

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN: MOTORES DEL CRECIMIENTO Y DESARROLLO ORGANIZACIONAL

Delaux Hilda Susana ⁴⁷

Facultad de Ciencias Económicas del Rosario

Universidad Católica Argentina

Av. Pellegrini 3314, CP 2000, Argentina

Resumen. En los últimos años se han producido cambios a nivel global que afectaron el modo de vivir y desarrollarse tanto de los individuos como de las organizaciones. Frente a esta realidad, las organizaciones deben buscar nuevas formas de llevar adelante sus negocios, sobrevivir y crecer, generando alternativas de valor. Es en este nuevo contexto en el que la creatividad y la innovación pasan a ser los verdaderos motores que permiten a las organizaciones desarrollar ventajas competitivas sostenibles. Al incorporarlas en la cultura de las organizaciones, podremos desarrollar una empresa más flexible y adaptable, capaz de desarrollar una ventaja competitiva perdurable en el tiempo. En este sentido, nos referiremos también a la Cultura de la Innovación como herramienta que posibilita y potencia el logro de este objetivo, fundamental para la creación de valor y desarrollo de las organizaciones contemporáneas.

Palabras clave: Innovación - Creatividad - Cambio - Competencia - Desarrollo.

Introducción

En los últimos años se han producido cambios a nivel global que afectaron significativamente el modo de vivir y desarrollarse tanto de los individuos como de las organizaciones. El avance de la tecnología, la globalización, la escasez de recursos básicos y esenciales, la caída de las

⁴⁷ hildasusanadelaux@uca.edu.ar

fronteras entre naciones, han generado nuevos y renovados patrones de comportamiento, que han cambiado radicalmente las reglas de juego del mercado.

Frente a esta realidad, las organizaciones deben buscar nuevas formas de llevar adelante sus negocios, sobrevivir y crecer, generando alternativas de valor en este entorno altamente competitivo. Es en este nuevo contexto en el que la creatividad y la innovación pasan a ser los verdaderos motores que permiten a las organizaciones desarrollar ventajas competitivas sostenibles.

Nos preguntamos, entonces, como al incorporar la creatividad y la innovación en la cultura de las organizaciones, cultura como núcleo central de toda organización, nos ayudará a crear una empresa más flexible y adaptable, capaz de desarrollar una ventaja competitiva perdurable en el tiempo.

En este sentido, nos referiremos a la Cultura de la Innovación como herramienta que posibilita y potencia el logro de este objetivo, fundamental para la creación de valor y desarrollo de las organizaciones contemporáneas.

1. Creatividad e Innovación

La creatividad puede resumirse como la capacidad de crear. Como tal, se encuentra presente en cada momento de nuestras vidas, solo es cuestión de descubrirla. Su crecimiento y desarrollo depende de cada uno de nosotros.

Creatividad implica poder pararnos en la vereda de enfrente y generar una nueva mirada a esa situación que parecía imposible de resolver. En este sentido, podemos señalar que, en muchos casos, implica conectar elementos o situaciones de la vida cotidiana que, a simple vista, no tienen relación entre sí. Muchas veces, implica generar una visión amplia y abarcativa de la situación, considerando elementos nuevos e inéditos.

La creatividad es sinónimo de "pensamiento original", de "imaginación constructiva", de "pensamiento divergente" o "pensamiento creativo". En un nivel más simple la creatividad implica hacer surgir algo que, hasta ese momento, no existía como tal.

Es así, como podemos aplicar nuestra creatividad a casi toda actividad humana. Podemos desarrollar nuestra capacidad creadora al adaptar un nuevo enfoque, al considerar un problema, al diseñar o modificar un proceso o sistema, al inventar un nuevo producto o servicio, al encontrar nuevos usos para cosas existentes, o, quizás, al mejorar las cosas o, al inventar o redefinir un concepto.

Muchas veces utilizamos creatividad e innovación como sinónimos. Lo cierto es que no lo son.

William Coyne define creatividad e innovación. Así, señala que: “*Creatividad es pensar en ideas nuevas y apropiadas, mientras que Innovación es la aplicación con éxito de las ideas dentro de una organización*”. En otras palabras, la creatividad es el concepto y la innovación es el proceso.

La creatividad se focaliza en las ideas. Se trata de nuevas formas de ver las cosas. La innovación es acerca de hacer las cosas, llevarlas a cabo, ponerlas en práctica. Por tanto, una idea sólo es

verdaderamente innovadora si se introduce en un mercado y sobrevive. La prueba es el tiempo que perdura en el mercado o, más precisamente, la repetición de lealtad de un usuario.

La principal diferencia entre la creatividad y la innovación es el enfoque. La creatividad tiene que liberar el potencial de la mente para concebir nuevas ideas. La puesta en práctica de esas ideas es la innovación.

La creatividad es subjetiva, por lo que es difícil de medir. La innovación, por otra parte, es completamente medible. La innovación es acerca de la introducción de cambios en sistemas relativamente estables. Es preocuparse por hacer una idea viable. Mediante la identificación de una necesidad no reconocida y no satisfecha, una organización puede utilizar la innovación para aplicar sus recursos creativos para diseñar una solución adecuada y obtener un retorno de su inversión.

Lo que a menudo escasea en el mundo de las organizaciones modernas, no es creatividad en el sentido de la idea de creación, es la innovación en el sentido de la acción, es decir, poner ideas a trabajar.

Un buen proceso debiera siempre comenzar con una buena dosis de creatividad y terminar con innovación.

2. Características del Creativo

No debemos olvidarnos que el creativo en general contagia, lleva a otros a esforzarse por imitarlo... si se le ocurrió a él, porque no a mí? En algunos casos, esto resulta un verdadero motivador, un aliciente para inspirar a otros a desarrollar pensamientos nuevos, distintos, extraordinarios.

Que características poseen aquellas personas creativas? En general, son entusiastas, con un alto grado de confianza en sí mismos, flexibles y versátiles, con una gran capacidad de asociación, críticos, perceptivos, curiosos, inquietos, proactivos, enfocados y tenaces.... Todos adjetivos fuertes que describen una personalidad capaz de imaginar situaciones imposibles e irreales para otros.

Ahora bien, existen distintos hábitos que matan la creatividad, desarticulando nuestros instintos creativos. Los más comunes, en especial, si nos referimos al ámbito de las organizaciones son los siguientes:

- 1- Auto compadecernos: Sentirnos que realmente no somos capaces, que no estamos a la altura de la situación, que seguramente habrá alguien que pueda desarrollar esa idea, ese proceso, mucho mejor que nosotros mismos. En este sentido también caemos en comparar nuestros puntos débiles con los fuertes de otro/s y esto acrecienta aún más nuestro sentido de autocompasión, que no nos lleva a buen puerto, aniquilando cualquier posibilidad generativa. Nunca debemos subestimar nuestro potencial, nuestra capacidad creativa.

- 2- Abandonar nuestros ideales: Muy relacionado con la autocomplacencia dado que, muchas veces, al no sentirnos idóneos para enfrentar una situación, solemos abandonar el barco, alejándonos de nuestro rumbo, dejando atrás nuestro norte.
- 3- No saber asumir las responsabilidades de nuestras acciones y reacciones: La creatividad implica asumir el costo de nuestras acciones, ya sean positivas o negativas. Debemos ser protagonistas en los aciertos, pero también asumir nuestra responsabilidad en proyectos que no resultaron exitosos, siendo solidarios en el fracaso.
- 4- Ser pasivo en relación con sus fines: El creativo es inquieto, intrépido y tiene en la mira su objetivo final. La proactividad, el impulso con dirección y la perseverancia son características que lo definen.
- 5- No ser capaz de articular observaciones positivas: El creativo tiene una mirada amplia del problema, del entorno en el que se mueve. Cuenta con una mirada altamente positiva y transformadora, fortalezas de caracterizan su capacidad generadora.

3. Cultura y Cultura de la Innovación

Ahora bien, debemos considerar que se entiende por Cultura y por Cultura de la Innovación. La cultura es el modo de ser propio de cada organización. No hay dos culturas iguales, cada organización desarrolla la suya a lo largo de su vida.

La cultura es un sistema de conocimientos, de la cual surge y se crea la interacción entre el líder y los miembros de la organización. Así, se desarrollan un conjunto de presunciones, creencias, vivencias y experiencias que constituyen la filosofía de accionar de la institución. De esta forma, se delimitan y perfeccionan las necesidades de sus clientes internos y externos, como organiza su operatividad, como observa y reacciona ante sus competidores.

En este marco, la cultura cuenta con un aliado inseparable, el liderazgo. Cultura y liderazgo representan dos caras de una misma moneda, no pueden concebirse por separado.

“No es posible la existencia de un grupo sin cultura, si la cultura de un grupo se forma en la interacción de sus miembros en la tarea de conseguir los objetivos del grupo y si la identidad cultural es una membrana que une al grupo en un “nosotros” que persigue un objetivo... entonces la identidad cultural no es otra cosa que esa nuclearidad cultural que nos cohesiona y diferencia como grupo” (Aguirre Batzan, A., 2000, p. 74.)

La cultura resulta una variable que permite a la organización definir las estrategias a las que mejor se adapta.

“...Se puede considerar que la cultura constituye para una empresa una ayuda o un obstáculo para resolver nuevos problemas a los que se enfrentan, de modo que el reto no consiste en construir o desarrollar una cultura, sino en que esta obtenga resultados” (Lemaitre, 1992, p.47)

En definitiva, la cultura representa una herramienta que los líderes deben desarrollar en pos de llevar adelante estrategias a las que se adapta y objetivos que pueden ser alcanzados.

Según un enfoque cultural, la empresa dispone de identidad propia, de una personalidad que la diferencia del resto. Esto le ayuda a definir las estrategias a las que mejor se adaptan.

Así, podemos señalar que la organización es una cultura al considerarse como una comunidad cultural con identidad propia y distintiva. En tal sentido, la cultura no constituye una variable externa a la organización, que puede modificarse sin que afecte el núcleo de la empresa.

La cultura de innovación representa una forma de pensar y de actuar que genera, desarrolla y establece valores, convicciones y actitudes propensos a asumir e impulsar y desarrollar ideas y cambios que suponen mejoras en el funcionamiento y eficiencia de la empresa, aun cuando ello implique una ruptura con lo convencional.

De esta forma, la cultura de la innovación es la base sobre la cual se construye una organización innovadora. Una organización cuya cultura estimula la innovación está llena de creatividad, de experimentos.

En este sentido, se trabaja en equipo sin miedo a compartir el conocimiento. Dos elementos resultan indispensables para que las ideas prosperen en una organización y ésta se desarrolle a partir de ponerlas en práctica: personas creativas y cultura de la innovación.

4. Exigencias del mundo actual y la cultura de la de la Innovación

En el mundo globalizado, los individuos y las organizaciones se enfrentan a cambios continuos. Para poder enfrentarlos, sobrevivir y continuar creciendo resulta necesario que tanto individuo como organización rompan con la estructura y lleguen a construir una empresa flexible, versátil, capaz de adaptarse rápidamente a un entorno turbulento y cambiante. Para desarrollar esta gestión empresarial resulta necesario incorporar la innovación en los productos, en los procesos, en los miembros de la organización. Resulta imprescindible incorporar e institucionalizar la

creatividad y la innovación como parte indispensables de la cultura de la organización, como herramientas para desarrollar una ventaja competitiva sostenible.

En este nuevo contexto, la única constante es el cambio y las organizaciones deben sobrevivir y continuar compitiendo en este escenario.

Para ello resulta fundamental generar procesos creativos revolucionarios desde el interior de las propias organizaciones.

No resulta suficiente con transmitir la idea de que todos debemos ser creativos, no solo nos referimos a la creatividad para el desarrollo de productos o servicios que resulten novedosos y que generen valor para los consumidores, sino también en la pericia con que utilizamos los recursos que posee la empresa para lograr optimizar y efficientizar las actitudes y aptitudes de los encargados de utilizar dichos recursos. Por ello, la transformación cultural resulta clave en todo este proceso.

Para generar innovaciones, las organizaciones deben crear un clima propicio y desarrollar condiciones que beneficien el trabajo en equipo, un liderazgo eficaz y la aceptación conjunta de los nuevos productos, procesos y métodos, así como la esencia técnica.

La actitud innovadora se relaciona profundamente con la sensación de libertad. Cualquier restricción a ese sentimiento de autonomía y libre albedrío condiciona la esencia de la mente creativa y su capacidad generadora.

La existencia de una cultura de la innovación y la vivencia que de ella hagan todos los miembros de la organización constituyen un facilitador de la generación de estados de ánimo propicios a la innovación y generadores de ventajas en comparación con las restantes empresas del mercado.

Conclusión

En el actual panorama globalizado en el que se desarrollan las organizaciones contemporáneas, caracterizado por los tratados de libre comercio, la feroz competencia en los mercados y cambios constantes a nivel tecnológico, la única forma de mantenerse vigente es pensar y desarrollar formas de crear valor y de competir mediante la diferenciación. En este sentido, tanto la creatividad como la innovación se convierten en herramientas indispensables para llevar adelante ese objetivo.

Andrés Felipe Naranjo, experto en Innovación y Design Thinking, afirma que: *“Fomentar la cultura de la innovación en las organizaciones es primordial para un agradable clima laboral, fortalecimiento de habilidades creativas y diseño y ejecución de nuevas estrategias efectivas”*.

Según el experto en competitividad empresarial de la universidad de Harvard, Michael Porter, *“La única fuente confiable que asegura una ventaja competitiva en el largo plazo es la innovación”*.

La apuesta en el mundo empresarial es la formación de los profesionales desde el pensamiento estratégico, herramientas y metodologías creativas e innovadoras con el fin de resolver problemas y desarrollar oportunidades y ventajas competitivas para las organizaciones que le permitan sobrevivir y crecer en este entorno turbulento.

Bibliografía

- Fernández Romero, A. (1996). Creatividad e Innovación en empresas y organizaciones: Técnicas para la Resolución de Problemas. Díaz de Santos.
- <http://www.icesi.edu.co>
- <http://www.centrodeinnovacion.com>
- Aguirre Batzan, A. (2000). “La identidad cultural”. Barcelona
- Lemaitre, (1992). La Cultura d Enterprise: facteur de perfomance.