



PROSPECTIVA

ISSN: 1692-8261

rprospectiva@gmail.com

Universidad Autónoma del Caribe

Colombia

Manjarrés- Henríquez, Liney
"El Reto de la Innovación: clave para el desarrollo de los territorios"
PROSPECTIVA, vol. 14, núm. 2, julio-diciembre, 2016, pp. 5-6
Universidad Autónoma del Caribe

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=496253995001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

EDITORIAL

REVISTA PROSPECTIVA

"El Reto de la Innovación: clave para el desarrollo de los territorios"

La innovación constituye el motor principal del desarrollo y la base para afrontar los retos de la competencia internacional. Su importancia ha sido reconocida desde hace ya varias décadas y se ha afianzado aún más con el ascenso de la llamada "sociedad del conocimiento", en la cual la dinámica del crecimiento se encuentra determinada por la capacidad que tengan los diferentes actores para interactuar y consolidar redes de aprendizaje que fortalezcan la capacidad científico-tecnológica nacional e incrementen la productividad y competitividad de las organizaciones industriales a través del desarrollo continuo nuevos productos y procesos, así como nuevos métodos de comercialización y gestión empresarial.

Si bien el reto de la innovación no es algo nuevo, lo cierto es que su importancia se acentúa con el desarrollo de la agenda de internacionalización que adelantan la mayoría de los países. En mercados cada vez más abiertos e integrados, la innovación se convierte en el factor clave de competitividad, así como otrora lo fue los costos laborales o la calidad. Hoy día, en mercados cada vez más exigentes, con consumidores cada vez más informados y caracterizados por un cambio técnico que avanza a un ritmo cada vez más vertiginoso, la innovación se convierte en el factor estratégico por excelencia.

El reto de la innovación lo asumen de manera directa las empresas, quienes se convierten en los actores protagónicos del proceso. Pero las empresas no innovan solas ni mucho menos lo hacen en el vacío. Éstas adelantan sus procesos de cambio y transformación en un contexto determinado, caracterizado por unos valores culturales específicos y con un entramado institucional propio. Es por ello, que la innovación debe ser vista no sólo como una actividad empresarial, sino como un proceso social cuyo desarrollo trasciende el ámbito específico de las organizaciones productivas y de servicios y se inserta en el seno mismo de la sociedad. El desarrollo de un entorno y una cultura favorable a la innovación se convierte, por tanto, en un requisito indispensable para el desarrollo social y económico de los territorios y llega a ser un objetivo que debe congregar al Estado, al sector productivo, a la academia y a la sociedad en general.

En Colombia, el Estado ha hecho esfuerzos recientes por proveer mayores recursos orientados al fomento de la ciencia, la tecnología y la innovación empresarial, así como por mejorar la institucionalidad relacionada con este campo. Estos esfuerzos, si bien han permitido que Colombia haya mejorado de manera consistente en los últimos años sus posiciones en el Global Innovation Index, son aún insuficientes y todavía queda mucho camino por recorrer. Según datos derivados de la Encuesta Nacional de Innovación (EDIT, DANE) La mayoría de las empresas colombianas, especialmente en la industria manufacturera, son catalogadas

como empresas no innovadoras y aquellas que innovan se caracterizan por desarrollar mejoras incrementales en sus productos y/o procesos, siendo realmente escasas las compañías que desarrollan innovaciones con un alto grado de novedad.

La escasez de recursos financieros, la falta de personal cualificado y la incertidumbre tecnológica y de mercado son factores que obstaculizan el desempeño innovador de las empresas en nuestro país. Pero, más allá de estos factores y sin desconocer la importancia de los mismos, la gran barrera para la innovación subyace en la propia cultura empresarial. Muchas empresas, especialmente mipymes, siguen considerando que la innovación no es para ellos. Piensan que no disponen de los recursos suficientes para emprender el camino de la innovación o que el proceso es tan sofisticado que únicamente las empresas más “glamurosas” que operan en sectores del alto contenido científico y tecnológico pueden llevarla a cabo. Esta posición frente a la innovación es, generalmente, fruto del desconocimiento y los mitos que existe alrededor del tema. Precisamente, desde Colciencias y las cámaras de comercio se ha lanzado la convocatoria de pactos por la innovación empresarial que busca implementar sistemas de innovación empresarial, para que las empresas conciban la innovación de forma sistemática. En esta convocatoria, la Universidad Autónoma del Caribe en alianza con la consultora española IDOM, trabajan como consultoras del programa y una de sus tareas clave es la desmitificación de la innovación y lograr que al interior de las organizaciones se genere una estrategia global de innovación. Este último cometido, requiere que las empresas crean que la innovación es necesaria, venzan la aversión al cambio, busquen continuamente nuevas oportunidades y desarrollen una gestión abierta de la innovación.

La academia tiene un papel fundamental en estos procesos. En Colombia, como en muchos otros países de América Latina, la gran mayoría de los investigadores se encuentran en el sector académico. Las universidades, por lo tanto, representan de lejos el actor por excelencia dedicado a la generación de nuevos conocimientos. Su desafío es no sólo garantizar que los procesos de investigación se lleven a cabo bajo los criterios de relevancia científica y pertinencia social, sino también adelantar acciones que contribuyan a la transferencia efectiva de los conocimientos generados y a la explotación socio-económica de los mismos. El Estado, por su parte, no sólo debe comprometerse con la definición e implementación de estímulos financieros a la actividad innovadora. Debería garantizar el desarrollo de un marco legal e institucional apropiado para la innovación y ser el mismo un modelo espejo, es decir, ser innovador en el propio desempeño de sus funciones.

En suma, el reto de la innovación es un reto social y de lo que se trata es de fortalecer el sistema de innovación en su conjunto, donde las instituciones trabajen coordinadas y los actores del entorno estén articulados, temas que en Colombia tienen mucho camino por recorrer.

Ph.D. Liney Manjarrés- Henríquez
Vicerrectora de Investigaciones
Universidad Autónoma del Caribe