

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo
06/05/2013	DIARIO PULSO - STGO-CHILE	8	8	CULTURAS CREATIVAS

En Página Par

Culturas creativas

PABLO FERNÁNDEZ

EL AÑO PASADO desde la UDD (y junto a MMC Consultores y PULSO) iniciamos un proyecto llamado Ranking de Culturas Creativas, cuyos resultados serán lanzados en julio. Nuestra premisa fundamental era que muchas empresas tienen instalados sistemas de gestión de innovación pero han descuidado la “gestión de la creatividad”; esto es, la generación de ideas y aportes por parte de los empleados que conduzcan a innovación. El síndrome del buzón

de sugerencias vacío es más común de lo que muchos creen y la frustración de los directores de innovación es creciente. Obviamente este concepto sugiere una serie de preguntas, partiendo por la más obvia: ¿cómo crear una cultura creativa en la empresa? Desde esta humilde tribuna intentaremos dar algunas ideas. Sea original: una cultura creativa debe surgir de lo más propio que tenga una institución. Debe ser un fiel reflejo de su filosofía y sus valores. No sirve importarla o copiarla de la competencia, pues cada organización es distinta. ¿Su organización

es jerárquica y tradicional? No espere que se comporten como Google y que cada empleado tenga iniciativa y autodeterminación. ¿Es poco tecnológica? Ofrezca pos-its y plumones para las ideas, y no espere que Twitter o el muro de Facebook sean la solución. ¿No se habla mucho inglés? No los atormente con conceptos como brainstorming. Mejor aún: ¡invente uno propio! Compártala y hágala participativa: los que mejor conocen los problemas y trabas para ser creativos son los propios empleados. Inclúyalos desde el principio en las iniciativas y permítalos generar sus propias ideas. Viva y exprésela continuamente: es importante tenerla escrita y pegada en la pared, pero más fundamental es vivirla. Si bien al principio puede parecer fingido o forzado, es fundamental que los empleados la adopten. Ideal si cuando llegan invitados o externos no entienden el comportamiento de su equipo; felicitaciones, ¡usted ha creado un culto! Mida y evalúe: promover una cultura creativa no es una buena idea en sí misma. Es fundamental capturar el efecto y los resultados que una medida así genera, para de esta manera corregir y mejorar las distintas iniciativas. **■**

El autor es director innovación FEN-UDD.

