

**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:
EL ARTE DE INNOVAR, UNA REFLEXIÓN
EN EMPRESAS DEL SECTOR DE LA
CONSTRUCCION Y AFINES DEL
DEPARTAMENTO DE SUCRE**

Para las conclusiones y recomendaciones de este libro hemos dividido esta sección en dos, haciendo primeramente mención a las conclusiones referentes a la capacidad de gestión de la innovación de las empresas del sector de estudio y las habilidades de innovación, y en segunda instancia las recomendaciones generales de acuerdo a los resultados obtenidos a través de los diferentes trabajos realizados para este libro.

Capacidad de gestión de la innovación y habilidades de innovación

El sector de materiales de construcción de la ciudad de Sincelejo está conformado por Mipymes dedicadas a la producción y comercialización de insumos y materiales de construcción, artículos de ferretería, iluminación y decoración. Su mercado es principalmente regional, e incluye los departamentos de Bolívar, Córdoba y Sucre. La mayoría de los proveedores de estas empresas son nacionales, a excepción de un pequeño grupo que ha establecido relaciones comerciales con proveedores extranjeros para la importación de algunos insumos, equipos y bienes de capital.

Las empresas que pertenecen al sector de materiales de construcción de Sincelejo no realizan exportaciones, dada la realidad exportadora de la región, que se sustenta en una baja disponibilidad de producto y reduce las posibilidades de crecimiento en nuevos canales de comercialización.

Los diferentes trabajos que sustentan este libro dan cuenta de la baja dinámica de la innovación en el sector de estudio. En parte esto se debe a que la mayoría de los gerentes se han formado de forma empírica (Falta de información y conocimiento sobre la innovación) y el ecosistema de innovación de la región no se convierte en un entorno saludable a la gestión de la innovación. Es importante resaltar que en medio de este ambiente se dan casos de éxito en innovación en el sector como por ejemplo los presentados en el capítulo anteriores.

El principal recurso que tienen las empresas son sus colaboradores. Sin embargo, dado el alto nivel de informalidad en el proceso administrativo, aún no se adelantan acciones para potenciar al máximo su componente de innovación. Por ejemplo, a través de programas de capacitación y formación, o de la puesta en práctica de un plan estratégico en el cual se declare claramente la misión y visión de la organización en términos de innovación y competitividad.

La gestión de la innovación en las empresas de este sector de estudio tiene limitantes que hacen que su dinámica no sea competitiva, como, por ejemplo, la baja capacidad de inversión en actividades de innovación y el poco desarrollo de procesos de cooperación inter empresarial. Por eso, pese a que esta actividad productiva se encuentra en una fase de crecimiento muy importante, aún no se identifican procesos formales de innovación al interior de las organizaciones, encontrándose su capacidad de innovación en un estado inicial o incipiente. Se evidencia que el principal problema de este grupo de empresas radica en la forma cómo perciben la innovación y la comunican a sus colaboradores. Se nota que hacen falta más programas que incentiven la cultura de la innovación en la región.

Recomendaciones

Las recomendaciones que se mencionaran a continuación, aunque están fundamentadas en la experiencia y recogida de información del sector de la construcción y afines en su mayoría pueden ser replicable en otros sectores económicos del departamento de Sucre.

A partir de la experiencia en el sector de estudio quedan claro los siguientes aspectos:

- Hace falta en los empresarios mayor información para que entiendan el concepto de innovación, lo que les puede permitir dinamizar la innovación en sus empresas
- La innovación se da de forma natural y en su mayoría un proceso de subsistencia lo que hace que su dinámica no sea alta.
- La estrategia de innovación no permea a toda la empresa. Solo se da en la mente y corazón del empresario o gerente.

- La innovación no se lleva de forma sistemática. Es decir, que la gestión de la innovación no se dinamiza. Por lo tanto, hay que darle la importancia a la innovación en la empresa.
- Se proponen los siguientes lineamientos para lograr la cultura de la innovación en el sector de estudio:
- Los directivos o gerentes de las empresas del sector deben comprometerse con la innovación en sus empresas y considerarlas una prioridad¹¹.
- Cada gerente de las empresas debe definir lo que es innovación¹² para su empresa y darlo a conocer no solo comunicando sino con acciones concretas que motiven a sus colaboradores a involucrarse en la innovación.
- Entender que la decisión de innovar es una decisión de los gerentes, pero la innovación la hacen todos en la empresa.
- De acuerdo a la decisión y concepto de innovación de los directivos se debe incluir en el direccionamiento estratégico para que se definan las estrategias y acciones y así buscar las ideas innovadoras que se conviertan en iniciativas que busquen la cultura de la innovación.
- Establecer proceso de gestión de la innovación que permitan visibilizar la misma y producir resultados concretos. No existe procesos sistemáticos¹³ de generación de ideas.
- Utilizar herramientas de innovación como la vigilancia tecnológica y competitiva que permita un flujo contante y variado de información para generar nuevas ideas.
- Crear una cultura de innovación¹⁴ en la empresa, para ello es necesario una vez establecidas la estrategia de innovación generar

11 En el desarrollo del trabajo que dio como uno de los resultados este libro se puede notar el interés de los gerentes o directivos de las empresas del sector de su interés por la innovación.

12 Es muy importante para iniciar la cultura de la innovación que la gerencia entienda su propio concepto de innovación y a partir de allí lo aplique y en forma de cascada baje a toda la empresa.

13 Cuando se hace referencia a sistemático es que esté debidamente documentado y no sea producto al azar.

14 Es un mal generalizado en diferentes empresas y sectores económicos del país.

planes de acción que conviertan en iniciativas para sistematizar las acciones en la empresa de forma sistemática.

- Es importante crear espacios de innovación¹⁵ donde de acuerdo con los recursos o tamaño de la empresa se hagan reuniones más innovadoras que contribuyan al pensamiento creativo que permita no solo generar ideas sino también llevarlas a cabo.
- Implementación de un sistema CRM orientado a optimizar la relación con los clientes, celebración de alianzas con distribuidores nacionales e internacionales para ampliar la cobertura geográfica.

Por último, se hacen dos recomendaciones muy especiales para dinamizar la innovación en los gerentes y las empresas:

- Es necesario mucha capacitación y formación en habilidades innovadoras especialmente en creatividad, herramientas para innovar y conocimiento para entender la innovación a partir de la creatividad, innovación y emprendimiento.
- El uso de capital¹⁶ para generar adquisiciones no es el único medio para acelerar la innovación. La innovación abierta entre los diferentes actores del ecosistema es hoy en día el principal vínculo para lograr innovación disruptiva. La innovación hoy en día se basa en crear ecosistemas colaborativos y abiertos en donde las ideas, tecnologías y personas puedan interactuar para crear nuevos modelos de negocio.

¹⁵ Mencionar la palabra espacio hace referencia desde un espacio lúdico que permita la generación de ideas.

¹⁶ La innovación dejó de medirse por su inversión de I + D, la capacidad de innovación de su propio talento y la habilidad para desarrollar productos o servicios.