

CAPÍTULO IV

CAPACIDADES DINÁMICAS EN EL ENTORNO PRODUCTIVO DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

Siguiendo con el abordaje del estudio del sistema de innovación del departamento de Sucre bajo la lógica del modelo de los entornos planteado por Fernández de Lucio et al., este capítulo presenta un análisis de estas capacidades en el entorno productivo, específicamente en un sector estratégico para el departamento de Sucre como lo es el sector Turismo y tiene como soporte la tesis de maestría titulada “Innovación como capacidad dinámica para fortalecer la competitividad de las empresas del sector turismo y food service en el departamento de Sucre”

De igual forma, se cuenta con el aporte del trabajo de maestría titulado “Gestión de la innovación para mejorar la competitividad de las microempresas transformadoras del sector lácteo del municipio de San Pedro-Sucre” y que permite tener una visión del sector agropecuario en Sucre.

4.1 Capacidades dinámicas en el sector turismo en Sucre

El sector turismo en Sucre

Para el año 2014 Sucre registró un total de 1.863 empresas constituidas a través de personas jurídicas, de las cuales según tamaño 1.555 son microempresas, 247 pequeñas empresas, 52 medianas empresas y 9 grandes empresas. De las 1863 empresas existentes 1.373 tienen su domicilio principal en el municipio de Sincelejo, lo que significa que la ciudad capital concentra el 73.7% del total de la empresas del departamento, estando su mayor concentración en la micro y pequeñas empresas que representan el 96.21% del parque empresarial, lo que guarda correspondencia con las estadísticas a nivel nacional (Anaya Vélez, 2015).

El sector turismo en el departamento de Sucre, hace parte de los objetivos estratégicos del plan de competitividad de la región y este sector es clave en el desarrollo de esta región, porque posee múltiples ventajas para potencializar su desarrollo económico. El desarrollo turístico y de servicios de comida, además generan un alto impacto en el crecimiento de la economía y generación de empleos debido a su naturaleza de industria intensiva en el trabajo. Por otro lado, también fomenta la construcción de infraestructura, y la generación de impuestos que impacta directamente en la economía de todo el departamento.

El Plan de Desarrollo Turístico de Sucre 2012 – 2015, identifica como ejes problemáticos del sector la carencia de modelos de desarrollo local y regional sostenible, poca capacidad de innovación en el sector, por la carencia de productos turísticos regionales, baja formación del capital humano y muy altos niveles de informalidad de actividades turísticas. Debido a estas causas en la región no se consolida el potencial turístico, lo cual representa bajos niveles de competitividad, crecimiento poco acelerado y repercusiones en la generación de puestos de trabajo de calidad, el cual es un desafío significativo para el desarrollo.

El turismo constituye un agente de potencialidades y oportunidades de desarrollo en el departamento de Sucre, centrando sus esfuerzos no solamente en el mercado y en los canales de comercialización, sino en los puntos de anclaje para el crecimiento y la competitividad.

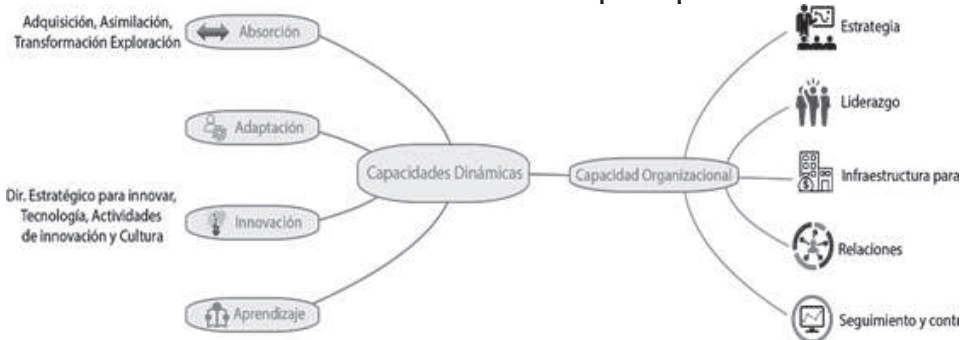
4.1.2 El estudio desarrollado

Para el desarrollo del estudio se analizaron trabajos referentes tales como los desarrollados por Carattoli, 2013; Escandon Barbosa, Rodriguez Orjuela, & Hernandez Esparallado, 2013; L. S. Figueroa Garcia, 2013; Nieves, 2014; Pascarella & Fontes Filho, 2010, permitiendo la identificación de variables relevantes para el análisis. El estudio tomó como unidad de análisis las pequeñas y medianas empresas del sector en el departamento de Sucre, inscritas como prestadores de servicios turísticos en el registro Nacional de Turismo (RNT), reglamentado mediante La Ley 300 de 1996 en el artículo 61, que estableció el Registro Nacional de Turismo y el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006 y define los prestadores de servicios turísticos obligados a registrarse antes de iniciar sus operaciones en Colombia.

Las empresas de la muestra están legalmente constituidas registradas en la Cámara de Comercio de Sincelejo, y además que tienen Registro Nacional de Turismo vigente para el año 2016, el cual las clasifica según la actividad que desempeñan en: alojamiento turístico, agencias de viajes, agencias operadoras, guías de turismo y transporte terrestre automotor que presta servicio de transporte turístico.

En el capítulo 2 se hizo un acercamiento teórico al tema de las capacidades dinámicas y su relación con el desarrollo territorial. En este trabajo se hace un análisis de madurez de capacidades dinámicas en las empresas del sector turismo. Para el desarrollo del instrumento se plantearon cinco (5) niveles de desarrollo o madurez del estado las capacidades de acuerdo al (Jeston, Nelis, & Davenport, 2008) estado 1) inicial, 2) definido, 3) repetible, 4) gestionado y 5) optimizado (esto da lugar a cinco posibles alternativas de respuesta para cada pregunta correspondientes al nivel de desarrollo o madurez de la capacidad). Ver Gráfico 14.

Gráfico 14. Unidades de análisis por capacidad.



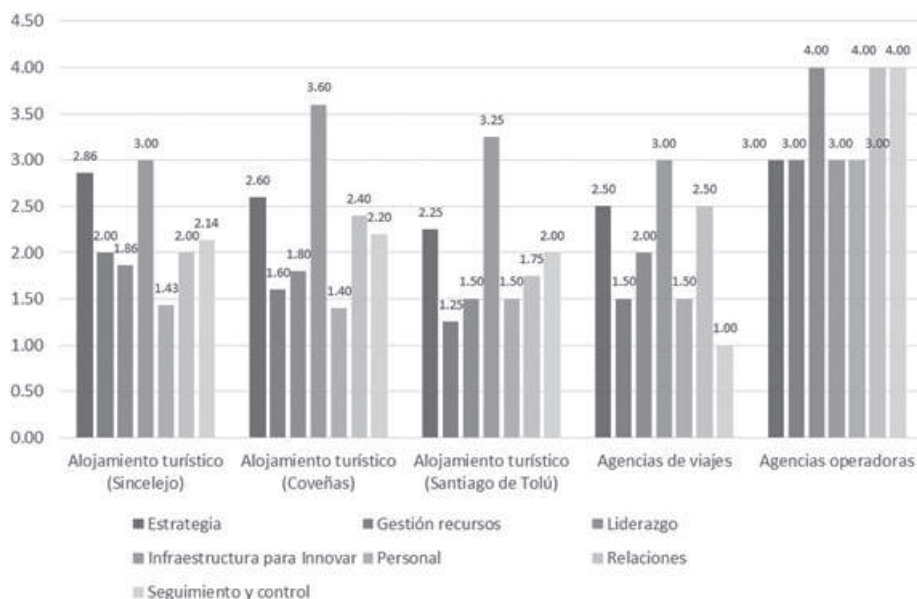
Fuente: Elaboración propia

4.1.3 Madurez Capacidad Organizacional

El grado de madurez de esta capacidad se midió a través de siete aspectos, que además fueron diferenciados por la zona de actividad de sus servicios y productos, se pudo evidenciar que a nivel estratégico se cuenta con objetivos organizacionales, misión, visión y planeación estratégica definidos y conocidos por algunos actores del sistema y se evidencian algunos esfuerzos por su cumplimiento. Cuentan con una infraestructura para desarrollar innovación con una madurez de estado definida en gestión de recursos, personas que asumen liderazgos, relacionamiento con

el entorno y sistemas de seguimiento y control como se evidencia en el Gráfico 15.

Gráfico 15. Grado de Madurez Capacidad Organizacional.



Fuente: Elaboración propia

De igual forma, se evidencia que la unidad de análisis más baja es personal, debido a que la mayoría de los empleados desarrollan funciones técnicas de servicios generales, atención al usuario y cocina, y estos no son incluidos en procesos de capacitación e involucramiento de actividades tendientes a desarrollar innovaciones. La organización con mayores grados de madurez es la agencia operadora, la cual posee una estructura organizacional más grande, a nivel de relacionamiento, cantidad de personal y servicios que ofrece, y esta tiene implementado sistema de gestión de calidad lo que permite un grado mayor de gestión de recursos, evaluación y seguimientos de actividades estratégicas, desarrollando acciones conjuntas con todas las áreas adaptables a la dinámica del sector.

4.1.4 Madurez Capacidad dinámica de absorción

En lo referente a la madurez de la capacidad de absorción en las organizaciones dedicadas al alojamiento turístico se evidencia que ésta tiene un grado de madurez repetible. Lo cual, denota un comienzo de desarrollo

de la misma y existen personas que desarrollan actividades tendientes a la captación de aprendizaje externo, teniendo una perspectiva un poco clara sobre el proceso de captar valor producto de la absorción de conocimiento externo. En actividades de adquisición y asimilación de conocimiento externo se pudo encontrar que estas organizaciones consultan pocas fuentes de conocimiento y la gran mayoría se nutre de la información brindada por las agremiaciones hoteleras y gestión de inconformidades por parte de los clientes.

El Gráfico 16, denota que las organizaciones no fomentan prácticas o están muy incipientes para generar valor, producto de captar aprendizaje externo y poder ser fuente de ventajas competitivas.

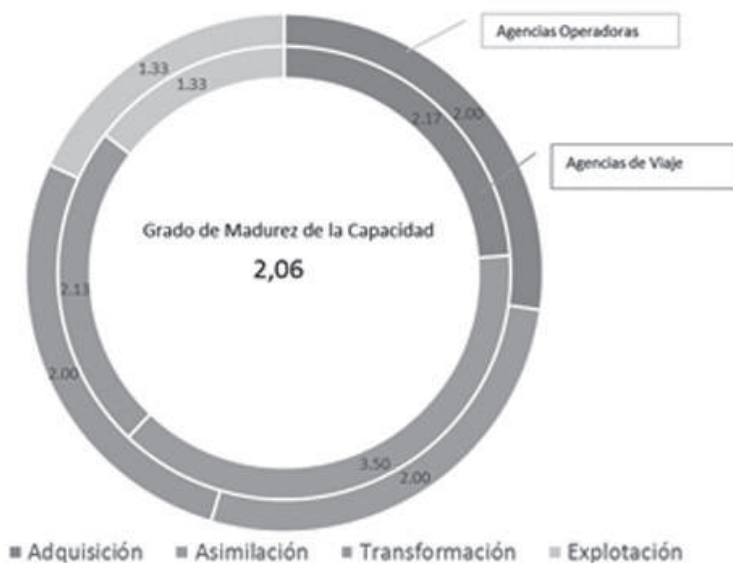
Gráfico 16. Grado de Madurez Capacidad de Absorción (Alojamiento turístico).



Fuente:Elaboración propia

Las agencias de viajes y operadoras de servicio turístico siguen la misma tendencia como lo evidencia el Gráfico 17, las actividades de adquisición y asimilación son realizadas con una madurez de estado definido con un mayor impulso de desarrollo de la capacidad y lo referente a transformación y explotación, la madurez es de estado inicial de no fomento de prácticas.

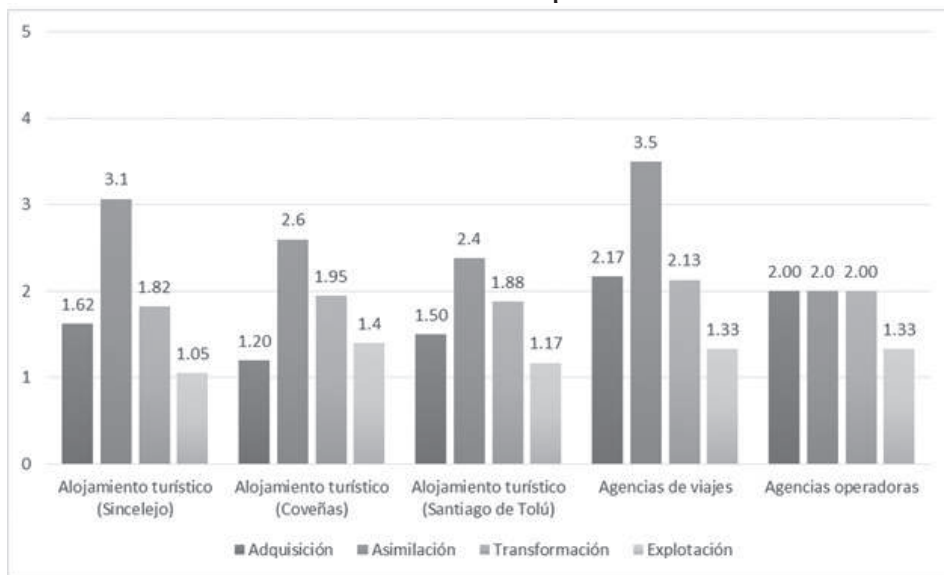
Gráfico 17. Grado de Madurez Capacidad de Absorción (Agencias operadoras y de viajes).



Fuente: Elaboración propia

Las capacidades de absorción en términos generales se encuentran en un estado de madurez repetible con algunas acciones concretas para captar valor a través de la incorporación de conocimiento externo, las actividades de mayor desarrollo son las de adquisición y asimilación, mostrando un grado mayor de madurez las de asimilación. De igual forma, el análisis muestra que no se está generando valor distintivo resultante de la incorporación de conocimiento externo, debido a las pocas fuentes de información consultadas y el poco fomento de prácticas orientadas a integrar ese conocimiento a la estrategia y poder explotarlo a través de mejoras distintivas en los factores críticos de éxito de estas organizaciones. Ver Gráfico 18.

Gráfico 18. Grado de Madurez Capacidad de Absorción.

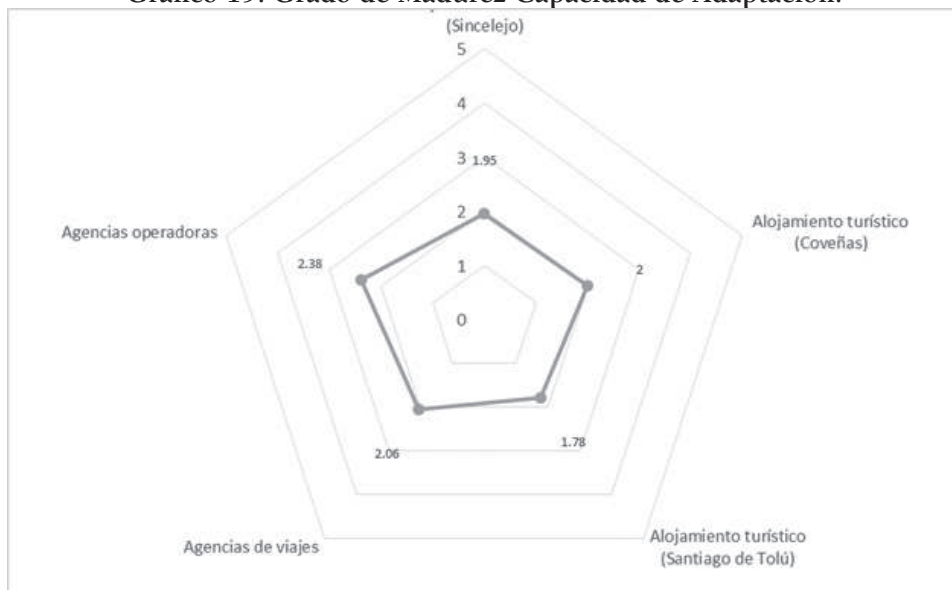


Fuente: Elaboración propia

4.1.5 Madurez Capacidad dinámica de adaptación

El análisis de la capacidad de adaptación muestra que ésta se encuentra en estado repetible, se evidencian algunas experiencias de acumulación de esta capacidad, desarrollando algunas prácticas que promueven la adaptación a las condiciones cambiantes del entorno, se logran avances en atención al usuario, el mejoramiento de las instalaciones físicas, la apertura de restaurantes, la creación de planes y rutas turísticas. Todas ellas bajo la óptica de mejoramiento continuo o para cumplir las normas de gestiona de calidad y sostenibilidad. Ver Gráfico 19.

Gráfico 19. Grado de Madurez Capacidad de Adaptación.



Fuente:Elaboración propia

Las organizaciones en general muestran un grado de adaptación incipiente en las que predomina el desarrollo de actividades de supervivencia, compitiendo con productos tradicionales y estrategia de precios, lo cual no genera valor agregado y fuentes de competitividad sostenible y duradera. Sin embargo, algunos actores presentan avances significativos en la creación de valor a partir de la habilitación de nuevos espacios, actualización en cocina y atención al cliente. A esto, se suman los esfuerzos por conocer la dinámica actual del entorno para poder incorporar técnicas, estrategias, servicios y productos con mejoras significativas.

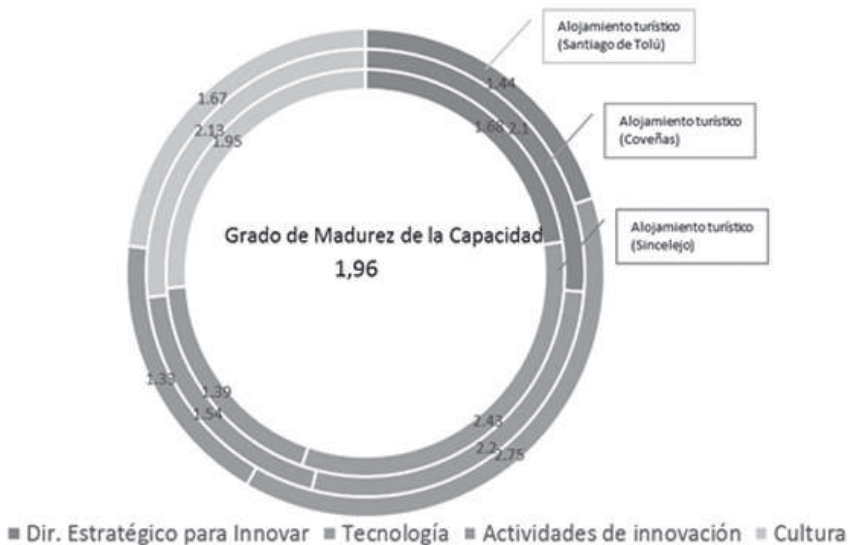
4.1.6 Madurez Capacidad dinámica de innovación

En este apartado se mide la capacidad dinámica de innovación por medio de las competencias que tenga incorporada la empresa a nivel estratégico, uso de tecnología, desarrollo de actividades para innovar y fomento de cultura para la innovación. Se encontró que las organizaciones que ofrecen servicio de alojamiento, en su definición de lineamientos estratégicos no incorporan estrategias para desarrollar innovación y se adolece de planteamiento estratégico para innovar. Lo cual, contrasta con el poco desarrollo de actividades y fomento de cultura en gestión de innovación, no

se evidencian procesos de generación de ideas, incorporación de personal calificado y áreas específicas dedicadas con funciones de construcción de servicios y productos con grados de novedad distintivos.

De igual forma, no se fomenta cultura para la innovación al no tener un proceso formal de ideación, procesos de I+D, vigilancia tecnológica y análisis de mercado con enfoque a la apertura de nuevos segmentos y mercadeo de productos distintivos con grados de novedad significativos o totalmente nuevos. En cuanto a la incorporación de tecnologías su nivel de madurez es definido, el uso de tecnologías se realiza de manera consciente y sistémica con participación activa de todos los empleados, con áreas sistematizadas con software de contabilidad y gestión hotelera, con páginas web atractivas y el uso de plataformas de difusión y comercialización de servicios. Ver Gráfico 20.

Gráfico 20. Grado de Madurez Capacidad de Innovación (Alojamiento turístico).



Fuente:Elaboración propia

Este mismo contraste se encuentra en las agencias de viajes y operadoras, se presenta un mayor grado de madurez de direccionamiento estratégico para desarrollar innovación en las agencias de viaje, y se evidencian acciones de productos y servicios distintivos. A nivel tecnológico muestran una madurez definida teniendo áreas con uso activo de tecnología; a nivel

de cultura al igual que los establecimientos de alojamiento no promueven espacios y acciones significativas para el desarrollo de innovaciones, pero si se reconoce el alto grado de participación y cooperación con los demás actores del sistema. En lo que respecta a las agencias de viaje, hay un grado de madurez más incipiente de la capacidad, al no desarrollar su direccionamiento estratégico para innovar; y poco fomento de cultura, lo que se reafirma con las escasas acciones de desarrollo de actividades innovadoras. Ver Gráfico 21.

Gráfico 21. Grado de Madurez Capacidad de Innovación (Agencias operadoras y de viajes).

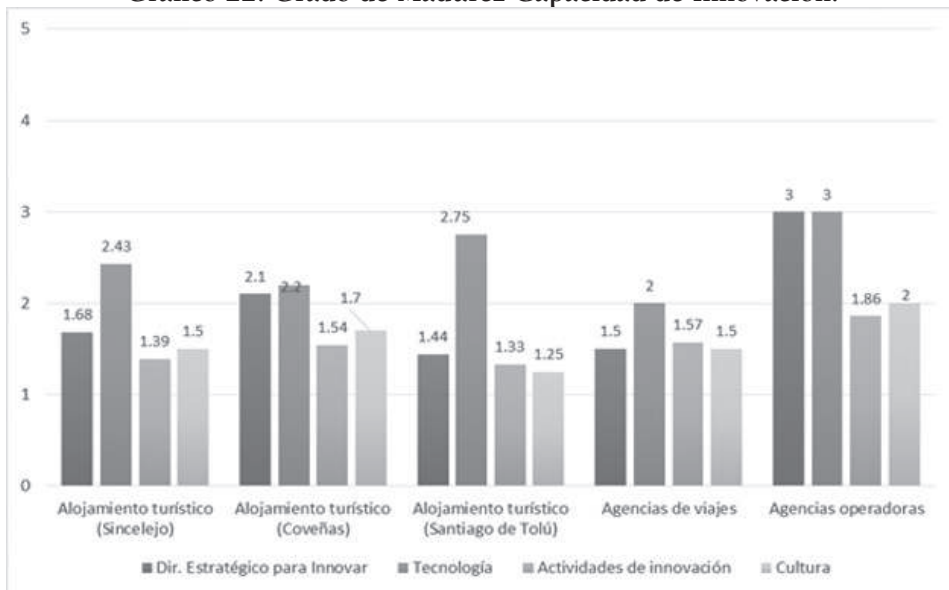


Fuente:Elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos en conjunto, la capacidad de innovación tiene un grado de madurez con puntaje de 2.06, lo que la clasifica en un estado de madurez repetible, notando un comienzo y acumulación de la capacidad, con la participación de personas que promueven la creación de esta capacidad, con una perspectiva medianamente clara del proceso para generar actividades enfocadas a innovar. La mayor fortaleza se encuentra en la significativa tecnificación y uso de tecnología en las organizaciones del sector, siendo este aspecto el más desarrollado, Por otro lado, se logra evidenciar que independiente de la naturaleza del servicio que ofrecen estas organizaciones tienen grandes desafíos en la incorporación de la innovación

a la estrategia, y la creación de cultura para la innovación y el desarrollo de actividades de innovación. Ver Gráfico 22.

Gráfico 22. Grado de Madurez Capacidad de Innovación.

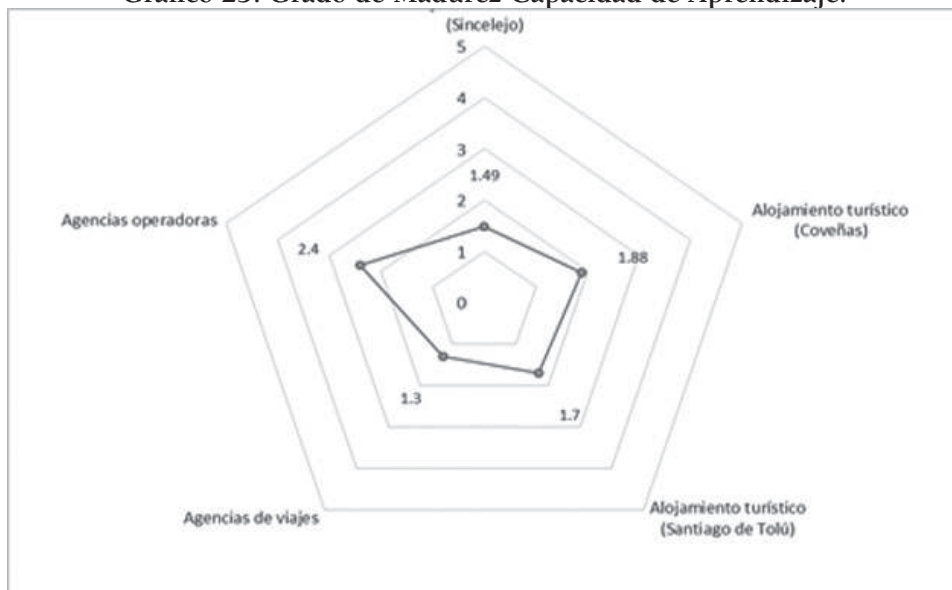


Fuente: Elaboración propia

4.1.7 Madurez Capacidad dinámica de aprendizaje

El análisis de la capacidad de aprendizaje se encuentra en estado inicial, las organizaciones no desarrollan procesos para la gestión de conocimiento, y las pocas acciones que se desarrollan para recoger el conocimiento generado provienen principalmente de las opiniones de los clientes, los lineamientos de las asociaciones de turismo y la observación de buenas prácticas con la asistencia a ferias y congresos, adoleciendo estas empresas de procesos formales de documentación y reflexión sobre el conocimiento interno y externo y así tomar decisiones entorno a su análisis para poder ser retroalimentado a nivel gerencial. Ver gráfico 23.

Gráfico 23. Grado de Madurez Capacidad de Aprendizaje.



Fuente:Elaboración propia

4.1.8 Resultados del análisis de capacidades dinámicas.

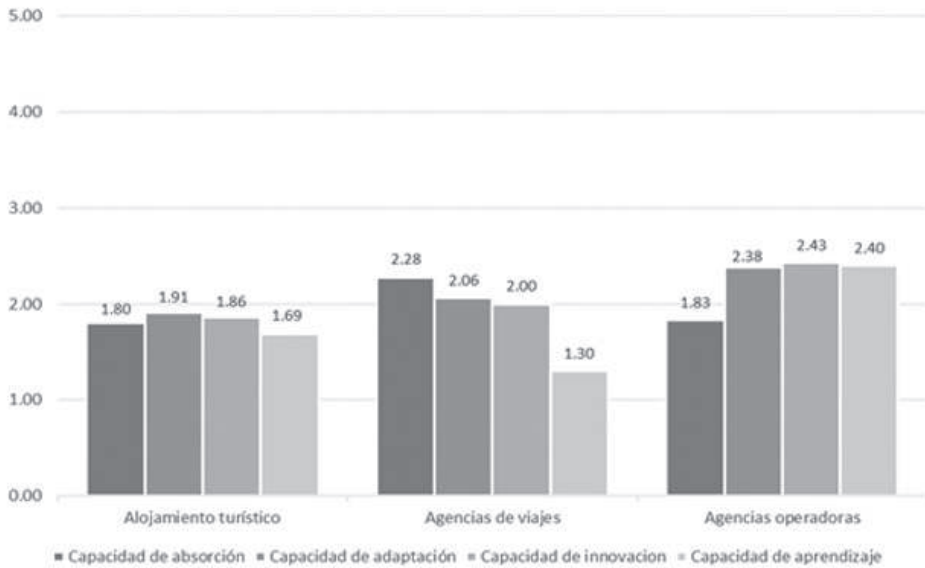
Los tres grupos de actividades que desarrollan las empresas objeto de estudio, muestran un grado de madurez bajo en las capacidades dinámicas de absorción, adaptación, innovación y aprendizaje, encontrándose en estados de capacidades inicial y repetible. Las agencias operadoras son las que tienen un grado mayor de madurez, con procesos que impulsan y desarrollan actividades para generar valor, lo que aumenta las perspectivas de que los empleados puedan observar la organización bajo el enfoque de innovación.

En lo concerniente a las agencias de viaje se evidencia que no desarrollan acciones significativas para innovar, y la captación de conocimiento y gestión es incipiente. Lo cual se debe al poco fomento de prácticas que generen valor desarrollado y documentadas debidamente articuladas a nivel estratégico. Es decir, que muestra un desarrollo de trasladar las ofertas de las agencias operadoras al cliente final y mejorar sus condiciones bajo los lineamientos de las normas técnicas de calidad y sostenibilidad. De igual forma, se evidenció que estos subgrupos de organizaciones tienen

amplias posibilidades de relacionamiento en el sector, debido al número significativo de convenios con otros actores del sistema.

El sector de alojamiento es el que presenta menor grado de madurez de capacidades dinámicas, pero no dista mucho del resto, la mayoría de las actividades que desarrollan están enfocadas al mejoramiento continuo, ampliación y remodelación de la infraestructura física, sumado al cumplimiento de las normas técnicas. Ver Gráfico 24.

Gráfico 24. Resumen de grado de madurez de capacidades por tipo de actividad.

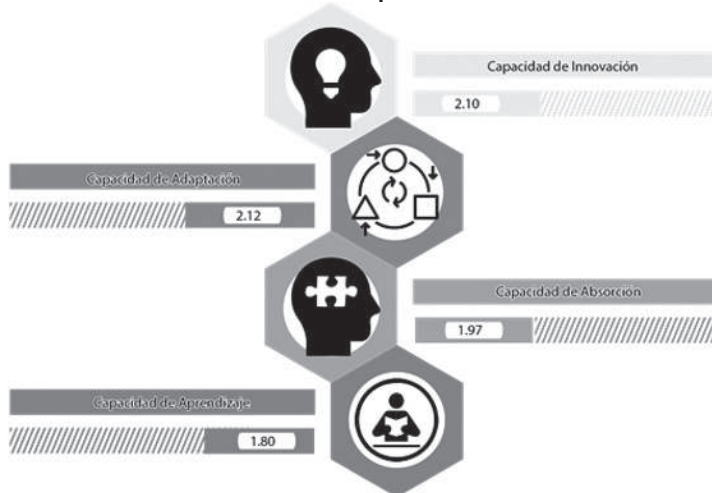


Fuente: Elaboración propia

Los resultados evidencian la baja madurez de las capacidades dinámicas. La capacidad de adaptación presenta un comportamiento un poco mejor del que se presenta en el Plan de Desarrollo de Turismo (Secretaría de Planeación de la Gobernación de Sucre, 2015) donde se señala que las empresas del sector tienen bajos niveles de competitividad ejerciendo funciones de supervivencia. Las capacidades de absorción de conocimiento externo y la combinación con el interno se encuentran en estado inicial teniendo prácticas con poco fomento hacia su escalamiento para el desarrollo de innovaciones. La capacidad de innovación también muestra el grado de madurez inicial y la tendencia de las empresas

al mejoramiento continuo, al fortalecimiento de los servicios y de los productos existentes. Ver Gráfico 25.

Gráfico 25. Resumen de grado de madurez de capacidades dinámicas en el sector turismo del departamento de Sucre.



Fuente: Elaboración propia

4.2 Capacidades de innovación en el sector agropecuario del departamento de Sucre

La relación entre desempeño, innovación y capacidades dinámicas ha sido abordada ampliamente en la literatura (Astigarraga, 2009; Bryson & Daniels, 2014; Capello, 2011; Grandclément, 2016; Matsumura et al., 2013; Momaya, 2011; Monteiro Jr. & Vendrametto, 2010; Pachura & Nowicka-Skowron, 2010; Rubach, 2013; Tiejun, 2008). En este apartado se analiza el sector agropecuario y específicamente el subsector lácteo en el municipio de San Pedro. Se considera el enfoque empresarial orientado al desempeño superior y a la generación de ventajas competitivas (Montoya, Montoya, & Castellanos, 2010). En este proyecto, se emplearon herramientas de corte cualitativo (entrevistas y mesas de trabajo) y herramientas cuantitativas (encuesta).

En Colombia, el sector lácteo a pesar de ser considerado como estratégico y jugar un papel importante dentro del sector agropecuario y la economía del país, atraviesa por fallas estructurales y problemas que se reflejan a lo largo de la cadena agroindustrial, por lo que se evidencian

problemas de coordinación entre la voluntad política y los intereses privados (Quintero Gómez, 2012).

Por lo anterior, la identificación de brechas en la gestión de la innovación, gestión administrativa, productiva y de comercialización que tiene el sector lácteo en el departamento de Sucre sirve de base para el diseño y desarrollo de estrategias orientadas a mejorar su nivel de competitividad. Para el desarrollo de este apartado, se tomaron como unidad de análisis las Mipymes transformadoras del sector lácteo ubicadas en el municipio de San Pedro, las cuales constituyen un eslabón dinamizador de la economía de este municipio, y generan más de 30 empleos directos y 100 indirectos.

4.2.1 Resultados para empresas transformadoras del sector lácteo

El departamento de Sucre presenta ventajas propias de localización, vocación ganadera y cercanía a puertos como factores competitivos. Sin embargo, también tiene como grandes limitantes el bajo desarrollo tecnológico, el empresarial y el productivo (Lombana Coy et al., 2013). Este trabajo considera que la gestión de la innovación se constituye en un importante elemento generador de competitividad y analiza el estado de elementos como el perfil del personal que compone la organización en lo referente a edad, experiencia y formación académica. Otro elemento analizado, es la capacidad de asociación de la organización con el entorno; además se analiza el uso de la innovación como herramienta competitiva por parte de la organización, la caracterización de sus procesos de producción y comercialización y las áreas que son de interés para dichas organizaciones.

4.2.1.1 Caracterización de las organizaciones

En el municipio de San Pedro se encuentran 12 Mipymes transformadoras del sector lácteo, cuyos principales productos son queso tipo mozzarella siendo los principales mercados Bogotá, Barranquilla y Medellín; y suero costeño o cocido² que es producido para el consumo local y en ciudades como Barranquilla y Cartagena. Se encontraron

2 El suero costeño es un alimento característico de la Costa Caribe colombiana. Su preparación original es a base de leche de vaca entera y cuajo, cuya propiedad es separar la caseína (proteínas sólidas lácteas) del suero (proteínas líquidas). <http://www.contextoganadero.com/cronica/suero-costeno-sinonimo-de-herencia-y-tradicion>

tres organizaciones que llevan entre 10 y 20 años en el mercado, pero exceptuando a estas, la edad promedio de constitución no supera los cinco años. Todas las empresas analizadas son de creación familiar que iniciaron su actividad productiva con las más mínimas condiciones y gracias al volumen de venta se han ido ampliando y adquiriendo equipos necesarios para producir y mejorar en infraestructura (que siguen estando muy lejos del estándar para empresas de este tipo).

4.2.1.2 Personal

El promedio de empleados en las ocho empresas analizadas es de cinco entre todos los cargos. Se evidencia que la mayoría de las organizaciones son dirigidas por sus propietarios quienes también cumplen funciones de administrador, representante legal y otras obligaciones referentes al negocio. A nivel de formación, se identificó un muy bajo nivel de formación académica, en sólo dos de las ocho empresas analizadas se encontraron profesionales universitarios y se encuentran relacionados con el área administrativa. A nivel operativo se cuenta con formación empírica y algunos cursos puntuales brindados por entidades como SENA e INVIMA.

Un elemento a destacar es que el personal tiene un bajo nivel de rotación, generando una gran experiencia acumulada ya que el 62.5% tienen más de cinco años al frente de la organización, sin embargo, esto puede resultar contraproducente en el sentido que estas empresas tiendan a mantener su status quo, limitando su crecimiento. El desarrollo de nuevos productos o la mejora de los existentes es una preocupación para estas organizaciones, por lo cual cuentan con la asesoría externa de un ingeniero de alimentos para estos proyectos.

4.2.1.3 Capacidad de asociación

Tal como se mencionó anteriormente, en el grupo de empresas analizadas hay tres con trayectoria en el mercado con más de 10 años que se han ganado un espacio competitivo en la región. Sin embargo, a nivel de asociatividad son muchas las falencias encontradas en torno a este grupo de microempresas en este sector; una de éstas, es el poco interés por constituir o crear asociaciones o gremios que funjan como ente rector, fiscalizador y garante para lograr objetivos claros de calidad, competitividad, y alianzas estratégicas con universidades, centros de

investigación, u órganos financiadores de proyectos de gran envergadura y así constituir un clúster de Mipymes agroindustriales transformadoras del sector lácteo.

Los productores lácteos del municipio de San Pedro no consideran crear iniciativas conjuntas y la impresión que le queda al investigador es que cada uno hace lo que mejor le convenga de manera particular. Es un sector completamente desarticulado que no presenta dinámicas de trabajo cooperativo y no existe una organización gremial que permita aprovechar las ventajas estratégicas con que cuenta (vías, ubicación, cercanía a centros productivos y de consumo, entre otras) u otras propiamente derivadas de la acción conjunta como economías de escala, poder de negociación, entre otros.

4.2.1.4 Innovación

La innovación es un concepto que no se maneja de manera directa en las empresas en estudio, es lo que, en las entrevistas realizadas a los productores lácteos, señalan como “lejano y costoso”. Sin embargo, estas empresas velan por hacer mejoras e implementar tecnología más barata sin tener que desmantelar la adquirida y algunos exploran la posibilidad de generar nuevos productos. A nivel de creatividad, estas empresas manifiestan ser altamente creativas ya que muchas veces les toca recurrir a esos chispazos o momentos de lucidez creativa para afrontar situaciones apremiantes, como lo expresa uno de los empresarios entrevistados “pilotear este negocio y no dejarlo caer por mucho tiempo es porque tenemos algo de creatividad e imaginación”.

Tal como se mencionó anteriormente, para estas empresas la innovación es cuestión de dinero, esta visualización se constituye en una barrera para el desarrollo de acciones tendientes a la mejora, más cuando algunos de los empresarios entrevistados coinciden en señalar que no cuentan con recursos económicos disponibles para eso y desconocen las posibles fuentes de financiación. A nivel de desarrollo tecnológico, estas empresas cuentan con tecnología rudimentaria que los mismos empresarios entrevistados señalan como “de bajo costo”. No se evidencian iniciativas tecnológicas propias, y en este sentido se puede señalar que tienen un comportamiento que se asimila al de empresas que siguen la estrategia del seguidor, esperando que la competencia implemente mejoras para ellos ir

detrás intentando alcanzarlos³. Sin embargo, estas organizaciones carecen de sistemas de planeación, ellas nacen y crecen manteniéndose en su status quo, producen y venden, pero no tienen una perspectiva orientada al crecimiento superior del negocio.

Por último, estas empresas visualizan la posibilidad de desarrollo de proyectos y actividades de I+D+i a través de posibles alianzas con universidades y centros de investigación e incluso otras empresas que les permita potenciar la innovación en productos, procesos y marketing, pero desconocen la forma de interactuar con estos centros, la existencia de recursos para financiar estas actividades y cómo acceder a los mismos.

4.2.1.5 Capacidad de visualización del entorno

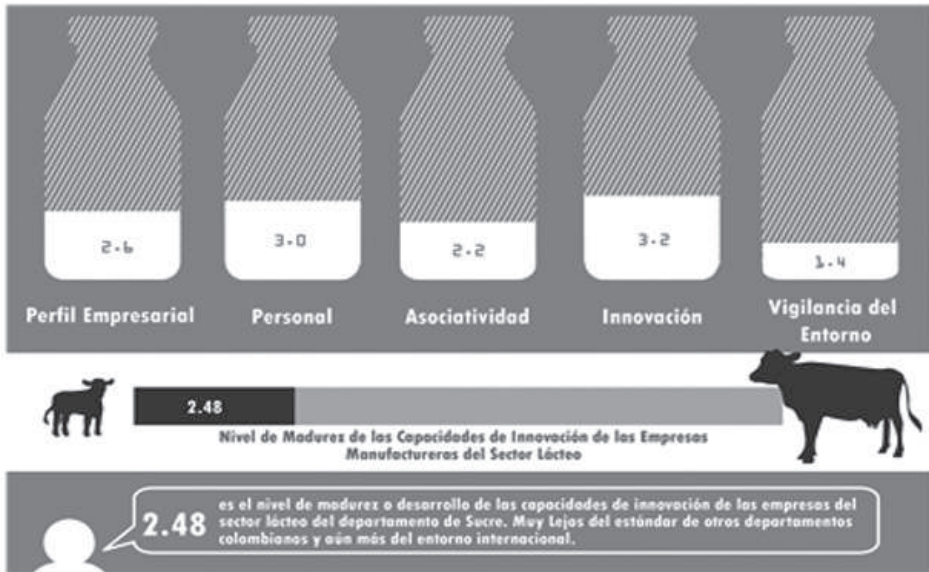
Los resultados de la aplicación de instrumentos cuantitativos y cualitativos en las empresas del sector lácteo del municipio de San Pedro en el departamento de Sucre, indican que estas unidades productivas no realizan actividades de vigilancia más allá del entorno local (departamental en el mejor de los casos), siendo la principal información requerida la relacionada a disponibilidad de materia prima e insumos y precios a nivel local, siempre en busca de precios más beneficiosos para su proceso productivo.

4.2.1.6 Resumen de capacidades de innovación para empresas transformadoras del sector lácteo de Sucre

A continuación, se presenta la visualización de los resultados obtenidos para el grupo de empresas transformadoras del sector lácteo del municipio de San Pedro, Sucre. Gráfico 26.

3 http://www.eoi.es/wiki/index.php/Estrategias_de_innovaci%C3%B3n_en_Competitividad

Gráfico 26. Nivel de madurez de las capacidades de innovación de las empresas manufactureras del sector lácteo de Sucre



El gráfico 25 muestra el resumen del nivel de madurez de las capacidades dinámicas para empresas manufactureras del sector lácteo, vale la pena destacar que el análisis se realizó con una escala de 1 a 10, siendo 1 el menor valor posible y 10 el máximo. Se evidencia un bajo nivel generalizado en los elementos analizados, especialmente en lo relacionado a la vigilancia del entorno y asociatividad, aspectos destacados por los empresarios en las entrevistas como los principales problemas del sector.

