

Capacitación Emogénica: Crea, comunica, lidera, ¡diviértete!

La creatividad motor del crecimiento en época de crisis.



Los ejecutivos que se esfuerzan por fomentar la creatividad, a menudo usan la frase “pensar fuera de la caja” para animar a sus empleados a que lleguen a ideas que a nadie más en el salón se le ocurrirían. Tenemos una mejor idea: mejor asómese adentro de la caja y busque lo nuevo entre lo que hay ahí.

Con demasiada frecuencia, los estudiantes, como la gente de los negocios, prefieren y buscan fórmulas probadas, a las cuales apegar para resolver problemas. Pero eso puede impedir miradas nuevas para la solución de los conflictos.

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.

¿Cómo hacer para congeniar ambas exigencias?

La respuesta es la aplicación de una herramienta fundamental para adaptarse y conseguir resultados exitosos: la creatividad.

Entendida como 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.

Toda empresa que pretenda crecer necesita revisar constantemente sus procedimientos internos a fin de generar innovaciones que le permitan mejorar sustancialmente los resultados finales; es importante valorar la opinión de cada miembro de la organización así como aplicar 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 que recibe es igual o más importante que la información en sí misma. Debemos tomar en cuenta los aportes y las percepciones de los trabajadores que se preocupen por los problemas de la empresa y no limitarlos a su tarea específica.

“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”.

Tomar la decisión de no innovar, y mantener sistemas antiguos, aunque estos hayan sido exitosos en otros tiempos, es arriesgarse a quedar afuera de los nuevos mercados, que sí han cambiado y continúan cambiando permanentemente y a una velocidad cada vez mayor.

Dejar de aplicar la creatividad para encontrar nuevas formas de ingresar y mantenerse en esos mercados tan exigentes, es sinónimo de rotundo fracaso.

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 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.

Es claro entonces que **ser creativo no es un lujo, es un requisito para competir.**

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.

La creatividad no se da por generación espontánea, el empresario que pretenda liderar una “empresa creativa” debe estimular suficientemente a su equipo de trabajo en función para que descubran y desarrollen sus capacidades creativas, y no solo proveerle de la información, espacio y herramientas necesarias sino además, capacitarlos periódicamente a fin de conseguir los resultados esperados.