

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título
29/07/2013	DIARIO PULSO - STGO-CHILE	14	6	EMPRESAS IDENTIFICAN FALTA DE TIEMPO COMO TRABA PARA INNOVAR

Empresas identifican falta de tiempo como traba para innovar

Mientras que el principal motor para la innovación en las empresas es la "calidad de los grupos de trabajo".

—Promover la cultura innovadora en las empresas es uno de los desafíos que hoy se plantean la mayor parte de las compañías. El ranking de culturas creativas en Chile, elaborado por la Universidad del Desarrollo (UDD) y MMC Consultores, identificó cuáles son los principales promotores y los obstáculos para la creatividad y la innovación en quince empresas que participaron de esta pri-

mera versión del estudio.

El principal obstaculizador es la falta de tiempo (27,7%) ya que según afirmaron, "en Chile existe la sensación de que todo es para ayer".

El director de estudios de MMC consultores, Francisco Martínez, afirma que "muchas empresas han promovido activamente que el personal aporte ideas y se involucre en actividades de innovación, pero pocas han dado al personal un tiempo dedicado para hacerlo".

El segundo obstaculizador identificado es la escasez de recursos con un 14,1% de las menciones, ya que señala-

ron que si bien puede existir la generación de ideas, éstas deben implementarse y es ahí donde está la piedra de tope de los recursos.

La tercera barrera identificada es el bajo compromiso (13,7%). En esto destaca la distancia que muchas veces hay entre los discursos de innovación y el compromiso real que perciben los empleados.

Grupos de trabajo. El primer promotor identificado fue la "calidad de los grupos de trabajo" con un 28,5% de las preferencias. Como explica Martínez, en esta categoría "se incluyen varias características claves, por ejemplo, que las personas sienten que existen capacidades técnicas suficientes, que los equipos de trabajo combinan habilidades y conocimientos y que las dinámicas de trabajo grupales permiten un intercambio de ideas fluidas".

Para el 17,7% de los encuestados, el liderazgo representa el segundo motor para innovar y generar procesos creativos en las empresas mientras que en tercer lugar se situó la promoción y gestión de ideas con un 9,1%.

Entre los actores claves en nuestro país para el desarrollo de la innovación se encuentran las universidades – un 80% de las empresas colabora con ellas – mientras que un 40% lo hace con emprendedores y organismos estatales y sólo un 20% con centros de I+D en Chile.

En cuanto a gestión de la innovación se observaron diferencias en cómo las empresas la implementan y un gran desconocimiento del personal. Por ejemplo, dos tercios de las consultadas cuenta con sistemas para sugerir nuevas ideas pero sólo el 40,4% del personal sabe que existe. ☺

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo
29/07/2013	DIARIO PULSO - STGO-CHILE	14	7	EMPRESAS IDENTIFICAN FALTA DE TIEMPO COMO TRABA PARA INNOVAR

Creatividad e innovación en las empresas

Principales promotores

En %



Principales obstaculizadores

En %

