

Lecciones del mundo Corporativo para las PYMES

La Creatividad: clave fundamental de estrategias exitosas

Buena parte de los problemas que enfrentan las organizaciones requieren de soluciones creativas para enfrentarlas. La creatividad no proviene solamente de personas talentosas. Requiere ambientes que la estimulan en todos los empleados, directivos y clientes de una organización, para mutuo beneficio.

*Por José Germán Mejía, Nicolás García y Andrés Vásquez
StratCo Consultores Asociados
www.stratco.com.co*

Las organizaciones más exitosas, independientemente de su tamaño, son aquellas que ofrecen a sus clientes propuestas de valor diferentes y sostenibles en el tiempo. Esto les permite generar una marca que el mercado aprecie, por ser especial y efectiva al resolver necesidades particulares de sus clientes.

Esta definición evidente para la mayoría de las personas, se hace difícil al llevarla a la práctica pues conlleva múltiples interrogantes a resolver: ¿Cómo hacerlo?, ¿Cómo diferenciarme?, ¿Cómo identifico una necesidad insatisfecha?, ¿Cómo satisfacerla y ganar dinero? y su respuesta es CREATIVIDAD, premisa básica de cualquier ejercicio estratégico que se quiera desarrollar.

El enfoque creativo es la llave que permite a una organización correr el riesgo de pensar diferente. De esos pensamientos surgen en el mundo empresas exitosas y productos con los cuales el ser humano nunca pensó contar. Ejemplo claro es Apple, que revolucionó el mundo de la tecnología y gracias a sus productos como “iPod” y “Iphone”, que eran insospechados hace diez años, es hoy considerada un modelo a seguir.

Es importante que el equipo que define el rumbo de una empresa tome el reto de pensar diferente. Sin embargo, la creatividad debe ser incentivada a todos los niveles. Bien aprovechado, el potencial creativo de cada empleado se convierte en una ventaja competitiva. Prueba de esto son instituciones que permiten pensar diferente a sus empleados operativos y han encontrado mejoras significativas en la eficiencia de sus procesos. Algunas prácticas que hemos probado con éxito para estimular la creatividad y que pueden ser útiles en todos los niveles de una empresa son:

- Fomentar los ejercicios de lluvia de ideas, una práctica muy conocida pero no siempre bien utilizada. NUNCA elimine una idea la primera vez que es mencionada, permita que las personas que participan en el ejercicio la evalúen. En algunos casos las mejores soluciones se dan durante el ejercicio pero la incapacidad natural de aceptar un pensamiento diferente las elimina.
- Premie la creatividad. Desarrolle una cultura de brazos abiertos a las

sugerencias de los empleados sobre nuevas formas de hacer las cosas. Haga públicos los reconocimientos a las mejores ideas.

- Oiga a sus clientes. No necesariamente lo que la organización piensa que es la mejor forma de atender al mercado esta correcta. Establezca oportunidades de escuchar a sus clientes y premie su creatividad con mejores productos/servicios.
- Cambie las rutinas de trabajo o la forma cómo se enfoca el problema. Luego de un tiempo realizando las mismas tareas, las personas generan rutinas que las alejan de su potencial creativo. Muchas personas han encontrado sus momentos más creativos cuando han “roto” su molde.
- Involucre a más miembros de la compañía en el proceso creativo. Cree grupos para analizar un problema con metas como: aumentar la competitividad, disminuir los costos o atender mejor las necesidades de los clientes. Se sorprenderá de los resultados.

Al final las organizaciones están compuestas por personas que serán creativas o no dependiendo del estímulo real que sientan para serlo. Lo que se busca con cada una de estas propuestas es estimular la confianza de cada persona en sus capacidades y evidenciar que todos los problemas tienen alguna solución. Debido a su tamaño, una PYME tiene mayor facilidad de introducir en su ADN organizacional los genes de la creatividad, los cuales se reflejarán positivamente en los resultados de su negocio.

* * *