociedad en general, y la adaptación al cambio, en búsqueda del progreso, la responsabilidad social, el desarrollo económico y la sostenibilidad ambiental y territorial.

El municipio de Cajicá ha crecido en gran medida, debido a su cercanía a Bogotá D.C. y a las estrategias como el mantenimiento constante a las vías de acceso, la construcción de espacios para el uso de la comunidad y los beneficios fiscales a las empresas, entre otras. Es vital tener en cuenta los componente de competitividad, innovación y creatividad en Cajicá para hablar del desarrollo y estructuración de una estrategia de mejora continua enfocada a las MiPymes del corredor productivo conformado por Zipaquirá, Cajicá y Chía.

CONCLUSIONES

Aunque existe una legítima preocupación por el tema de la innovación en Colombia y se han realizado esfuerzos y multiplicado estrategias desde el sector público, el sector privado y la academia durante los últimos 10 años, los resultados aún son incipientes y aislados. Es indispensable profundizar los lazos de cooperación entre los tres sectores con el fin de crear resultados efectivos, producto de esa red articulada que incremente la competitividad del aparato productivo a través de la cultura de la innovación.

Zipaquirá ha sido parte de ese proceso, pero su apuesta por la competitividad ha sido limitada y ha hecho énfasis en los aspectos de movilidad. La promoción al turismo ha sido reducida y la competitividad empresarial se ha orientado sobre todo al fomento al emprendimiento, entendiendo la importancia de las MIPYMES pero sin un acompañamiento cercano.

Las MIPYMES representan una proporción muy importante del producto anual y una fuente esencial de generación de empleo, pero muchas de ellas son informales y otras operan en precarias condiciones de competitividad. Esta categoría de empresas al interior del corredor RINN requieren de herramientas de innovación que les permitan responder de forma efectiva a esas debilidades y amenazas de su entorno productivo. Una estrategia de M-Commerce es ideal como herramienta innovadora para incrementar la competitividad.

La capacidad de las MIPYMES para asimilar tecnologías emergentes reforzada a través de procesos de capacitación y aprendizaje, permitirá implementar la estrategia de M-Commerce de manera efectiva para ellas. Se espera que con el tiempo, al vincularse un número significativo de MIPYMES al proyecto, algunas de ellas puedan ser clientes o proveedoras de otras, constituyendo además una red productiva basada en principios de cooperación más que de competencia.

La cooperación inter sectorial entre la academia (UNIMINUTO), el sector público y el sector productivo (MIPYMES) constituye una base sólida para la difusión de la cultura de la innovación en las empresas de la provincia de Sabana Centro y podrá corregir los sesgos que son evidentes hasta hoy.

La propuesta de innovación que surge de este proyecto está enmarcada dentro del modelo lineal de innovación de Landau & Rosenberg, (1986), porque surge de la investigación y termina como proceso de cara al cliente.

Asimismo, valida la tesis de Drucker, porque surge desde la oferta, buscando atender o conformar las preferencias del consumidor y la tesis de Porter, porque pretende ser el inicio de una ventaja competitiva para las MIPYMES vinculadas al proyecto.

Adicionalmente, la baja productividad y competitividad presentada por muchas MIPYMES, ha generado un bajo índice de ocupación, lo cual ha desencadenado una serie de problemas económicos y sociales en estos municipios, por lo que urge la necesidad de diseñar políticas claras de innovación y tecnología, no solo de parte de los gobiernos locales sino del Estado Colombiano, que propicien espacios para el pequeño y mediano empresario de la región, lo integren a la dinámica productiva de la economía de innovación y que motiven la implementación de estrategias mejoramiento continuo como parte del desarrollo rural.

Las MIPYMES necesitan aumentar su competitividad por medio de la innovación, con el fin de posicionarse en el mercado municipal y regional. Dicha estrategia se considera un factor decisivo en la capacidad de estas organizaciones sociales para competir de forma efectiva en los mercados locales y aportar a la competitividad de la región a nivel nacional y global. Por otra parte, y como complemento esencial, es importante fomentar el emprendimiento y la empresariedad de los jóvenes del municipio y de la región, desde lo social y solidario.

Zipaquirá, Cajicá y Chía se han posicionado como municipios de interés en la Sabana Centro, debido al avance que han generado en los diferentes sectores que componen su estructurar económicas, así como los programas e incentivos que se generan en torno a la producción, las pequeñas y medianas empresas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta, J., & Reyes, M. (2016). "Sabana Centro Región de Innovación ¿Hacia Dónde Debemos Ir?". Corporación Prodensa, Cámara de Comercio de Bogotá. Enero 2016.

Agyapong, D. (2010). Micro, Small and Medium Enterprises' Activities, Income Level and Poverty Reduction in Ghana – A Synthesis of Related Literature. *International Journal of Business and Management*, 5(12), 10.

Álvarez Arrieta, M. A. (2020). La innovación como factor generador de competitividad, resultante del fortalecimiento organizacional interno en las PYMES de servicios en Cajicá—Cundinamarca. <http://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/35070>

Anlló, G., Bisang, R., Campi, M., & Albornoz, I. (2009). Innovación y competitividad en tramas globales. CEPAL. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/3652-innovacion-competitividad-tramas-globales>

Barton, D. L. (1995). *Wellsprings of knowledge: Building and sustaining the sources of innovation*. Harvard Business School Press.

Bracho Navarro, I. (2016). Innovación como estrategia de competitividad en Colombia. *Gestión Competitividad e Innovación*, 4(2), 103-113.

Christensen, C. M. (1999). El dilema de los innovadores: Cuando las nuevas tecnologías pueden hacer fracasar a las nuevas empresas. *Granica*.

Fazio Vengoa, H. (1998). ¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización. *Análisis Político*, 35, 118-121.

Furtado, C. (1968). *Desarrollo y subdesarrollo*. Editorial Universitaria de Buenos Aires.

Gaitan Rodríguez, W. D. (2019). Transformación del municipio de Cajicá frente al proceso de urbanización del territorio. <http://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/32173>

Gómez R., H. J., & Mitchell, D. (2014). Innovación y emprendimiento en Colombia - Balance, perspectivas y recomendaciones de política: 2014-2018. <http://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/149>

Hernández Sampieri, R. (2017). *Fundamentos de investigación*. McGraw-Hill/Interamericana.

Hospers, G.-J. (2003). Creative cities: Breeding places in the knowledge economy. *Knowledge, Technology & Policy*, 16(3), 143-162. <https://doi.org/10.1007/s12130-003-1037-1>

Landau, R., & Rosenberg, N. (1986). *Positive Sum Strategy: Harnessing Technology for Economic Growth*.

Melo Zamora, M.D., Ramos Reyes, C.A., & García López, M.. (2021). Contribution of business development centers for the success of innovative msms. *Universidad y Sociedad*, 13(S3), 477-488.

Orozco, F. A., Serpell, A. F., Molenaar, K. R., & Forcael, E. (2014). Modeling competitiveness factors and indexes for construction companies: Findings of Chile. *Journal of Construction Engineering and Management*, 140(4). Scopus. [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)CO.1943-7862.0000462](https://doi.org/10.1061/(ASCE)CO.1943-7862.0000462)

- Reyes, Y. Q., Peñalver, L. P., Álvarez, E. N. C., & Varela, M. L. C. M. (2021). Sustainability Of production chains: Theoretical details. *Universidad y Sociedad*, 13(6), 461-470.
- Scheel Mayenberger, C. (2012). El enfoque sistémico de la innovación: Ventaja competitiva de las regiones. *Estudios Gerenciales*, 28(spe), 27-39.
- Vázquez López, R. (2021). Evaluation of international competitiveness and insertion in global value chains: An analysis input-output for the industrial sector. *Revista Galega de Economía*, 30(4). Scopus. <https://doi.org/10.15304/rge.30.4.7432>
- Veiga, L. (2001). Innovación y competitividad. *Revista de Antiguos Alumnos del IEEM*, 4(1 3 (Diciembre)), 58-68.