

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo
-------	--------	------	------	--------

22/07/2013 DIARIO PULSO - STGO-CHILE 16 2 CHILE TENDRA EL PRIMER RANKING DE CULTURA CREATIVA

La iniciativa premiará a las tres mejores instituciones con cultura creativa para innovar y entregará recomendaciones para mejorar en este ámbito cada vez más relevante.

Chile tendrá el primer ranking de cultura creativa

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título
22/07/2013	DIARIO PULSO - STGO-CHILE	16	3	CHILE TENDRA EL PRIMER RANKING DE CULTURA CREATIVA

Un reportaje de
CAMILA MUÑOZ

CON LA IDEA de ayudar a las empresas a mejorar la gestión de la creatividad y la innovación, el siete de agosto se presentará el primer ranking de culturas creativas en Chile, el cual es elaborado por la Universidad del Desarrollo (UDD) y MMC Consultores.

“Empezamos a ver que había un gran esfuerzo desplegado en el gobierno y en las compañías de establecer procesos de innovación, pero que no se estaba trabajando o alimentando bien estos túneles de innovación. Se estaban creando muchas gerencias y departamentos, pero no había una cultura en la que toda la empresa estuviera involucrada y tuviera como norte la creatividad y la innovación”, explica el director de Innovación de la Facultad de Economía y Negocios (FEN) de la UDD, Pablo Fernández.

Con ese diagnóstico se contactó a la consultora para la elaboración de un ranking para las empresas en el que se midiera cómo pequeñas actitudes de funcionarios y trabajadores van construyendo una cultura creativa.

“En Chile existen instrumentos que ven innovación, pero en la parte final del proceso. Quisimos ir un paso antes y ver cuáles son las condiciones que permiten la innovación”, explica el director de estudios de MMC consultores, José Manuel Morales.

Quince empresas participaron de esta encuesta que midió diez dimensiones del trabajo, que según explican los especialistas, son parte de lo que compone una cultura creativa de una empresa. A saber: compromiso, autonomía, apertura interna y externa, liderazgo de managers, movilización de recursos e incentivos, trabajo desafiante, confianza y cooperación, disponibilidad de tiempo y diversidad.

Temor a la innovación

Como explica Morales, “en Chile se tiene un sobre respeto y un temor al concepto muy grande. Se tiende a imaginar la innovación como un nuevo producto tecnológico y la gerencia de innovación es como una torre de marfil que vigila este proceso tecnológico, cuando en realidad depende de cualquier persona, de cualquier idea creativa que genere valor”.

Tres son las principales falen-

cias que pudieron detectar en las empresas tras el análisis de los resultados. “El primero es la visión de los gerentes versus la de los empleados. Los gerentes tienden a ser más críticos en temas de productividad o eficiencia”, explica Morales.

El segundo punto es la escasez de tiempo para innovar. “Existe una mayor presión para que sean creativos e innovadores, pero el tema es cuándo. En Chile las empresas tienen que apagar muchos incendios con requerimientos que siempre son para ayer”, agrega. El tercero es la falta de incentivo a los empleados para que generen innovación.

Fernández añade otros dos elementos. “El primero es cómo la empresa declara que quiere que se manifieste la innovación en el trabajo diario”, afirma, y el segundo tiene relación con la confianza y cooperación.

Importancia

“Hay un proceso atrás de la generación de innovación que parte por las personas. La innovación no es algo que ocurra de casualidad sino que se tiene que ir construyendo donde todos los participantes tienen que ir trabajando para ello. Todos tienen un rol que cumplir y la creatividad es la base para que ocurra”, afirma Fernández.

“Vimos que hacía falta en el mercado una señal concreta de qué significa la creatividad en las organizaciones. Y es ahí donde creemos que es importante ir a medir porque nos dice qué tan fértil está el terreno para que haya innovación de forma continua y sistemática”, agrega el director Ejecutivo de iCubo, Felipe Jara, institución de la UDD que trabaja con distintas empresas y organizaciones para la promoción del emprendimiento y la innovación. ●

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo
22/07/2013	DIARIO PULSO - STGO-CHILE	16	4	CHILE TENDRA EL PRIMER RANKING DE CULTURA CREATIVA



● **¿Qué ha pasado?** El próximo siete de agosto se entregará el primer ranking de culturas creativas en Chile, que mide la creatividad y la innovación de las empresas. Es elaborado por la Universidad del Desarrollo y MMC Consultores.

● **¿Por qué ha pasado?** Según el diagnóstico de la UDD, no hay una cultura en las empresas y organizaciones que incentive la innovación y la creatividad en todos los niveles.

● **¿Qué consecuencias tiene?** Tras la elaboración del ranking, se premiará a las tres empresas que obtuvieron el puntaje más alto a nivel global y rankings específicos de las 10 dimensiones de la cultura innovadora.

Quince empresas participaron del primer ranking de culturas creativas que se realiza en nuestro país.

Se midieron 10 dimensiones de las empresas, como autonomía y diversidad, entre otras.

Una de las debilidades en las empresas que destapó el estudio es la falta de tiempo para innovar.



Si bien las empresas en Chile están creando cada vez más gerencias de innovación, falta que éstas incorporen el concepto a todos los niveles.

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo
22/07/2013	DIARIO PULSO - STGO-CHILE	16	5	CHILE TENDRA EL PRIMER RANKING DE CULTURA CREATIVA



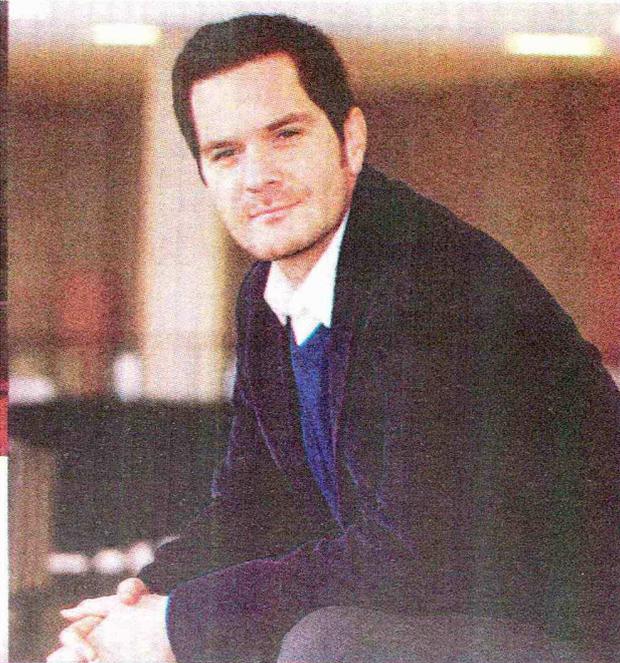
“En Chile existen instrumentos que ven innovación, pero en la parte final del proceso. Quisimos ir un paso antes y ver cuáles son las condiciones que permiten la innovación”

JOSÉ MANUEL MORALES
Director de Estudios MMC Consultores

“Se estaban creando muchas gerencias y departamentos, pero no había una cultura en la que toda la empresa estuviera involucrada y tuviera como norte la creatividad y la innovación”

PABLO FERNÁNDEZ
Director Innovación FEN UDD

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo
22/07/2013	DIARIO PULSO - STGO-CHILE	16	6	CHILE TENDRA EL PRIMER RANKING DE CULTURA CREATIVA



“Si lo que queremos es tener un país innovador, desarrollado y en continuo crecimiento, necesitamos organizaciones que sepan innovar y gestionar la creatividad internamente”

FELIPE JARA
Director Ejecutivo de iCubo