



**José Luis Rodríguez Espantoso**

Enginyer Tècnic Industrial

@DiariDelValles

# Estimular la creativitat en la empresa

REDACCIÓ  
@VALLESECONOMIC

Quando se parla de creativitat en la empresa, no se ha de contemplar sòlo la creació de nous productes o serveis. Es un concepte molto més ampli, el qual representa part de la actitud de los empleats con la empresa. Incluso, se podria extender a otros agentes relacionados con la empresa (clientes, proveedores, colaboradores, etc.).

Ser creativo, es ser inventivo, es decir, pensar en cómo realizar algo de forma diferente, y, lógicamente, se espera mejor que la anterior. Según esto, las personas pueden ser creativas para mejorar sus tareas, mejorando sus procesos, siempre que estas mejoras repercutan en algún beneficio para él (aunque sea autosatisfacción personal, la cual está íntimamente relacionada con la relación histórica que haya tenido dicho individuo con la organización).

En el gráfico se han representado las principales causas que suelen influir en el efecto de

estimular la creatividad de las personas en el entorno laboral. Por otro lado, se han añadido los factores que, en mayor o menor grado, afectan a cada causa.

Hay que pensar que, estas causas, no son bloques aislados, sino que están interrelacionados. Por ejemplo, las personas solemos valorar las opciones por pros y contras, que sería una relación equivalente a la de esfuerzo-beneficio. Si para conseguir algo, el esfuerzo a emplear tiene un coste superior al beneficio esperado, no interesará.

Otro ejemplo, la relación entre capacidades y medios disponibles. Si para poder mejorar la competencia, necesito cierto

apoyo y/o recursos de la empresa, y no me los facilita, se estará influyendo negativamente en la creatividad.

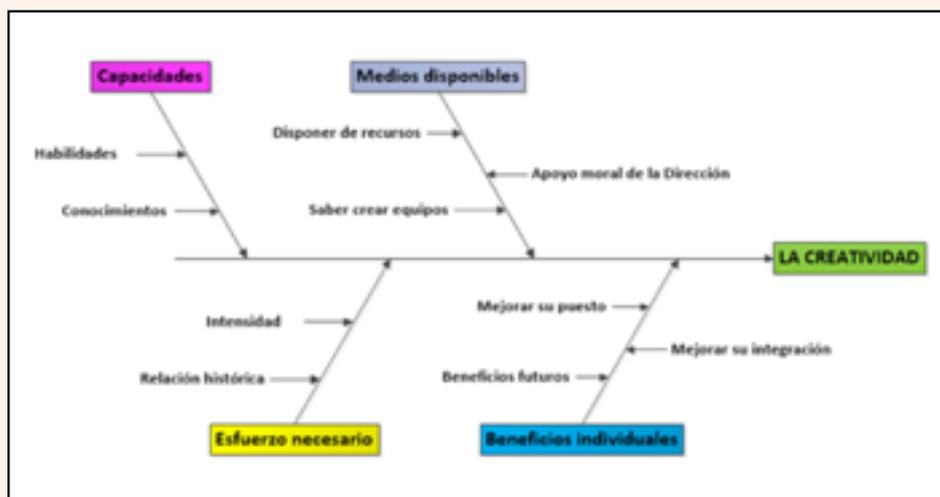
Respecto al apoyo de la Dirección, es importante indicar que toma especial relevancia el Director de operaciones, el cual es el responsable de que la empresa funcione lo mejor posible cada día, y será él el responsable de crear las condiciones necesarias que favorezcan la creatividad de los empleados, ya que, al final, dicha creatividad se convertirá en valor añadido para el cliente o usuario.

La creatividad puede aparecer de forma individual, o se pue-

den crear equipos de trabajo para estimularla. Respecto a los equipos de trabajo, se pueden realizar dos grandes grupos, los cuales tendrían formas de trabajar diferentes: los Círculos de calidad y los Equipos de mejora. Los primeros, son un conjunto de personas del mismo departamento que se reúnen de forma voluntaria, con el fin de mejorar su propio departamento; Por otro lado, los Equipos de mejora, son un conjunto de personas que la Dirección designa para poder mejorar un problema concreto.

El gran reto de los Equipos de mejora es: primero, identificar los perfiles adecuados de los participantes (conocimientos y habilidades), y en segundo lugar, que los participantes no tengan temor al conflicto y/o en mostrar sus debilidades, aunque esto sólo se consigue si la Dirección toma las medidas oportunas.

Con este artículo, he intentado sintetizar mi experiencia en áreas de asesoramiento, y no quiero terminar sin recalcar que, el mayor activo que tiene una empresa, son las personas.



EL MÈTODE INFAL·LIBLE  
PER A L'EVOLUCIÓ  
I EL CREIXEMENT  
PERSONAL I EMPRESARIAL

We think  
for you

“Si no ets una MARCA, seras una mercaderia” Philip Kotler

EL MÈTODE: We think for you POTÈNCIA LA TEVA MARCA PERSONAL O EMPRESARIAL