

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES

INFORME TÉCNICO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Capacidad de innovación que poseen las empresas dedicadas a la elaboración de calzado en Colombia, basado en la encuesta EDIT DANE 2013 – 2014

GICSE

JUNIO 2018
BUCARAMANGA

Informe Técnico del Proyecto de Investigación
Capacidad de innovación que poseen las empresas dedicadas a la elaboración de calzado en
Colombia, basado en la encuesta EDIT DANE 2013 – 2014
Dirección de Investigaciones / Unidades Tecnológicas de Santander
Avenida de los Estudiantes No. 9 - 82 / Ciudadela Real de Minas
PBX 64130000 Telefax 6447777
Bucaramanga - Colombia

TABLA DE CONTENIDO

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	4
RESUMEN EJECUTIVO	5
1. OBJETIVOS	5
2.1. Objetivo general	5
2.2. Objetivos específicos	5
2. DURACIÓN	6
3. ACTIVIDADES REALIZADAS	6
4. MEDIOS DE DIFUSIÓN	9
5. CONCLUSIONES Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	9
6. REFERENCIAS	9

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

FICHA TÉCNICA PROYECTO			
Título	Capacidad de innovación que poseen las empresas dedicadas a la elaboración de calzado en Colombia, basado en la encuesta EDIT DANE 2013 – 2014		
Investigador principal	Alba Patricia Guzman Duque, Ph.D.	Código	30.329.089
	Email aguzman@correo.uts.edu.co	Celular	3165363774
Datos del investigador	Alejandro Biancha Hernandez	Código	91.265.696
	Email abiancha@correo.uts.edu.co	Celular	3163997876
Datos del investigador	Maria del Pilar Gomez Gonzalez	Código	39.776.535
	Email mgomez@correo.uts.edu.co	Celular	3188777442
Datos del investigador	Lina Maria Angarita	Código	63.553.190
	Email langarita@correo.uts.edu.co	Celular	3183489637
Grupo de investigación	GICSE		
Línea de Investigación	COMPETITIVIDAD Y CLIMA DE NEGOCIOS		
Lugar y fecha de ejecución	Bucaramanga, Santander, Colombia		
Duración	2 Meses		
Tipo de proyecto	Proyecto de investigación: Una propuesta para el desarrollo de buenas prácticas en las organizaciones para el incremento de la competitividad a partir de la innovación, las TIC, el emprendimiento y la inclusión social		
Costo	157'084.000		
Palabras claves	Competitividad, DANE, Estrategias de Competitividad, Innovación, Financiación,		
Los abajo firmantes confirman que todos los datos incluidos en la presente propuesta son correctos y verídicos, que no incumplen ninguna ley ni norma vigente. Declaran que corresponde a las Unidades Tecnológicas de Santander la titularidad de los derechos patrimoniales sobre los productos intelectuales y creaciones obtenidas como resultado del presente trabajo de grado, teniendo en cuenta que este trabajo de grado es considerado una obra por encargo. El estudiante ostentará los derechos morales como autor y tendrá el respectivo reconocimiento académico.			
Investigador 1	Investigador 2	Investigador 3	Investigador 4

RESUMEN EJECUTIVO

El sector del calzado históricamente ha sido gran participe en las cifras de desarrollo de la región y el país, según voceros de ACICAM, Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas brindan alrededor de 60 mil empleos fijos y cerca de 100 mil empleos indirectos que este gremio está generando a la economía colombiana, a pesar de la problemática de la informalidad, principal inconveniente del sector (Portafolio, 2016). Sin embargo, la ambigüedad mayor, surge a la hora de afrontar la competitividad internacional: problemas de infraestructura, calidad del producto, poca inversión en ciencia y tecnología, debilidad en las instituciones; entre otros factores que unidos, le disminuyen la posibilidad de competir.

Este segmento de mercado posee poco potencial al desarrollo innovador, en el que debe trabajarse para identificar las principales problemáticas, de esta forma es posible lograr la eficiencia y competitividad. El siguiente estudio se basa en la encuesta de desarrollo e innovación (EDIT), desarrollada por el DANE, en el que es posible observar el estado de la innovación en diferentes sectores económicos del país a partir de las variables establecidas por el DANE; de esta forma se mide la capacidad de innovación de las empresas del sector en el año 2013 – 2014 y se recomiendan estrategias para aumentar su competitividad

1. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Plantear estrategias que ayuden a la consolidación en los procesos de innovación en las empresas de calzado de Colombia, con base en la encuesta EDIT- DANE 2013-2014.

2.2. Objetivos específicos

1. Realizar un diagnóstico de las ideas innovadoras y los métodos de protección intelectual utilizados por las empresas de calzado en Colombia, estableciendo la mejora de estas.
2. Analizar las innovaciones alcanzadas por las empresas de calzado en Colombia, según monto de Inversión y fuentes de financiación, para que se identifiquen los problemas en este campo.
3. Proponer estrategias para el aumento de la innovación y la competitividad del Sector calzado en Colombia.

2. DURACIÓN

2 MESES

3. ACTIVIDADES REALIZADAS.

Objetivo 1	TECNOLOGIAS SOCIALES	Fecha: 2018
Actividades propuestas	Justificación de las actividades	
1. MARCO TEORICO	<p>La definición de competitividad ha tenido distintos enfoques por diversos autores, los primeros trabajos se refieren a ella como “nación competitiva”, éste enfoque hace referencia a la medida en que una nación dentro de un sistema de libre comercio es capaz de producir bienes o servicios que superan los índices de mercados internacionales, además son sostenibles e incrementan el crecimiento de su PIB per cápita, estos conceptos son expuestos por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo económico OCDE, el Foro Económico Mundial FEM y el Banco Interamericano de Desarrollo BID. (CASTELLANOS, 2014)</p> <p>Otros autores como Porter, Krugman y Bejarano resaltan que el concepto de competitividad no se puede limitar al contexto nacional, debe tenerse en cuenta factores regionales, sectoriales y empresariales. Krugman indica que no basta solo con realizar la medición nacional debido a que todos los países no cuentan con igualdad de oportunidades. Garay plantea que la competitividad debe ser determinada a través de tres tipos de factores: Empresarial, estructural y sistemática (Eumed.net, 2010).</p> <p>Análisis de la cadena de valor: En 1985 el Profesor Michael E. Porter, creo el concepto de análisis de la cadena de valor (PORTER, 2011), que en esencia es una manera de analizar el dinamismo empresarial y consiste en descomponer una empresa en las unidades que la conforman, por medio de este procedimiento se identifican ventajas competitivas, definidas como los atributos que hacen que los compradores se decidan por los productos de la empresa y no por los de la competencia.</p> <p>Las ventajas se constituyen en generadoras de valor; se logra en el momento en que las organizaciones integran las tareas de su cadena de valor de forma que los costos son menores y mejor aprovechada que sus rivales; esos atributos los diferencian de la competencia, convirtiéndola en líder en su respectivo segmento; la cadena de valor de una compañía, por tanto, está integrada por todas sus labores que proporcionan valor agregado y por los resultados que éstas aportan al negocio.</p>	

Objetivo 2	SITUACION EMPRESARIAL	Fecha: 2018
Actividades propuestas	Justificación de las actividades	
2. IDEAS INNOVADORAS Y MÉTODOS DE PROTECCIÓN INTELECTUAL UTILIZADOS POR LAS EMPRESAS DE CALZADO EN COLOMBIA	<p>Inicialmente es necesario entender los conceptos de innovación y los resultados que estas originan, por ejemplo, los esfuerzos y actividades de innovación tienen relación con aspectos como la investigación y desarrollo, la ingeniería y diseño, la capacitación, el marketing y la adquisición de tecnología, como el hardware o el software. Por su parte los resultados de estas innovaciones, se puedan presentar en el producto que elabora la empresa, en sus procesos para hacerlos más eficientes, en la organización o en la comercialización de los bienes y servicios (INNOVACIÓNTECNOLÓGICA, 2014)</p>	

Informe Técnico

Proyecto de Investigación

Capacidad de innovación que poseen las empresas dedicadas a la elaboración de calzado en Colombia, basado en la encuesta EDIT DANE 2013 – 2014

Dirección de Investigaciones

Unidades Tecnológicas de Santander – UTS

Derechos Reservados – 2018 ©

Objetivo 2	SITUACION EMPRESARIAL	Fecha: 2018
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
3. INNOVACIONES DE LAS EMPRESAS DE CALZADO EN COLOMBIA, SEGÚN MONTO DE INVERSIÓN Y FUENTES DE FINANCIACIÓN	El crecimiento mayor se presenta en las empresas de calzado que poseen menos de 50 trabajadores, que invirtieron aproximadamente el 81% más en el 2014 con relación al 2013, seguido de las empresas entre 51 a 200 trabajadores, que invirtieron en el 2014 un 64% más que en el 2013 aproximadamente. Las empresas con 200 trabajadores o más invirtieron en innovación un 37% más en el 2014 con relación 2013	

Objetivo 3	INSTRUMENTOS	Fecha: 2018
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
4. ANALISIS DEL SECTOR ATRAVES DE MATRUIZ DOFA	<p>O: OPORTUNIDADES Bajo costo de la mano de obra que es calificada, con base en conocimiento empírico. Bajas tasas de interés de entidades financieras como Bancoldex Recursos públicos que financian proyectos innovadores como los adelantados por Colciencias La producción colombiana es de gran calidad Ubicación geográfica privilegiada Sector fuerte en generación de empleo y participación de las cifras en el país</p> <p>A: AMENAZAS EL consumidor cada vez es más exigente Ingreso de productos internacionales La globalización y los Tratados de libre comercio Alta competitividad internacional Importaciones masivas a precios más bajos Presencia de multinacionales. No se accede a financiación de procesos innovadores Variadas opciones por parte del consumidor</p> <p>F: FORTALEZAS Experiencia de los productores del calzado en la nación en general Existen en la nación gran cantidad de productores de calzado Bajos costos de la mano de obra. Mano de obra calificada y basada en conocimiento empírico Existe diversidad en la producción Se está adoptando el uso de nuevas tecnologías en Colombia y materia prima innovadoras a precio bajo. Adquisición de maquinaria y equipo por parte de las empresas Innovaciones en las pequeñas empresas en aumento. ESTRATEGIAS FO (ofensivas) Realizar la producción basada en el mercado internacional Diferenciar los productos de la competencia con base en la calidad. Adelantar procesos de Investigación, Innovación y Desarrollo de productos Crear estrategias de liderazgo en costos Soportar la producción con un capacitado recurso humano. Adelantar estudios de innovación, desarrollo de nuevos productos y</p>	

	<p>desarrollo de tecnología, para el fortalecimiento del producto</p> <p>ESTRATEGIAS FA (defensivas)</p> <p>Disminuir los costos de producción</p> <p>Disminuir el precio de los insumos y materia primas a través de la innovación o la creación de clúster.</p> <p>Producción amigable con el medio ambiente y socialmente responsable</p> <p>Disminución de los costos de producción a través de la implementación de tecnología nueva y materia prima mejorada.</p> <p>Adelantar estrategias de diferenciación del producto</p> <p>Pensar a largo plazo en la conformación de clúster del calzado que no solo le apunte a la conglomeración de empresas</p> <p>D: DEBILIDADES</p> <p>Muy débil en infraestructura</p> <p>Baja competitividad del producto</p> <p>Poca inversión en ciencia y tecnología Debilidad en las instituciones.</p> <p>Ineficiencia en los procesos productivos</p> <p>Poco potencial al desarrollo innovador</p> <p>No hay competitividad frente a los productos que ingresan del exterior.</p> <p>La innovación no se refleja en el mercado nacional o internacional</p> <p>El impacto en el mercado no es el esperado para los bienes, servicios o procesos innovadores.</p> <p>El 82% de los empresarios de calzado en Colombia no son innovadores</p> <p>ESTRATEGIAS DO (refuerzo/mejora)</p> <p>Mejorar los procesos en la fabricación de calzado</p> <p>Adaptarse a los cambios globales.</p> <p>Crear estrategias para producir en todas las épocas del año</p> <p>Fortalecer los procesos primarios de producción, logística, comercialización y servicio post-venta</p> <p>Generar valor (entre los ingresos y egresos)</p> <p>Formalizarse para poder acceder a la financiación por parte de la banca privada y las entidades públicas de fomento</p> <p>ESTRATEGIAS DA (retirada)</p> <p>Ponerle freno al contrabando en programas que se adelanten en forma mancomunada con el estado</p> <p>Estrategias de desarrollo continuo de productos y procesos</p> <p>Protección de la producción nacional</p> <p>Fijar aranceles para protección de la producción nacional.</p> <p>Fijar contingentes para los productos que ingresan del exterior</p> <p>Fortalecer los permisos de ingreso de calzado al país.</p> <p>Incrementar los estándares de investigación y desarrollo de productos y procesos</p>
--	---

Objetivo 4	DIAGNOSTICO	Fecha: 2018
Actividades propuestas	Justificación de las actividades	
5. RESULTADOS	<p>El objetivo final del presente estudio, diseña estrategias para el incremento de la competitividad, con base en la innovación analizada en párrafos anteriores y se utiliza la herramienta conocida en el mundo administrativo como DOFA, para elaborar la matriz, se debe identificar y analizar las variables internas que afectan a la empresa, sus fortalezas y debilidades, conocido como análisis interno o PCI (Amaya, 2012), que se elabora teniendo en cuenta los resultados arrojados en la encuesta EDIT DANE 2013-2014 y mide la capacidad institucional o interna PCI. De otra parte, se hace el análisis de las variables externas: oportunidades y amenazas que presenta el entorno, de esta confrontación se desprenden las estrategias a usar.</p>	

Informe Técnico

Proyecto de Investigación

Capacidad de innovación que poseen las empresas dedicadas a la elaboración de calzado en Colombia, basado en la encuesta EDIT DANE 2013 – 2014

Dirección de Investigaciones

Unidades Tecnológicas de Santander – UTS

Derechos Reservados – 2018 ©

4. MEDIOS DE DIFUSIÓN

Repositorio Institucional
Blog Institucional
Capítulo del libro

5. CONCLUSIONES Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Son preocupantes las cifras reveladas por la encuesta EDIT DANE de innovación y desarrollo para el sector calzado, debido al poco potencial al desarrollo innovador, que no permite competitividad frente a los productos que ingresan del exterior, además la innovación no se refleja en el mercado nacional o internacional.

La innovación en bienes, servicios y procesos no tiene impacto en el mercado, de forma que no es el esperado para los bienes, servicios o procesos innovadores, esto debe lograrse a través de programas que se adelanten en forma mancomunada con el estado y estrategias de desarrollo continuo de productos y procesos para incrementar los estándares de investigación y desarrollo en las empresas de calzado.

El 82% de los empresarios de calzado en Colombia no son innovadores, se debe acceder a procesos de tecnología para mejorar los procesos en la fabricación de calzado y adaptarse a los cambios globales, además fortalecer los procesos primarios de producción, logística, comercialización y servicio post-venta para generar valor entre los ingresos y los egresos

La informalidad no permite que se pueda acceder por parte de los empresarios a la financiación que ofrece la banca privada y las entidades públicas de fomento, que puede fortalecer a los empresarios al disminuir los costos de producción y el precio de los insumos y materia primas a través de la innovación, que además genera una producción amigable con el medio ambiente y socialmente responsable.

6. REFERENCIAS

- Amaya, J. (2012). *Gerencia: planeación y estrategia*. Bucaramanga: Publiarte.
- Bancoldex. (2013). Recuperado de <https://www.bancoldex.com>
- Castellanos, R. (2014). *Competitividad Apropiación y Mecanismos para su Fortalecimiento*. Santafé de Bogotá :, CompContacto Grafico Ltda. .
- Dane.gov.co. (2014). Recuperado de www.dane.gov.co/index.php/...por...e.../encuesta...edit/informacion-historica-edit
- Docencia.unet.edu.ve. (2015). Recuperado de docencia.unet.edu.ve/Coordinaciones/SComunitario/.../Matriz_de_Marco_Logico.pdf
- Eumed.net. (2010). Bases de datos. Recuperado de www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/eea/Competitividad.htm

- InnovaciónTecnológica. (2014). *Innovacion Ideas Básicas*, Recuperado de http://www.uca.es/recursos/doc/Unidades/consejo_social/1801800_1032010103532.pdf
- Matiz, G. E. (2012). *Gerencia Estrategica*, Recuperado de www.matizyassociados.com/conceptos-para-el-direccionamiento-estrategico/. O /
- Portafolio. (2016). Recuperado de www.portafolio.co/negocios/empresas/sector-calzado-genera-100-000-empleos-colombia-108590
- Porter. (2011).. *Gerencia de Mercadeo* Recuperado de [//3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc081.htm](http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc081.htm)