

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
21/01/2013	DIARIO PULSO - STGO-CHILE	8	7	INNOVAR, RETENER, CRECER	19,5x16	\$ 1.745.260

### En Página Par

# Innovar, retener, crecer

**I**NNOVAR es riesgoso, implica una inversión importante de recursos, es difícil generar una métrica para medir impacto y los resultados sólo se ven a mediano o largo plazo. Además, hoy la rotación de los empleados es tan alta, que cualquier inversión en capacitación la termino perdiendo". La frase anterior surgió de la conversación con un gerente, quien nos detallaba los problemas que le generaba la idea de innovar. De todo lo que nos contó, lo que

más me llamo la atención fue el tema de la rotación. Para nadie es un misterio que las nuevas generaciones rotan de empleo cada vez más. Y no sólo lo hacen cambiando de empresa, sino que emprendiendo y creando sus propios trabajos. Un botón de muestra fue la presión para que StartUp Chile abriera sus postulaciones a chilenos (que ahora dominan el número de postulaciones). Muchas universidades se han visto en la obligación de cambiar sus mallas para darle cabida a esta creciente demanda por cursos prácticos y aplicados, partiendo desde el

primer año y no sólo como una oportunidad al final del programa. Incluso muchas grandes empresas de Silicon Valley compran pequeñas startups interesadas no en sus productos o servicios, sino en adquirir talento proactivo y con iniciativa. Lo que ha faltado en algunas empresas es generar la posibilidad de capturar, retener y encauzar ese talento. Lo que muchos jóvenes recién egresados esperan no es sólo una empresa con buen sueldo y una oficina, sino un lugar donde puedan proponer, gestionar y liderar sus ideas y proyectos. Innovar no es sólo una manera de crear más valor dentro de la empresa, sino de motivar y entregar oportunidades a jóvenes con talento y motivación. ¿Qué mejor forma para motivar a una persona que dejar que genere su propio desafío? ¿Por qué generar las condiciones para que esas energías estén alineadas con los objetivos estratégicos de las empresas? Muchas compañías tienen experiencia, contactos y habilidades específicas desarrolladas a lo largo del tiempo. Si a eso agregamos las ganas y motivación de los jóvenes, el resultado puede ser explosivo. ●

*El autor es director de innovación de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo.*

**PABLO  
FERNÁNDEZ**

