

Innovación y desarrollo tecnológico en empresas de transformación de leche en Pasto

Blanca Alicia Valenzuela

Paola Andrea Córdoba Villota

Estudiantes programa de Contaduría Pública



Fuente: Pixabay. Disponible en: <http://pixabay.com/es/leche-vidrio-frisch-saludable-518067/>

Las empresas dedicadas a la transformación de leche en Pasto, cuya actividad pertenece al sector secundario de la economía, están en proceso de decrecimiento, posiblemente por el poco dinamismo de innovación, la falta de financiamiento y la poca preocupación por adelantar investigación y desarrollo, por lo cual se está realizando una investigación que contribuirá a generar conocimiento sobre innovación a las empresas dedicadas a la transformación de leche, para que de una u otra manera se decidan a implementar investigación y desarrollo en sus productos y procesos.

El trabajo investigativo constituye una forma de aplicación del conocimiento, que permite afrontar la realidad actual de las empresas. Es importante que éstas realicen procesos de gestión e innovación que permitan generar empleo, ingresos para el propietario, y proporcionar óptimos productos para la sociedad, que ayuden a su vez, a mejorar la calidad de vida. Este proyecto aporta al fortalecimiento, la ampliación del reconocimiento y la expansión de las Medianas y Pequeñas Empresas (MIPYMES), para favorecer el progreso de la región, basado principalmente en la aplicación del conocimiento, para generar desarrollo e innovación y con ello ser competitivos en el mercado interno, sin dejar atrás el mercado externo.

Según cifras regionales, el sector secundario de la economía pasó de "aportar el 9,5% del PIB en 1989 al 7,13% en el 2000" (Plan de Desarrollo de Nariño 2004 – 2007); "durante el periodo 1990 – 2004 la actividad industrial decreció -1,5%" (Viloria, 2008); y en el 2009 "decreció en -3,9%" (Cámara de Comercio de Pasto, 2010), reflejando que no existe un crecimiento en el PIB, lo que hace suponer que no existe una gran participación por parte del gobierno y hasta de los mismos empresarios.

En cuanto a la transformación de leche, según informes de la Cámara de Comercio, para el año 2011 el número de establecimientos registrados fue de 144, notando un decrecimiento en comparación con el año 2010, que fue de 183 establecimientos, lo que evidencia falta de dinamismo por parte del gobierno y empresarios, para crear empresa o mantenerla, y así generar crecimiento en la economía de la región de Nariño.

Una de las principales causas de cierre de establecimientos es que algunos trabajan de forma tradicional y no se arriesgan a intentar implementar nuevos procesos, productos o mejorar lo existente, para seguir permaneciendo en el mercado.

Esta investigación tiene como objetivo determinar la línea base en innovación y desarrollo tecnológico en las empresas dedicadas a la transformación de leche en San Juan de Pasto a 2013, para establecer las necesidades de innovación, identificando los tipos y resultados de las actividades de creación en productos, procesos o servicios, estableciendo los objetivos empresariales frente a la innovación tecnológica, sean de mercado, costos, calidad, producto, producción o aprovechamiento de oportunidades tecnológicas, identificando las acciones de vigilancia tecnológica y las fuentes de información aprovechadas, determinando los factores que afectan la capacidad de innovación y estableciendo las necesidades de modernización y sus relaciones con el sistema nacional y/o regional.

Las principales conclusiones a las que se llegó fueron que, a pesar de los avances tecnológicos y del fácil acceso a algunas tecnologías de información y comunicación, las pequeñas empresas no están innovando en recursos tecnológicos que les permitirían obtener una adecuada infraestructura tecnológica para ser más competitivas en el mercado. Un número importante de ellas utiliza las redes sociales, pero no tienen el conocimiento y el manejo suficiente, ya que solamente lo hacen como entretenimiento, y no saben cómo sacar un mejor provecho para obtener algunos beneficios para la empresa. Finalmente, se determinó que éstas no utilizan este recurso tecnológico para hacer publicidad o comunicar eventos e interactuar con los usuarios o clientes, ya que solamente un mínimo de ellas tiene su propia página web.

Si bien algunas empresas de San Juan de Pasto no realizan innovación, sí tienen interés por implementar nuevos productos o procesos, pero la falta de recursos económicos y/o el poco conocimiento de algunos empresarios por la innovación o las nuevas tecnologías, las limitan y les generan un obstáculo.

Referencias

- Gobernación de Nariño. (2004). *Plan de Desarrollo del Departamento de Nariño 2004 – 2007, "La fuerza del cambio continúa"*.
- Viloria, J. (2008). *Economías del Pacífico Colombiano* (Colección de Economía Regional). Colombia: Editorial Nomos S.A.
- Cámara de Comercio de Pasto. (2011). *Anuario Estadístico 2011 Movimiento del Registro Público*.