

LAS EMPRESAS LOCALES HABLAN DE INNOVACIÓN PERO NO PRACTICAN LO QUE PREDICAN

ENTREVISTA Alfredo Torres Guzmán, presidente Ejecutivo de Ipsos Perú

“Mayoría de pymes actúa de forma rutinaria, imitando lo que hacen las otras”

—Una de las causas para que la innovación no se desarrolle es el conformismo, que en el caso del empresariado parte desde el momento de supervivencia que se tuvo que atravesar en la década de los 80.

VANESSA OCHOA FATTORINI
vochoa@diariogestion.com.pe

La palabra innovación suena con más fuerza en los últimos años, pero ¿el empresariado local lo está haciendo? La respuesta, muy a la peruana, es que lo hace a medias, es decir, premia la innovación, pero no la establece como parte de su organización, lo que se da más en las empresas peruanas.

¿Qué preocupa al empresariado al momento de innovar?

El conformismo y la falta de educación. La primera es una barrera que viene desde muchos años atrás y si la llevamos al ámbito empresarial, hemos salido de una época en que las empresas tenían que sobrevivir (década de los 80 y 90) y a una que era relativamente fácil crecer. Ahora entramos a un tiempo donde el crecimiento es más difícil y hay que concentrarse en la innovación para salir adelante.

¿Y en el caso de la educación?

El conformismo viene desde la escuela porque no se fomenta innovar, y la preocupación del empresariado es querer mejorar el camino en el sistema educativo.

La falta de un sistema aplicado hace que las empresas no recompensen la innovación

♦♦

Si un trabajador presenta una nueva y buena idea a su empresa, esperará además que esta pueda ser ejecutada, un incentivo, que a su vez generaría que el trabajador siga aportando. Desde la empresa lo lógico sería darle este tipo de recompensa, por así llamarlo. Sin embargo, el 57% de los ejecutivos siente que sus empresas no recompensan el esfuerzo de sus trabajado-

res por innovar. ¿A qué se debe esto?.

Alfredo Torres dice que esto se debe a la falta de sistema. “Algunas pueden dar un premio anual pero no un sistema para recoger la iniciativa innovadora”, opinó.

En este punto, dijo, sí existe un compromiso desde las áreas de recursos humanos de las empresas que buscan que estas sean las catalizadoras de la innovación y contribuyan a su fomento. “Hay otras ini-

ciativas que se están dando, diría que es un tema en el cual la comunidad empresarial está tomando conciencia con mayor fuerza”, aseveró.

Estas ideas y las conclusiones se presentarán en el foro Gestión Humana: Innovando para crear valor, organizado por la AmCham Perú, y que se realizará el próximo viernes, y que hoy **Gestión** presenta como un adelanto en exclusiva.

HOJA DE VIDA

Edad: 54 años.

Profesión: Administrador de Empresas por la Universidad del Pacífico.

Especialidad: Maestría en Estudios Latinoamericanos y Ciencias Políticas.

¿Qué tan conscientes están las empresas de innovar?

Hay conciencia de la importancia que tienen pero muy poca práctica. Un 90% dice que es importante pero al preguntarse en sus empresas hay un planeamiento para generar innovación un 83% dice que no. Por ejemplo, solo la mitad de las empresas

investiga a sus consumidores al momento de innovar o lanzar un nuevo producto.

Bajo esa premisa ¿qué sectores son los que más innovan?

Las grandes empresas son las que tienen más tendencia a innovar y más las extranjeras (49%) que las nacionales (35%); y hay un poco más de innovación en empresas de consumo masivo y en empresas industriales pero de cierto tamaño.

Características

¿Cuáles son las buenas prácticas que deben tenerse en cuenta?

Las gerencias muy horizontales, empresas donde se admita el error, incentivos para la in-

novación, procesos continuos, esas son las características de una empresa innovadora.

¿Se consideran las empresas peruanas innovadoras?

Las empresas se consideran en un punto medio, pese a que reconocen la importancia de la innovación en las organizaciones, es una respuesta muy peruana, el más o menos. Y la razón es que si un trabajador trae una idea innovadora lo escuchan, pero no hay una estrategia sistemática para buscar innovaciones. No se practica lo que se predica.

Se dice que las pequeñas y medianas empresas mueven la economía, ¿serán ellas las primeras en innovar?



Preparación. Las áreas de RR.HH. están viendo el error para dar pie a un nuevo camino, bajo la premisa “quien no arriesga no gana”, dice Torres.

Las grandes empresas son las que tienen más tendencia a innovar y más las extranjeras que las nacionales; hay un poco más de innovación en las de consumo masivo.

No sé si llegue a ser un mito, no está comprobado en la práctica. El concepto de la innovación, de las ‘startups’ con gran espíritu creativo, en el caso peruano son excepciones, pero la gran mayoría son empresas sin esa disposición o actúan de manera rutinaria e imitando lo que hacen las otras. Hay una cierta re-

sistencia al cambio, no se ve mucho espíritu innovador en las pequeñas empresas como debería verse.

¿Por qué esa retracción?

Suelen ser empresas con poco capital y la innovación implica dar tiempo y recursos y arriesgar en nuevas ideas, algunas lo hacen y son las que destacan y dejan de ser pequeñas empresas para convertirse en grandes o ser multinacionales, hemos visto esos casos en el Perú, pero la gran mayoría lo ven como modo de autoemplearse y no tienen el chip de innovar.

Más info
www.gestion.pe