



TRAVESÍA  
EMPREDEDORA

Volumen 7 No. 1

traves. emprend.

Ene-Jun 2023

e-ISSN: 2539-0376

# Fortalecimiento de las capacidades de innovación del sector de producción de alimentos y bebidas del municipio de Pasto, una apuesta por la reactivación económica en la pandemia COVID-19

**Jorge Mauricio Estrella Ojeda**

Estudiante de Administración de Empresas  
Universidad CESMAG

**Maria Fernanda Florez Acosta**

Estudiante de Administración de Empresas  
Universidad CESMAG

**Jose David Guancha Moreno**

Estudiante de Administración de Empresas  
Universidad CESMAG

**Gloria Alicia Rivera Vallejo**

Asesora-docente de Administración de Empresas  
Universidad CESMAG

## Introducción

La investigación tuvo como objetivo, fortalecer las capacidades de innovación en el sector de producción de alimentos y bebidas del municipio de Pasto, como apuesta por la reactivación económica en la pandemia COVID-19. Los investigadores realizaron la caracterización de las capacidades de innovación del sector de producción de alimentos y bebidas del municipio de Pasto; posteriormente, analizaron la relación entre las capacidades de innovación, su desempeño en el mercado y sus resultados financieros.

A continuación, con base en los resultados, se formula estrategias de innovación para que las empresas sean más competitivas y sirvan de base a los diferentes actores institucionales.

El desarrollo de la metodología se enmarca en el paradigma positivista, con un enfoque cuantitativo, tipo de investigación correlacional, además del método empírico analítico. La población estuvo conformada por 174 empresas del sector de producción de alimentos y bebidas que se encontraban registradas en la base de datos de la Cámara de Comercio de Pasto para el año 2020. En torno a su muestra, se implementó una técnica censal, tomando la totalidad de las 174 empresas. El tipo de muestreo establecido es por conglomerado. Se utilizó el software estadístico SPSS para el procesamiento de los datos recolectados.

Entre los resultados alcanzados se destaca que, la mayoría de las empresas no realiza procesos de innovación; por lo tanto, no tienen un área de investigación, desarrollo e innovación y, como consecuencia, necesitan capacitaciones en innovación para fortalecer sus procesos.

El aporte de la investigación al campo de conocimiento se configura en el soporte teórico del tema objeto de estudio, estableciendo las principales contemplaciones que generan el fundamento conceptual de la indagación, como lo son, la innovación en tiempos de crisis, capacidades de innovación y estrategias de innovación, generando así las conjeturas principales que desarrollan el entendimiento del estudio.

Para finalizar, el impacto hacia el campo de conocimiento administrativo se enfoca en los principales hallazgos arrojados por la investigación y las acciones estratégicas formuladas para hacer frente a las adversidades de la pandemia por medio de la transmisión de este conocimiento a las empresas objeto de estudio, con el fin de que estas acoplen su modelo de negocio hacia la construcción de una propuesta de valor representativa para el mercado, que permita concentrar sus esfuerzos en la productividad y competitividad del sector.

La dinamización de la economía en la actualidad se ha visto subyugada por la influencia de diferentes variables de alto impacto; entre ellas, el desarrollo de una emergencia sanitaria provocada por el COVID-19, generando diversas consecuencias en la sociedad a nivel global, por cuanto el clúster empresarial de la misma se ha visto influenciado por la incidencia de capacidades de innovación y adaptación a los vertiginosos cambios provocados en el mercado.

Actualmente, en Colombia, la implementación de los planes de reactivación económica tras las implicaciones de la pandemia se ha visto liderada por las organizaciones que cuentan con el personal y su capacidad de innovación inherente a las nuevas tendencias del intercambio económico; de igual manera, se ha visto reflejado en el municipio de Pasto, específicamente en el sector de alimentos y bebidas, ya que se cuenta con una amplia gama de empresas comprometidas con el desarrollo del sector; sin embargo, sus capacidades de innovación no se han visto reflejadas en la manera de afrontar la coyuntura existente.

Teniendo en cuenta lo anterior, se realizó una investigación acerca de las capacidades de innovación del sector de producción de alimentos y bebidas del municipio de Pasto, para así formular estrategias innovadoras y objetivas para las empresas objeto de estudio y, por consiguiente, aunar esfuerzos para generar la competitividad necesaria en el sector.

El presente trabajo de investigación se centró en caracterizar las capacidades de innovación del sector de producción de alimentos y bebidas del municipio de Pasto, una apuesta por la reactivación económica en la pandemia COVID-19. Para esto se hizo la descripción del problema, la cual permite conocer las principales dificultades por las que atraviesa la empresa. También se planteó el objetivo general, establecido como: Caracterizar las capacidades de innovación del sector de producción de alimentos y bebidas del municipio de Pasto y, como objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico de las capacidades de innovación, tipos de innovación y procesos de innovación de las empresas de alimentos y bebidas
- Analizar la relación entre las capacidades de innovación y el desempeño en el mercado
- Formular estrategias innovadoras para las empresas de bebidas y alimentos.

Además, se realizó la respectiva justificación, donde se expone las razones por las cuales se llevó a cabo esta investigación, su importancia y pertinencia.

De igual forma, se da a conocer los antecedentes internacionales, nacionales y regionales que sirvieron como guía para las empresas del sector de producción de alimentos y bebidas; se contempla el marco contextual, el

cual expone el comportamiento del sector en los últimos años, además de un marco legal donde se establece las leyes, normas, decretos y resoluciones que rigen a todas y cada una de las empresas que están inmiscuidas dentro de la investigación. Se presenta el marco teórico conjunto con el marco conceptual, los cuales orientan las teorías y conceptos que rigen y fundamentan el desarrollo investigativo.

Por otra parte, también se encuentra la metodología a aplicar, teniendo en cuenta factores como población y muestra, además de las técnicas e instrumentos de recolección de la información, que son importantes para la obtención de datos y, por consiguiente, establecer el análisis pertinente. Finalmente, se muestra los recursos con los que se cuenta para llevar a cabo la investigación de la mejor forma.

Para concluir, esta investigación tiene como propósito, brindar a las empresas, estrategias innovadoras y objetivas que permitan lograr su posicionamiento en el mercado.

### **Innovación en tiempos de crisis**

Lopolito et al. (2013) consideran que, la mayoría de las empresas pequeñas y medianas, locales y multinacionales, poseen recursos humanos, relacionales y organizativos que pueden colaborar en el proceso de la innovación y conducir a proyectos particulares.

Por supuesto, la mejor administración y capitalización de las ideas de los empleados se presenta como una oportunidad de gran relevancia en las organizaciones, ya que se radica como una buena fuente de innovación.

Mehta et al. (2014) sostienen que, los últimos años son testigos del hecho de que el éxito de las organizaciones depende de su capacidad de adaptación a los cambios del mercado, al desarrollo tecnológico y a las principales influencias del nivel global. Sin embargo, para marcar la diferencia, es necesario que los líderes empresariales transmitan verdaderamente el espíritu innovador y creativo de las personas, con el fin de observar sus resultados en el largo plazo.

Ganter y Hecker (2013) manifiestan que, un innovador superior se identifica cuando logra generar invenciones ingeniosas en el corto plazo y cuando estas se van respaldadas por los consumidores al cambiar la forma como van las cosas, generando su continuidad en el tiempo, para crear éxito.

Meesapawong et al. (2014) expresan que, la asignación de recursos o rubros presupuestales estimula los procesos de innovación, generando el reconocimiento requerido; a razón de ello, es necesario no solo contribuir con estos recursos, sino también asumir posturas analíticas en los resultados de éxito de estas innovaciones, para considerarse como un elemento decisivo en la toma de decisiones organizacionales.

### Capacidades de innovación

Delgado et al. (2018) opinan que, la capacidad de innovación se materializa cuando genera el valor necesario para superar los estándares del mercado, por medio del conocimiento y la relación e implementación de recursos organizacionales; consideran que esta capacidad se enlaza con la administración estratégica, debido a que contempla la adopción y ejecución de los recursos tanto internos como externos frente a las contingencias del entorno cambiante.

Por su parte, Fonseca et al. (2019) y Kiato et al. (2017) establecen que el talento humano forma parte de la innovación mediante la formación de habilidades intelectuales. De acuerdo con Delgado et al. (2018), las destrezas productivas y creativas pueden ser desarrolladas invirtiendo en conocimiento y formación de personas. Además, teniendo en cuenta a Delgado et al. (2017) y Kiato et al. (2017), la gestión de conocimiento es de suma importancia, ya que permite sistematizar los procesos de desarrollo de saberes fundamentales para la innovación.

Delgado et al. (2018) instituyen que, dentro de los recursos se tiene en cuenta los relacionales, organizacionales y personales. Es por ello que, Berbegal-Mirabent et al. (2020), Bouncken et al. (2020), Delgado et al. (2018) y Hohberger et al. (2020) ejemplifican que la mejor forma de interacción en innovación se da mediante las redes de apoyo. Asimismo, Bicen et al. (2021), Bouncken et al. (2018) y, Zahoor y Al-Tabbaa (2020) exponen que este tipo de fases tiene como fin, la optimización de procesos de abastecimiento para así obtener nuevos y mejores conocimientos que permitan el posicionamiento de los mismos.

Las capacidades de innovación están basadas en el nivel de conocimiento que ha adquirido el personal, además de un desarrollo de cultura organizacional. Según esto, si se analiza cada una de las variables se puede afirmar que, a nivel de Colombia, la innovación se queda corta, a pesar de todos los cambios realizados en el componente tecnológico.

Canizales (2020) presenta, por medio de un análisis, cómo se encuentran las empresas colombianas frente a sus procesos de innovación:

- Conocimiento del recurso humano: poca capacitación profesional, bajo interés de inversión en formación del personal.
- Liderazgo: falta de claridad de parte de directivas en cuanto a estrategias de innovación.
- Estructura, sistemas y cultura organizacional: variables que presentan inestabilidad.
- Técnico y tecnológico: unión de fuerzas en pro de mejora, mediante compra de equipos.

### **Open Innovation**

Chesbrough (como se menciona en Osterwalder y Pigneur, 2011), habla sobre los términos de este modelo en innovación abierta y sobre la referencia de apertura del proceso de investigación de una empresa a terceros. En un mundo caracterizado por el conocimiento distribuido, no podemos quedarnos encerrados con nuestros procesos; debemos crear valor explotando los mismos, siempre y cuando integren conocimientos, tanto el de terceros, como poniendo a disposición nuestros productos, tecnologías, conocimientos y objetos de propiedad intelectual a disposición de terceros.

### **Estrategias de innovación**

Las estrategias para la innovación se refieren a la selección de los mejores y más adecuados planes de la organización para el desarrollo e introducción de nuevos productos y servicios, así como para la entrada a nuevos mercados (Bruschi y Carvalho, 2014).

Como se menciona en Lendel y Varmus (2011), las estrategias para la innovación son enfoques organizacionales para definir los objetivos y la elección de métodos que se utilizará para potencializar resultados a través de innovaciones. Agregado a esto, Barbosa y Carvalho (2013) sostienen que, las estrategias de innovación están distribuidas en diversas clasificaciones, ya que cada autor considera un conjunto distinto de aspectos y parámetros para realizar su tipificación.

Por otro lado, Oliveira et al. (2019) nombran igualmente, estrategias que fomentan la innovación; entre ellas: asociación con otras organizaciones o asociaciones organizativas, innovación participativa y/o centrada en el usuario, innovación abierta e internacionalización.

Como se expresa en Barbosa y Carvalho (2013), se percibe que no hay una estrategia mejor o peor; existen estrategias de naturaleza diferenciadas, las cuales son identificadas e implementadas a partir del plan estratégico global de cada organización una vez que, independientemente del tipo, las estrategias de innovación se adoptan con el objetivo de aumentar el desempeño en innovación de la organización o, reducir las deficiencias en el desempeño que pueden surgir debido a los cambios en el ambiente empresarial.

### Resultados o principales hallazgos

**Figura 1**

Área de I+D+I-Tipos de innovación de las empresas



El 91,4 % de las empresas objeto de estudio no cuenta con un área de I+D+I y, por ende, no realizan proyectos de innovación ni asignan recursos, por el alto costo que esto implica, aunque solo un 39,7 % lo hace con recursos propios y compra maquinaria y equipo e innovan en productos nuevos y en el proceso de producción, con el fin de mejorar la calidad de su producto. Con relación a la protección del conocimiento, un 54,6 % de las empresas no lo hace y, una minoría, que representa el 29,9 %, protege el secreto industrial de su organización.

**Figura 2**

Factores que dificultan la actividad innovadora en la organización



Entre los obstáculos que manifiestan los gerentes para innovar, está con un 18,4 %, el insuficiente potencial innovador; con un 12,1 %, la falta de personal cualificado y, con un 4 %, la cooperación entre áreas. Entre los factores externos está, con un 28,7 %, la incertidumbre sobre el tiempo de realización de la innovación. Una de las estrategias que han implementado las empresas es el desarrollo de productos y penetración en el mercado.

**Figura 3**

Medidas adoptadas por las empresas



Jorge Mauricio Estrella Ojeda  
 Maria Fernanda Florez Acosta  
 Jose David Guancha Moreno  
 Gloria Alicia Rivera Vallejo

Entre las medidas adoptadas por la empresa en respuesta a la pandemia del COVID-19 se encuentra, con un 31,6 %, el cambio en el modelo de negocios por la seguridad para diferenciarse de la competencia; con un 36,8 % la modificación de la jornada laboral y, con un 23 %, los acuerdos de pago con sus colaboradores. Los gerentes afirman que, durante la pandemia se presentó una gran disminución en las ventas y esto, aunado a que no recibieron ninguna ayuda de parte del Estado.

### Conclusiones

Fomentar la innovación de los empleados puede convertirse en un factor determinante para obtener una ventaja competitiva. Para ello es necesario formalizar la estrategia de innovación por parte de los gerentes, aprovechando el impacto tanto de capital humano como del compromiso con el aprendizaje.

Finalmente, a través del desarrollo de este trabajo investigativo se promueve el conocimiento de herramientas de investigación, mediante la consulta en bases de datos especializadas que permiten acceder a información actualizada y relevante no solo a nivel nacional, sino internacional.

### Recomendaciones

Impulsar la participación directa de clientes en los procesos de innovación abierta, aplicar transferencia de tecnología en procesos abiertos de innovación, fortalecer las actividades de innovación relacionadas con la introducción de nuevos productos/procesos o mejoras a los existentes productos/procesos, introducir en la agenda política y empresarial regional, esquemas de apoyo públicos y privados que promuevan la innovación para las PYMES, promover la innovación planificada en las pequeñas empresas para lograr un mejor desempeño empresarial.

### Referencias

Barbosa, R. A. y Carvalho, A. G. (2013). Estratégias de inovação sob a perspectiva da visão baseada em recursos: um estudo na Embrapa. *Gestão & Regionalidade*, 29(87), 95-110. <https://doi.org/10.13037/gr.vol29n87.2229>

- Berbegal-Mirabent, J., De La Torre, R., & Gil-Doménech, D. (2020). Capitalizing new knowledge through R&D alliances: Evidence from Catalan technology centers. *International Journal of Technology Management*, 83(4), 246-268. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2020.110123>
- Bouncken, R. B., Fredrich, V., Kraus, S., & Ritala, P. (2020). Innovation alliances: Balancing value creation dynamics, competitive intensity, and market overlap. *Journal of Business Research*, 112, 240-247. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.004>
- Bruschi, P. L. y Carvalho, A. G. (2014). Estratégias de inovação sob a perspectiva da Resourced Based View: análise e evidências em empresas de base tecnológica. *Gestão & Produção*, 21(1), 125-141. <https://doi.org/10.1590/S0104-530X2014005000005>
- Canizales, L. D. (2020). Elementos clave de la innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas. *Revista Innova ITFIP*, 6(1), 50-69. <https://doi.org/10.54198/innova06.03>
- Delgado, A., Vargas, E. E., Rodríguez, F. y Montes, J. M. (2017). Capacidad de innovación en el sector restaurantero: Validación de un instrumento de medición. *Multiciencias*, 17(1), 26-36.
- Delgado, A., Vargas, E. E., Rodríguez, F. y Montes, J. M. (2018). Estructura organizacional, capital humano y redes de colaboración: Determinantes de la capacidad de innovación en restaurantes. *Administer*, (32), 5-28. <http://dx.doi.org/10.17230/ad-minister.32.1>
- Fonseca, T., De Faria, P., & Lima, F. (2019). Human capital and innovation: The importance of the optimal organizational task structure. *Research Policy*, 48(3), 616-627. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.10.010>
- Ganter, A. & Hecker, A. (2013). Deciphering antecedents of organizational innovation. *Journal of Business Research*, 66(5), 575-584. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.02.040>
- Kiato, A., Sáenz, J., & Aramburu, N. (2017). Knowledge-based human resource management practices, intellectual capital, and innovation. *Journal of Business Research*, 81, 11-20. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.07.018>

- Lendel, V. & Varmus, M. (2011). Creation and implementation of the innovation strategy in the enterprise. *Economics and Management*, 16, 819-825.
- Lopolito, A., Morone, P., & Taylor, R. (2013). Emerging innovation niches: An agent based model. *Research Policy*, 42(6-7), 1225-1238. <http://dx.doi.org/10.1016/j.respol.2013.03.002>
- Meesapawong, P., Rezgui, Y., & Li, H. (2014). Planning innovation orientation in public research and development organizations: Using a combined Delphi and Analytic Hierarchy Process approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 87, 245-256. <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2013.12.023>
- Mehta, M., Chandani, A., & Neeraja, B. (2014). Creativity and innovation: Assurance for growth. *Procedia Economics and Finance*, 11, 804-811. [http://dx.doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00244-5](http://dx.doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00244-5)
- Oliveira, R., Leon, M. E. y Moreno, E. D. (2019). Estrategias de innovación para empresas startups. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 13(1), 46-62. <https://doi.org/10.12712/rpca.v13i1.27394>
- Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Deusto.
- Zahoor, N. & Al-Tabbaa, O. (2020). Interorganizational collaboration and SMEs' innovation: A systematic review and future research directions. *Scandinavian Journal of Management*, 36(2), 101-109. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2020.101109>