

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título
19/06/2012	EL MERCURIO - (STGO-CHILE)	3	2	LA INNOVACION CORPORATIVA REQUIERE CAMBIOS CULTURALES PARTE 01

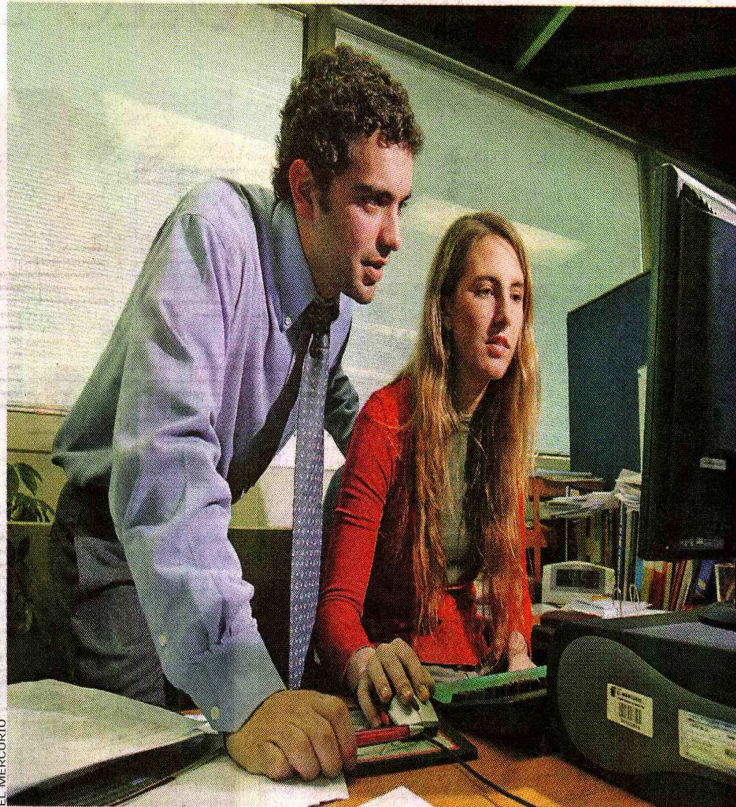
HABLAN LOS EXPERTOS:

LA INNOVACIÓN CORPORATIVA REQUIERE CAMBIOS CULTURALES

LA EXPERIENCIA DEMUESTRA QUE EMPRESAS DE DIFERENTES TAMAÑOS PUEDEN LOGRAR GRANDES SALTOS DE COMPETITIVIDAD UTILIZANDO LA I+D COMO EJE DE SUS ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN Y NEGOCIOS. PERO SE REQUIEREN ESFUERZOS PARA HACER EL CAMBIO.

ELEMENTOS CLAVES

Para Carlos Varela, de la UDD, los elementos principales de la innovación empresarial son el liderazgo, el proceso de innovación y la captura de valor. "El primero de ellos es fundamental cuando se quiere instalar la capacidad de innovar sistemáticamente en la empresa (que debe ser el objetivo principal, pues todas las empresas son hoy capaces de innovar, pero la gracia está en hacerlo con propósito y sistematicidad para que se transforme en una ventaja competitiva de largo plazo), y es justamente donde veo yo que están las mayores brechas", sostiene.



1.- Carlos Varela, director de Innovación y Desarrollo, UDD.

2.- Inti Núñez, director del Centro de Innovación y Emprendimiento, UAI.

3.- Matías Vial, director de Desarrollo e Innovación, U. de Los Andes.

1

2

3

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título
19/06/2012	EL MERCURIO - (STGO-CHILE)	3	3	LA INNOVACION CORPORATIVA REQUIERE CAMBIOS CULTURALES PARTE 02

Las cifras no dejan lugar a dudas. Mientras en países desarrollados la inversión en I+D alcanza 2,3% del PIB en promedio (OCDE), en Chile esta cifra alcanza sólo un 0,4%, lo que demuestra que aún tenemos grandes desafíos que abordar para mejorar nuestra competitividad.

Para instaurar el cambio no sólo se requieren políticas públicas. También es importante promover modificaciones internas dentro de las empresas que les permitan sorprender al mercado con productos, servicios y cambios en su forma de producir que rompan los estándares y los lleven a ganar.

Para entender de qué estamos hablando, Matías Vial, director de Desarrollo e Innovación de la Universidad de Los Andes, explica que una empresa es innovadora si tiene una actuación continua y sistemática basada en una actitud explícita por hacer cosas nuevas y superar los retos que comporta añadir valor a los clientes, a la propia empresa y a la sociedad. "La innovación no es 'tener ideas', sino ser capaz de convertirlas en beneficio para la empresa. Inventar no es innovar. Innovar es convertir ideas en beneficios", explica.

Carlos Varela, director de Innovación y Desarrollo de la Universidad del Desarrollo, añade que en este concepto podemos incluir la innovación que las empresas producen para sus segmentos de clientes y usuarios, además de otros "stakeholders", como proveedores, empleados, la comunidad, etc., y la capacidad de las empresas para capturar parte de ese valor creado como retorno a sus operaciones.

Cómo medirla

Un tema importante que aclara Inti Núñez, director del Centro de Innovación y Emprendimiento de la Universidad Adolfo Ibáñez, es que la innovación empresarial no sólo está reservada para las grandes compañías, sino para empresas de todos los tamaños.

"De hecho, las empresas medianas y pequeñas pueden ser más veloces en innovar, pues las empresas grandes están en fases más maduras, con culturas a veces más difíciles de modificar", dice.

Para Carlos Varela, la gran diferencia está en la forma de abordar el proceso en cada uno de los casos. El especialista explica que en una microempresa, por ejemplo, puede ser que trabaje sólo una persona, y la innovación dependerá principalmente de sus propias capacidades. En el caso de

grandes empresas, la complejidad es mucho mayor, y para poder instalar un proceso sistemático de innovación es necesario desarrollar sistemas que pueden ser bastante más complejos.

"Así, es claro que la innovación es por sobre todo un tema basado esencialmente en las personas", aclara.

Ahora, para convertirse de una empresa "tradicional" en una innovadora es esencial hacer importantes cambios internos y, sobre todo, culturales.

En este sentido, Matías Vial dice que es importante decirle a la gente por qué razón se quiere innovar, ya que inevitablemente se los sacará de su zona de confort. "La innovación tiene incertidumbre y riesgo. Se

ha sobreutilizado la palabra innovación sin darle un verdadero sentido y valor. Los pilares de una cultura innovadora en una empresa u organización son: ambición, confianza, apoyo, compromiso, pero sobre todo decisión", asegura.

Es que hoy en día existen metodologías para instaurar una cultura innovadora en las

compañías. "El punto es que la innovación es sistémica, por lo cual depende de cambiar, alinear diversas cosas en la empresa. Incluiría en la estrategia el definir roles, presupuestos, formas de gestión proclives a innovar, reclutamiento y retención de talentos, la gestión del conocimiento y el cambio, y el trabajo proactivo sobre la cultura", asegura Inti Núñez.

Los resultados

Y si bien nadie discute el valor de la innovación empresarial, para muchas compañías es difícil traducir este valor de manera concreta. Sin embargo, esto es factible de hacer.

"Se puede medir, con instrumentos que les indiquen su nivel de alineación estratégica para la innovación, la calidad de los procesos para tramitar y sacar al mercado proyectos de innovación, el uso de métricas, las formas de aprender y retroalimentarse, y la cultura proinnovación. Y se puede concretizar, siendo constante en sistematizar la innovación, con equipos, dedicación de recursos y manejo de portafolio", agrega el especialista de la UAI.

Matías Vial dice que incluso hay muchas empresas que hoy innovan, pero no lo saben o no lo han asumido como parte de un proceso continuo y de una cultura interna. "Algunas medidas relacionadas con los resultados de la innovación pueden ser cantidad de productos o servicios lanzados con éxito, ingresos provenientes de productos innovadores, beneficios derivados de la inversión en innovación, etc. Pero deben considerarse también las medidas asociadas a los inputs: número de ideas generadas por sesión creativa, recursos financieros dedicados a la innovación, número de personas que tienen tareas directamente relacionadas con la innovación, tiempo medio del horario de trabajo dedicado a innovar, velocidad de innovación (desarrollo de proyectos, etc.)", aclara.

