

Introducción

Introduction

Este documento describe el perfil innovador de 110 empresas que participaron en el proyecto Actívate Valle – “Incremento en la innovación de las Mipymes del departamento del Valle del Cauca” realizado por la Gobernación del Valle del Cauca en el año 2020. Para lograr el objetivo, se caracterizaron las empresas participantes y se generó un marco descriptivo en cuanto a sus actividades de innovación, haciendo uso de cuestionarios validados para tal fin.

La innovación es entendida como un hecho social que trasciende la invención y se asocia a las dinámicas económicas y sociales responsables por la producción y transformación del conocimiento científico y tecnológico en riqueza económica, bienestar social y desarrollo humano; lo que implica que, en el ámbito empresarial, se genera en la organización, pero sólo adquiere valor en la medida en que trasciende hacia la sociedad.

Para establecer estrategias de innovación, la empresa utiliza los recursos y capacidades de los que dispone para implementar efectivamente las tecnologías existentes, y para crear otras nuevas capacidades. Utiliza también un conjunto de activos y recursos de la organización denominados capacidades de innovación tecnológica (Guan y Ma, 2003; Yam et al., 2004), que involucran la experiencia técnica, las capacidades de diseño y las competencias digitales (OECD/Eurostat, 2018) por una parte, así como la tecnología, el producto, los procesos, el conocimiento, la experiencia y la organización por otra (Guan y Ma, 2003), por lo que gestionarlas puede mejorar la competitividad de la empresa, en tanto que los logros respecto a la innovación potencian los rendimientos y la posición en el mercado; por ende tienen una relación directa con la ventaja competitiva y el crecimiento de las ventas.

La sostenibilidad de las empresas deben desde sus estrategias generar innovación que apunten a la Responsabilidad social, manteniendo el marketing como una estrategia de posicionamiento necesaria incluida dentro de sus proyecciones de gestión estratégica, que incluya la innovación abierta, por tanto es indispensable generar apertura a la inclusión y a procesos de innovación que amplíen sus capacidades y movilidad de recursos por lo que implica la permanencia de ideas innovadoras para la sostenibilidad empresarial (Bravo et al., 2020 ; Escobar et al., 2021; Astudillo y García., 2019; Londoño et al ., 2021).

El estudio permitió identificar con respecto a la muestra, que las empresas reconocen que han realizado innovaciones, sin embargo, hay un gran porcentaje que les cuesta determinar qué tan innovadores son los productos, servicios o procesos realizados. Para las empresas de la ciudad de Santiago de Cali, por ser estas las de mayor representatividad, se pudo determinar que las innovaciones realizadas son consideradas de impacto nacional e internacional por los empresarios y que un gran porcentaje reconoce la importancia de proteger sus innovaciones; no obstante, un pequeño porcentaje de ellas ha usado el registro de patentes para proteger su propiedad intelectual, principalmente las empresas de servicios y manufacturas. Respecto al impacto internacional, se evidencia que nuevamente son las empresas de servicios y tecnología, seguidas por las de manufactura, con mayor experiencia en los mercados internacionales. Precisamente son estos sectores los que manifiestan tener vínculos externos con relación a la transferencia de conocimiento.

Si bien la muestra de estudio para la ciudad de Santiago de Cali (110 empresas), fue multisectorial, se observó una mayor participación de las empresas de servicios (35%), de las cuales 15 se reconocen como empresas de base tecnológica. Asimismo, no se observa un cambio importante en el número de empleados de las empresas, ubicándose en su mayoría en el rango de diez empleados o menos.

Las empresas ubicadas fuera de la ciudad de Santiago de Cali, corresponden principalmente a empresas del sector agrícola y pecuario, así como agroindustriales y del sector servicios y tecnología, siendo estos los sectores más importantes. No obstante, sólo cuatro empresas se reconocen como empresas de base tecnológica, y diez del total del sector

servicios y tecnología han usado el registro de patentes para la protección de sus invenciones.

En general, los resultados evidencian que los empresarios tienen una frecuencia baja en el uso de estrategias para innovar. Como se detalla en los resultados siguientes, llama la atención que los empresarios reconocen el uso de alguna estrategia para innovar, sin embargo, cuando se pregunta específicamente por el tipo de estrategia (I+D, adquisición, cooperación o imitación) los resultados evidencian también un bajo uso de estas estrategias genéricas, así como la baja frecuencia con que se protegen las innovaciones, lo cual puede ser un indicio de que a pesar de que las empresas consideran que hacen esfuerzos para innovar, no hay claridad sobre la manera de cómo se hace y los resultados que se obtienen de los procesos, lo cual puede convertirse en un factor que desincentiva la inversión en innovación al interior de la empresa, al no tener un proceso claro y unos indicadores específicos para medir los resultados.



Perfil innovador

El 33% de las empresas encuestadas durante el período de estudio, realizó actividades de innovación y recogieron frutos de procesos anteriores. El 69% de las empresas declara haber realizado actividades de innovación, pero aún sin resultados medibles, aunque es posible que no haya claridad de cómo realizar esa medición. Un 8% no generó innovaciones.



Estrategia de innovación

La estrategia más utilizada es la I+D, sin embargo, y a pesar que la mayoría considera que sus productos/servicios cuentan con elementos que puedan ser protegibles, más del 60% manifiesta que no protege la propiedad intelectual de sus innovaciones, y solo el 10% ha protegido sus innovaciones.



Desempeño

Las empresas estudiadas tienen un bajo desempeño en innovación, los productos innovadores no se ven reflejados significativamente sobre las ventas totales. En promedio, el 40% afirma obtener resultados en la facturación menores al 5%. Más del 70% de las empresas encuestadas no tiene ventas de exportación, esto se explica en el bajo índice de inversión en I+D.

