

## Introducción

La innovación y creatividad son elementos diferenciadores que permiten que una empresa desarrolle y mantenga su posición de liderazgo en el mercado. Los resultados de su aplicación son nuevas propuestas de servicios y productos que anticipan las expectativas de clientes exigentes que aseguran su fidelidad.

El mantenerse a la altura de las nuevas exigencias del mercado, demanda que las empresas busquen nuevas planteamientos comerciales e incluso en muchos casos un reinversión total. En definitiva afrontan el reto de obtener resultados diferentes y la única forma de lograrlo es cambiando la forma de pensar y actuar. Para llegar a esto es fundamental que las empresas permitan que su personal contribuya en la generación de ideas y propuestas, esto se logra al promover la innovación y creatividad como valores organizacionales.

Para muchas empresas este es un paso crítico, ya que implica abandonar las antiguas costumbres y tomar riesgos, no debe ser un proceso descontrolado y el papel de Recursos Humanos es determinante, para gestionar los recursos y promover la creatividad y la innovación.

¿Cuál es el camino para promover la innovación y creatividad?, no hay una única receta, pero si podemos hacer un planteamiento con acciones que contribuyan a promover estos elementos, les invito a que consulten el planteamiento propuesto.

## Revisión de Conceptos

Entendemos por "innovación" como la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad. Innovar proviene del latín *innovare*, que significa acto o efecto de innovar, tornarse nuevo o renovar, introducir una novedad.

La creatividad es la capacidad humana de producir contenidos mentales de cualquier tipo y esencialmente pueden considerarse como nuevos y desconocidos para quienes lo producen". La creatividad puede implicar la formación de nuevos sistemas y de nuevas combinaciones de informaciones ya conocidas.

## Acciones Propuestas

### 1. Incluir en la misión y los valores de la empresa la necesidad de innovar y crear.

- 1.1. Redefinir la misión y los valores de la empresa, para incluir la necesidad y compromiso con la innovación y creatividad.

Por ejemplo la filosofía de 3M: "En el crecer de nuestro negocio, se vuelve más necesario delegar responsabilidades y animar a hombres y mujeres a ejercitar su iniciativa. Esto requiere de tolerancia. Estos hombres y mujeres en lo que delegamos autoridad y responsabilidad, si son buenas personas, van a querer hacer su trabajo a su mejor manera. Errores se cometerán, pero si la persona está esencialmente correcta, los errores que él o ella cometan no serán tan serios en el largo plazo como los errores que la administración cometería al decirle a aquellos en quienes han delegado como hacer exactamente su trabajo. La administración que critica destructivamente los errores mata las iniciativas. Y es esencial que tengamos personas con iniciativa si queremos crecer" William L. McKnight.

### 2. Capacitar al personal sobre innovación y creatividad

- 2.1. Capacitar al personal sobre estos elementos así como promover talleres para su desarrollo, destacando la importancia y ventajas de la aplicación en el ámbito comercial
- 2.2. Discutir caso reales de personas (Ej: Leonardo da Vinci, Tomas Alba Edison, etc.), empresas (Ej: 3M, Walmart, etc).

### 3. Crear un ambiente propicio para la innovación y creatividad

- 3.1. Promover el trabajo en equipos multidisciplinarios (integración de empleados de diferentes perfiles profesionales)
- 3.2. Proveer a los empleados de espacios físicos o virtuales (intranet, foros, blogs) para la creatividad, con mensajes o decoraciones que estimulen la innovación, cambio, creatividad y mejorar continua; en general un ambiente que facilite la lluvia de ideas.
- 3.3. Publicar y discutir frases promotoras de innovación y cambio cada semana, de tal forma que se refuerce la convicción en el personal sobre la importancia de la creatividad. Algunos ejemplo de frases propiciadoras del pensamiento creativo y refuerzo de la misión y valores:

# Promoviendo la Innovación y Creatividad en nuestras empresas

---

- El destino no es cuestión de chances, es cuestión de decisiones; no es algo porque esperar, sino algo que lograr.
  - Somos lo que pensamos. Todo lo que somos surge de nuestros pensamientos
  - Si no navegas la ola del cambio... te encontraras debajo de ella.
  - Solo aquellos que ven lo invisible pueden hacer lo imposible.
  - La mente determina lo que es posible... pero el alma lo sobrepasa.
  - No se puede volar como águilas si se trabaja como Ganso!!!
  - Para obtener resultados diferentes, hay que hacer cosas diferentes
- 3.4. Promover la creatividad como un estilo de vida
- Concursos sobre generación de ideas
  - Talleres de creatividad: acertijos, rompecabezas, etc.
  - Establecer fondos de escritorio y protectores de pantallas con mensajes creativos en las computadoras
  - Timbre de la innovación. La gente para lo que está haciendo por 5 minutos para parir una idea creativas sobre lo que esté haciendo.
- 3.5. Implementar política de facultamiento (empowerment).
- 3.6. Política de tolerancia a los errores.
4. **Seguimiento a las propuestas**
- 4.1. Hacer encuestas al personal sobre el uso y aplicación de medidas innovadoras y creativas
- 4.2. Dar reconocimiento público a quienes han aportado ideas innovadoras notorias, y compartir el efecto que tienen en la compañía.
- 4.3. Documentar todas las propuestas innovadoras, registrando con evidencias de mejoras (Ej: establecimiento de indicadores).

## Siguientes pasos

- Conformar un equipo de innovación y creatividad (voluntario y multidisciplinario), que debe estar ampliamente apoyado por el área de Recursos Humanos
- Replantear la misión y valores empresariales para incluir estos nuevos elementos
- Seleccionar las acciones a corto, mediano y largo plazo definiendo los responsables
- Seleccionar un caso de negocio como aplicación práctica de la creatividad e innovación, ejemplo: creación o rediseño de un producto, servicio, etc., basado en las necesidades o expectativas de los clientes.
- Preparar un plan de comunicación para divulgar el proyecto y sus resultados al resto de empleados