

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Valor Publicitario Estimado	
19/11/2014	DIARIO PULSO - STGO-CHILE	18	2	CINCO EMPRESAS LIDERAN EL RANKING CULTURAS CREATIVAS CORPORATIVAS	14,2x14,8	\$ 1.171.048	

Especial Ranking de Culturas Creativas Corporativas-C3 2014

Cinco empresas lideran el Ranking Culturas Creativas Corporativas

En su segunda versión, la medición celebró el aumento de las empresas que adoptaron su modelo durante el año.

FRANCESCA GEROLDIA.

—Aferrarse a lo seguro, castigar el error y desconfiar de lo distinto, son las principales causas del déficit de innovación que existe en nuestro país. Así lo indica Pablo Correa, quien como director de Estudios en MMC Consultores, habla de los desafíos en esta materia a partir de la organización de la segunda versión del Ranking Culturas Creativas C3, elaborado por la Facultad de Economía y Negocios (FEN) de la UDD, el Instituto de Innovación Interdisciplinario, iCubo y por MMC Consultores.

Este año, el ranking ha vuelto a categorizar a las empresas participantes según las diez

dimensiones de evaluación instauradas en 2013: compromiso, autonomía, apertura interna, apertura externa, liderazgo de managers, movilización de recursos e incentivos, trabajo desafiante, confianza y cooperación, disponibilidad de tiempo y diversidad.

Tales conceptos fueron consultados a los trabajadores de las compañías adheridas al estudio, entregando los mejores resultados para Chilectra, Rivet, Transbank, Terminal Puerto de Arica y Lipigas, quienes lideraron la versión 2014. “De esta forma, promovemos un cambio en la cultura del trabajo en Chile, fomentando la creatividad, el compromiso

y la proactividad como valores centrales”, menciona Correa.

Pero, pese a los avatares económicos, uno de los atractivos de este año fue el aumento de firmas que adoptaron dicho modelo comparado con 2013. “Siendo un año complicado, varias empresas han recortado sus presupuestos en innovación porque sienten que no hay resultados inmediatos o que no se relaciona con su negocio principal. El punto, es que está demostrado que las empresas que tienen éxito en el largo plazo son aquellas que mantienen en su base la innovación y no dejan de invertir en I+D+i cuando viene una crisis. Así, paradóji-

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
19/11/2014	DIARIO PULSO - STGO-CHILE	18	3	CINCO EMPRESAS LIDERAN EL RANKING CULTURAS CREATIVAS CORPORATIVAS	13,4x13,8	\$ 1.032.579

camente, esta vez aumentamos la cobertura en Chile y hemos exportado esta metodología a otros países del mundo hispanohablante, alcanzando cerca de 40 compañías en dos años”, celebra Correa.

Coincidiendo con la importancia de la innovación en la productividad, Hernán Cheyre, director de Emprendimiento de la FEN UDD y escritor del prólogo del ranking C3, enfatiza el hecho de que este modelo sea asumido por los propios trabajadores: “Es evidente el fuerte impacto que tiene en la productividad de las empresas la participación directa de los trabajadores en los procesos de innovación. Y la razón es muy simple: quienes mejor conocen dónde están los cuellos de botella en los procesos productivos, así como los espacios de mejora que hay en las distintas etapas, son los mismos trabajadores”, afirma el académico. ☐



FOTO: ALEJANDRA DE LUCCA V.

Pablo Correa, director de Estudios de MMC Consultores.



FOTO: AGENCIA UNO

Hernán Cheyre, director de Emprendimiento de la FEN, UDD.



PULSO EDITORIAL

Los testimonios de los ganadores en video se pueden ver en la versión iPad de PULSO y www.pulso.cl.

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
19/11/2014	DIARIO PULSO - STGO-CHILE	18	4	CINCO EMPRESAS LIDERAN EL RANKING CULTURAS CREATIVAS CORPORATIVAS	17,6x22,5	\$ 2.203.142



TRANSBANK

Innovación centrada en las personas

Conseguir que las personas se sientan escuchadas y hacerlas parte de la innovación fue determinante para que Transbank consiguiera el primer lugar.

PAULA NÚÑEZ LÓPEZ

—La empresa ha sido pionera en Chile en desarrollar un gran lugar de trabajo. Ahora está dando el paso hacia una cultura creativa e innovadora. En los últimos años, Transbank ha capacitado a todos sus trabajadores en innovación y liderazgo, con el objetivo de fomentar la generación de ideas, mejorar sus procesos y crear nuevos productos.

“Lo que se buscó fue fomentar al trabajador como líder en todo ámbito. Está la necesidad de sentirse escuchado. Instancias como el taller de liderazgo y otras ac-

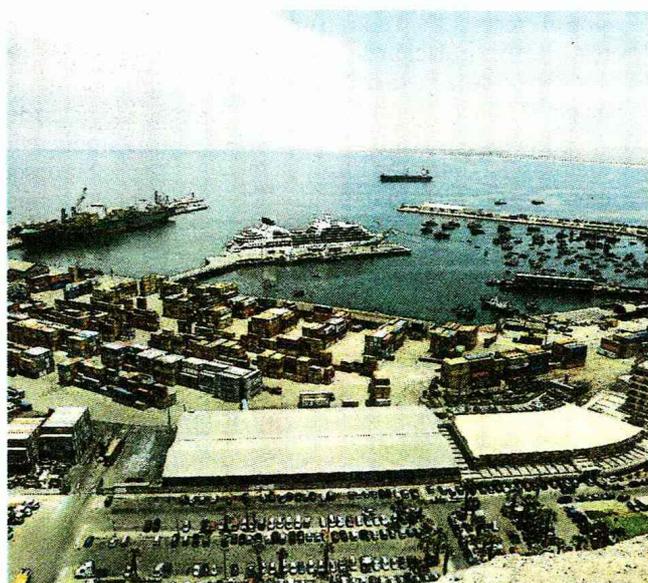
tividades propias del día a día ayudan a que la gente se sienta escuchada”, cuenta Gonzalo Nazer, jefe de producto canal no presencial en Transbank.

La idea, señalan desde la compañía, “es marcar la diferencia e nivel del negocio en Chile y Latinoamérica. La única manera de hacerlo es con las personas com-

1

prometidas con la innovación”. “Lo que hemos hecho es decir-

le a todo el mundo que tiene la posibilidad y derecho de innovar, pero en cosas concretas. Por ejemplo, cómo puedes trabajar a la distancia o cómo podemos hacer de tu puesto un lugar más agradable. Estamos haciendo un llamado constante en este ámbito, lo que produce 600 innovaciones en el año”, cuenta Patricio Millar, gerente de recursos humanos de la compañía. ●



TERMINAL PUERTO ARICA

Cómo la eficiencia operativa influye en los resultados

La innovación se respira, produciendo cambios significativos que se aprecian en todos los sitios del Puerto.

PNL

—Con el segundo lugar en el Ranking C3, el Terminal Puerto Arica consiguió muy buenos resultados en las dimensiones de trabajo desafiante, apertura externa e interna y compromiso.

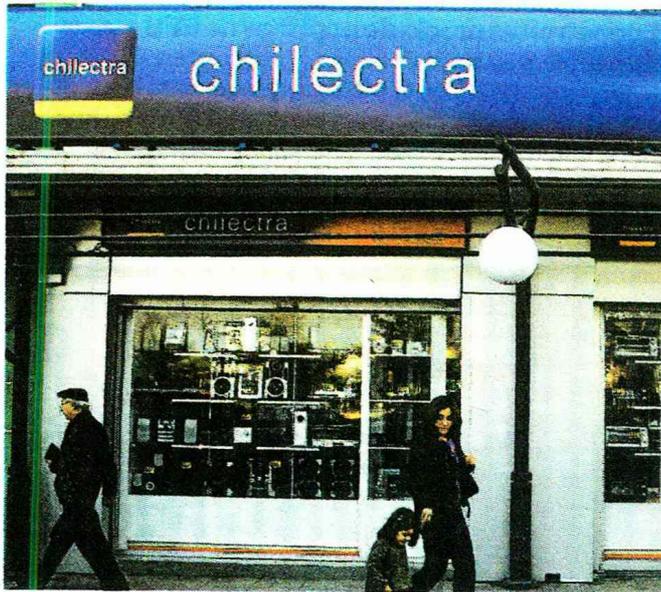
“En términos de resultados hemos conseguido que la gente esté mucho más empoderada, logramos más eficiencia operativa en reducción de costos, al hacer las faenas eficientes. Dentro de nuestra estrategia está el innovar, el dedicar tiempo y recursos para que nuestra gente pueda ir desarrollando soluciones en los problemas que está viendo constantemente”, cuenta

2

Diego Bulnes, gerente general del Terminal Puerto Arica. Señala que ha sido clave potenciar la innovación para conseguir resultados de largo plazo. “Si nos quedamos estancados con los avances que hay a través de la inversión en maquinaria o infraestructura, probablemente no tengamos ese valor agregado que hoy nos entrega la innovación”.

Alguien que ve cómo opera este sistema de forma cotidiana es Luis Barraza, supervisor de calidad de la empresa. Al respecto, explica que “más que una visión, es sentir que la innovación se ha quedado con nosotros. Hoy todos los trabajadores la tienen como desafío diario. Todos tienen la mentalidad de que la única forma en que podemos salir adelante y ser mejores es lograr diferenciarnos”. ●

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
19/11/2014	DIARIO PULSO - STGO-CHILE	18	5	CINCO EMPRESAS LIDERAN EL RANKING CULTURAS CREATIVAS CORPORATIVAS	9,3x22,3	\$ 1.156.436



CHILECTRA

Retener el talento a través de la cultura creativa

Un proceso que sea transversal, pero que cuente con líderes y llegue a los directivos, fue la clave para Chilectra

PNL

—La compañía cuenta con un programa de innovación de larga data y su estrategia está basada en el uso de elementos que conjugan la energía de la empresa a través de la inteligencia colectiva de las personas. Sus propios colaboradores dan cuenta de cómo la empresa posee el sistema de recursos e incentivos para la innovación más desarrollado entre las organizaciones evaluadas este año.

“La innovación es permanente. Es decir, cuando los colaboradores se atreven a hacer un proceso innovador, sienten que son apoya-

dos por la empresa”, cuenta Jean Paul Zalaquett, gerente de innovación y medio ambiente de Chilectra.

Una de las estrategias de la compañía para promover este entorno tuvo que ver con el surgimiento de liderazgos.

“Hoy en día contamos con 27 líderes de innovación que están divididos en roles. Al respecto, vemos que se trata de un proceso constante y que va creciendo en el tiempo, porque hemos ido involucrando a toda la organización”, explica Rodrigo Vega, líder de innovación.

En este caso, el líder toma un proyecto, lo encamina y de alguna manera, permite darlo a conocer a la plana ejecutiva de la empresa. “Hoy tenemos una cultura de innovación en la compañía y eso es súper importante”, enfatiza Vega. ●

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
19/11/2014	DIARIO PULSO - STGO-CHILE	19	2	CINCO EMPRESAS LIDERAN EL RANKING CULTURAS CREATIVAS CORPORATIVAS	13,1x17,2	\$ 1.260.050

LIPIGAS

Generar valor en la organización para que sea “cada día mejor”

Posicionada en el cuarto lugar, la firma de combustibles potencia la autonomía de sus trabajadores.

FGA

—Que la innovación sea parte de la cultura de la empresa, es la máxima de Lipigas, lo que le llevó a obtener el cuarto lugar en el Ranking C3 2014.

Una ubicación que consagra su primera participación

en la medición, tras la importancia que le ha otorgado a la innovación en la formulación de su estrategia. De esta forma, Lipigas ha podido generar nuevos productos y servicios para sus clientes, contribuyendo al desarrollo del país con soluciones energéticas competitivas y sustentables. Al mismo tiempo, ha conseguido una alta autonomía en sus trabajadores.

4

“En Lipigas trabajamos con un modelo de liderazgo estratégico que busca movilizar las distintas iniciativas presentadas por nuestro equipo. Además, intentamos que todos nuestros funcionarios puedan generar valor, donde cualquiera que tenga una idea, obtenga el espacio para proponerla y desarrollarla”, afirma Carolina Yachan, jefa de Comunicaciones y Cultura Corporativa de Lipigas.

A cargo del proyecto de innovación de la compañía, Yachan agrega que “hoy, una organización que no incorpore innovación, es muy difícil que sea sustentable en el tiempo”.

Similar a lo estimado por Nicolás Hidalgo, colaborador y participante del grupo de “innovadores” de la firma. Señala que dicha búsqueda ha sido asumida por ellos, ideando proyectos que agregan valor a la organización. “Cuando alguien se motiva, impulsa a otros a generar nuevos procesos de innovación. Es un camino que hay que forjarlo con esfuerzo y trabajo en equipo. La idea es que la empresa sea cada día mejor”, dice Hidalgo. ●



Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
19/11/2014	DIARIO PULSO - STGO-CHILE	19	3	CINCO EMPRESAS LIDERAN EL RANKING CULTURAS CREATIVAS CORPORATIVAS	13,3x17,3	\$ 1.284.715

RIVET

Una empresa familiar que cuenta con trabajadores proactivos

Al igual que en 2013, la empresa celebra estar en los primeros cinco lugares.

FGA

—Con más de 100 años diseñando y fabricando componentes en el área metal-mecánica (principalmente para el sector minero), nuevamente Rivet se posiciona entre los cinco primeros en el C3 2014.

Un puesto a celebrar por

sus ejecutivos y trabajadores, dado al aumento de puntaje conseguido respecto a la versión anterior. Esto, pese a haber bajado dos espacios en un año, pasando del tercer al quinto lugar.

Según la evaluación 2014, tales alzas de puntuación corresponden a un mayor énfasis en las dimensiones de apertura externa, interna, autonomía y compromiso.

En esta empresa familiar

se reconoce la relevancia de contar con trabajadores proactivos, que estén constantemente aportando nuevas ideas y soluciones, creando una cultura que los está llevando a ser líderes

en su rubro. “La innovación es esencial en nuestra compañía, ya que a través de ella, ponemos al ser humano en el centro de todo, intentando entenderlo y escucharlo. Eso genera confianza entre nuestros funcionarios y los puestos más altos, a partir del desarrollo de políticas ‘puertas abiertas’, donde nuestra gente tiene la confianza para exponer sus ideas”, precisa Enrique Celledón, gerente general de Rivet.

Por su parte, José Beltrán, asistente de producción de esta empresa, comparte la posibilidad de innovar al interior de la firma. “La innovación es también desde el trabajador. Rivet se preocupa de capacitarnos en diferentes áreas acorde con las funcionalidades de cada uno. Después, nos da la oportunidad de crear ideas para la empresa, así como para presentarlas”. ●

5

