

Relación entre la innovación, la comunicación y el cambio organizacional en las MiPymes del Valle del Cauca, Colombia

Relationship between innovation, communication and organizational change in MSMEs in Valle del Cauca, Colombia

Relação entre inovação, comunicação e mudança organizacional em MPMEs no Valle del Cauca, Colômbia



Recibido: 23/04/2024 • Aprobado: 10/06/2024 • Página inicial: 93 • Página final: 113

Doi: 10.53995/23463279.1646

Pablo César Ledesma Cepeda¹
José David Hernández López²
María Isabel Sancho Piedrahita³

Resumen: Las MiPymes tienen una participación vital en el desarrollo económico del Valle del Cauca, Colombia, por lo que su crecimiento se refleja en crecimiento para esta región. Esta investigación correlacional tiene un enfoque cuantitativo, no experimental, la cual busca la relación entre la Comunicación Organizacional, la Innovación Organizacional y el Cambio Organizacional en las MiPymes del Valle del Cauca, Colombia. Para tal fin, se aplicaron estadísticos no paramétricos para explorar las asociaciones entre las variables. Los resultados obtenidos mediante el coeficiente de correlación de Spearman revelaron fuertes asociaciones positivas entre las variables estudiadas, sugiriendo que

una efectiva comunicación organizacional facilita la adopción de innovaciones y gestiona eficientemente los cambios organizacionales. Este hallazgo enfatiza la importancia de integrar estos aspectos para fomentar la competitividad y adaptabilidad en el contexto empresarial actual. Este estudio contribuye a comprender cómo las interacciones entre estas variables pueden influir en el desempeño de las MiPymes.

Palabras clave: Innovación, Comunicación Organizacional, Cambio Organizacional, MiPymes.

Código JEL: L20, L23, L25, M14, M15

¹ Magister en Dirección Empresarial, Administrador de Empresas. Profesor Ocasional Tiempo Completo de la Institución Universitaria Antonio José Camacho. Contacto: pcedesma@profesores.uniabc.edu.co orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9362-1353>

² Magister en Gestión de la Innovación, Profesional en Mercadeo. Profesor Ocasional Tiempo Completo de la Institución Universitaria Antonio José Camacho. Contacto: josehernandez@profesores.uniabc.edu.co orcid: <https://orcid.org/0009-0005-7851-7936>

³ Administradora de Empresas del Instituto Técnico Profesional de Roldanillo – INTEP, Valle del Cauca. Contacto: misancho_uadmon@intep.edu.co contacto: <https://orcid.org/0009-0008-7307-5755>

Abstract: MSMEs have a vital participation in the economic development of Valle del Cauca, Colombia, so their growth is reflected in growth for this region. This correlational research has a quantitative, non-experimental approach, which seeks the relationship between Organizational Communication, Organizational Innovation and Organizational Change in MSMEs in Valle del Cauca, Colombia. For this purpose, non-parametric statistics were applied to explore the associations between the variables. The results obtained through Spearman's correlation coefficient revealed strong positive associations between the variables studied, suggesting that effective organizational communication facilitates the adoption of innovations and efficiently manages organizational changes. This finding emphasizes the importance of integrating these aspects to promote competitiveness and adaptability in the current business context. This study contributes to understanding how the interactions between these variables can influence the performance of MSMEs.

Keywords: Innovation, Organizational Communication, Organizational Change, MSMEs.

Resumo: As MPME têm uma participação vital no desenvolvimento econômico do Vale del Cauca, na Colômbia, pelo que o seu crescimento se reflecte no crescimento desta região. Esta pesquisa correlacional tem uma abordagem quantitativa, não experimental, que busca a relação entre Comunicação Organizacional, Inovação Organizacional e Mudança Organizacional em MPMEs do Valle del Cauca, Colômbia. Para tanto, foram aplicadas estatísticas não paramétricas para explorar as associações entre as variáveis. Os resultados obtidos por meio do coeficiente de correlação de Spearman revelaram fortes associações positivas entre as variáveis estudadas, sugerindo que a comunicação organizacional eficaz facilita a adoção de inovações e gerencia com eficiência as mudanças organizacionais. Esta constatação enfatiza a importância da integração destes aspectos para promover a competitividade e a adaptabilidade no atual contexto empresarial. Este estudo contribui para a compreensão de como as interações entre essas variáveis podem influenciar o desempenho das MPMEs.

Palavras-chave: Inovação, Comunicação Organizacional, Mudança Organizacional, MPMEs.

Introducción

Las micro, pequeñas y medianas empresas, en adelante MiPymes, desempeñan un papel crucial en el desarrollo económico, contribuyendo significativamente a la generación de empleo y al crecimiento de los mercados de la mayoría de los países (Gil y Jiménez, 2020). Nada más el número de MiPymes registradas en la Cámara de Comercio de Cali (2024), correspondientes a los municipios de Santiago de Cali (capital del Valle del Cauca), Jamundí, Yumbo, Dagua, La Cumbre y Vijes, ascendió a 113.112 en 2023, lo que representa un incremento del 16,79 % frente al del año de pandemia. Según el Decreto 957 de 2019 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, MinCIT, las MiPymes se clasifican según su actividad y su ingreso en cuatro niveles, categorizándolas, por tamaño, como micro, pequeñas, medianas y grandes empresas (MinCIT, 2019).

Según Mat et al. (2023), las organizaciones en los últimos años se han enfrentado en un ambiente competitivo con muchas exigencias latentes en el mercado. Por esto, las sociedades están obligadas a adoptar sistemas que faciliten la gestión y control de sus procesos, de sus sistemas financieros y a adquirir información que les facilite mejorar su desempeño (Pérez y Hernández, 2024). Infortunadamente, tal y como afirma Sarmiento et al. (2018), hoy en día la innovación en las MiPymes no forma parte de sus principales objetivos, por tal, la creatividad no se desarrolla o es sofocada, y una empresa incapaz de innovar enfrenta una muerte segura.

Es importante entender que todas las organizaciones deben desarrollar capacidades para mejorar sus procesos, con el fin de fortalecerlos de tal forma que les genere distintivos (Ledesma et al., 2022). La rentabilidad es vital para las empresas, para ello, las mismas deben obtener información, desarrollar habilidades y adquirir experiencia para desarrollar ventajas competitivas y generar conocimiento clave para mejorar sus procesos (Monagas-Docasal, 2012).

Este estudio se enfoca en tres variables críticas que podrían influir en el éxito y la competitividad de las MiPymes en el Valle del Cauca, Colombia: el cambio organizacional, la comunicación organizacional y la innovación. El cambio organizacional se refiere a la capacidad de una empresa para adaptarse a nuevas condiciones y transformaciones en el mercado o el entorno de trabajo (Chernyavs'ka y Kovtun, 2023), teniendo en cuenta nuevas condiciones, nuevas reglas, adaptación de tecnologías y adaptación de nuevas culturas (Gambashidze y Khuchua, 2022). La comunicación organizacional implica los procesos mediante los cuales se intercambia información dentro de la empresa, facilitando la coordinación y el logro de objetivos (Aminudin y Merryam, 2023). La innovación, por otro lado, representa la implementación de nuevas ideas, productos, servicios o procesos que

pueden generar valor agregado a la empresa (Da Silva y Alves, 2022). La relevancia de estudiar estas variables radica en comprender cómo contribuyen al desarrollo y fortalecimiento de las MiPymes, permitiéndoles enfrentar los desafíos del mercado actual con mayor eficacia.

Innovación

Se puede definir a la innovación como la implementación de nuevos procesos administrativos y productivos en la organización, en busca de la mejora de la calidad de los productos existentes; crear nuevos productos, con el fin de alcanzar mayor utilidad en la organización (Chesbrough et al., 2014; Yamakawa y Ostos, 2011). El concepto de innovación surge en la literatura gracias a Schumpeter (1957) con una interpretación relacionada con el cambio técnico, la especialización y la productividad. Por otra parte, Bolwijn y Kumpe (1998) describen una evolución a través de la historia de las organizaciones innovadoras en cuatro conceptos principales: el enfoque de eficiencia en los años cincuenta, el enfoque de calidad en los años setenta, el enfoque de flexibilidad en los ochenta y el enfoque innovador a partir de los noventa. Actualmente, con el gran avance de los entornos digitales, todas las organizaciones están obligadas a implementar estrategias más radicales de innovación en pro a seguir el ritmo de los rápidos cambios que se presentan (Wu et al., 2024). Para implementar la innovación y cosechar beneficios, las organizaciones necesitan adoptar un conjunto de actividades y capacidades que impliquen una nueva mentalidad, estrategia, procesos y resultados (Pereira et al., 2022; Porter y Van der Linde, 1995).

La innovación se ha convertido en un elemento principal para las empresas en el actual mercado globalizado y tan cambiante (Díaz et al., 2023), y es necesaria su gestión para crear valor, diferenciación, ventajas competitivas, rentabilidad y así poder obtener éxito a largo plazo (Bucherer et al., 2012; Hamel y Breen, 2008; Pereira et al., 2022). Según Merx-Chermin y Nijhof (2005) los elementos que influyen en la gestión de innovación son: liderazgo, clima, estructura e integración estratégica. Es importante considerar que el ambiente de innovación en equipo, mediante el apoyo, fomenta la creatividad y la productividad, impulsando el bienestar y el rendimiento de la empresa al mejorar la identificación con el líder y entre empleados (Ren y Shen, 2024). Otros autores concuerdan que los principales elementos que se deben tener en cuenta con la innovación son la tecnología implementada, los procesos reajustados (en los cuales se tiene en cuenta la técnica a aplicar) y el talento humano que interviene en este (Alshwayat et al., 2023; Galicia-Haro et al., 2022; Kakakhel y Khalil, 2022; Londoño, 2015; Pereira et al., 2022; Slavec et al., 2023; Tao et al., 2023).

La innovación y el cambio organizacional

Entre los tres elementos mencionados, cuando se habla de los procesos se debe considerar que las empresas al querer tener control sobre ellos, buscan la estandarización de los mismos implementando parámetros y regulaciones por escrito (Daugherty et al., 2006), lo que obliga a sus empleados a limitarse a cumplir esas declaraciones formales al pie de la letra, pero, a su vez, los limita a innovar o a buscar nuevas y mejores formas de ejecutar las tareas y los procesos, por lo que un alto nivel de formalización obstaculiza la innovación y el cambio en las organizaciones (Alshwayat et al., 2023).

Según Díaz et al. (2023) se está viviendo una cuarta Revolución Industrial, caracterizada por cambios exponenciales; las empresas enfrentan el desafío de incrementar su competitividad en un mundo VICA (volátil, incierto, complejo y ambiguo), invirtiendo en innovación para adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y ofrecer mejores productos o servicios, lo que les obliga a generar cambios organizacionales que se ven más marcados en sus procesos.

En la gestión de procesos, Hamel (2000) señala que las empresas deben adaptar sus métodos de gestión para fomentar la innovación; esto implica pasar de enfoques tradicionalistas que promueven el conformismo y la continuidad, a prácticas más flexibles y orientadas hacia la creatividad y la adaptación al cambio. Los procesos deben, entonces, ser flexibles, facilitando que se determinen claramente las actividades que pertenecen a este, para entender cómo están compuestas y cómo pueden ser mejoradas; de esto la importancia de contar con procesos de innovación dentro de las organizaciones que faciliten acceder al conocimiento necesario y adecuado para la transformación de dichas actividades y, por ende, los procesos a los que pertenecen, sin entorpecer su función natural ni el de la organización (Bašić, 2021), lo cual puede alejarla del cumplimiento de sus objetivos. Por tal razón este estudio propone la siguiente hipótesis a considerar:

(H₁): Existe una relación significativa entre el cambio organizacional y la innovación en las MiPymes estudiadas.

Al hablar del talento humano como tercer elemento, según Saavedra y Jiménez (2014), el desarrollo de competencias y habilidades del personal es esencial para incorporar la innovación como una capacidad organizativa. Esto implica brindar oportunidades de formación sistemática y multidisciplinaria, permitiendo que los empleados adquieran las destrezas necesarias para generar y aplicar ideas innovadoras en sus áreas de trabajo.

La innovación y la comunicación organizacional

Cuando se habla de la innovación se debe entender que esta va vinculada estrechamente con la comunicación organizacional y que son cruciales para el éxito de cualquier organización. La comunicación efectiva, como se destaca en diversos estudios (Bukhari y Mehmood, 2022; Gularso y Subekti, 2023; Munna, 2023), juega un papel fundamental en el fomento de la innovación dentro de las organizaciones (Vrgović et al., 2022).

La comunicación organizacional se integra con los sistemas de gestión para potenciar la coordinación y lograr objetivos mediante el intercambio de información dentro de la empresa, de ahí la importancia de que esta comunicación sea transformadora y que, manejada por parte de los líderes, ayude a mediar entre el liderazgo transformacional y la cultura de innovación organizacional, lo que se vuelve crucial para implementar nuevos sistemas y fomentar la creatividad dentro de una organización (Gularso y Subekti, 2023). Además, la integración efectiva de canales en línea y fuera de línea fortalecen la comunicación y ayudan al fomento de la comunicación interdepartamental, misma que evita la duplicidad de esfuerzos, incentiva nuevas prácticas y puede potencializar la innovación organizacional (De Oliveira, 2022; Koturanova et al., 2023; Mautino y Lorenzen, 2013). Entendiendo estos elementos, si los directivos dejan de tener una efectiva comunicación con el resto de los participantes de la organización, la gestión del cambio organizacional se puede ver entorpecida, puesto que se impide la comprensión de los principios y los objetivos del cambio (Ada et al., 2018), lo que lleva a mal encaminar los esfuerzos y no aportar a la consecución del cambio. En consecuencia, no importa qué tan bien diseñado y planeado esté el cambio, los resultados esperados y los objetivos organizacionales no se lograrán. Por ello, se propone la siguiente hipótesis de asociación entre la innovación y el cambio organizacional.

(H₂): Existe una relación significativa entre la innovación y la comunicación organizacional en las MiPymes estudiadas.

La comunicación efectiva como competencia desarrollada en el personal de una empresa, hace que en el cambio organizacional se mantenga una cohesión entre las partes, puesto que genera confianza y alinea las partes interesadas (De Kock, 2010; Verghese, 2021). Esto permite encontrar la relación entre la comunicación organizacional y el cambio organizacional.

La comunicación organizacional y el cambio organizacional

La comunicación organizacional juega un papel fundamental en la gestión del cambio organizativo (Aprianto et al., 2023a; Aprianto et al., 2023b; Ellis et al., 2023). Los líderes, en diversos niveles, redefinen sus roles y facilitan el cambio a través de una comunicación efectiva (Gamble-Smith, 2021). La comunicación organizacional, incluidos los esfuerzos formales e informales, influye en la preparación para el cambio, tanto a nivel individual como grupal, destacando su papel crucial para facilitar los procesos de cambio organizacional (Nguyen et al., 2022).

La comunicación efectiva y personalizada es crucial para un cambio organizacional exitoso, puesto que fomenta la participación del equipo y el logro de metas, destacando la importancia de la comunicación en los procesos de implementación del cambio (Voica et al., 2021), lo que reduce la incertidumbre en los procesos de cambio y mejora el compromiso afectivo del empleado hacia su trabajo (Men et al., 2022). Además, se debe considerar al respeto para fortalecer esa comunicación en el cambio organizacional, puesto que se puede considerar al respeto entre equipos de trabajo como una forma de comunicación asertiva, ya que implica considerar y valorar las opiniones y derechos de los demás mientras se defienden los límites personales (Cantero-Sánchez et al., 2021; Vráblová y Halamová, 2022). Entendiendo la importancia de asociación entre la comunicación organizacional y el cambio organizacional, se presenta la siguiente hipótesis:

(H₃): Existe una relación significativa entre la comunicación organizacional y el cambio organizacional en las MiPymes estudiadas.

Metodología

Esta investigación tiene un alcance correlacional, puesto que tiene como objetivo conocer el grado de asociación que existe entre tres variables (Hernández et al., 2014). Además, se utilizó un enfoque cuantitativo no experimental, para determinar dichas asociaciones, existentes entre las variables identificadas en este estudio, sin llegar a manipularlas y poder así visibilizar la naturaleza de estas, de forma numérica. En cuanto a las variables de estudio analizadas, corresponden al Cambio Organizacional, la Comunicación Organizacional y la Innovación.

El método utilizado para este estudio atañe al deductivo, ya que se analizaron teorías y conceptos generales que, después de ser consultados y analizados, sirvieron para describir los contextos particulares de 107 MiPymes, correspondiente a una muestra

no estadística por conveniencia (Polanía et al., 2020), de las cuales 28 pertenecen al municipio de Bugalagrande y 79 al municipio de Santiago de Cali. Cabe aclarar que las respuestas recopiladas corresponden a personal que trabajan en estas.

Para la obtención de los datos se diseñó y aplicó una encuesta estructurada, compuesta por 16 preguntas cerradas, distribuidas en dos secciones. La primera sección (4 preguntas) se destinó a la caracterización de la población de estudio, incluyendo datos demográficos y empresariales relevantes. La segunda parte corresponde a preguntas tipo Likert, de las cuales 4 son ítems de la Comunicación Organizacional, 3 son de la Innovación y 4 del Cambio Organizacional. La validez del cuestionario fue asegurada mediante revisión por expertos en gestión empresarial y metodología de investigación. La escala manejada en cada una de las preguntas, en la segunda parte del instrumento de esta investigación, va de 1 a 5, donde 1 corresponde a “Totalmente en desacuerdo” y 5 a “Totalmente de acuerdo”. El instrumento fue aplicado entre febrero y mayo de 2023.

Tabla 1

Estadísticas de fiabilidad

	Alfa de Cronbach	N de elementos
Todo el Instrumento	0,952	11
Cambio Organizacional	0,894	4
Comunicación Organizacional	0,927	4
Innovación	0,811	3

Nota. Elaboración propia.

Se realizó análisis de fiabilidad que, según Sevilla y Legarreta-González (2022) “se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales”. Este análisis se fundamentó en el alfa de Cronbach, el cual dio como resultado 0.952 de las 107 encuestas aplicadas *in situ*, como se puede observar en la Tabla 1.

El alfa de Cronbach es frecuentemente utilizado en la literatura científica para la validación de un cuestionario de escala, como la Likert, y permite cuantificar la correlación que existen entre las preguntas del instrumento que la componen. Los análisis estadísticos se realizaron con el aplicativo Jamovi versión 2.3.28.0, para Mac (The Jamovi Project, 2022), el cual permitió la realización del análisis descriptivo de la investigación, además del análisis inferencial con el estadístico de Kolmogorov-Smirnov y Rho de Spearman.

En este estudio se obtuvo consentimiento informado de todos los participantes, donde se les aseguró la confidencialidad de la información proporcionada y el uso de los datos exclusivamente para fines académicos y de investigación.

Resultados

Como resultados de caracterización se tiene los datos acumulados en la Tabla 2 que corresponden a la ciudad y sector económico al que pertenecen las MiPymes. Es indispensable determinar que la mayor distribución de MiPymes corresponde a la ciudad de Santiago de Cali, en el sector terciario (servicios), con un 44,9 % de la población total encuestada, seguido de un 18,7 % en el sector secundario (transformación de materia prima) en la misma ciudad.

Tabla 2

Datos de caracterización de las MiPymes encuestadas. Ciudad y sector productivo

Ciudad		Sector			Total
		Terciario (servicios)	Secundario (transformación de materia prima)	Primario (agrícola, pecuaria, pesquera, silvícola y la minería)	
Santiago de Cali	Observado	48	20	11	79
	% del total	44,9%	18,7%	10,3%	73,8%
Bugalagrande	Observado	19	9	0	28
	% del total	17,8%	8,4%	0,0%	26,2%
Total	Observado	67	29	11	107
	% del total	62,6%	27,1%	10,3%	100,0%

Nota. Elaboración propia.

En la Tabla 3 se puede apreciar la distribución de las MiPymes encuestadas por ciudad y la cantidad de empleados. En este caso, la distribución de la población tiende más a empresas de 101 empleados o más, con un 41,1 %, en la ciudad de Santiago de Cali, seguido por el 25,2 % del total de la población encuestada de MiPymes, que cuentan con 1 a 20 empleados en el municipio de Bugalagrande. Ninguna de las MiPymes encuestadas en el municipio de Bugalagrande cuenta con más de 101 empleados o más.

Tabla 3

Datos de caracterización de las MiPymes encuestadas. Ciudad y cantidad de empleados

		Cantidad de Empleados				
Ciudad		1 - 20	21 - 50	51 - 100	101 o más	Total
Santiago de Cali	Observado	17	9	9	44	79
	% del total	15,9%	8,4%	8,4%	41,1%	73,8%
Bugalagrande	Observado	27	1	0	0	28
	% del total	25,2%	0,9%	0,0%	0,0%	26,2%
Total	Observado	44	10	9	44	107
	% del total	41,1%	9,3%	8,4%	41,1%	100,0%

Nota. Elaboración propia.

Los descriptivos de los ítems de cada variable se pueden observar en la Tabla 4, donde se establece la media, mediana, desviación estándar, varianza y los valores mínimos y máximos determinados por los encuestados.

Tabla 4

Datos descriptivos de los ítems de las variables de estudio

	Media	Mediana	DE	Varianza	Mínimo	Máximo
Co01	4.23	5	0.996	0.992	1	5
Co02	4.27	5	0.947	0.898	1	5
Co03	4.45	5	0.792	0.627	2	5
Co04	4.49	5	0.769	0.592	2	5
In1	4.11	5	1.284	1.648	1	5
In2	4.10	5	1.189	1.414	1	5
In3	4.13	5	1.214	1.473	1	5
Ca01	4.21	5	1.133	1.284	1	5
Ca02	4.20	5	1.050	1.103	1	5
Ca03	3.93	4	1.319	1.741	1	5
Ca04	4.30	5	0.903	0.815	1	5

Nota. Elaboración propia.

Los datos fueron sometidos a la prueba de normalidad para determinar si tienen una distribución normal o no. Para ello se plantean las siguientes hipótesis:

Hipótesis nula (H_0): Los datos tienen una distribución normal.

Hipótesis alterna (H_a): Los datos no tienen una distribución normal.

Se deben tener en cuenta los siguientes criterios:

Si $p \geq 0.05$, entonces se rechaza la H_a y acepta la H_0 . Por lo tanto, se aplica la prueba de hipótesis paramétrica de Pearson.

Si $p < 0.05$, entonces se rechaza la H_0 y acepta la H_a . Por lo tanto, se aplica la prueba de hipótesis no paramétrica de Spearman.

En la Tabla 5 se puede observar los resultados de la prueba de Kolmogorov-Smirnov, que se utilizó para examinar la normalidad de la distribución de los ítems en estudio. Los resultados muestran que todos los ítems analizados presentan un estadístico significativo con valores p menores que .001. Específicamente, los ítems relacionados con el Cambio Organizacional (CaO_1 , CaO_2 , CaO_3 , y CaO_4) presentaron estadísticos de 0.299, 0.298, 0.282, y 0.304, respectivamente. En el caso de la Innovación, los ítems $In1$, $In2$, e $In3$ mostraron estadísticos de 0.318, 0.277, y 0.286. Por último, los ítems asociados con la Comunicación Organizacional (CoO_1 , CoO_2 , CoO_3 , y CoO_4) exhibieron estadísticos que van desde 0.303 hasta 0.366.

Estos resultados indican que la distribución de las respuestas para cada ítem difiere significativamente de una distribución normal. Dado que la significancia (valor p) es menor que 0.05 en todos los casos, se rechaza la hipótesis nula H_0 de que los datos siguen una distribución normal y se acepta la hipótesis alternativa H_a . Por tanto, es importante considerar el uso de métodos estadísticos no paramétricos para el análisis de estos datos, debido a su distribución no normal. Por esta razón, se determina realizar asociaciones de los datos con el estadístico de Rho de Spearman (Mukherjee et al., 2015).

Tabla 5
Test de normalidad Kolmogorov-Smirnov los ítems de las variables de estudio

Ítem		
CaO1	0.299	<.001
CaO2	0.298	<.001
CaO3	0.282	<.001
CaO4	0.304	<.001
In1	0.318	<.001
In2	0.277	<.001
In3	0.286	<.001

Ítem		
CoO1	0.303	<.001
CoO2	0.321	<.001
CoO3	0.338	<.001
CoO4	0.366	<.001

Nota. Elaboración propia. Basándose a resultados obtenidos con Jamovi.

El análisis de la información recopilada se efectúa mediante el Rho de Spearman, donde el coeficiente de correlación mide el grado de asociación entre dos o más cantidades, pero no tiene en cuenta el nivel de concordancia (Martínez et al., 2009).

Para determinar las correlaciones, se definen los valores de las variables como las sumas de los ítems que las describen. Para el caso de la variable Comunicación Organizacional, se suman los valores respondidos por cada sujeto observado (registro) en los ítems CoOG₁, CoOG₂, CoOG₃ y CoOG₄ y lo mismo se hace con Innovación con sus ítems In1, In2 e In3 y con Cambio Organizacional y sus ítems CaOG₁, CaOG₂, CaOG₃ y CaOG₄.

Tabla 6

Matriz de correlaciones entre las variables Comunicación Organizacional, Innovación y Cambio organizacional

		CoOG	InOG	CaOG	
CoOG	Rho de Spearman	—			
	gl	—			
	valor p	—			
InOG	Rho de Spearman	0.811	***	—	
	gl	105	—		
	valor p	<.001	—		
CaOG	Rho de Spearman	0.816	***	0.918	***
	gl	105	105	—	
	valor p	<.001	<.001	—	

Nota. Elaboración propia. Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

El análisis de la matriz de correlaciones presentada en la Tabla 6 revela relaciones significativas entre las variables Comunicación Organizacional (CoOG), Innovación (InOG) y Cambio Organizacional (CaOG), las cuales son fundamentales para entender la dinámica organizacional en el contexto evaluado. La correlación entre

Comunicación Organizacional e Innovación es fuerte y positiva, como lo indica un coeficiente de Rho de Spearman de 0.811 ($p < .001$, $gl = 105$), lo que sugiere que mejoras en la comunicación organizacional están asociadas con incrementos en los niveles de innovación dentro de la organización.

De manera más destacada, la correlación entre Innovación (InOG) y Cambio Organizacional (CaOG) se muestra excepcionalmente fuerte con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.918 ($p < .001$, $gl = 105$), indicando que la innovación juega un papel crítico en la facilitación y promoción del cambio organizacional. De igual manera, la correlación entre Comunicación Organizacional (CoOG) y Cambio Organizacional (CaOG) resulta significativa y robusta, con un coeficiente de 0.816 ($p < .001$, $gl = 105$), enfatizando el papel vital de la comunicación efectiva como un precursor del cambio organizacional. Los valores p por debajo de .001 en todas las correlaciones refuerzan la confiabilidad estadística de estas relaciones, mientras que los grados de libertad ($gl = 105$) aseguran una amplia cantidad de MiPymes consideradas en el análisis, lo que otorga solidez a las conclusiones extraídas.

Conclusiones

Teniendo en cuenta los resultados de la Tabla 6, se puede asegurar que existe una asociación positiva muy fuerte entre la Innovación (InOG) y el Cambio Organizacional (CaOG) en las MiPymes estudiadas, demostrado por el coeficiente de Rho de Spearman de 0.918; además, se debe dejar claro que dicha asociación es muy significativa ($p < .001$, $gl = 105$), por tal motivo se acepta la primera hipótesis (H_1).

En la Tabla 6 también se evidencia que existe una asociación positiva considerable entre la Innovación (InOG) y la Comunicación Organizacional (CoOG) en las MiPymes estudiadas, sustentado por el coeficiente de Rho de Spearman de 0.811, misma que es muy significativa con un $p < .001$ ($gl = 105$); por ello, se acepta la segunda hipótesis (H_2).

Finalmente, los datos de la Tabla 6 demuestran que existe una asociación positiva considerable entre la Comunicación Organizacional (CoOG) y el Cambio Organizacional (CaOG) en las MiPymes estudiadas, soportado por el coeficiente de Rho de Spearman de 0.816, asociación que es muy significativa con un $p < .001$ ($gl = 105$), lo que permite concluir que se acepta la tercera hipótesis (H_3).

Las correlaciones significativas encontradas entre las variables sugieren una asociación fuerte. Esto indica que las MiPymes que fomentan la innovación tienden también a implementar cambios organizacionales efectivos y a mantener

una comunicación organizacional robusta.

Este estudio empírico se desarrolló con el fin de determinar la relación que tienen las variables analizadas en las MiPymes del Valle del Cauca, lo que facilita a este tipo de empresas tener criterios para tomar decisiones y mejorar sus procesos, sobre todo al momento de innovar. Los resultados obtenidos facilitan entender estas relaciones y ver la incidencia que tienen con las organizaciones.

Estos hallazgos resaltan la importancia de fomentar una cultura de comunicación abierta y de innovación continua para facilitar y sostener el cambio organizacional. La investigación apoya la noción de que las prácticas de comunicación y la innovación son pilares fundamentales para el éxito y adaptabilidad de las organizaciones en entornos dinámicos y cambiantes.

Las MiPymes deben implementar estrategias para mejorar los procesos de comunicación, teniendo herramientas efectivas que faciliten dicho proceso, donde se evidencie la idea y sus soportes. Además, la empresa debe fomentar, culturalmente, un lenguaje empresarial que facilite el entendimiento de los procesos de la misma. Esto se puede alcanzar con los líderes de dichos procesos, quienes son los ideales para fomentar estas buenas prácticas de comunicación efectiva, lo que ayudaría a que se den y se entiendan las instrucciones y existan elementos de retroalimentación para la mejora. Otros elementos a considerar dentro de estas estrategias van de la mano con el incentivo que se les dé a los empleados para promover el efectivo cambio organizacional, cuando este sea necesario en la aplicación de innovación, lo que puede generar una cultura de cambio en donde se promueva, no solamente a participar, sino a ser propositivos con nuevas ideas o consideraciones de mejora cuando se tome una decisión. Se recomienda que estos elementos sean manejados con capacitaciones y seguimiento a los empleados, y a las acciones y decisiones tomadas por los líderes, solamente así se podrá llegar a una verdadera cultura de sana y efectiva comunicación, de innovación en procesos y de cambio y transformación organizacional, lo que dará pie al crecimiento y el desarrollo de una ventaja competitiva que facilite a las MiPymes del Valle del Cauca a permanecer y a crecer en el mercado.

Recomendaciones a futuras investigaciones

Este estudio se centró en encontrar la relación que tienen las variables de Innovación, Comunicación Organizacional y Cambio Organizacional en las MiPymes del Valle del Cauca, en 2 de sus municipios. En ningún momento se tuvo en cuenta a empresas grandes, por lo que se puede ampliar el estudio a estas organizaciones, teniendo en cuenta todo el contexto que esto implique. Por otra parte, puede ampliarse el

estudio a más municipios del Valle del Cauca, para fortalecer la percepción de las tres variables en las MiPymes del Valle del Cauca.

Otro elemento importante a considerar es que al momento de obtener información de las empresas se tuvo poco acceso a las MiPymes que están en el sector primario (agrícola, pecuaria, pesquera, silvícola y la minería), esto se debe a su lejana ubicación y a que muchas de las empresas dedicadas al sector primario en la región son muy informales y no se obtiene fácilmente datos de contacto. Se recomienda, en próximas investigaciones, considerar una exploración física de mayor rango para alcanzar más información de este sector en particular.

Declaración de conflictos de interés

Los autores declaran no tener ningún conflicto de interés en ninguna de las etapas realizadas en este estudio.

Referencias

- Ada, Ş., Ayik, A., & Tutí, G. (2018). Analyzing the relationship between the innovation management competencies of the school administrators and organizational communication. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(25), 1948-1960. <https://doi.org/10.26450/jshsr.571>
- Alshwayat, D., Elrehail, H., Shehadeh, E., Alsali, N., Shamout, M. D., & Rehman, S. (2023). An exploratory examination of the barriers to innovation and change as perceived by senior management. *International Journal of Innovation Studies*, 7(2), 159-170. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2022.12.005>
- Aminudin, M., & Merryam, A. (2023). Peranan Teknologi Informasi Dalam Komunikasi Organisasi Dimasa Pandemi. *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Dan Politik (KONASPOL)*, 1, 59-70. <https://doi.org/10.32897/konaspol.2023.1.0.2358>
- Aprianto, Y., Kumorotomo, W., & Rajiyem, R. (2023). Making sense of leadership communication in organizational change: A literature review. *Journal of Namibian Studies*, 33(2023), 2643-2664. <https://doi.org/10.59670/jns.v33i.648>

- Aprianto, Y., Kumorotomo, W., & Rajiyem, R. (2023b). Komunikasi Kepemimpinan dalam Perubahan Organisasi Pemerintah. *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.22146/jmki.83297>
- Bašić, M. (2021). Organisational learning antecedents and open innovation: Differences in internationalisation level. *International Journal of Innovation Studies*, 5(4), 161-174. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2021.12.001>
- Bolwijn, P., & Kumpe, T. (1998). *Marktgericht Ondernemen, Management van continuïteit en vernieuwing*. Van Gorcum.
- Bucherer, E., Eisert, U., & Gassmann, O. (2012). Towards Systematic Business Model Innovation: Lessons from Product Innovation Management. *Creativity and Innovation Management*, 21(2), 183-198. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2012.00637.x>
- Bukhari, Z. Y., & Mehmood, K. K. (2022). The Mediating role of Effective Communication between Organization Strategy, Structure, Culture and Organization Performance. *Review of Education, Administration & Law*, 5(4), 543-557. <https://doi.org/10.47067/real.v5i4.289>
- Cámara de Comercio de Cali. (2024). *RITMO EMPRESARIAL #47*. Cámara de Comercio de Cali. <https://www.ccc.org.co/inc/uploads/2024/02/Ritmo-Empresarial-56-VF.pdf>
- Cantero-Sánchez, F. J., León-Rubio, J. M., Vázquez-Morejón, R., & León-Pérez, J. M. (2021). Evaluation of an Assertiveness Training Based on the Social Learning Theory for Occupational Health, Safety and Environment Practitioners. *Sustainability*, 13(20), 11504. <https://doi.org/10.3390/su132011504>
- Chernyavs'ka, I., & Kovtun, R. (2023). Management of organizational changes as a direction of improving the organization's activities. *Economic bulletin of the Dniprovsk State Technical University*, 2(5), 42-51. [https://doi.org/0.31319/2709-2879.2022iss2\(5\).270793pp42-51](https://doi.org/0.31319/2709-2879.2022iss2(5).270793pp42-51)
- Chesbrough, H., Bogers, M., & West, J. (2014). *Explicating Open Innovation: Clarifying an Emerging Paradigm for Understanding Innovation*. Oxford Scholarship Online.
- Da Silva, M., & Alves, L. C. (2022). The management of innovation to generate added value in the flexographic processes: a case study in the company supply etiquetas. *Independent Journal of Management & Production*, 13(2), 667-692. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v13i2.1606>

- Daugherty, P. J., Richey, R. G., Roath, A. S., Min, S., Chen, H., Arndt, A. D., & Genchev, S. E. (2006). Is collaboration paying off for firms? *Business Horizons*, 49, 61-70. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2005.06.002>
- Decreto número 957 de 5 de junio de 2019. (2019, 5 de junio). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/555adb9d-8a48-45f3-a2a5-1ee9b35b2d09/Decreto-957-Portel-cual-se-adiciona-el-capitulo-13.aspx>
- De Kock, Y. (2010). *A communication perspective on change management : a case study of the Government Communication and Information System (GCIS) in KwaZulu-Natal [Dissertation for the Master's Degree of Technology: Public Relations Management]*. Durban University of Technology. <https://doi.org/10.51415/10321/527>
- De Oliveira Junior, E. F. (2022). A comunicação como fator de engajamento no processo de inovação nas organizações. *Brazilian Journal of Development*, 8(4), 29234-29247. <https://doi.org/10.34117/bjdv8n4-422>
- Díaz, M. V., García, M. D. y Martínez, G. (2023). Una metodología de la Administración pública para innovar en la empresa privada. *Suma de Negocios*, 14(31), 102-110. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2023.V14.N31.A2>
- Ellis, L. A., Tran, Y., Pomare, C., Long, J. C., Churruca, K., Saba, M., & Braithwait, J. (2023). Hospital organizational change: The importance of teamwork culture, communication, and change readiness. *Frontiers in Public Health*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1089252>
- Galicia-Haro, E. F., Coria-Páez, A. L. y Gutiérrez-Galicia, F. (2022). Desigualdad de la Innovación en México. *Investigación Administrativa*, 51(129). <https://doi.org/10.35426/IAv51n129.07>
- Gambashidze, T., & Khuchua, N. (2022). Peculiarities of Making Changes in Organizations. -----, 105(3), 325-330. <https://doi.org/10.36962/ecs105/3/2022-319>
- Gamble-Smith, J. (2021). *A case study on the perceptions of a past organizational change, with a specific focus on communication during reorganization*. [Tesis Doctoral para optar por el título de Doctor of Education]. Northeastern University. <https://doi.org/10.17760/D20412886>
- Gil, A. A. y Jiménez, J. J. (2020). El contexto económico global de la PYME. *Revista Páginas*, 95, 155-179. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5213948.pdf>

- Gularso, K., & Subekti, I. (2023). The Role of Transformative Communication in Creating a Culture of Innovation. *Interdisciplinary Social Studies*, 2(7), 2172-2185. <https://doi.org/10.55324/iss.v2i7.441>
- Hamel, G. (2000). *Liderando la revolución*. Gestión 2000.
- Hamel, G. y Breen, B. (2008). *El futuro de la Administración*. Norma S.A. https://www.google.com.co/books/edition/El_Futuro_De_la_Administracion/zr04aelBHnC?hl=es&gbpv=1
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). McGraw Hill.
- Kakakhel, F. J., & Khalil, S. H. (2022). Deciphering the black box of HPWSeinnovation link: Modeling the mediatory role of internal social capital. *International Journal of Innovation Studies*, 6, 78-91. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2022.04.004>
- Koturanova, T., Barannik, I., & Tsegelnik, Y. (2023). The role of innovation in communication management. *Economic Scope*, 184, 95-100. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/184-16>
- Ledesma, P. C., Muriel, D. M. y Jiménez, V. (2022). Modelo de generación de valor en las microempresas de la comuna 1 de la ciudad de Santiago de Cali, Colombia. *Revista científica Hermes*, 32, 271-291. <https://doi.org/10.21710/rch.v32i.665>
- Londoño Rua, J. E. (2015). Tecnología como factor de innovación en empresas colombianas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 20(70), 201-216. <https://doi.org/10.37960/revista.v20i70.19993>
- Martínez, R. M., Tuya, L. C., Martínez, M., Pérez, A. y Cánovas, A. M. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman caracterización. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 8(2). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180414044017>
- Mat, N. N., Tuan, M., & Abdullah, A. (2023). Environmental management accounting system adoption and sustainability performance: Triple bottom line approach. *Management and accounting review*, 22(1). <https://doi.org/10.24191/MAR.V22i01-10>

- Mautino, M., & Lorenzen, M. (2013). Interdepartmental communication in academic libraries. *Workplace Culture in Academic Libraries The Early 21st Century*, 203-218. <https://doi.org/10.1016/B978-1-84334-702-6.50013-7>
- Men, L. R., Neill, M. S., & Verghese, A. K. (2022). The Role of Channel Selection and Communication Transparency in Enhancing Employee Commitment to Change. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/10776990221100518>
- Merx-Chermin, M., & Nijhof, W. J. (2005). Factors influencing knowledge creation and innovation in an organisation. *Journal of European Industrial Training*, 29(2), 135-147. <https://doi.org/10.1108/03090590510585091>
- Monagas-Docasal, M. (2012). El capital intelectual y la gestión del conocimiento. *Ingeniería Industrial*, XXXIII(2), 142-150. <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433580006.pdf>
- Mukherjee, S., Jafari, F., & Kim, J.-M. (2015). Optimization of Spearman's Rho. *Revista Colombiana de Estadística*, 38(1), 209-218. <https://doi.org/10.15446/rce.v38n1.48811>
- Munna, A. S. (2023). Effective Interdepartmental Communication as a Medium of Innovativeness. *IGI Global*, 300-312. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-5216-5.ch016>
- Nguyen, P. T., Rafferty, A., Schwarz, G. M., & Minbashian, A. (2022). The Multilevel Linkage Between Organizational Communication and Readiness for Change. *Academy of Management*, 2022(1), 15314. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2022.15314abstract>
- Pereira, B. A., Lohmann, G., & Houghton, L. (2022). Technology trajectory in aviation: Innovations leading to value creation (2000 - 2019). *International Journal of Innovation Studies*, 6, 128-141. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2022.05.001>
- Pérez, M. A., & Hernández, M. (2024). La administración de costos y la atención al cliente en el desempeño empresarial: un caso de la industria de la confección. *Revista Académica & Negocios*, 10(1), 145-162. <https://doi.org/10.29393/RAN10-8ACMM20008>
- Polanía, C. L., Cardona, F. A., Castañeda, G. I., Vargas, I. A., Calvache, O. A. y Abanto, W. I. (2020). *Metodología de Investigación Cuantitativa &*

Cualitativa Aspectos conceptuales y prácticos para la aplicación en niveles de educación superior. Institución Universitaria Antonio José Camacho. <https://repositorio.uniajc.edu.co/handle/uniajc/596>

- Porter, M. E., & Van der Linde, C. (1995). Toward a New Conception of the Environment-Competitiveness Relationship. *Journal of Economic Perspectives*, 9(4), 97-118. <https://doi.org/10.1257/jep.9.4.97>
- Ren, L., & Shen, H. (2024). The relationship between servant leadership and team innovation performance: Mediating effect of self-efficacy. *Heliyon*, 10(6), e27723. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e27723>
- Saavedra, N. F. y Jiménez, F. Y. (2014). Necesidades de Innovación y Tecnología para la industria de petróleo y gas en Colombia. *Revista de Ingeniería*, 1(40), 50-56. <https://doi.org/10.16924/revinge.40.7>
- Sarmiento, S., Nava, V., Carro, J. y Hernández, C. (2018). Estudio comparativo de los factores de innovación en la pequeña y mediana empresa de manufactura textil. *Contaduría y Administración*, 63(3), 1-24. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1268>
- Schumpeter, J. A. (1957). *Teoría del desenvolvimiento económico*. Fondo de Cultura Económica.
- Sevilla, J. A., García, F. y Legarreta-González, M. A. (2022). Determinantes del emprendimiento en estudiantes universitarios en Tamaulipas, México. *novaRUA Revista Universitaria de Administración*, 14(24), 8-29. <https://doi.org/10.20983/novarua.2022.24.1>
- Slavec, A., Hoeben, A. D., Moreno-Torres, M., Primožič, L., & Sterm, T. (2023). When intentions do not matter: Climate change mitigation and adaptation innovations in the Forest-based sector. *Forest Policy and Economics*, 157, 103074. <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2023.103074>
- Tao, Z., Ren, Z., Chen, Y., Huang, X., & Liu, X. (2023). Pathway to sustainable economic growth: Linkage among energy consumption, carbon emissions, climate change and technological innovation. *Energy Strategy Reviews*, 50, 101253. <https://doi.org/10.1016/j.esr.2023.101253>
- The Jamovi Project. (2022). jamovi (Version 2.3) [Software]. <https://www.jamovi.org>
- Verghese, A. K. (2021). Strategic Change Communication. En L. R. Men, & A.

- T. Verčič, *Current Trends and Issues in Internal Communication. New Perspectives in Organizational Communication* (pp. 183-199). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-78213-9_11
- Voica, O. M., Veith, C., & Isbaita, I. (2021). Aspects of organizational communication influencing the success of change. *EconPapers*, 15(1), 849-858. <https://doi.org/10.24818/IMC/2021/05.03>
- Vráblová, V., & Halamová, J. (2022). Short version of the Scale for Interpersonal Behavior: Slovak translation and psychometric analysis. *Front. Psychol*, 13(2022). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1024530>
- Vrgović, P., Walton, A. L., Sandall, D. L., & Dinić, B. (2022). Measuring Employees' Communication for Innovation: The Employee Innovation Potential Scale. *Journal of Personnel Psychology*, 22(1), 43–51. <https://doi.org/10.1027/1866-5888/a000306>
- Wu, F.-S., Tsai, C.-C., Wu, C.-H., & Lo, T.-H. (2024). An exploratory study of breakthrough innovations in digital businesses: The case of the Perfect Corporation. *Technological Forecasting and Social Change*, 201, 123233. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123233>
- Yamakawa, P., & Ostos, J. (2011). Relación entre innovación organizacional y desempeño organizacional. *Universidad & Empresa*, 13(21). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18721005>