

Gestión de la innovación en el comercio de ropa masculina en ABDALA hermanos S.A.S en el contexto de diversidad Regional

Keyli Johanna Gómez Martínez
Código estudiantil: 2022220126180

Luis Carlos Jimenez Jaimes
Código estudiantil: 2023120127275

Trabajo de Investigación presentado como requisito para optar el título de:
Magíster en Administración de Empresas e Innovación

Tutor:
Mg. **Margarita Rosa Triana Sanchez**

Cotutor:
Mg. **Miguel Eduardo Posada Haddad**

RESUMEN

Las empresas familiares representan un sector importante de la economía, pero a menudo enfrentan desafíos en términos de innovación. La falta de enfoque en la innovación puede afectar su competitividad y sostenibilidad. En el caso de Abdala Hnos S.A.S., la empresa ha operado durante décadas en un sector en constante evolución, donde factores como la tecnología, la sostenibilidad y las preferencias cambiantes de los consumidores son claves para su éxito. Estudios previos han demostrado que la innovación en empresas familiares está influenciada por la cultura organizacional, el liderazgo y la disponibilidad de recursos. En el caso del comercio de ropa masculina, la digitalización y el comercio electrónico han transformado la industria, exigiendo a las empresas una mayor adaptabilidad para mantenerse competitivas. El objetivo principal del estudio es analizar la gestión de la innovación en Abdala Hnos S.A.S. dentro de un contexto de diversidad regional.

La investigación adopta un enfoque positivista y cuantitativo, permitiendo medir objetivamente el impacto de las prácticas de innovación en la competitividad empresarial. La población de estudio está compuesta por empleados de Abdala Hnos S.A.S. Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando 64 empleados. Para la recolección de datos, se diseñó una encuesta tipo Likert, evaluando aspectos relacionados con estrategias, procesos y resultados de innovación. El análisis de los datos se realizó mediante herramientas estadísticas, enfocándose en tendencias, correlaciones y diferencias entre las regiones donde opera la empresa.

Los resultados de la investigación evidenciaron que Abdala Hnos S.A.S. ha desarrollado estrategias de innovación con impacto positivo en su competitividad, pero con diferencias significativas según la región en la que opera. Se identificó que la alta dirección muestra un compromiso con la innovación, aunque algunos empleados perciben una falta de promoción activa de estas iniciativas. En términos de recursos, la empresa dispone de herramientas tecnológicas adecuadas, pero es necesario fortalecer la capacitación del personal para optimizar su uso. Asimismo, se encontró que la empresa realiza análisis del entorno competitivo y ajusta su enfoque innovador en función de las tendencias del mercado; sin embargo, la velocidad en la implementación de cambios aún puede mejorar.

A nivel regional, se observó que en ciudades con alta competencia, como Bogotá y Medellín, la empresa ha implementado estrategias más agresivas de marketing digital y diversificación de productos, mientras que en Cúcuta la innovación se ha enfocado en la mejora del servicio al cliente y la personalización de productos. Además, se identificó que la flexibilidad organizativa es una fortaleza de la empresa, permitiéndole adaptarse a nuevas circunstancias. No obstante, es necesario reforzar la comunicación interna sobre los resultados de los análisis de mercado y mejorar la rapidez en la respuesta a los cambios del entorno competitivo, asegurando que las estrategias innovadoras se implementen de manera uniforme en todas las ciudades donde la empresa tiene presencia.

El estudio evidencia que la innovación es un factor clave para la sostenibilidad de Abdala Hnos S.A.S. y que su éxito depende de la capacidad de adaptación a las condiciones regionales. Se recomienda fortalecer la formación en innovación, mejorar la comunicación interna sobre estrategias innovadoras y fomentar una mayor agilidad en la toma de decisiones. Además, se destaca la necesidad de un modelo de gestión de la innovación que contemple la diversidad regional como un factor determinante en la competitividad.

Palabras clave: Gestión de la innovación, empresas familiares, diversidad regional, comercio de ropa masculina, estrategias competitivas.

ABSTRACT

Family businesses represent a significant sector of the economy, yet they often face challenges in terms of innovation. A lack of focus on innovation can impact their competitiveness and sustainability. In the case of Abdala Hnos S.A.S., the company has operated for decades in a constantly evolving sector, where factors such as technology, sustainability, and changing consumer preferences are key to success. Previous studies have shown that innovation in family businesses is influenced by organizational culture, leadership, and resource availability. In the men's clothing trade, digitalization and e-commerce have transformed the industry, requiring businesses to be more adaptable to remain competitive. The primary objective of this study is to analyze innovation management in Abdala Hnos S.A.S. within the context of regional diversity.

The research adopts a positivist and quantitative approach, allowing for an objective measurement of the impact of innovation practices on business competitiveness. The study population consists of Abdala Hnos S.A.S. employees. A non-probabilistic convenience sampling method was used, selecting 64 employees. Data collection was conducted through a Likert-type survey, evaluating aspects related to innovation strategies, processes, and outcomes. Statistical tools were used for data analysis, focusing on trends, correlations, and differences across the regions where the company operates.

The research findings revealed that Abdala Hnos S.A.S. has developed innovation strategies with a positive impact on its competitiveness, though with significant regional differences. It was identified that top management is committed to innovation, although some employees perceive a lack of active promotion of these initiatives. Regarding resources, the company has adequate technological tools, but training efforts need to be strengthened to optimize their use. Additionally, the company monitors the competitive environment and adjusts its innovation strategies according to market trends; however, the speed of change implementation can still be improved.

At a regional level, in highly competitive cities such as Bogotá and Medellín, the company has implemented more aggressive digital marketing strategies and product diversification. In contrast, in Cúcuta, innovation has been focused on customer

service improvements and product personalization. The study also identified that organizational flexibility is one of the company's strengths, allowing it to adapt to new circumstances. Nevertheless, internal communication about market analysis results needs to be reinforced, and the response time to competitive changes must be improved to ensure that innovation strategies are implemented uniformly across all cities where the company operates.

Conclusions

The study confirms that innovation is a key factor for the sustainability of Abdala Hnos S.A.S., and its success depends on its ability to adapt to regional conditions. It is recommended to enhance innovation training, improve internal communication regarding innovation strategies, and promote greater agility in decision-making. Furthermore, the study highlights the need for an innovation management model that considers regional diversity as a key factor in competitiveness.

Keywords: Innovation management, family businesses, regional diversity, men's clothing trade, competitive strategies.

REFERENCIAS

1. Accenture. (2023). *El futuro de la moda: cómo la tecnología está transformando la industria.*
2. Báez-Roa, M. P., Puentes-Montañez, G. A., & Sosa, V. C. (2021). Las buenas prácticas de gobierno corporativo en empresas familiares del sector carrocero de Duitama, Colombia. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 11(2), 261-272. <https://doi.org/10.19053/20278306.v11.n2.2021.12755>
3. Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

4. Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2006). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework*. Jossey-Bass.
5. Camp, R. C. (1989). *Benchmarking: The search for industry best practices that lead to superior performance*. ASQC Quality Press.
6. Chesbrough, H. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business School Press.
7. Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
8. Chua, J. H., Chrisman, J. J., & Sharma, P. (1999). Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(4), 19-39.
9. Craig, J., & Moores, K. (2006). A 10-year longitudinal investigation of strategy, systems, and environment on innovation in family firms. *Family Business Review*, 19(1), 1-10.
10. Deloitte. (2022). *Potencias globales de los bienes de lujo: El nuevo consumidor de lujo*.
11. Euromonitor International. (2022). *Ropa masculina en el mercado global*.
12. Forrester Research. (2022). *El impacto de la transformación digital en el comercio minorista*.

13. González, J., & Martínez, L. (2016). La capacitación y su influencia en la innovación de las empresas familiares en Norte de Santander. *Cuadernos de Administración*, 29(53), 5-17.
14. Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations: Software of the mind*. McGraw-Hill.
15. Jaimes Bolívar, G. D., & Albornoz-Arias, N. (2021). Factores que inciden en el proceso de sucesión de empresas familiares. *Pensamiento & Gestión*, (50), 69-99. <https://doi.org/10.14482/pege.50.658.041>
16. Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
17. McKinsey & Company. (2021). *El estado de la moda en 2021: Cómo afrontar la incertidumbre*.
18. Mendoza Briones, A. A. (2018). *La gestión administrativa y su incidencia en la innovación de las medianas empresas comerciales de la ciudad de Manta – Ecuador* [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/7762>

19. Mendoza, D., & García, M. (2015). Barreras para la innovación en empresas familiares en Colombia: Un análisis exploratorio. *Cuadernos de Administración*, 28(50), 9-27.
20. Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2015). How smart, connected products are transforming companies. *Harvard Business Review*, 93(10), 96-114.
21. Ramírez, C., & López, A. (2017). Innovación y alianzas estratégicas: Evidencia de la industria de alimentos procesados en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 33(146), 236-245.
22. Rivero Ponce de León, E. R. (2019). *La influencia de la gestión en la continuidad de las medianas empresas familiares del sector pesca en Lima, 2016 – 2018* [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Contables].
<https://hdl.handle.net/20.500.12672/11322>
23. Sánchez, P., & Pérez, R. (2018). Gestión del conocimiento e innovación en empresas familiares de Norte de Santander, Colombia. *Cuadernos de Administración*, 31(56), 18-32.
24. Statista. (2023). *Tamaño del mercado de ropa masculina a nivel mundial de 2012 a 2031*.
25. Ward, J. L. (2004). *Perpetuating the family business: 50 lessons learned from long-lasting, successful families in business*. Palgrave Macmillan.

26. Zahra, S. A., Hayton, J. C., Neubaum, D. O., Dibrell, C., & Craig, J. (2008).

The effect of international diversification on innovation: Evidence from the multinational enterprise. *Academy of Management Journal*, 51(4), 765-788.