

LA CREATIVIDAD Y LA EMPRESA

AUTOR: CARLOS MENDOZA ORTEGA

MAYO: 2021



San Marcos

La creatividad y la empresa

No olvidemos que el objetivo de una empresa no puede ser la creatividad, ni siquiera la innovación. El objetivo es la cuenta de resultados. La innovación es un instrumento para mejorar la cuenta de resultados. Como hemos visto en otro capítulo, la innovación es un proceso que resulta del encuentro de la empresa con la creatividad. Es por eso por lo que podremos decir que una empresa es innovadora si ha generado estos procesos con el objetivo de lograr mayores beneficios. En todo caso también hemos visto que la creatividad y, como consecuencia, la innovación, se producen cuando se hace frente a un problema o una necesidad. Para hablar de una empresa innovadora es necesario arrancar un poco antes y preguntarse si la empresa tiene problemas o necesidades de las que es consciente. La mayoría de las empresas no son conscientes o les llega la consciencia con tanto retraso que ya no les queda ni tiempo ni capacidad para reaccionar. Son empresas que viven en la autocomplacencia. Una empresa innovadora es aquella que pregunta a sus clientes, a sus empleados, a sus directivos y, en general, a todo su entorno cuáles son sus problemas o necesidades y además de preguntar, escucha las respuestas y se dispone a realizar aquellas acciones que sean necesarias para mejorar en su negocio. Si una empresa realiza estas prácticas es una empresa innovadora con seguridad.

La responsabilidad de mantener encendido el radar que detecta problemas presentes o futuros corresponde a la alta dirección de la compañía. Obviamente no basta con detectar, es necesario tener capacidad de reacción para solventar esos problemas y esa capacidad de reacción se obtiene a través del proceso de innovación. Las áreas que debemos explorar para detectar problemas son: La estrategia. Los elementos estratégicos básicos del negocio deben ser monitorizados permanentemente. Si no lo hacemos puede ocurrir que en un momento determinado descubramos que ha ocurrido algún suceso que ha anulado las ventajas competitivas sobre las que se asentaba nuestro negocio. El precio que hay que pagar por no hacerlo suele ser muy alto. El mercado. Los mercados en los que se desenvuelve nuestra empresa suelen ser muy dinámicos. Su estructura, sus componentes, sus precios, todo se mueve constantemente. No monitorizar el mercado es tan grave como no hacerlo con la estrategia y acaba destruyendo la empresa. El producto. Los productos tienen un ciclo de vida, lo cual quiere decir que en algún momento comienzan a envejecer. Es necesario estar pendiente de nuestros productos para detectar a tiempo esos problemas de envejecimiento. La organización. Las organizaciones se desgastan. Funcionan como las brocas de un

taladro. Al principio suelen ser sumamente eficientes, pero con el paso del tiempo pierden filo y su rendimiento baja. Saber detectar los problemas que afectan a las organizaciones desde dentro no es nada fácil.

Bibliografía

Gutiérrez Colmener, A. T. (2014). La creatividad y tu negocio. Bubok Publishing S.L.



www.usanmarcos.ac.cr

San José, Costa Rica