

LA CREATIVIDAD APLICADA A LA EMPRESA

Los clientes y usuarios del actual mundo empresarial exigen cada vez más calidad en los productos y servicios, pero la economía de hoy obliga a optimizar recursos materiales y tiempo; la pregunta de ¿cómo hacer para congeniar ambas exigencias? encuentra respuesta en la aplicación de una herramienta fundamental para adaptarse y conseguir resultados exitosos: la creatividad.

Y la creatividad es la capacidad de crear, se la relaciona al arte, habilidad, descubrimiento, aptitud, cualidad, pero fundamentalmente, cuando de decisiones empresariales se trata, es actitud, es la audacia de conseguir y aplicar métodos diferentes, de repensar y recrearse permanentemente y por sobre todas las cosas, ser competitivo y competente. Si lo que se pretende es tener una *"aceptable rentabilidad"* y mantenerse así durante un cierto tiempo, ya no alcanza con ser eficaz y eficiente, el nuevo estilo de comercialización demanda mentes ágiles, activas, que generen excelentes ideas y que estén siempre dispuestas a hallar nuevas alternativas para resolver viejos y nuevos problemas.

Es indispensable que toda empresa que pretenda crecer revea constantemente sus procedimientos internos a fin de buscar la innovación que le permita mejorar sustancialmente los resultados finales; se debe valorar la opinión de cada miembro de la organización así como la inteligencia emocional aplicada a las situaciones de la empresa. El manejo, el significado o la interpretación que le da cada uno de los integrantes de la empresa a la información recibida es tanto o más importante que la información en sí misma. Hay que tener en cuenta los aportes y las percepciones de los trabajadores que se preocupen por los problemas de la empresa y no limitados a su tarea específica. El Ing. José L. García Salazar en su libro *"Creatividad, la ingeniería del pensamiento"* reflexiona: *"en tan solo diez años las organizaciones nacerán y morirán vertiginosamente, y la clave de la supervivencia serán la creatividad y el empleo del recurso que hasta no hace mucho hemos desperdiciado tanto: la mente"*.

La empresa (el empresario) que consiga el posicionamiento deseado y quiera mantenerse en la *"cresta de la ola"* debe tomar conciencia de la difícil tarea de aggiornarse permanentemente, de adaptarse a los cambios constantemente y que para ello requiere del empleo de todos los recursos que la creatividad le brinda y que utilizar el ingenio creativo le puede ayudar a conseguir resultados positivos muy por arriba de lo esperado. En definitiva, usar la mente y pensar, generando pequeñas innovaciones que traigan como resultado un sistema de mejoras continuas (kai – zen) que mantengan a la empresa en el camino del éxito.

"En un mundo donde los mercados son exigentes y la lucha por la supervivencia se torna despiadada, no podemos competir con estrategias estáticas, que aunque en el pasado dieran resultado, ahora pueden llevarnos al fracaso empresarial" marca en otro párrafo el Ing. García Salazar. Esto significa que no innovar manteniendo antiguos sistemas, aunque estos hayan sido exitosos en pasadas épocas, es arriesgarse a quedar afuera de los nuevos mercados, que sí han cambiado y continúan cambiando permanentemente y a una velocidad cada vez mayor. No aplicar la creatividad para encontrar nuevas formas de ingresar y mantenerse en esos mercados tan exigentes, es sinónimo de rotundo fracaso.

Pero para llegar a ser creativo y conseguir resultados satisfactorios aplicando la creatividad, es imprescindible poseer una gran apertura mental, con actitud y disposición a aprender siempre algo nuevo, generando ideas y ampliando el propio campo de desarrollo con ideas aportadas por otros, estando por otro lado, dispuesto a desaprender todo lo aprendido hasta el momento, si la situación de la empresa así lo requiere.

En una de las notas publicadas en "Carta de Noticias – Gestión" de Mayo – 03 se puede leer *"El innovador"*

es el individuo capaz de formar nuevas asociaciones y expresar ideas que resuelvan de manera diferente los problemas; cuando es necesario se aleja de las normas grupales de pensamiento y comportamiento y pone en práctica nuevos enfoques. El emprendedor detecta y aprovecha las oportunidades, genera nuevas ideas y promueve cierta visión de manera persuasiva.

En el mundo del gerente global, el papel del innovador es integral a las otras capacidades. Si el conocimiento del negocio internacional y la adaptabilidad cultural representan una combinación de motivación y conocimiento, y adoptar el punto de vista del otro representa la habilidad para absorber tal conocimiento de modo que podamos captar la visión de otra persona, entonces el papel del innovador equivale a la habilidad para tomar ese saber y ese punto de vista y no solo tolerar, apreciar o comprenderlo, sino identificar políticas, procedimientos, productos, servicios y prácticas y crear algo que supere a la simple combinación de las partes.

En cierta forma, la habilidad de crear algo nuevo es la esencia del manager global efectivo. No se trata de un talento exótico. La destreza en el papel de innovador, es el resultado de un minucioso proceso de recolección de información, del saber escuchar y prestar atención, de soltar la necesidad de tener la razón y de ser capaz de detectar combinaciones útiles."

Analizando todo lo antedicho, es sencillo darse cuenta que la creatividad no viene sola como caída del cielo, por lo que el empresario que pretenda liderar una "empresa creativa" debe preocuparse en estimular suficientemente a su equipo de trabajo en función de ello y no solo proveerle de la información, espacio y herramientas necesarias sino además, capacitarlos periódicamente a fin de conseguir los resultados esperados.