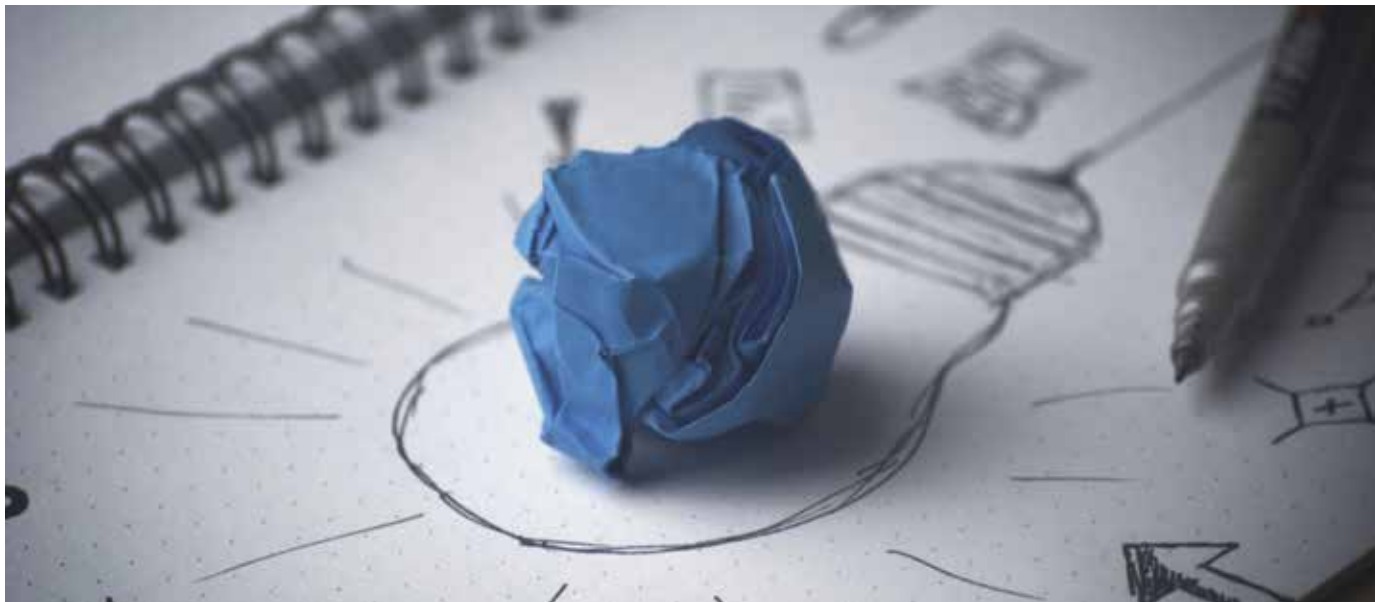


DESDE EL



Se buscan genios

Entre la creatividad y la innovación del siglo XXI



#Opinión

Cuando hablamos de *innovación*, hacemos referencia al proceso que permite desarrollar un producto, una técnica o un servicio mediante una idea, invención o la observación de necesidades.

La innovación en las organizaciones se ejerce:

- Centrando la atención sobre el consumidor, poniéndose en su lugar y haciendo propios sus problemas.
- Solventando problemas que muchas organizaciones desatienden.
- Fomentando el aprendizaje; teniendo en cuenta que al ensayar podemos acertar o equivocarnos; y
- Seguir experimentando hasta lograr resultados positivos.

Las empresas que se rigen por un modelo de creatividad dejan atrás las costumbres caducas. Éstas no pueden pretender únicamente la obtención de grandes cambios. No se pueden despreciar los cambios que parezcan insignificantes. Éstos podrían generar futuras innovaciones de gran relevancia.

En definitiva, estos elementos clave en la organización suponen el desarrollo de procesos más eficientes, el diseño de nuevas formas de distribución, estrategias..., y, si se fijan, no estoy hablando de tecnología, sino de procesos mentales efectivos.

Luz María Lefort Botello
Innovación y didáctica

A medida que los mercados se hacen más competitivos, la creatividad y la innovación han asumido un papel protagónico; pero, por desgracia, muy pocas organizaciones han logrado internalizarlas. Tales empresas podrán decir que hay innovación y creatividad por la cantidad de tecnología con la que se cuenta ahora, pero...

Así, aunque en todas partes leemos que las personas creativas son cada vez más demandadas, debemos preguntarnos: ¿es esto verdad?, y dado que durante muchos años creatividad e innovación se han considerado enemigas de la eficiencia es preciso saber si realmente las compañías buscan personas creativas. Obtenida la respuesta, ¿crees que una empresa puede permitirse esta situación, o debe ser innovadora y creativa y pensar diferente? ¿Realmente contamos en la actualidad con personas innovadoras y creativas? ¿Cómo anda el sector asegurador a ese respecto?

Un estudio recientemente realizado entre más de 5,000 adultos en Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Francia y Japón muestra la relación existente entre la creatividad y el crecimiento económico y pone sobre la mesa parámetros esenciales como el tiempo destinado a la creatividad, la percepción de su importancia o los facilitadores y barreras al respecto.

La *creatividad* es la generación de *nuevas ideas* acerca de un producto, un modelo de negocio o un descubrimiento científico, mientras que la *innovación* va un paso más allá: solo es posible hablar de *innovación cuando la creatividad se aplica para lograr valor*.

Creemos, realmente, que podemos ser más creativos, y la ciencia actual lo ha demostrado, además de que ha ideado algunos ejercicios para desarrollar la creatividad.

Por ejemplo, ¿buscas respuestas innovadoras para un problema? Cambia la rutina para que se formen nuevas conexiones neuronales que se traducirán en

ideas originales; disminuye las distracciones, ya que los neurólogos creen que el momento de la inspiración ocurre en el hemisferio derecho del cerebro, en un área cercana a la parte frontal que se denomina *giro temporal superior*. Si nuestra atención se dirige "hacia adentro", es más probable que podamos resolver un problema. Otra actividad capaz de ayudar es trabajar momentáneamente en tareas que requieran concentración mínima, como ordenar algo por colores, doblar ropa, pasear, ducharse o cuidar el jardín.

La creatividad y la innovación son herramientas diferentes. Es importante que las empresas procuren inculcar una filosofía de gestión creativa e innovadora que les permita desarrollarse tanto vertical como horizontalmente, logrando una cadena de valor muy competitiva y diferenciadora.

Las ideas y conocimientos que producen la creatividad conducen a innovaciones:

1. De la tecnología
2. De la organización interna y la configuración de los recursos
3. Técnicas
4. Económicas
5. De personal
6. Del mercado

Formas de fomentar o estimular la creatividad empresarial son:

- Proponer retos
- Motivar
- Fomentar una participación activa
- Dar mayor autonomía
- Generar variedad, evitando el estancamiento

Las empresas que se rigen por un modelo de creatividad dejan atrás las costumbres caducas

¿Conoces las certificaciones CLI y FSCP?

Son Certificaciones Internacionales que contribuyen a desarrollar habilidades en la venta de Seguros de Vida y amplían el conocimiento en las ofertas de servicios financieros para un mejor asesoramiento.

The American College en alianza con el IMESFAC, han logrado impulsar el incremento de las ventas de cientos de agentes, a través del CLI y FSCP.

Para mayores informes:
 • Cd. de México: claudia.rodriguez@imesfac.com.mx
 • Cd. de Monterrey: alejandra.guadarrama@imesfac.com.mx