

Creatividad e innovación: El arte de competir

Andrea Montalvo

Directora Adjunta del Dpto. de Antiguos
Alumnos.
amontalvo@santelmo.org



Dentro del programa de Continuidad del mes de mayo en Almería, Sevilla y Mérida, pudimos contar con la visita del profesor y director del área de Operaciones de INALDE Colombia, Fabio Novoa. Con una larga trayectoria como profesor y consultor de operaciones e iniciativa emprendedora en diversos sectores en empresas internacionales, compartimos junto con los Antiguos Alumnos sus experiencias e investigaciones relacionadas con la Creatividad e Innovación y su efecto en la competitividad de las empresas.

Según el planteamiento del Prof. Novoa, el incremento en la competitividad en las empresas responde al incremento del ratio output/input, es decir, la relación entre lo que la empresa es capaz de generar y los recursos que son necesarios para ello. En este sentido, en las últimas tres décadas las empresas han incrementado su competitividad con esfuerzos para optimizar el input, a través de reducción de costes, optimización de plantillas, mejora de la calidad, etc. Sin embargo, este enfoque aunque con buenos resultados a corto plazo era sin duda un camino finito y con consecuencias macroeconómicas no del todo positivas - desempleo, reducción de poder adquisitivo, demanda y oferta. Ante este escenario, en los años recientes las empresas, por el contrario, han decidido incrementar su competitividad buscando una mayor generación de output, descubriendo e identificando nuevas oportunidades que permitan generar mayores beneficios a partir de los recursos disponibles en la empresa.

Para poder identificar estas nuevas oportunidades es necesario crear el ambiente idóneo para facilitar la innovación y creatividad entre los que forman nuestra empresa, para ello, y repasando la experiencia de algunas de las empresas más innovadoras a nivel mundial, resulta fundamental:

1. Crear la estructura, organización y normas mínimas necesarias para organizar el

esfuerzo y la creatividad.

2. Fomentar la cultura de creatividad e innovación en la empresa, contando con directivos que sean capaces de transmitir entusiasmo a todos los niveles.

3. Inyectar pasión a nuestros colaboradores para fomentar la imaginación necesaria para crear o descubrir algo nuevo en el negocio, premiando y reconociendo a aquellos que lo hagan.

4. Identificar nuevas formas de producir, entregar, distribuir los productos y servicios que ofrecemos, es decir, mirar al exterior e identificar necesidades no satisfechas o mercados no explorados.

5. Aceptar el reto de desprendernos de viejos modelos, paradigmas y estrategias que inhiben la creatividad en la empresa, aunque con ello se cometan errores o se incumpla con procedimientos predeterminados.

En resumen, de cara al un entorno dinámico como el que se encuentran las empresas, es necesario facilitar todos los medios necesarios para que nuestra empresa sea una máquina de "innovación perpetua" capaz de generar nuevas competencias de forma continua, de gestionarlás para aprender de lo realizado y adelantarse así a los cambios. La nueva ola de grandes empresas será aquella basada en nuevas formas de organizar el esfuerzo y la creatividad de los que la integran.

En los años recientes las empresas, han decidido incrementar su competitividad descubriendo e identificando nuevas oportunidades que permitan generar mayores beneficios a partir de los recursos disponibles en la empresa.