



Abstract ampliado

RESUMEN AMPLIADO

Estrategias de innovación y caracterización de empresas agroalimentarias extremeñas

Beatriz Corchuelo Martínez-Azúa (bcorchue@unex.es) y Felipe Martín Vega (felipemarve@unex.es)

**Departamento de Economía
Universidad de Extremadura**

Área Temática: *Empresas, emprendimiento y dinámica empresarial en el territorio*

Resumen:

Tanto en el caso de España como, más concretamente, en la Comunidad Autónoma de Extremadura, la industria agroalimentaria ocupa un lugar de gran importancia en la industria manufacturera. Esta industria está experimentando cambios sustanciales que ve la necesidad de incluir la innovación dentro de sus estrategias y cambiar sus productos. Adaptar sus productos a las nuevas demandas alimenticias de los consumidores y los mercados para ser más competitivos y "diferenciarse" de otros productores. Al igual que en otras industrias, la innovación supone a las empresas agroalimentarias la posibilidad de generar mayores ingresos y aumentar su productividad y competitividad.

En este sentido, las empresas agroalimentarias deben elegir la estrategia de innovación que le permita ser líderes en el mercado o, simplemente, sobrevivir. Una estrategia ofensiva se podría pensar que sea la mejor para cualquier empresa. No obstante, realmente, la estrategia debe adaptarse a sus condiciones (financieras, productivas, de mercado, etc.) y a su entorno (Cuatrecasas, 2000; de Miguel, 2003). La mejor estrategia de innovación es la que se adecúa al entorno interno y externo de la empresa, pudiendo resultar incluso que cierta pasividad (en lo que a innovación se refiere) sea rentable para la organización (Canós *et al*, 2015).

En base a estas consideraciones, el principal objetivo de este estudio es analizar cómo valoran las empresas agroalimentarias extremeñas la importancia que tiene la innovación en sus estrategias y realizar una caracterización de las mismas en base a las estrategias de innovación detectadas.



El presente estudio es, de acuerdo a la revisión de literatura, novedoso, al desarrollar un aspecto no analizado previamente que caracteriza a las empresas agroalimentarias de la región vinculando los objetivos de la innovación a las estrategias desarrolladas con el fin de ser de utilidad para el diseño de las políticas regionales de innovación. En este sentido, su objetivo conecta con la *Estrategia de Investigación e Innovación para la Especialización Inteligente de Extremadura* (RIS3 de Extremadura) que persigue hacer un uso más eficaz de los fondos públicos concentrando los recursos de I+D+i en aquellos sectores económicos y áreas de conocimiento que presenten ventajas competitivas frente a otras regiones, entre ellos la Agroalimentación. Se pretende impulsar la actividad tecnológica e innovadora y resolver así algunos de los problemas asociados a esta industria en la región.

Los datos utilizados proceden de una encuesta *ad hoc* realizada en junio de 2013. La muestra total obtenida es de 524 empresas del sector manufacturero y servicios intensivos en conocimiento. De esta muestra total se ha seleccionado y filtrado una submuestra correspondiente a las empresas agroalimentarias obteniéndose una muestra final es de 124 empresas. De ellas, el 24,2% son cooperativas, lo cual representa un 10,3% de las cooperativas existentes en la región con datos del año 2012 (OSCAE, 2013). Destaca el hecho de que el tamaño de las empresas es reducido: el 94,3% de las empresas dispone de menos de 50 trabajadores; además, el 52,1% tienen 5 o menos trabajadores.

De las 124 empresas seleccionadas, 64 declaran haber realizado actividades de innovación en los últimos 2/3 años (51,6%). Del total de innovadoras, el 61% de las empresas declara haber realizado innovación de producto y el 53%, innovación de procesos. Es reducido el porcentaje de empresas que declaran realizar algún tipo de innovación no tecnológica (4,6% innovación organizacional y 12,5% innovación de marketing). La innovación que se desarrolla es, por tanto, principalmente de carácter tecnológico.

De las cuestiones planteadas a las empresas en el cuestionario nos centramos en la relacionada con el objetivo del estudio, que es la relativa a la valoración de los objetivos e importancia de la innovación. Las empresas aportan valoraciones en una escala de Likert 0 (muy poca importancia) a 10 (mucho importancia) sobre 11 ítems.

En el estudio empírico, se utiliza el análisis factorial (AF) como herramienta para determinar las principales dimensiones dentro de la importancia y objetivos de la innovación lo cual ha permitido categorizar a las empresas agroalimentarias según el tipo de estrategia de innovación. Se obtienen dos factores diferenciados: el Factor 1 explica el 54,78% de la varianza y se relaciona principalmente con aspectos que afectan o contribuyen a mejorar la competitividad a través de la diferenciación en el mercado, por lo que es un factor vinculado a la "*diferenciación*"; el factor 2 explica el 12,66% de la varianza y está vinculado a factores relacionados con la reducción de costes de forma que se ha denominado "*reducción de costes*".

En base a la valoración que las empresas tienen sobre estos dos factores se obtienen 4 grupos diferenciados de empresas en base a su estrategia de innovación de acuerdo a la clasificación realizada por Prochnik y Araújo (2005): *Grupo 1: "estrategia de búsqueda de ventajas competitivas"* (elevada valoración en los dos factores) integrado por 33



empresas que se corresponde a una estrategia ofensiva de innovación; *Grupo 2: "estrategia de posicionamiento en el mercado"* (elevada valoración en diferenciación pero no en reducción de costes) integrado por 29 empresas que se corresponde a una estrategia defensiva de innovación; *Grupo 3: "estrategia de liderazgo en costes"* (elevada valoración en reducción de costes pero no en diferenciación) integrado por 27 empresas que se corresponde a una estrategia tradicional de innovación; que corresponde a una estrategia de innovación tradicional; *Grupo 4: "estrategia de racionalización de costes"* (baja valoración en costes y diferenciación) integrado por 35 empresas y se corresponde a una estrategia imitativa de innovación.

En base a esta categorización de estrategias de innovación se caracteriza a las empresas en función a una serie de variables como el tamaño, la actividad innovadora, cooperativismo, actividad exportadora, barreras a la innovación, beneficios de la innovación y actuaciones públicas demandadas.

Con relación al *tamaño*, se observa una correspondencia entre las empresas de menor dimensión y las que muestran una menor percepción y valoración de la importancia de la innovación en diferenciación y reducción de costes (*grupo 4*) y una mayor dimensión relativa entre las empresas de mayor dimensión y mayor valoración de la importancia de la innovación en diferenciación y reducción de costes (*grupo 1*).

Con relación a la *actividad innovadora*, se observa que el *grupo 1* es el que presenta un mayor número de empresas innovadoras (60,6%), seguidas del *grupo 2* (58,6%) y el *grupo 3* (51,8%). En cuanto a tipos de innovación, las empresas innovadoras del grupo 1 desarrollan relativamente más innovaciones de producto (*estrategia ofensiva*), las del grupo 2, innovaciones de proceso (*estrategia defensiva*), las del grupo 3, innovaciones de producto y proceso principalmente (*estrategia tradicional*) y las del grupo 4 (*estrategia imitativa*) son las que menor actividad innovadora presentan, relativamente, más innovación de carácter no tecnológico (organizacional o de marketing).

Por otra parte, se observa correspondencia entre el *cooperativismo agroalimentario* y *actividad exportadora* con una mayor valoración de la innovación en cuanto a diferenciación y reducción de costes (*grupo 1*).

En relación a los *obstáculos a la innovación*, de acuerdo a las 17 barreras a la innovación que se analizan en la encuesta, en general, todas las empresas destacan como un barrera fundamental la *falta de apoyo de las administraciones públicas*. Además, las empresas del grupo 1 destaca principalmente *costes elevados*; en el grupo 2, *falta de financiación externa*; en el grupo 3, *falta de financiación interna y externa, costes elevados, riesgos elevados y mercados con empresas establecidas*, y en el grupo 4, *falta de financiación interna y externa y costes elevados*.

Con relación a *beneficios de la innovación*, las mayores valoraciones medias corresponden al grupo 1 y grupo 2. La mayor valoración media en el grupo 1 son los aspectos relacionados con el capital estructural. En el grupo 2, además de estos aspectos, se valora especialmente la *mejora de la capacidad, aptitudes y competencias del personal* (capital humano). Estos aspectos son menos valorados, relativamente, en los grupos 3 y 4, en los que se valora especialmente como beneficios de la innovación la *mejora de la calidad de bienes y servicios*.



Finalmente, y en relación a *acciones públicas demandadas* por las empresas, en general, las más demandadas son *mayores subvenciones y/o ayudas públicas directas* en consonancia con los principales obstáculos detectados en general por las empresas de todos los grupos (especialmente los grupos 2 y 3). Además, las empresas del grupo 3 demanda, especialmente, *mayor asesoramiento personalizado*.

Los resultados permiten determinar distintas tipologías de empresas agroalimentarias desde el punto de vista de las políticas innovadoras. El diseño de una política orientada a incentivar estas actividades innovadoras en función de las características de las empresas debería ir encaminada a observar las estrategias innovadoras y establecer ayudas e incentivos específicos que respondan a estas características empresariales.

Referencias bibliográficas

Canós, L., Pons, C. y Santandreu, C. (2015): Estrategias de innovación, Escuela Politécnica Superior de Gandia, Universitat Politècnica de València.

Cuatrecasas, L (2000): Organización de la producción y dirección de operaciones. Sistemas actuales de gestión eficiente y competitiva, Madrid: Díaz de Santos.

de Miguel Fernández, E. (2003): Introducción a la gestión (Management) I y II, Editorial Universidad Politécnica de Valencia.

Gobierno de Extremadura (2014), Estrategia Regional de Investigación e Innovación para la Especialización Inteligente (2014-2020).

OSCAE (2013), Macromagnitudes del Cooperativismo agroalimentario español, OSCAE- Observatorio Socioeconómico del Cooperativismo Agroalimentario Español-Cooperativas Agro-alimentarias de España.

Palabras Clave: *Agroindustria, innovación, estrategias, políticas públicas*

Clasificación JEL: D22, H25, O38