

**DIAGNÓSTICO DE LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR DE
PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE PASTO**

**DIAGNOSIS OF INNOVATION IN THE SECTOR OF
PASTO FOOD AND BEVERAGE PRODUCTION**

**DIAGNÓSTICO DE INOVAÇÃO NO SETOR DE
PRODUÇÃO DE BEBIDAS E ALIMENTOS DE PASTO**

Claudia Magali Solarte Solarte; Gloria Alicia Rivera Vallejo;
Sandra Lucía Bolaños Delgado; Luis Eduardo Benavides Pupiales

Magíster en mercadeo, Universidad de Manizales. Docente Tiempo Completo Programa de Administración de Empresas, Universidad Cesmag. ORCID: 0000-0001-8844-2070. E-mail: cmsolarte@unicesmag.edu.co, Colombia.

Magíster en educación desde la diversidad, Universidad de Manizales. Docente Tiempo Completo Programa de Administración de Empresas, Universidad Cesmag. ORCID: 0000-0001-7568-7466. E-mail: garivera@unicesmag.edu.co, Colombia.

Magíster en mercadeo, Universidad de Manizales. Vicerrectora Académica, Universidad Cesmag. ORCID: 0000-0002-4434-1136. E-mail: sbolanos@unicesmag.edu.co, Colombia.

Magíster en Administración, Universidad del Valle. Docente Tiempo Completo Programa de Administración de Empresas, Universidad Cesmag. ORCID: 0000-0003-2506-7888. E-mail: lebenavides@unicesmag.edu.co, Colombia.

Recibido: 19 de diciembre de 2021

Aprobado: 9 de junio de 2022

DOI: <https://doi.org/10.22267/rtend.222302.202>

Resumen

El estudio pretende fortalecer las capacidades de innovación del sector de producción de alimentos y bebidas del municipio de Pasto para lograr la reactivación económica de la región; de allí la necesidad de realizar una caracterización de la innovación del sector de producción de alimentos y bebidas del municipio de Pasto. La investigación se enmarca en el paradigma positivista, con un enfoque cuantitativo, tipo de investigación descriptivo-analítico; para la obtención de los resultados se empleó el software estadístico SPSS. La población está constituida por 17 empresas del sector de producción de alimentos y bebidas registradas en la Cámara de Comercio de Pasto año 2021, a quienes se les aplicó una encuesta dirigida a los gerentes. Entre los resultados, se encontraron que la mayoría de las empresas presentan la actividad económica 1081 que corresponde a la elaboración de productos de panadería, en su gran mayoría sociedades en comandita por acciones y microempresas no cuentan con un área de innovación. Como conclusiones se obtuvo que las organizaciones no se especializan en procesos de innovación, no existe asignación de recursos, ni personal experto en esta área, por ende, la cultura de innovación es deficiente e incluso consideran que innovar se constituye en un gasto y no una inversión.

Palabras clave: emprendimiento; industrias de fabricación y servicios; objetivos de negocio de la empresa; organización de la producción; rendimiento de la empresa.

JEL: L21; L23; L25; L26; O14

Abstract

The study aims to strengthen the innovation capacities of the food and beverage production sector of the municipality of Pasto to achieve the economic reactivation of the region; hence the need to characterize the innovation of the food and beverage production sector in the municipality of Pasto. The research is part of the positivist paradigm, with a quantitative approach, descriptive-analytical type of research, to obtain the results, the SPSS statistical software was applied. The population is made up of 17 companies in the food and beverage production sector registered in the Pasto Chamber of Commerce in 2021, to whom a survey aimed at managers was applied. Among the results, it was found that the majority of the companies present economic activity 1081 that corresponds to the production of bakery products, the vast majority of companies limited by shares

and micro-enterprises, they do not have an area of innovation. As conclusions, it was obtained that organizations do not specialize in innovation processes, there is no allocation of resources, nor expert personnel in this area, therefore, the culture of innovation is deficient and they even consider that innovating constitutes an expense and not a investment.

Keywords: entrepreneurship; manufacturing and service industries; company business objectives; organization of production; company performance.

JEL: L21; L23; L25; L26; O14

Resumo

O estudo visa fortalecer as capacidades de inovação do setor de produção de alimentos e bebidas do município de Pasto para alcançar a reativação econômica da região; daí a necessidade de caracterizar a inovação do setor produtivo de alimentos e bebidas no município de Pasto. A pesquisa insere-se no paradigma positivista, com abordagem quantitativa, tipo de pesquisa descritivo-analítica, para obtenção dos resultados foi aplicado o software estatístico SPSS. A população é composta por 17 empresas do setor de produção de alimentos e bebidas cadastradas na Câmara de Comércio de Pasto em 2021, às quais foi aplicada uma pesquisa direcionada a gestores. Entre os resultados, foi constatado que a maioria das empresas apresenta atividade econômica 1081 que corresponde à produção de produtos de panificação, a grande maioria das empresas limitadas por ações e microempresas, não possuem área de inovação . Como conclusões, obteve-se que as organizações não se especializam em processos de inovação, não há alocação de recursos, nem pessoal especializado nesta área, portanto, a cultura de inovação é deficiente e consideram mesmo que inovar constitui um gasto e não um investimento.

Palavras-chave: empreendedorismo; indústrias manufatureiras e de serviços; objetivos de negócios da empresa; organização da produção; desempenho da empresa.

JEL: L21; L23; L25; L26; O14

Introducción

Este artículo es el resultado de la investigación denominada “Fortalecimiento de las capacidades de innovación en el sector de producción de alimentos y bebidas del municipio de Pasto, una apuesta por la reactivación económica postpandemia covid-19” desarrollada por los integrantes de los grupos de investigación Gestión y Competitividad y San Francisco de Asís, pertenecientes a la Universidad CESMAG de Pasto (Nariño), además con la participación de estudiantes del semillero SEMGEYCO del programa de Administración de Empresas.

Para alcanzar el objetivo general de este estudio, se inició con una caracterización de las capacidades de innovación. La investigación se enmarca en el paradigma positivista, con un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación fue descriptivo-analítico, lo que permitió el análisis estadístico de las variables mediante la aplicación del software estadístico SPSS, abordando la innovación empresarial desde diferentes dimensiones de análisis.

La población estuvo constituida por las empresas del sector de producción de alimentos y bebidas registradas en la Cámara de Comercio de Pasto año 2021, en esta primera parte del estudio solo se seleccionaron 17 empresas; para recolectar la información necesaria se aplicó una encuesta dirigida a los gerentes de las empresas objeto de estudio.

La investigación realizada es importante porque la innovación juega un papel relevante en el tejido empresarial y brinda a las empresas una ventaja que les permite penetrar en los mercados con mayor rapidez, proporcionando una conexión más eficiente con los diferentes actores involucrados en sus procesos, generando así mayores oportunidades de empleo.

El sector empresarial del municipio de Pasto, requiere fortalecer los procesos de innovación permanentemente, con el fin de permitirles a las empresas gestionar de manera efectiva su operatividad, mejorando su desempeño, creando valor agregado para sus clientes internos y externos, siendo constructores de desarrollo socioeconómico.

Los resultados de la investigación son un insumo para que los profesionales del sector público y privado formulen políticas de apoyo a la innovación, que aseguren el crecimiento empresarial y se

fortalezca la articulación de la quintuple hélice (Universidad, Empresa, Estado, cultura y sociedad) para realizar intervención en los productos, procesos y modelo de negocio de las empresas.

De igual forma, es importante tener en cuenta que el aprendizaje de los estudiantes del programa de Administración de Empresas debe ir más allá de una formación local, trascendiendo las fronteras nacionales; por esta razón, se hace fundamental que los estudiantes universitarios tengan las competencias ciudadanas y emprendedoras que les permita adaptarse al cambio que se genera en el sistema empresarial (Tuningal, 2011).

La propuesta permite que las empresas adopten estrategias de innovación y mecanismos de control, con el fin de que esta se integre en todos los procesos de la empresa. En este sentido, es fundamental reconocer que la tecnología es la base de la innovación.

De igual forma, Araujo (2010) afirma que la gestión de la innovación permite provocar rupturas para renovar las ventajas competitivas y una mayor capacidad de adaptación para el fomento de la invención. Es así como surge una cultura organizacional que requiere la concienciación constante y disposición que origine un impacto importante en la empresa y permee a todas las áreas y niveles. No se puede desconocer que la invención es el factor clave cuando se trata de comprender los modelos de negocio digitales a los cuales se ve enfrentado el administrador de hoy y que constituye un verdadero reto para quienes quieran estar inmersos en la economía colaborativa y las nuevas tendencias tecnológicas.

Por otra parte, se presentan los principales referentes de innovación, teniendo en cuenta los estudios a nivel nacional, como el estudio denominado “Medición de la capacidad de la empresa manufacturera para analizar sus procesos desde la falla concepto de innovación”, realizado en 30 empresas industriales del Valle de Aburrá (Antioquia), el cual plantea un modelo de base heurística para establecer la capacidad de las organizaciones industriales y sus procedimientos a partir del error, donde examina en este tipo de empresas aspectos como: antigüedad, utilización del Sistema de Gestión de Calidad (SGC), Organización Internacional de Normalización (ISO) 9000, herramientas de documentación de fallas e intereses competitivos y rotación de empleados. En los

resultados se presenta que, el 57% de las empresas tienen alta capacidad, un 26% media y un 17% baja y las pequeñas y medianas empresas evidencian desventajas. También se identifican empresas con madurez en el tema, y otras que necesitan soporte para responder con datos y acciones a la exclusión de las causas de sus inconvenientes (Pérez y Patiño, 2011).

Otro estudio que cabe resaltar, es: “Evolución de las capacidades de innovación en la industria colombiana: Un análisis comparativo de los resultados de las encuestas de innovación de 1996 y 2005”, evidencia que las empresas manufactureras de alto nivel con capacidades de innovación se han dedicado a la planeación estratégica y al aprendizaje organizacional; a diferencia de los sectores de capacidades de bajo nivel, por el bajo progreso en las habilidades de I+D y producción. Una de las conclusiones de esta investigación es la insuficiente evolución de la obtención de capacidades en la industria manufacturera de Colombia, por lo tanto, es importante que las políticas del Estado impulsen la innovación (Gómez, 2011).

Así mismo, el artículo elaborado por Iglesias et al. (2018) titulado “La gestión del talento humano y su relación con la innovación en las Pymes de la industria de alimentos en Barranquilla-Colombia” donde buscaron situar la relación que existe entre la gestión humana y la innovación en las Pymes del sector de los alimentos, concluyendo que la innovación no depende exclusivamente del sector productivo, sino también del sector público y las instituciones educativas, las cuales deben incentivar la generación de proyectos tecnológico innovadores. Además, el talento humano es considerado como una variable constante que se encuentra al interior de todas las organizaciones, independientemente de la actividad económica que realicen. En cuanto a la innovación, argumentan que es un elemento que si se espera tener sostenibilidad dentro del entorno en que se desenvuelve su actividad económica, debe ser promovido en las empresas en pro de generar competitividad y productividad. En Colombia, las MiPymes contribuyen con la creación de empleo en un 50%, lo que equivale al 36% del valor agregado industrial. Estos porcentajes anteriores dejan claro la importancia económica y social de las Pymes.

Por otra parte, según OECD/Eurostat (2018) la innovación se considera como la implantación de modificaciones en productos, procesos, mercadeo, financieras, comerciales y administración de la

empresa para alcanzar mejores resultados, esto se puede lograr a través de aplicar nuevos conocimientos y tecnología al interior de las organizaciones.

Además, la OECD/CAF (2019), sostiene que la innovación trae consigo cambios en la administración del factor humano en las organizaciones, ya que hace necesario contar con personal competente, el cual permita la inmersión en un mundo global y competitivo. Los países en donde se dan espacios de capacitación para que las personas desarrollen dichas competencias, son considerados más productivos e innovadores y que generan mejores resultados, ofreciendo así una mejor calidad de vida.

Ahora bien, considerada como una de las industrias que innova y construye país según la Cámara de la Industria de Alimentos (2019) y que para el año 2018 aportó a la economía del país 21,32 billones al año (2,83% PIB) equivalentes a un crecimiento del 3%; se estima pertinente mencionar dentro de la presente investigación a la industria alimentaria. Es precisamente en este sector donde y gracias a factores como la innovación empresarial, el concepto de innovar cobra importancia. Esta innovación permite capturar nuevos clientes y nuevos modelos de negocios, posibilitando a las empresas estar mejor preparadas para dar respuesta ante las oportunidades o problemas que se presenten.

Del mismo modo, según Rodríguez et al. (2018) la innovación puede darse en diferentes ramas, como es el caso de la innovación de un producto o servicio y un proceso a través de la incorporación de tecnología e innovación en la gestión de la estructura administrativa. Sin embargo, a pesar de la relación que existe en las anteriores ramas, son pocas las investigaciones que se han realizado en esta industria sobre el análisis de los cambios que se dan en las organizaciones y las estrategias innovadoras optadas por las empresas.

En este orden de ideas, la revisión de literatura señala la necesidad de transformaciones tecnológicas acompañadas de variaciones en la manera cómo se organizan las actividades laborales y que se direccionen hacia la participación activa de los empleados. Lo expuesto anteriormente, se debe a que tanto el cambio tecnológico como el organizacional, son planificaciones que se integran

y refuerzan mutuamente, donde la innovación va más allá de mejorar o fabricar nuevos productos o servicios, sino en proponer y gestar nuevas y diversas formas de organización.

La innovación se concibe como una actividad donde se llevan a cabo transformaciones del conocimiento genérico al especializado, por medio del desarrollo de competencias y habilidades obtenidas de un aprendizaje motivado por las características propias de la organización. El desarrollo de estas habilidades de la mano de los procesos de aprendizaje, juegan un papel importante en el desarrollo innovador y tecnológico de las Pymes. Finalmente, y como lo expresa Canizales (2020) en términos de estrategia competitiva, se precisa que los directivos de estas empresas, implementen innovaciones para lograr mantenerse activos en el mercado. Es por esto que la innovación debe ser vista como un elemento constructor de una sociedad y la vinculación de investigación y conocimiento para solucionar problemas que demande la sociedad.

En estas circunstancias, la capacidad de innovación en las organizaciones, se encuentra cimentada en el conocimiento que posee su capital humano, la estructura organizacional, el modelo y la cultura. Al analizar los elementos anteriores, se podría presumir que, a nivel nacional, la capacidad de innovación no es del todo factible en las empresas colombianas, aunque si bien es cierto, en la actualidad se han observado y evidenciado diversos esfuerzos para mejorar los procesos relacionados con el componente técnico-tecnológico (Iglesias et al., 2018).

De la misma forma, en lo que concierne a la capacidad de innovación en las Pymes colombianas, se presenta a continuación un análisis de los diferentes aspectos de esta capacidad y cómo se encuentran en la actualidad (Canizales, 2020):

- Conocimiento sustentado en el talento humano: no existe mayor capacitación en niveles profesionales y poco interés por parte de las empresas en invertir en formación especializada.
- Liderazgo: no hay claridad en lo que concierne a la concepción de la innovación en las empresas por parte de las directivas.
- Estructuras, sistemas de la organización y cultura organizacional: elementos que continúan siendo frágiles dentro de las organizaciones.

- Técnico y tecnológico: se ha empezado a unir esfuerzos para mejorar los procesos bajo la adquisición de equipos nuevos.

Entre las capacidades de innovación que se realizan en Colombia se encuentran: capacidad de asignación de recursos, producción, mercadeo, organización, planeación estratégica, aprendizaje e investigación y desarrollo (Gómez, 2011).

Cuando se menciona, la innovación en procesos se hace alusión al procedimiento de una o más funciones comerciales diferentes a las que normalmente desarrolla la empresa. Entre los tipos de innovación más utilizados se destacan: producción de bienes y servicios, marketing (mezcla de mercadeo) logística y distribución, telemarketing, estudios de mercado y actividades relacionadas (OECD/Eurostat, 2018).

Por otra parte, en lo referente a las capacidades de producción, Capaldo et al. (2003) clasificaron las capacidades de innovación alineadas a las funcionalidades de cada organización donde se destaca la producción, la cual consiste en la habilidad para producir con altos estándares de calidad con talento humano altamente cualificado (Jansa, 2010).

Metodología

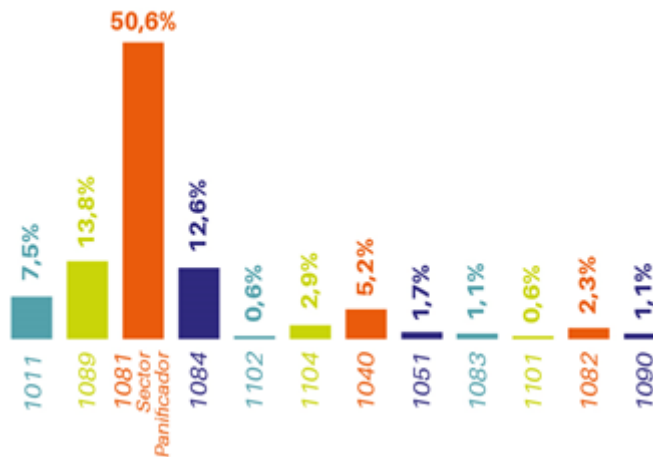
La investigación se enmarca en el paradigma positivista, con enfoque cuantitativo, tipo de investigación descriptivo analítico; la población está conformada por 17 empresas pertenecientes al sector de producción de alimentos y bebidas registradas en la base de datos de la Cámara de Comercio de Pasto del año 2021. Como instrumento de recolección de información, los investigadores diseñaron un cuestionario con algunas preguntas extractadas de la Encuesta de desarrollo e innovación tecnológica industria manufacturera (EDIT X) 2019-2020, diseñada por el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2021) y esta fue aplicada a los gerentes de las empresas; se realizó inicialmente una prueba piloto para detallar posibles inconsistencias de las preguntas y corregirlo, además se utilizó el paquete estadístico SPSS para el procesamiento de datos.

Resultados

La mayoría de las empresas presentan la actividad económica 1081 que corresponde a elaboración de productos de panadería. Esta información se encuentra disponible en la clasificación de actividades económicas CIIU, revisión 4 adaptada para Colombia, como se observa en la Figura 1.

Figura 1

Actividad económica (Código CIIU)

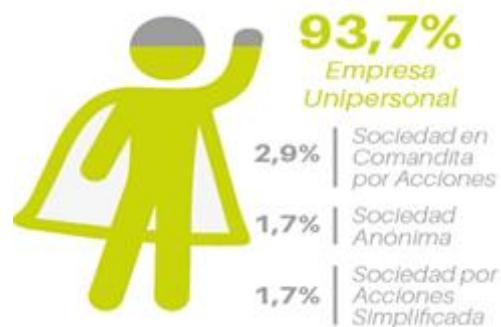


Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, la mayoría de empresas encuestadas son de carácter unipersonal, como se observa en la Figura 2, lo cual se ve fundamentado en su beneficio principal, así: la empresa unipersonal se caracteriza porque se forma con una persona jurídica diferente al propietario, además, el patrimonio de la empresa es independiente de los activos personales del dueño (Gerencie, 2022).

Figura 2

Tipo de persona jurídica



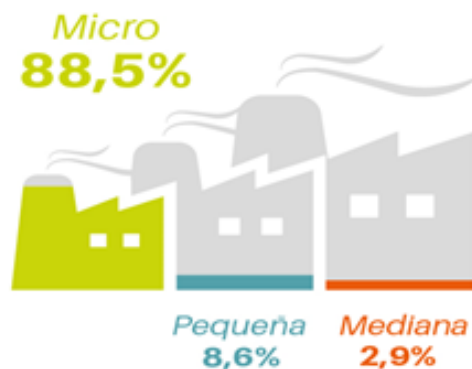
Fuente: Elaboración propia.

La mayoría son microempresas, lo cual está relacionado con el tamaño de empresa que predomina en la ciudad de Pasto que asciende a 4983 microempresas hasta el año 2019 (Cámara de Comercio de Pasto, 2019).

En este sentido, es importante destacar que, de acuerdo a Prada (2021), “las micro, pequeñas y medianas empresas son de gran relevancia para el crecimiento y la creación de empleo en Colombia, y, por ende, uno de los primordiales agentes de la recuperación económica” (p. 10). Como se muestra en la Figura 3.

Figura 3

Tamaño de la empresa



Fuente: Elaboración propia.

Se observa con preocupación que la mayoría de empresas no poseen áreas especializadas en innovación, lo que es un indicador de que la deficiente asignación de recursos económicos a estas

actividades, no favorece una cultura innovadora (Preciado, 2020). Como se presenta en la Figura 4.

Figura 4

La empresa cuenta con un área de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+I)



Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de las empresas, no realizan inversión en innovación ya que muchos lo consideran como un gasto más para la empresa., esto se corrobora en las investigaciones realizadas por las organizaciones (AEI, 2014).

De la misma forma, las organizaciones deben tomar decisiones certeras en lo referente a tecnología, como: practicidad de los procesos, uso de sistemas de comunicación, inversión en actividades de investigación y propender por una cultura de conocimiento, que posibilite la innovación frecuente para la productividad de alto nivel (Hernández et al., 2017).

En este sentido, de acuerdo a Córdoba y Naranjo (2017) a pesar de que actualmente es de gran importancia la inversión en innovación porque se genera valor agregado para la eficiencia operativa (Gopalakrishnan, 2000), a través de la cual se obtiene ventajas competitivas mediante estrategias de diferenciación de productos nuevos y/o servicios mejorados (Ehie y Olibe, 2010), de relevancia para la adquisición y fidelización de clientes, aumentar las ventas y mejorar el desempeño organizacional (Huang et al., 2004; Blindenbach et al., 2010); sin embargo, las empresas no realizan inversiones en el área de innovación como se observa en la Figura 5.

Figura 5

Valor de la inversión en Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+I) en la empresa



Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de las empresas no destinan inversión en innovación, según el jefe para América Latina del Centro de Desarrollo de la OCDE Nieto (2021) es necesario una mayor inversión, además, como se menciona en el informe sobre perspectivas económicas de América Latina, solo el 1% del PIB es destinado a investigación y desarrollo y la cantidad de patentes es 7 veces mayor en los estados afiliados a la OCDE que en América Latina.

No obstante, las empresas destinan la inversión en innovación a la compra de maquinaria y equipo que se encuentre a la vanguardia y que responda a las necesidades de la organización. En este sentido, es importante destacar que, de acuerdo a Córdoba y Naranjo (2017) la inversión en innovación incide en los resultados de las empresas, ya que, al contar con capital de inversión, las empresas fortalecen sus competencias y elevan su nivel de eficiencia para desarrollar nuevos productos y procesos, mediante el fortalecimiento de sus tecnologías (Lim et al., 2010). Debido a la unión entre tecnología e innovación, la retribución de la inversión en investigación y desarrollo ha tomado relevancia en la búsqueda de analizar los resultados organizacionales; como se evidencia en la Figura 6.

Figura 6

Destinación de la inversión en innovación en la empresa



Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de empresas no utilizan ninguna fuente de financiación para la innovación, esto lo fundamenta CPC & SwissContact (2021), al afirmar que Colombia tiene una baja cantidad de apoyos a organizaciones jóvenes innovadoras, para el financiamiento y la promoción de la innovación por medio de la inversión extranjera en comparación con el promedio de países de la OCDE, la Unión Europea y América Latina.

En contraste, las empresas que financian la innovación lo realizan mediante recursos propios y créditos solicitados a entidades financieras. En este sentido, de acuerdo a Bravo (2012) hay restricciones para la obtención de financiamiento para invertir, ya que existe una aversión al riesgo y una preferencia por el corto plazo; esto hace que las organizaciones utilicen recursos internos y externos de corto plazo; como se observa en la Tabla 1.

Tabla 1

Fuentes de financiación de la innovación

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Créditos ante entidades financieras	3	17
Participación en programas gubernamentales	1	1
Recursos propios	6	40
Ninguno	7	42
Total	17	100

Fuente: elaboración propia.

Los empresarios no invierten en innovación por los costos elevados. Esto se corrobora cuando de acuerdo Suárez et al. (2007) afirman que, uno de los obstáculos que más plantean es el que se mencionó anteriormente; como se muestra en la Figura 7.

Figura 7

Factores económicos que dificultan la actividad innovadora en la organización



Fuente: Elaboración propia.

Se determina que, para la mayoría de las empresas encuestadas en la presente investigación, todos los factores externos expuestos con anterioridad representan una dificultad impidiendo el desarrollo de actividades innovadoras. Por otra parte, se encuentra que un porcentaje significativo de las empresas objeto de estudio expresan que ninguno de los elementos mencionados son obstáculos para llevar a cabo actividades de innovación.

Asimismo, entre los factores internos que dificultan la actividad innovadora de las empresas se encuentra el insuficiente potencial innovador y la falta de personal cualificado en estos temas. En este sentido, Dir&Ge (2015) afirma que, los elementos que impiden la innovación en las empresas se encuentran: miedo y resistencia al cambio, empleados poco cualificados, temor a cometer errores, no analizar el macroentorno, no existe orientación al cliente y permanecer en la zona de confort; como se corrobora en la Figura 8.

Figura 8

Factores internos que dificultan la actividad innovadora en la organización



Fuente: Elaboración propia.

Entre los factores externos que dificultan la actividad innovadora en las empresas, se encuentra con mayor impacto la incertidumbre sobre el tiempo dedicado a la innovación. En este orden de ideas Beristain (2012) confirma que, muchas empresas asumen una cultura tradicional que no les permite tomar riesgos e iniciativas para innovar.

Por otra parte, para algunas empresas ninguno de los factores expuestos con anterioridad representa una dificultad o limitante para el desarrollo de actividades innovadoras; como se menciona en la Figura 9.

Figura 9

Factores externos que dificultan la actividad innovadora en la organización



Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de las empresas realizan el tipo de innovación de productos nuevos en la misma línea de negocio actual. De acuerdo Opertti y Levington (2019) “se debe fortalecer al sector productor de alimentos y bebidas de la región para satisfacer las necesidades del mercado, pero esto solo es posible si las pequeñas y medianas empresas (Pymes) adoptan nuevas tecnologías e innovan”. La preocupación de las empresas por la salud de las personas en general ha incidido para que formulen estrategias de productos saludables (Cámara de la Industria de Alimentos, 2019); como se observa en la Figura 10.

Figura 10

Tipo de innovación en productos que realiza la empresa



Fuente: Elaboración propia.

La innovación, las empresas en su mayoría prefieren efectuar la innovación en producción; con relación al desarrollo sostenible, la industria para el año 2030 pretende alcanzar un crecimiento económico transformando los métodos de producción y consumo de productos y servicios. (Cámara de la Industria de Alimentos, 2019); como se establece en la Figura 11.

Figura 11

Tipo de innovación en procesos que realiza la empresa



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Las empresas no poseen áreas especializadas en innovación, se infiere que no existe asignación de recursos para innovación, ni personas especializadas en esta área; por lo tanto, se debe fomentar la innovación de los empleados por cuanto este puede convertirse en un factor determinante para obtener una ventaja competitiva en el sector de producción de alimentos y bebidas de la ciudad de Pasto.

Las pequeñas y medianas empresas pueden aplicar transferencia de tecnología en procesos abiertos de innovación y fortalecer las actividades de innovación relacionadas con la introducción de nuevos productos/procesos o mejoras a los existentes.

Promover la innovación planificada para lograr un mejor desempeño empresarial es una prioridad que deben tener presente las Pymes cuando se trata de innovar; de allí que el papel de los administradores como agentes de cambio ante la coyuntura actual genera la oportunidad de contribuir hacia el mejoramiento del sector de alimentos y bebidas.

En este orden de ideas, uno de los resultados de la investigación es que las empresas no cuentan con el área de innovación y esto es lo que la Cámara de Comercio de Pasto (Nariño) busca implementar y fortalecer, puesto que uno de los factores que impide la actividad innovadora en las empresas de bebidas y alimentos es el temor al fracaso, insuficiente potencial innovador y la falta de personal cualificado, además del miedo al cambio, además, de tener una escasa cultura innovadora por cuanto los empresarios creen que innovar se constituye en un gasto y no en una inversión.

Las empresas deben realizar el autodiagnóstico como estrategia de competitividad para lograr un mayor posicionamiento y mejorar procesos y productos; entre los factores externos que dificultan la actividad innovadora en las empresas, se encuentra la incertidumbre sobre el tiempo de realización de la innovación, la facilidad de copia, falta de servicios técnicos externos y la no aceptación de nuevos productos.

Entre las actividades que le corresponde ejecutar a la gerencia se encuentra dar a conocer la importancia de la innovación, transmitirla a su equipo de trabajo, establecer alianzas estratégicas con otras universidades y Centros de innovación con el fin de realizar proyectos de impacto.

Referencias

- (1) Alianza para el Emprendimiento e Innovación [AEI]. (2014). *Ecuador, un país emprendedor e innovador en 2020: Estrategia para desarrollar un ecosistema de Emprendimiento e Innovación*. https://unctad.org/system/files/official-document/epf_npd02_Ecuador_es.pdf
- (2) Araujo, A. (2010). La cultura organizacional innovadora desde una perspectiva valorativa. *Visión Gerencial*, (2), 219-239. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545889010>
- (3) Beristain, I. (2012, junio 28). *¿Cómo ejecutar la innovación? ¿Las 7 fases del proceso innovador?* Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/como-ejecutar-la-innovacion-las-7-fases-del-proceso-innovador/>
- (4) Blindenbach, F., Van, J. & Van, J. (2010). Subjective performance assessment of innovation projects. *Journal of Product Innovation Management*, 27(4), 572-592.

- (5) Bravo, E. (2012). Globalización, innovación tecnológica y pobreza. Aproximación a las nuevas conceptualizaciones en Latinoamérica. *Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología*, 21(3), 543-556.
- (6) Cámara de Comercio de Pasto. (2019). *Boletín Estadístico 2019. Movimiento del Registro Público*. <https://www.ccpasto.org.co/wp-content/uploads/2020/12/Boletin-Estadistico-2019.pdf>
- (7) Cámara de Industria de Alimentos [ANDI]. (2019). *Industria de Alimentos, una industria que innova y construye país*. Unidad de Contenidos, El Tiempo. <http://www.andi.com.co/Uploads/ANDIAIalimentos.pdf>
- (8) Canizales, L. (2020). Elementos clave de la innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas. *Revista Innova ITFIP*, 6(1), 50-69.
- (9) Capaldo, G., Iandoli, L., Raffa, M. & Zollo, G. (2003). The evaluation of innovation capabilities in small software firms: A methodological approach. *Small Business Economics*, 21, 343-354.
- (10) Córdoba, J. y Naranjo, J. (2017). Incidencia de la inversión en innovación en las ventas de productos innovadores. Evidencia empírica en empresas manufactureras de Colombia. *Revista Información tecnológica*, 28(2), 153-166.
- (11) CPC & SwissContact. (2021). *Obstáculos a la innovación en empresas de Colombia y oferta pública de instrumentos*. Consejo Privado de Competitividad, SwissContact y Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico. Bogotá D.C., Colombia. https://compite.com.co/wp-content/uploads/2021/08/Obst%C3%A1culos-a-la-innovaci%C3%B3n-en-las-empresas-de-Colombia_Resumen.pdf
- (12) DANE. (2021). *Encuesta de desarrollo e innovación tecnológica (EDIT)*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/tecnologia-e-innovacion/encuesta-de-desarrollo-e-innovacion-tecnologica-edit>
- (13) Dir&Ger. (2015, 22 de octubre). *Los factores que impiden la innovación en la empresa*. Dir&ge, Plataforma líder del entorno directivo. <https://directivosygerentes.es/innovacion/noticias-innovacion/los-factores-que-impiden-la-innovacion-en-la-empresa>
- (14) Ehie, I. & Olibe, K. (2010). The effect of R&D investment on firm value: An examination of US manufacturing and service industries. *International Journal of Production*

- Economics*, 128(1), 127–135. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2010.06.005>
- (15) Gerencie. (2022). *Empresa unipersonal en Colombia*. <https://bit.ly/3hb1y8r>
- (16) Gómez, M. (2011). *Evolución de las capacidades de innovación en la industria colombiana: Un análisis comparativo de los resultados de las encuestas de innovación de 1996 y 2005* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Colombia]. https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/8615/Gomez%26Robledo.2011.Capacidades_de_innovaci%C3%B3n_en_la_industria_colombiana.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- (17) Gopalakrishnan, S. (2000). Unraveling the links between dimensions of innovation and organizational performance. *The Journal of High Technology Management Research*, 11(1), 137-153. [https://doi.org/10.1016/S1047-8310\(00\)00024-9](https://doi.org/10.1016/S1047-8310(00)00024-9)
- (18) Hernández, H., Cardona, D. y Del Rio, J. (2017). Direccionamiento Estratégico: Proyección de la Innovación Tecnológica y Gestión Administrativa en las Pequeñas Empresas. *Información Tecnológica*, 28(5), 15-22. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642017000500003>
- (19) Huang, X., Soutar, G. & Brown, A. (2004). Measuring new product success: An empirical investigation of Australian SMEs. *Industrial Marketing Management*, 33(2), 117–123.
- (20) Iglesias, M. Rosero, K. y Castañeda, J. (2018). La gestión del talento humano y su relación con la innovación en las pymes de la industria de alimentos en Barranquilla-Colombia. *Revista Espacios*, 39(6), 18-22. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p03.pdf>
- (21) Jansa, S. (2010). *Resumen del manual de Oslo de innovación*. La UNED. http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,23280929&_dad=portal&_schema=PORTAL#concepto
- (22) Lim, J. N., Schultmann, F. & Ofori, G. (2010). Tailoring competitive advantages derived from innovation to the needs of construction firms. *Journal of Construction Engineering and Management*, 136(5), 568–580. <https://ascelibrary.org/doi/10.1061/%28ASCE%29CO.1943-7862.0000151>
- (23) Nieto, S. (2021, 7 de abril). Por qué América Latina invierte tan poco en innovación. *Diario Portafolio*. <https://bit.ly/3Ik9Bf2>

- (24) OECD/Eurostat. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation*. The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- (25) OECD/CAF. (2019). *América Latina y el Caribe 2019. Políticas para PYMEs competitivas en la Alianza del Pacífico y países participantes de América del Sur*. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/60745031-es>
- (26) Operti, F. y Levington, C. (2019). *Innovaciones que están transformando el sector de alimentos y bebidas*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- (27) Pérez, J. y Patiño, C. (2011). Medición de la capacidad de la empresa manufacturera para analizar sus procesos desde la falla. *Revista EIA*, (15), 45-59. <http://www.scielo.org.co/pdf/eia/n15/n15a05.pdf>
- (28) Prada, C., Rodríguez, A., Escobar, D., Llano, L. y Ciurlo, C. (2021). *MiPymes: el pilar para la reactivación económica*. Centro de estudios económicos, ANNIF. <https://bit.ly/3JS05jQ>
- (29) Preciado, A. (2020). Marco propositivo de relaciones entre innovación colaborativa abierta y comunicación estratégica: aplicación a un grupo de empresas de origen antioqueño. *Palabra Clave*, 23(2), 1-53. <https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.2.6>
- (30) Rodríguez, H., Higueta, J. y Bonilla, K. (2018). Innovación en la industria de la arepa de maíz en Colombia. *Fondo Editorial Biogénesis*, 113–130. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/biogenesis/article/view/336226>
- (31) Suárez, J., Albisu, L. M., Sotolongo, N. y Blanco F. (2007). Factores de éxito y fracaso en el comportamiento innovador de las empresas ganaderas cubanas. *Pastos y Forrajes*, 30(3), 381-394. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03942007000300008
- (32) Tuningal. (2011). *Tuning América Latina 2011 – 2013 Innovación educativa y social*.

Cómo citar este artículo: Solarte, C., Rivera, G., Bolaños, S. y Benavides, L. (2022). Diagnóstico de la innovación en el sector de producción de alimentos y bebidas de Pasto. *Tendencias*, 23(2), 78-99. <https://doi.org/10.22267/rtend.222302.202>