

12. GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y CALIDAD PARA PYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA

ENRIQUE JOSÉ VEGA PÉREZ¹, CARMELA ISABEL DE LA HOZ MONTENEGRO¹ | ejvegap@sena.edu.co

¹ Grupo de Investigación ARCADIA. Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, C. C. y S, Atlántico-Colombia

Palabras clave: Gastronomía; pymes; servicios; gestión de la innovación; gestión de la calidad

Resumen: En Barranquilla el comportamiento del sector gastronómico ha sido creciente, tanto así que en los últimos años la región Caribe y sobre todo Barranquilla sobresale por ostentar un crecimiento cercano al doble del promedio nacional, alrededor de un 37%. Según estudios se afirma que al menos el 70% de los habitantes de Barranquilla sale a comer a restaurantes una o dos veces por semana, lo cual hace que un hogar típico destine aproximadamente el 7% de su presupuesto familiar en consumir alimentos

y bebidas por fuera de casa. De la mano de algunas agremiaciones dispuestas a apoyar las Pymes, se copian modelos que no van acordes al tipo de organización, actividad desarrollada, sector económico, e inclusive espacio geográfico donde se desarrollan las actividades comerciales de las mismas. El objetivo del presente proyecto es Desarrollar la competitividad mediante la gestión de la Innovación y Calidad para las Pymes del sector de servicios gastronómicos de la ciudad de Barranquilla; para esto debemos: Caracte-

rizar las Pymes del sector de servicios gastronómicos de la ciudad de Barranquilla en cuanto a prácticas en Innovación y calidad, además de analizar la Gestión de la Innovación y Calidad existentes, Diseñar e implementar un programa de Innovación y Calidad para Pymes del sector de servicios gastronómicos, finalizando con un estudio de caso.

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y CALIDAD PARA PYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.

1. Introducción

Debido a las situaciones adversas que se han presentado los últimos años en las pymes colombianas, tales como los incrementos en la parte tributaria y el estancamiento en algunos sectores económicos; la Revista Dinero, expresa que “mejorar la productividad, innovar y ampliar el mercado son los tres grandes retos para desafiar” [1], para ello el gobierno, ha creado programas en los que busca fortalecerlas con el fin de hacerlas duraderas en el tiempo, más productivas y altamente competitivas.

Se puede decir que el sector gastronómico colombiano no es la excepción, ya que cada día se aumenta la oferta, pero, igualmente un gran porcentaje de estos negocios cierran antes de recuperar su inversión, donde la mayoría de las veces la falta de planeación en cuanto a la gestión operacional y financiera es un común denominador, al igual que algunos no tienen en cuenta las tendencias del mercado, del sector y las necesidades actuales de los clientes.

Así las cosas, “en Colombia en el 2014 abrieron 5000 restaurantes, de acuerdo a cifras emitidas por la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica – ACODRES-“ [2], lo cual es muy positivo para el crecimiento de este sector y a la economía nacional, ya que esta industria mueve aproximadamente 34 billones de pesos al año, y genera 1,5 empleados en el país.

En la ciudad de Barranquilla, aunque se ha incrementado el número de establecimientos gastronómicos, no es ajena a la comprensión de todos, el simple hecho de que en el transcurso del año 2017 más de 80 establecimientos de este tipo hayan tenido que cerrar. Según Magni Montero, directora de ACODRES Capítulo Atlántico, es una muestra clara que algunos aspectos como la informalidad, los altos costos, la alta rotación del personal, la visión a corto plazo, la falta de gestión para el aseguramiento de la calidad y la innovación a partir de las tendencias en el mercado, se convierten en factor determinante de

la suerte que corren muchos de ellos. Es necesario pues, brindarles apoyo en las áreas en las cuales se requiere consolidar este sector empresarial como una posibilidad naciente no sólo para la ciudad y la Región Caribe, sino para que Colombia entera apueste al desarrollo de actividades por fuera de sus fronteras, lo cual es tendencia a nivel internacional desde hace algún tiempo. ACODRES, como gremio de la industria gastronómica en Colombia y la Cámara de Comercio de Barranquilla, al igual que entes gubernamentales como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) a través de su Viceministerio de Turismo, Subsecretarías de Turismo Departamentales y Secretarías de Turismo Locales, han creado algunos programas de capacitación que apuntan sus esfuerzos a darle solución para superar estas debilidades, entregándoles herramientas de gestión y operación requeridas para iniciar y desarrollar exitosamente un óptimo proceso para la mejora de

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y CALIDAD PARA PYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.

sus productos y servicios, para lograr mantenerse activo dentro del mercado, pero a pesar de ello solo se ha logrado un porcentaje muy bajo de éxito. Es posible que para lograrlo se hace necesario innovar algunos aspectos de las empresas, dentro de los cuales estaría el incremento de calidad en sus productos, procesos, servicios o demás.

2. Análisis

2.1 Caracterización del Sector Gastronómico

Este sector tiene unas características que lo diferencian de otros sectores productivos, uno de ellos es la intangibilidad del servicio, aunque que los productos son bienes tangibles, pero la experiencia real se enfoca en el servicio el cual no se puede tocar o ver físicamente, solo se puede sentir a través de un trato amable y de calidad por parte de los empleados, por lo tanto, no se puede almacenar. Las empresas pertenecientes a este sector cubren actividades de compra, producción, transformación,

distribución y consumo, las cuales se llevan a cabo paralelamente, donde el cliente es el elemento primordial, pues es el protagonista ya que sin él no existiría la empresa.

2.2 Establecimiento Gastronómico

Según la NTS USNA 008, un establecimiento gastronómico “es aquel cuyo objeto principal es la transformación de alimentos, venta y prestación del servicio de alimentos y bebidas preparadas” [3]. Esta norma establece para Colombia, tres categorías que va de uno a tres tenedores, de acuerdo con el tipo de servicio que se ofrece y el cumplimiento de requisitos de optimización de la calidad en el servicio, planta y generales, incluyendo decoración y ambientación, los cuales han sido incluidos en las normas cuyo cumplimiento es obligatorio para lograr la certificación por tenedores. La palabra gastronomía proviene del griego “gastros” que significa estómago y, “gnomos” ley o conocimiento, cuyo objetivo es crear

preparaciones culinarias donde intervengan los sentidos del gusto, tacto, olfato y vista, guardando una proporcionalidad en la combinación de sus ingredientes con los valores nutricionales adecuados para cada persona [4].

2.3 Análisis del sector gastronómico colombiano

Para Bonilla (2016), Colombia es un país con muchos privilegios en su gastronomía debido a la gran variedad de frutas y verduras que aquí se cultivan, los cuales facilitan que su oferta gastronómica sea muy variada, pero, a pesar de ello expresa que “aún hay mucho que explotar en este sector” [5]. Esta misma autora comenta que: “Los restaurantes: en los últimos 20 años, el despertar del turismo y el comercio en Colombia también ha fomentado la oferta de restaurantes. Los restaurantes informales y “corrientazos” siguen siendo un común denominador en todas las regiones del país y en muchas ocasiones presentan una oferta muy tentadora; representan el 80% del

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y CALIDAD PARA PYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.

mercado total de los restaurantes en el país; sin embargo, otro tipo de restaurantes ha ido ganando espacio, como los casuales y comidas rápidas, que constituyen un poco más del 15% del mercado local nacional.”[5].

Según el informe Crowe Howarth Colombia, realizado en 2016, el desempeño del sector de alimentos y bebidas en el país ha sido positivo en cuanto a su crecimiento con respecto a la economía nacional, representa altos niveles de producción y generación de gran cantidad de empleos, a través de la oferta y prestación de servicios en restaurantes, bares, y catering. Expone también que este sector es de los que menos se ha visto afectado con la crisis económica ya que muchos restaurantes han reemplazado los ingredientes importados por productos locales, lo que ha ayudado a los productores nacionales [6].

De acuerdo al informe de la Revista Dinero en 2018, el mercado de la gastronomía en Colombia es cada vez más competitivo y rentable por su alta variedad

e implementación de los procesos de calidad [7]. Aunque el año 2017 no fue un buen año, debido al incremento de impuestos, costos de materia prima e insumos y gastos (arrendamientos, transportes etc.), los cuales no se encontraban proyectados dentro de la gestión de la operación, obligaron al cierre de algunos establecimientos, pero también se observó que fueron muchos los que abrieron sus puertas con nuevas propuestas gastronómicas, otros reajustaron sus procesos operativos y administrativos para mantenerse en el mercado, apuntando a la innovación y calidad de sus productos y servicios, logrando crecer y mejorar su competitividad [8]. Cabe destacar que el número de establecimientos gastronómicos en Colombia actualmente sobrepasa los 400.000.

Con respecto al crecimiento de las Pymes gastronómicas en el país, Gutiérrez (2017), gerente de Pesquera Jaramillo, expresa que “Uno de los pilares de la economía colombiana está representada por pequeñas y medianas empresas,

las cuales no solo generan puestos de trabajo, también por la habilidad que han adquirido para enfrentar los bajonazos económicos en el país” [10]. Es importante anotar que este sector genera un alto número de empleos, (cada restaurante puede generar como mínimo 10 empleos directos e indirectos), y un gran movimiento financiero dentro de economía nacional. Aun a pesar de la inestabilidad que existe en el sector gastronómico colombiano, cada día abren y cierran establecimientos de este tipo. Así las cosas, cuatro de cada diez restaurantes, cierran sus puertas antes de cumplir el año de operaciones, debido a bajos niveles de rentabilidad y altos costos, producto de la oscilación de los precios en la materia prima y la oferta gastronómica informal, estos últimos no cumplen con todos los requisitos legales exigidos para operar, siendo uno de los grandes flagelos para el sector [11]. Puesto que mientras los negocios formales se esmeran por ofrecer productos de alta calidad, cumpliendo con procesos organizados

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y CALIDAD PARA PYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.

los cuales incluyen la formalización del empleo, la aplicación de las normas de sostenibilidad, dentro de las que se encuentra la implementación de Buenas Prácticas Ambientales y las Buenas Prácticas de Manufactura BPM, a través del acatamiento de las normas sanitarias exigidas en la resolución 2674 de 2013, para el procesamiento, almacenamiento, y servicio de este tipo de negocios, cumplimiento de obligaciones tributarias con el pago de los impuestos establecidos. Por ello es preocupante que negocios informales de comida, no llevan controles de calidad en sus procesos de operación y prestación del servicio, tienen personal que no cuenta con prestaciones sociales, ni están afiliados a la seguridad social, la aplicación de un programa de BPM es mínimo, poniendo en riesgo la vida de los comensales que por cuestiones de economía escogen estos negocios para tomar sus alimentos. Actualmente los negocios gastronómicos en el país presentan ofertas atractivas donde la innovación y

la utilización de nuevas tecnologías son un elemento importante que facilitan el consumo a un mayor número de personas. Ejemplo de los avances en el sector es la marca Deliz la cual hace parte del grupo Gastroinnova, creado por los mismos dueños de Tostao' Café y Pan y de Justo & Bueno. Mónica Calderón, líder del proyecto, que la idea de esta organización es brindar una opción de comida económica y de buena calidad, para quienes deben almorzar fuera por diferentes razones. Estas empresas ofrecen variedad de platos utilizando tecnología europea. En su planta ubicada en Siberia (Cundinamarca), se empacan y despachan a los puntos de venta donde se refrigeran hasta por 90 días sin aditivos ni conservantes, lo cual genera un beneficio enorme, pues su preparación previa permite que estas pasen, solo por una fase de regeneración, lo que agiliza el servicio y la venta final. Este modelo de negocio tiene la ventaja de ofrecer un gran número de empleos, buena rentabilidad a bajos costos y altos estándares sanitarios [12].

Muchos entes del sector público y privado colombiano, están promoviendo el emprendimiento a las comunidades locales portadoras del patrimonio inmaterial (recetas tradicionales y ancestrales) para su divulgación y generación de nuevos negocios, a su vez se estaría contribuyendo a la tendencia mundial que es el aprovechamiento de estos saberes, impulsando el turismo gastronómico, el cual representa un gran potencial dentro de los atractivos de un destino turístico, y contribuir a otros sectores productivos como la agroindustria, por ejemplo. Dentro de las tendencias del sector gastronómico no solo se promueve el rescate de las tradiciones culinarias y la innovación, también se han establecido políticas responsables para evitar el deterioro al medio ambiente que este tipo de establecimientos produce, a partir del uso eficiente de los recursos naturales y energéticos, el manejo eficiente de los residuos sólidos y líquidos, todo ello a través de la concienciación de los trabajadores del sector y las mejoras en la

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y CALIDAD PARA PYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.

calidad de los procesos de producción y servicio. Para ello se deben tener en cuenta los criterios establecidos en las normas técnicas sectoriales de turismo sostenible NTS-TS 004/2008, la cual define los requisitos para establecer el sistema de gestión para la sostenibilidad, que incluye la identificación de productos y servicios que pueden tener alto impacto, igualmente también es importante aplicar las normas establecidas para la industria gastronómica en cuanto a la recepción, almacenamiento, procesamiento, transporte de la materia prima, a la comercialización y servicio al consumidor [13].

2.4 Caracterización del Sector Gastronómico en Barranquilla
Según Duarte (2017), uno de los productos turísticos de mayor crecimiento en Barranquilla es la gastronomía, debido a el “eclecticismo de su cultura culinaria” la llegada de inmigrantes extranjeros desde hace 204 años, combinados con las colonias de otras regiones del país y los aportes de la cocina tradicional Atlántico, han generado una fusión de sabores, atractivos para los visitantes y lugareños [14].

Esta apreciación es reforzada por Fuenmayor (2016), quien expresa que:

“Barranquilla, en los últimos tiempos se ha convertido en una ciudad en la que la gastronomía ha alcanzado unos niveles de desarrollo inusitado. Las tendencias en esta materia, provenientes de otros países, la posicionan como líder en las nuevas artes de la cocina” [15].

Comentarios como los anteriores afirman que Barranquilla es un destino que ofrece muchas oportunidades para los empresarios del sector gastronómico, muestra de ellos es el evento “Sabor Barranquilla”, que organiza FENALCO y la CRUZ ROJA, desde hace 11 años donde se consolidan sabores y saberes de la cocina regional, nacional e internacional, presentación de las nuevas tendencias, productos y equipos que ofrecen los proveedores para el desarrollo de los diferentes procesos que se realizan en este tipo de establecimientos. Otros eventos que impulsan la gastronomía Barranquillera es Caribe Gourmet, que presenta una muestra gastronómica donde

participa un gran número de restaurantes de la ciudad ofreciendo una diversidad de preparaciones entre las cuales también se incluyen comidas rápidas. Medina (2017), expresa que la capital del Atlántico por su posición estratégica y la creatividad que caracteriza al Barranquillero ofrece una gran variedad gastronómica, lo que ha dado paso a que el 60% de los turistas que aquí llegan, disfruten de los diferentes negocios que ofrecen una diversidad de platos tanto tradicionales como internacionales [16]. Esta ciudad cuenta con un promedio de 1.370 establecimientos que ofrecen servicios de alimentos y bebidas (Cámara de Comercio de Barranquilla, 2018), de los cuales el 48% está representado por restaurantes de diferentes categorías de acuerdo a su ubicación, tipo de cliente, especialidad, centros de eventos, cafeterías y bares.

Para la mejora de la competitividad del sector gastronómico en Barranquilla, ACODRES, capítulo Atlántico está desarrollando capacitaciones enfocadas a generar estrategias que impulsen la innovación en los restaurantes afiliados y contribuir a la construcción

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y CALIDAD PARA PYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.

de un sistema de producción sostenible donde sus procesos sean innovadores y se utilice la tecnología adecuada para asegurar el éxito y la sostenibilidad a largo plazo.

2.5 Clasificación y operación de los restaurantes en Barranquilla

Barranquilla cuenta con una gran variedad gastronómica, de acuerdo a la Dra. Magni Montero, directora de la Asociación Colombiana de Restaurantes Capítulo Atlántico (2018), esta ciudad no cuenta con restaurantes categorizados por tenedores, pero informa que existe un promedio de 500 restaurantes en la ciudad que ofrecen diferentes alternativas para escoger, oriental, cubana, española, francesa, griega, italiana, árabe, mexicana, suramericana, típica, etc. Igualmente existe un gran número de establecimientos que ofrecen comida rápida. (Ver tabla 1).

Tabla 1. Establecimientos de cocina especializada en Barranquilla (* inscritos en Cámara de comercio)

Fuente: Elaboración propia, 2018

TIPO DE OFERTA GASTRONÓMICA	Nro. de establecimientos en Barranquilla	% participación
Cocina alemana	1	0.21%
Cocina árabe	23	4.74%
Cocina argentina	2	0.41%
Cocina asiática	44	9.07%
Cocina brasileña	2	0.41%
Cocina contemporánea	3	0.62%
Cocina española	8	1.65%
Cocina europea	13	2.68%
Cocina francesa	8	1.65%
Cocina fusión	9	1.86%
Cocina gourmet	33	6.80%
Cocina internacional	8	1.65%
Cocina italiana	43	8.87%
Cocina mexicana	24	4.95%
Cocina peruana	11	2.27%
Cocina saludable	14	2.89%
Cocina típica	102	21.03%
Cocina vegetariana	10	2.06%
Cocina griega	2	0.41%
Comida de mar	29	5.98%
Grill – Asados	93	19.18%
Total establecimientos gastronómicos de cocina especializada en Barranquilla	485	100%
Comida rápida	180	

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y CALIDAD PARA PYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.

De acuerdo con el estudio realizado por Fenalco (2016), “solo un 2% vende más de \$300 millones de pesos al año, un 8% entre 200 y 300 millones, y alrededor del 50% de los restaurantes tienen un nivel de ventas mensuales menor a 100 millones de pesos” [17] Igualmente el promedio de costos de materia prima está entre el 36 y 42%. Haciendo un análisis promedio con respecto a la operación de los restaurantes en Barranquilla podemos observar lo siguiente: (Ver tabla 2).

Tabla 2. Operación promedio de los Restaurantes en Barranquilla
(Fuente: FENALCO, 2016)

Rubro	Porcentaje de participación con respecto a la venta total
Ingresos por alimentos	72%
Ingresos por Bebidas	27%
Otros Ingresos	1%
Costos de Materia prima	38%
Nómina	22%
Mantenimiento	2,2%
Mercadeo	2,3%
Otros Gastos	10%
Utilidad neta promedio	25.5%

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y CALIDAD PARA PYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.

Cabe resaltar que la dinámica de los restaurantes impulsa también otros negocios, tales como: venta de materia prima de alimentos y bebidas, utensilios y equipos de cocina y sala, mobiliario, mantelería, academias de cocina, transporte, entre otros.

2.6 Gestión de la Calidad

La Cámara de Comercio de Medellín, explica que “la calidad implica estar muy atento a las necesidades del cliente y a sus quejas o reclamos” [18], y para lograrlo es importante planificar, organizar y controlar los procesos inherentes a la operación de la empresa, al igual que tener identificado el mercado en el cual se encuentra, conocer los requisitos del cliente para asegurar su satisfacción total. Para ello se debe tener un gran compromiso por parte de la alta dirección, con respecto a la selección del recurso humano y las políticas de servicio, ya que sin ellos no se puede implementar un sistema de calidad eficiente. De acuerdo a la norma ISO 9001:2015, “adoptar un sistema de gestión de la calidad es una decisión estra-

tégica para una organización, que ayudaría a mejorar su desempeño global y proporcionar una base sólida para las iniciativas de desarrollo sostenible” [19]. Para llevar a cabo el diseño y la posterior implementación de un sistema de gestión de calidad, es importante desarrollar de manera completa y eficiente el ciclo PHVA (Planear, ejecutar, comprobar y actuar), por esto es importante contar con el liderazgo de los directivos y mandos medios de la empresa, ya que de ellos depende la buena planificación de las actividades de gestión de los procesos del establecimiento, definir los indicadores de cumplimiento para establecer las acciones de mejora o correctivas, igualmente es beneficioso realizar un análisis DOFA tanto del negocio como de la competencia y con ello aportarán muchos beneficios para obtener las metas deseadas.

Son muchos los beneficios que puede lograr una empresa al implementar un sistema de gestión de la calidad basado en la Norma ISO 9001:2015:

a) Capacidad para proporcionar regularmente

productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente, los legales y reglamentarios aplicables; b) facilitar oportunidades de aumentar su satisfacción; c) abordar los riesgos y oportunidades asociadas con su contexto y objetivos; d) capacidad para demostrar la conformidad con requisitos del sistema de gestión de la calidad especificados. [19]

La calidad en un establecimiento gastronómico se debe asegurar desde el origen de la materia prima hasta el consumidor final, quien con su opinión al recibir el servicio, satisfacer sus necesidades y expectativas ayudan a mejorar e innovar continuamente en nuevos productos/procesos ó servicios y la competitividad del recurso humano.

Requena & Serrano (2007), expresa que la calidad se puede clasificar en:

- a. Implícita o sea la que los clientes piensan que están incluidas en el servicio; y,
- b. Explícita, la cual satisface sus expectativas; la que seduce, es decir que va más allá de lo que el comensal espera. Al tener identificada esta

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y CALIDAD PARA PYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.

clasificación un establecimiento gastronómico puede posicionarse de una manera ventajosa en el mercado [20].

2.7 Gestión de la Innovación

Según la Asociación de la Industria Navarra (2008), la gestión de la innovación “es la organización y dirección de los recursos de una empresa: humanos, materiales y financieros” [21] cuyo objetivo principal es crear conocimientos, generar nuevas ideas permitiendo obtener nuevos productos, procesos y servicios, o también mejorarlos, a través de mecanismos y estrategias adaptadas a las necesidades y cultura de cada una de ellas y al sector al cual pertenece, por ello el papel protagónico de la innovación es un factor de primer orden para el desarrollo socio-económico de una nación o localidad.

Arango, Betancourt & Martínez (2015) comentan que la innovación y la competitividad, están directamente asociadas con el desempeño financiero y el

éxito del negocio. Hoy es importante incorporar los procesos de innovación en las organizaciones de todos los sectores productivos para mejorar y lograr altos niveles de competitividad y a su vez alcanzar su permanencia en el mercado [22].

Una de las variables que se deben gestionar para innovar en una empresa es la tecnología, siendo ésta un elemento determinante para crear o mejorar procesos, productos o servicios, ésta variable proporciona diferentes herramientas para evaluar los recursos disponibles de acuerdo a las fortalezas y debilidades que se identifican al realizar el diagnóstico inicial con respecto a la tecnología, todo ello con el fin de establecer estrategias que generan valor al producto, servicio o proceso logrando ser más competitivos.

Ruiz & Herrera (2010) comentan que actualmente el gobierno colombiano desde sus instituciones motiva a los empresarios de todos los sectores económicos, a través de los planes de desarrollo departamental y a la aplicación de la ley de Ciencia y

Tecnología 1286 de 2009, a participar en programas de formación que le apunten a la generación de una cultura de innovación, siendo ésta una clave para el crecimiento de las empresas. Es por ello que los mismo autores consideran importante identificar y definir las herramientas para realizar un diagnóstico de la empresa en cuanto a la innovación, cambio de tecnología, generación de ideas para la inclusión de nuevos productos o servicios, o para mejorar la calidad del producto y/o servicio existente, estrategias para la construcción de su portafolio de servicios y determinar cuál sería el método de seguimiento para establecer las acciones de mejora para ser más competitivos dentro del mercado.

“Hoy es irresponsable tomar decisiones sin antes haber consultado los números”, comentario de Ramírez (2018), acerca de la importancia de la información estadística en la gestión de todos los procesos de la empresa, ya que estos resultados miden el comportamiento de la operación y producción, de la competencia y las tendencias

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y CALIDAD PARA PYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.

del sector económico en el cual se desempeña, por lo tanto, obviar esto, podría tener consecuencias negativas [23]. Para el caso del sector gastronómico el gobierno a través del Viceministerio de Turismo, Acodres y entes gubernamentales del sector turismo presentan periódicamente informes acerca de las tendencias operativas y administrativas a partir de la situación del sector en cuanto a los niveles de ventas y costos, número de empleos generados, proyecciones, etc.

2.8 Gestión de la innovación en el sector gastronómico

La apuesta por la innovación y el desarrollo tecnológico representa uno de los retos del milenio en el sector gastronómico mundial, con ayuda de las nuevas tecnologías que proveen una mejora en la oferta a partir de un mayor conocimiento en los gustos de sus clientes logrando un gran posicionamiento en el mercado. Según Ponce (2016), “los restaurantes están expuestos a las reglas de la evolución de la tecnología y la sociedad porque los consumidores cambian a un ritmo vertiginoso y quieren que estos innoven para seguir su estela”

[24], por ello es importante que los empresarios de este sector incluyan la tecnología dentro de los procesos de producción y servicio, al igual que deben tener en cuenta las tendencias del sector gastronómico nacional e internacional y los gustos de los clientes, ya que tienen una alta influencia, para lograr el éxito de la empresa y mantenerse en el mercado.

Es indispensable que exista el componente de investigación en el campo de la cocina, puesto que de ello surge la aplicación de nuevas técnicas, mejoramiento de los procesos, utilización de tecnologías que faciliten estos, como por ejemplo la utilización de menús interactivos a través de pantallas táctiles, los cuales permiten agilizar la venta y la entrega del pedido, hoy también tiene gran relevancia los menús accesibles (adaptados para las personas que tienen necesidades especiales de alimentación) o la presentación de las ofertas en braille. No se debe olvidar que el negocio gastronómico es un negocio que gira en torno a la experiencia del cliente. Según la Cámara de Comercio de Bogotá (2017), innovar en tecnología ayuda a los establecimientos a conocer los gustos y necesidades

de los comensales, siendo este el primer aspecto para desarrollar estrategias para la mejora en los procesos de preparación, presentación y promoción de los productos que ofrecen sin que haya lugar a desperdicios ni despilfarros, dando paso al éxito en el control de los costos de materia prima, a una buena gestión de las compras, almacenamiento y conservación de la materia prima, puesto que del buen manejo de ellos depende la rentabilidad de la operación.

Dentro de la gestión de la innovación es importante incluir programas de buenas prácticas medioambientales, en cuanto a la producción y consumo sostenible, el cuidado de los recursos naturales, el manejo de los residuos sólidos y líquidos los cuales representan un alto impacto para el deterioro del medio ambiente, al aplicarlo se estaría dando cumplimiento también a la norma técnica de turismo sostenible aplicada a empresas que ofrecen servicio y venta de alimentos y bebidas NTS– TS- 004, necesario para obtener el sello ambiental colombiano.

3. Conclusiones

La Innovación debe servir para optimizar los recursos, para la introducción de un nuevo proceso/producto/servicio, mejoras en la calidad de un proceso/producto/servicio existente; apertura de nuevos mercados; búsqueda de nuevas fuentes para el suministro de materias primas o también el ingreso de cambios en la gestión operacional y administrativa de la empresa. Representa para las pyme del Sector Gastronómico, una oportunidad para mejorar, aunque lamentablemente muchos directivos y empresarios de las pequeñas y medianas empresas, lo ven como un sacrificio o un gasto, las empresas exitosas lo ven como una responsabilidad de todos, como una herramienta estratégica para permanecer en el mercado, logrando crecer también al asumir los cambios necesarios los cuales se mueven con los tiempos y las tendencias del sector, las necesidades y exigencias de los clientes.

Cada región, ciudad o localidad es responsable de incentivar el desarrollo económico, mejorar la calidad de vida de sus habitantes y adicionalmente satisfacer

las necesidades de los turistas que la escogen para disfrutar su tiempo de ocio, recreación o cualquier tipo de motivo para llegar hasta allí. Todo ello es posible si todos los involucrados, en este caso los sectores públicos (autoridades de turismo), privado (prestadores de servicios turísticos) y la comunidad local, se comprometan para lograr la sostenibilidad del destino. Es notable como las acciones emprendidas en las pymes del sector gastronómico de una ciudad, se pueden enfocar hacia la satisfacción del cliente y no hacia el cumplimiento de procesos debidamente estructurados como se encauzan los sistemas de gestión de la calidad, cuando los dos deben ir de la mano en la operación, ya que uno depende de lo otro. Logrando esto en los establecimientos conseguiremos dar un gran impulso al desarrollo del sector, de la ciudad y de la región, con establecimientos sostenibles, una economía mucho más fortalecida y establecimientos más competitivos. cuando los dos deben ir de la mano en la operación, ya que uno depende de lo otro. Logrando esto en los

establecimientos conseguiremos dar un gran impulso al desarrollo del sector, de la ciudad y de la región, con establecimientos sostenibles, una economía mucho más fortalecida y establecimientos más competitivos.

4. Referencias

- [1] Revista Dinero, “Las pymes más grandes en restaurantes y alimento,” Tendencias, 2017. [Online]. Available: <https://www.dinero.com/edicion-impresion/caratula/articulo/las-pymes-mas-grandes-en-restaurantes-y-alimentos-en-2017/249954>. [Accessed: 04-Apr-2019].
- [2] Revista La Barra, “Manual de montaje de Restaurantes,” 2017. [Online]. Available: <https://revistalabarra.com/manual/comprar-manual-de-montaje-de-restaurantes>. [Accessed: 08-Apr-2019].
- [3] ICONTEC, “Categorización de restaurantes por tenedores,” Bogotá, 2009.
- [3] ICONTEC, “Categorización de restaurantes por tenedores,” Bogotá, 2009.

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y CALIDAD PARA PYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.

[3] ICONTEC, “Categorización de restaurantes por tenedores,” Bogotá, 2009.

[5] L. Bonilla, “El mercado gastronómico en Colombia,” *Negocios*, 2016. [Online]. Available: <https://revistavolarcolombia.com/estilo-de-vida/negocios-estilo-de-vida/el-mercado-gastronomico-en-colombia/>. [Accessed: 15-Apr-2019].

[6] Crowe Horwath, “Restaurantes, Alimentos y Bebidas,” Bogotá, 2016.

[7] Revista Dinero, “El gran crecimiento que ha tenido el turismo gastronómico en Colombia,” *Gastronomía*, 2018. [Online]. Available: <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/balance-del-turismo-gastronomico-en-colombia-en-2018/263490>. [Accessed: 10-Apr-2019].

[8] A. Salazar, “No Title,” *Gastronomia2*, 2017. [Online]. Available: <https://revistalabarra.com/>

[noticias/asi-se-proyecta-sector-horeca-2017/](https://www.revistalabarra.com/noticias/asi-se-proyecta-sector-horeca-2017/). [Accessed: 13-Apr-2019].

[9] Revista Diners, “Tendencias gastronómicas que harán las delicias en el 2019,” *Gastronomía*, 2019. [Online]. Available: https://revistadiners.com.co/gastronomia/62968_tendencias-gastronomicas-que-haran-las-delicias-en-el-2019/. [Accessed: 14-Apr-2019].

[10] Revista Dinero, “Las pymes más grandes en restaurantes y alimentos,” *Empresarios*, 2017. [Online]. Available: <https://www.dinero.com/edicion-impres/caratula/articulo/las-pymes-mas-grandes-en-restaurantes-y-alimentos-en-2017/249954>. [Accessed: 12-Apr-2019].

[11] Revista Portafolio, “Restaurantes: 4 de cada 10 que se inauguran fracasan,” *Empresas*, 2015. [Online]. Available: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/restaurantes-10-inauguran-fracasan-33864>. [Accessed: 12-Apr-2019].

[12] R. Semana, “La nueva guerra del centavo,” *Consumo*, 2018. [Online]. Available: <https://www.semana.com/economia/articulo/la-nueva-guerra-del-centavo/555769>. [Accessed: 17-Apr-2019].

[13] Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, “Norma Sanitaria De Manipulación De Alimentos,” Bogotá, 2005.

[14] R. Duarte, “10 años, 10 legados,” *Barranquilla*, 2017.

[15] R. Fuenmayor, “Gastronomía Siglo XXI,” *El Heraldo*, 2016. [Online]. Available: <https://www.elheraldo.co/columnas-de-opinion/gastronomia-siglo-xxi-284178>. [Accessed: 10-May-2019].

[16] N. Medina, “Revista Fenalco Atlántico,” *Barranquilla*, 2017.

[17] Fontur, “Operación de restaurante en Colombia,” Bogotá, 2016.

[18] Camara de Comercio de Medellin, “10 Pasos para una correcta gestión de calidad en las empre-

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y CALIDAD PARA PYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.

sas,” Buenas practicas empresariales, 2012. [Online]. Available: <http://herramientas.camaramede-llin.com.co/Inicio/Buenaspracticasesmpresariales/BibliotecaGerenciaEstrategica/10Pasosparaunacorrectagestiondecualidad.aspx>. [Accessed: 12-May-2019].

[19] ICONTEC, “Sistemas de gestión de la calidad,” Bogotá, 2015.

[20] M. Requena and G. Serrano, “Calidad de servicio desde la perspectiva de clientes, usuarios y auto-percepción de empresas de captación de talento,” Universidad Católica Andrés Bello, 2007.

[21] Asociación de la Industria Navarra, “Guía práctica: La gestión de la Innovación en 8 pasos.” Anain - Agencia Navarra Innovación., p. 104, 2008.

[22] B. A. Alzate, J. B. Hurtado, and L. F. M. Lopez, “Implementación De Herramientas Para El Diagnóstico De Innovación En La Empresa Novaflex Del Sector Calzado En Colombia,” Rev. Adm. Innov. - RAI, vol. 12, no. 3, p. 310, 2015.

[23] N. Ramirez, “Le pasó a Jamie Oliver, le puede

pasar a usted,” 2018. .

[24] Ponce, “5 ejemplos de cómo la innovación va a cambiar a los restaurantes en 2017,” Journal, 2016. [Online]. Available: <http://rmtt.eu/5-ejemplos-de-cómo-la-innovación-va-a-cambiar-a-los-restaurantes-en-2017/>. [Accessed: 11-May-2019]