

GESTIÓN DE INNOVACIÓN, CREATIVIDAD Y DESARROLLO

JUAN CASTILLO MAZA*

E-mail: jcastillom@unmsm.edu.pe

RESUMEN

El desarrollo de las naciones en el contexto actual de globalización, está basado en la creatividad de sus hombres y la innovación permanente de mecanismos e instrumentos de gestión de las unidades empresariales y de las organizaciones en general. Los cambios experimentados en los últimos diez años por las empresas emprendedoras han sido el resultado de las decisiones de reconocidos líderes empeñados en promover la creatividad y la innovación como mecanismos de desarrollo. La necesidad de creatividad e innovación en las empresas se hace evidente, pues les permite reducir costos, tiempo y recursos necesarios para la producción y distribución óptimas; hace eficiente la planificación, organización, dirección y control; es decir, se logran objetivos. La creatividad, la innovación y el desarrollo constituyen elementos fundamentales para el éxito empresarial, que beneficia a los consumidores, usuarios y la ciudadanía en general.

Palabras clave: Innovación, creatividad y desarrollo.

ABSTRACT

The nation's development in globalization's context is based on creativity of its human beings and permanent innovation of mechanisms of gestion and instruments of business units and organizations in general. The changes in the last ten years experimented by enterprises have been resulted from decisions of known leaders to promote creativity and innovation as development mechanisms. The creativity and innovation necessity in the enterprises is evident, because it lets them to reduce costs, time and resources for production and optimum distribution, it makes planning, organization, direction and control efficient, that is, objectives

* Licenciado en Administración por la Universidad Nacional de Trujillo; Magíster en Economía con mención en Métodos Cuantitativos y Doctor en Ciencias Contables y Empresariales por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; Profesor Principal de la UNMSM; Encargado de la Dirección de la Escuela Académico Profesional de Administración; Director del Comité Editorial de *GESTION EN EL TERCER MILENIO*, revista de investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM; Profesor de Post Grado en la UNMSM, UNFV, UNASAM, UNSCH, UNEG, UNSAAC, UNJBG y UNA; Investigador permanente de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM.

are achieved which allow enterprises, institutions and any one working on goods and services to obtain optimum results. The creativity, innovation and development are main elements in the business success that benefits consumers, users and citizens.

Keywords: Innovation, creativity and development.

INTRODUCCIÓN

La razón que nos lleva a proponer el presente tema de investigación es que consideramos que la innovación y creatividad son elementos que posibilitan a las empresas a afrontar con éxito las graves dificultades que significa la actual situación de crisis no solo económica sino también moral; esto último resulta mucho más grave en sociedades como la nuestra.

El presente trabajo se basa en los resultados de la convocatoria a los concursos de Creatividad Empresarial realizados en los últimos diez años por organizaciones e instituciones del mundo académico y empresarial, así como los trabajos de investigadores de la facultad y el IV Taller de investigación 2001 denominado «Innovación, Universidad y Empresa».

El desarrollo de las naciones trasciende a los gobiernos de los países, es decir que los periodos necesarios para lograr un desarrollo armónico y autosostenido requieren mínimo de dos periodos gubernamentales. Hablamos así del mediano y largo plazo, que en la mayoría de los países es de cuatro a cinco años. Este periodo puede reducirse si actuamos con creatividad e innovación, utilizando nuevas formas, métodos y tecnologías que permitan optimizar el uso de recursos en las empresas y organizaciones sociales.

La innovación y la creatividad cobran vigencia cuando las personas, familias, empresas y todo tipo de organizaciones deben sobrevivir con escasez de recursos económicos y financieros. La innovación involucra a todos los miembros de una organización, y a cada uno de ellos corresponde un rol: a los **líderes de la innovación**, dirigir los proyectos y los equipos de nuevo producto; a los **gerentes de mayor nivel**, inculcar una actitud positiva, proactiva y de apoyo para motivar a los líderes de la innovación; a los **participantes en el equipo de nuevos productos**, contar con optimismo, confianza en sí mismos y pasión por la innovación; finalmente a los **líderes funcionales**, creer en la importancia de los nuevos productos y nombrar a los integrantes que se han de dedicar al equipo.

DISEÑO EXPERIMENTAL, MARCO TEÓRICO O PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS

La innovación y creatividad van de la mano con el desarrollo lo que implica no solo crecimiento, es decir cambios cuantitativos, sino lo más importante y fundamental que son los cambios cualitativos que se manifiestan en mejores condiciones de vida y bienestar de las personas, familias y empresas. Los indicadores del Banco Mundial respecto a niveles de desarrollo establecen que las personas deben vivir más años y con una mejor calidad de vida, con la existencia real de libertades, con el acceso a la educación, a la cultura y a otros aspectos que les permitan su plena realización.

La innovación y la creatividad permitirán a las empresas resolver sus problemas con eficiencia, alcanzando resultados óptimos.

La innovación es el proceso de crear, adoptar una idea nueva y ponerla en práctica. En las organizaciones, las aplicaciones de la innovación se dan en dos formas: **innovaciones de proceso**, que da lugar a mejores formas de hacer las cosas; e **innovaciones de producto**, que dan origen a la creación de bienes y servicios nuevos o mejores.

La creatividad es el uso del ingenio y la imaginación para crear un enfoque novedoso de las cosas o una solución especial a un problema. La creatividad es un combustible esencial para las organizaciones inteligentes. Se hace indispensable para aquellos que deben dominar los requerimientos de un entorno complejo y en permanente cambio.

El desarrollo es un proceso integral que busca mejorar el bienestar general de las organizaciones empresariales y de la población universal. En términos económicos el desarrollo económico implica crecimiento económico –aumento del Producto Bruto Interno de un año a otro– asociado a mejoras en la distribución social. Mejoran los indicadores de salud, educación, vivienda, bienestar social, etc.

MÉTODOS Y RESULTADOS

El universo de estudio está constituido por el conjunto de organizaciones empresariales, instituciones públicas y privadas, así como organizaciones sociales.

La población muestral está representada por las organizaciones empresariales, instituciones públicas y privadas así como organismos de la sociedad civil que han sido merecedores del Premio a la Creatividad en los últimos cinco años.

La información primaria ha sido levantada por el investigador, utilizando la observación y la encuesta como instrumentos. Las fuentes secundarias que se ha utilizado para obtener información han sido las publicaciones que existen al respecto, literatura sobre innovación y creatividad, así como todo tipo de información relevante disponible en cualquier medio.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

Innovación, creatividad y desarrollo son conceptos que están íntimamente interrelacionados y que permiten a las personas y líderes tomar decisiones para optimizar el uso de recursos siempre escasos, para satisfacer necesidades cada vez más crecientes de la población.

La innovación es una disposición mental, una nueva forma de pensar acerca de las estrategias y las prácticas de los negocios; es un elemento clave para obtener ventaja competitiva. La innovación efectiva puede disparar el precio de las acciones. Los directivos deben dirigir la innovación y deben ser decididos responsables de la misma; deben comprometerse con la innovación e inculcar en los demás la pasión por ésta.

La mentalidad innovadora implica:

- Nuevos mercados.
- Ideas sobre nuevos productos.
- Nuevos conceptos de fabricación.
- Nuevos segmentos de clientes.
- Nuevos métodos de venta.
- Nuevas personas.
- Nuevos negocios.
- Nuevas direcciones estratégicas.
- Nuevos servicios.
- Nuevas formas de enviar productos conocidos.

- Nuevos servicios.
- Nuevas formas de liderazgo.
- Nuevas técnicas de investigación.
- Nuevas formas de pensamiento.
- Nuevas adaptaciones.
- Mejoramiento de productos existentes.
- Nuevas formas de pago en los sistemas de retribución, con base en el desempeño.
- Nuevas formas de medir la innovación.

En la actualidad, las empresas y las organizaciones en general deben responder a los cambios constantes; éstos pueden enfrentarse mediante la adaptación pasiva ante los acontecimientos, o la creación de estrategias encaminadas a maximizar el valor de la empresa, modificando alternativamente el entorno y la concepción del mercado.

Para sostenerse y crecer es indispensable adaptarse creativamente a la circunstancia, y por sobre todo crear valor para la sociedad. De ahí la importancia del Premio a la Creatividad Empresarial, donde se identifican herramientas e instrumentos efectivos, que contribuyen a la continuidad de la organización en un entorno cambiante.

Las premisas básicas que han guiado el presente trabajo son:

- Los profesionales tienen una responsabilidad social en los procesos de creación de riqueza, bienestar, empleo y en general en el desarrollo socioeconómico de nuestro país.
- La creatividad, innovación y el espíritu empresarial no son innatos, sino que pueden ser adquiridos, por lo que se requiere educar profesionales con mentalidad empresarial.
- La capacidad tecnológica, científica y comercial para identificar buenas oportunidades de negocios constituye un capital acumulable, a la vez que se pueden adquirir habilidades y conocimientos para convertir dichas oportunidades en empresas de éxito y con responsabilidad para con sus accionistas y el entorno.

CONCLUSIONES

- Las empresas, organismos e instituciones innovadoras de procesos y de productos pueden crear nuevos y mejores bienes y servicios.

- Las empresas, organismos e instituciones creativas, haciendo uso del ingenio y la imaginación, resuelven de manera especial los problemas generados en entornos complejos y en permanente cambio que les permita optimizar el logro de los objetivos.
- El mejoramiento del nivel de vida de las personas de un país es producto de una mejor distribución del PBI, así contribuimos al bienestar de las organizaciones empresariales e instituciones públicas y privadas.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaraz Rodríguez, Rafael. *El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocios*. México, Editorial McGraw Hill, 2001.

De Bono, Edward. *El pensamiento creativo: El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. Primera Edición. Barcelona, Editorial Paidós Ibérica, 1992.

Harrington H., James. *Herramientas para la creatividad*. Primera Edición. Bogotá, Editorial McGraw Hill, 2000.

Michalko, Michael. *Thinkertoys: Cómo desarrollar la creatividad en la empresa*. Segunda Edición. Barcelona, Editorial Gestión 2000, 2001.

Schermerhorn John R. *Administración*. México, Editorial Limusa Wiley, 2003.

Warren, Bennis y Machael, Mische. *La organización del siglo XX. Reinventando la empresa a través de la reingeniería*. México, Panorama Editorial, 1997.