

# CÓMO CREAR UN AMBIENTE DE CREATIVIDAD EN LA EMPRESA

José Gneco Macheno \*

## RESUMEN

En este artículo el autor presenta reflexiones sobre algunas prácticas que se han llevado a cabo en una organización empresarial grande del Valle del Cauca, conducentes a crear un ambiente de creatividad dentro de la organización. Igualmente, determina dos de los factores que limitan el pensamiento creativo de la cultura latinoamericana.

\* Ingeniero Químico, Magister en Ingeniería Industrial y de sistemas, magister en Administración de a Universidad del Valle.

## ABSTRACT

In this paper the author presents some reflections about the practices carried out in one large enterprise organization in the Valle del Cauca leading to the creation of a creative environment within the organization. Moreover he determines two of the elements that restrict the creative thinking of the Latin American culture.

## INTRODUCCIÓN

Los siguientes párrafos son algunas reflexiones hechas sobre algunas prácticas dentro de una organización en el Valle del Cauca, que han conducido a crear un ambiente donde se posibilita el pensamiento creativo de las personas y el cual ha permitido sortear dificultades financieras y tecnológicas con soluciones diferentes a las tradicionales.

Estas prácticas son:

- Tolerancia y aprendizaje del error: A las personas se les debe enseñar a tomar riesgos, conociendo hasta donde es posible, la magnitud de éstos y tomando decisiones que minimicen los mismos. Como no es posible lograr el control de todas las variables de una decisión, puede ocurrir que se cometan algunos errores no previstos. El análisis de los errores, la búsqueda de su origen y la difusión amplia entre los miembros de la organización de sus causas, es una escuela colectiva que incrementa el conocimiento del sistema y evita que se cometan esos errores en el futuro. La práctica de la reflexión de una desviación negativa, enriquece.

- Observación crítica de las situaciones: La escuela y la socialización tienden a inhibir la capacidad de crítica de las personas sobre las situaciones. Se debe fomentar la capacidad de observar y comparar contra estándares cada decisión que se toma. Esta práctica crea una búsqueda no sólo de desviaciones negativas frente a un estándar, sino también, oportunidades nuevas en las desviaciones positivas de las variables de un sistema respecto del estándar. Otra práctica debe ser la de mantener en continua evolución los estándares. Cada día el reto debe ser mayor.
- Generosidad: No se logra ser creativo en ambientes mezquinos. La creatividad requiere experimentación y ésta, cuesta. Aún en épocas de crisis y de falta de recursos, la toma de decisiones innovadoras significa riesgos que es necesario tomar y los cuales pueden causar pérdidas. La generosidad consiste en intuir o conocer la magnitud del riesgo que se toma y tener la seguridad de tomarlo. En épocas de crisis se debe revisar con más precisión el riesgo.
- Pensamiento Práctico: Las acciones que se toman deben estar orientadas a un resultado útil socialmente y no para la satisfacción del ego de una persona en particular. Las acciones deben resolver problemas que se le plantean a los grupos sociales y cuyo impacto ayude a mejorar sus condiciones de vida. No basta con ideas geniales que nunca se materializan. Las decisiones deben conducir a hechos reales, materializables.
- Persistencia: Se debe crear un ambiente de persistencia en un objetivo. Gran parte del

esfuerzo de materialización de las ideas pasa por un tedioso y difícil proceso de ajustar el sistema a las nuevas condiciones que crea la acción innovadora y esto requiere que las personas tengan la paciencia necesaria para lograr su meta. Se debe apoyar un ambiente en donde las dificultades se discutan y se sobrepasen por un análisis racional.

- Trabajo en equipo: Una vez planteado el concepto innovador, se requiere materializarlo. En esta fase del proceso creativo es muy enriquecedor que se conforme un grupo de entusiastas del concepto, dispuestos a lograr su implantación. El trabajo de un grupo de varias disciplinas y de distintos niveles de experiencia facilita esta labor.

Por último, vale la pena mencionar que en los países latinoamericanos existen dos factores que limitan el desarrollo del pensamiento creativo y que dependen de la cultura en la que nos formamos, generalmente con carencias de recursos:

1. La creatividad se limita por la tendencia existente en cada persona a ser reconocida socialmente por el grupo, siendo más importante la aceptación del grupo que tomar el riesgo de aventurarse a tomar una acción individual que puede no ser aceptada por el grupo social. Este

sentimiento de colectividad contrasta enormemente con el estilo individualista de los países desarrollados. De esta manera los procesos innovadores, en un ambiente latinoamericano, toman más tiempo, debido a que, además de requerir cambios conceptuales, deben convencer no solamente a un individuo, sino a un colectivo de individuos. Frente a esta desventaja, una de las ventajas que puede tener este sistema es el que las ideas se enriquecen por el aporte colectivo. Este rasgo cultural nos hace diferentes.

2. La incompletitud de las ideas, típica de ambientes con limitación de recursos, traslada las ausencias físicas, a ausencias en los procesos mentales, siendo estas incompletitudes un factor grave para el pensamiento creativo, pues permiten avanzar en una cadena de elaboraciones sucesivas, ya que se dejan cabos sueltos en el proceso del pensamiento (se inician acciones que no se finalizan, por ejemplo) o se realizan acciones repetidas que otros grupos ya han iniciado, debido a esfuerzos simultáneos inconexos.

Un ambiente creativo genera en una organización un dramático desarrollo de sus fortalezas y supera ampliamente sus debilidades, al aprovechar la capacidad del mejor computador del mundo que acompaña a cada empleado cuando se contrata: su cerebro.

\*\*\*