

POTENCIAL INNOVADOR DE LAS QUESERÍAS ARTESANALES DE LA ASOCIACIÓN CÁMARA NACIONAL DE QUESEROS ARTESANOS Y AFINES (CANAQUEAF)

Viquez, D.* (1); Cortés, M. (1); Montero, M.L. (1); González, M. (1)

(1) Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos, Facultad de Ciencias Agroalimentarias, Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, San Pedro, Montes de Oca, San José, Costa Rica. Tel: (506) 25117221. Fax: (506) 22533762. Dirección de correo electrónico: diana.viquezbarrantes@ucr.ac.cr.

En Costa Rica, existe un sector de queserías artesanales constituido por microempresas o pequeñas empresas que logran diferenciarse del resto de la producción artesanal y del sector industrial debido a las posibilidades para innovar y generar nuevos productos. La innovación se define como el proceso de convertir ideas en productos ó servicios nuevos ó mejorados que aporten un rendimiento al mercado y una ventaja a la empresa desarrolladora de esa innovación, generando un beneficio económico ó social. Se generó una herramienta para realizar el diagnóstico de la gestión de la innovación a 15 queserías artesanales pertenecientes a CANAQUEAF. La herramienta contempló los siguientes aspectos. (a) Características generales de la quesería: se encontró que el 46% se considera entre las primeras diez queserías del sector artesanal, un 27% se considera líder del sector y un 27% después de los primeros diez. (b) Recursos para innovar: se determinó que el 73% no tiene control sobre el manejo de la información y un 27% lo hace como secreto industrial. El 93% de las queserías encuestadas no cuentan con estrategia para el monitoreo de competidores; mientras que el 80% se considera capaz de enfrentar los retos que representa la apertura comercial. Un 60% de las queserías consideran que su nivel tecnológico es medio y un 33% lo considera bajo. (c) Proceso de innovación: un 8% considera que no ha realizado ninguna innovación y un 23% ha realizado más de 7 innovaciones entre los años 2010 y 2011. (d) Auditoria tecnológica: se determinó que el 27% ha participado en actividades de investigación, desarrollo, cursos y capacitaciones y un 13% ha recibido fondos públicos para estas actividades, además el 47% de las empresas ha recibido cooperación tecnológica por parte de empresas privadas, universidades y otras asociaciones. Un 83% considera que manejan la misma tecnología y técnicas que la competencia, dando más peso a la calidad del producto como diferenciación. (e) Fortalezas, debilidades, obstáculos y factores motivadores: como principal fortaleza se encontró que el 73% cuenta con una flexibilidad que le permite adaptarse a los cambios del mercado, la principal debilidad que se observó es la estructura de investigación y desarrollo. Los obstáculos que enfrentan son falta de personal capacitado y ausencia de información técnica. Los problemas de materias primas y fallos de equipos son percibidos como los obstáculos menos importantes en su desarrollo. El 93% considera como principal factor motivador el mercado, los clientes y sus necesidades, mientras que la contaminación ambiental es el factor considerado como el menos importante con un 47%. (f) Actividades de Innovación Tecnológica: un 73% realiza modificaciones o mejoras a los productos y procesos, el 13% acepta que se ha basado en productos de la competencia y el 67% elabora productos radicalmente nuevos. En cuanto a ingeniería y diseño, un 80% señala haberse adaptado a tecnologías más actuales y un 40% asegura haber fabricado equipos propios. Se concluye que es posible para las queserías artesanales innovar haciéndose valer de las fortalezas y factores motivadores detectados. Este sector ha venido diferenciándose de lo que se conoce en Costa Rica como artesanal y ha sabido aprovechar la tendencia mundial de valorización de quesos artesanales o de autor.