



CREATIVIDAD E INNOVACIÓN: FACTORES CLAVES DEL ÉXITO EMPRESARIAL

CREATIVITY AND INNOVATION: KEY FACTORS OF BUSINESS SUCCESS

<https://doi.org/10.5281/zenodo.4593772>

AUTORES: Franklin Morales Reyna ¹

Galo Terranova Borja ²

Roberto Pauta Ríos ³

Ronny Onofre Zapata ⁴

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: fmorales@utb.edu.ec

Fecha de recepción: 10 de noviembre del 2020

Fecha de aceptación: 10 de diciembre del 2020

RESUMEN

El presente artículo trata sobre la creatividad e innovación como factores claves del éxito empresarial. Se presentan definiciones actuales gracias a una revisión ardua y profunda de bibliografía en las que se señala la importancia de potenciar la creatividad e innovación en las empresas como medio para tener éxito en los mercados. Se utilizó una investigación bibliográfica con lo que se analizó los aportes de diversos autores sobre el tema y de qué manera estos dos factores se han vuelto indispensables en la actualidad para permanecer en la cima de los negocios. Los resultados obtenidos de la investigación permiten discernir que la creatividad e innovación permiten a las empresas mejorar la toma de decisiones sobre productos y procesos que se deben llevar a cabo para satisfacer las necesidades de la sociedad.

Palabras Clave: Creatividad - Innovación - Empresas - Mercados - Conocimiento.

¹ Ingeniero Comercial-Universidad Técnica De Babahoyo, Magister En Administración De Empresas-Universidad Técnica De Babahoyo, Docente Titular de la Universidad Técnica de Babahoyo

² Ingeniero Comercial-Universidad De Guayaquil, Magister En Administración De Empresas-Universidad Técnica De Babahoyo, Docente Titular de la Universidad Técnica de Babahoyo

³ licenciado En Administración Ejecutiva Universidad Técnica De Babahoyo, Magister En Ingeniería Y Sistemas De Computación Universidad Regional Autónoma De Los Andes, Docente Titular de la Universidad Técnica de Babahoyo

⁴ Ingeniero Comercial-Universidad Técnica De Babahoyo Magister En Administración De Empresas-Universidad Técnica De Babahoyo, Docente Titular de la Universidad Técnica de Babahoyo. Director del Centro de Emprendimiento de la Universidad Técnica de Babahoyo.

ABSTRAC

This article deals with creativity and innovation as key factors of business success. Current definitions are presented thanks to an arduous and in-depth review of the bibliography that indicates the importance of promoting creativity and innovation in companies as a means to be successful in the markets. A bibliographic research was used with which the contributions of various authors on the subject were analyzed and in what way these two factors have become indispensable today to remain at the top of business. The results obtained from the research allow us to discern that creativity and innovation allow companies to improve decision-making on products and processes that must be carried out to satisfy the needs of society.

Keywords: Creativity - Innovation - Companies - Markets - Knowledge.

INTRODUCCION

En la actualidad el mundo se enfrenta a cambios vertiginosos alguno de los cuales ya se venían revisando y tomando en cuenta por parte de las empresas con la finalidad de poder competir en el mercado con mayor efectividad, pero otros como la pandemia del COVID-19 no estaban contempladas en las proyecciones de ninguna organización, por lo tanto, vino a trastocar su planificación estratégica haciendo que los esfuerzos administrativos sean enfocados en encontrar métodos y procedimientos óptimos que permitan seguir trabajando en medio de múltiples restricciones.

La creatividad y la innovación han estado interrelacionándose en el ámbito empresarial por décadas, pero como los mercados han pasado a ser más competitivos estos dos factores se han convertido en claves para el éxito de las empresas en todo el mundo, debido a que permiten ser anticipativos y mejoran la capacidad de solucionar problemas, así lo afirma (Schnarch, 2017) “¡Creatividad es pensar cosas nuevas, innovación es hacer cosas nuevas! Por eso, se puede afirmar que la creatividad sin innovación es como un sueño, pero innovación sin creatividad, no tiene sentido”.

Las empresas por lo general realizan su planificación estratégica muy rígida lo cual esta en contrario a lo que se vive en el mercado, que se ha visto afectado por la globalización que ha permitido el aumento de competidores y el flujo importante de información que antes no se podía obtener tan fácilmente, por tal motivo se trata de dejar especificado como la creatividad e innovación han ganado espacio en las organizaciones en todo el mundo hasta convertirse en elementos indispensables al momento de tomar decisiones.

METODOLOGIA

La metodología empleada es cualitativa debido a que permite tratar con mayor profundidad el fenómeno de estudio, se utiliza una investigación bibliográfica mediante la cual se recopila, valoran datos bibliográficos que permiten establecer la relación entre la

creatividad e innovación en las empresas. Además, se usa el método inductivo que lleva la investigación de lo particular a lo general.

RESULTADOS

Creatividad

La creatividad es una palabra que es incluida en el Diccionario de la Real Academia Española (RAE) recién en el año 1984, pero que su evolución a través del tiempo es significativa, ya que fue utilizada en las civilizaciones para demostrar los procesos que se realizaban en esa época, tal es el caso que en las sagradas escrituras se encuentra en Génesis 1:1 “En el principio, creó Dios los cielos y la tierra” y que hace énfasis a la creación de algo así mismo en muchas otras culturas la palabra creación es utilizada con bastante regularidad.

La creatividad por lo tanto a tenido una evolución muy importante hasta llegar al área empresarial tal como lo describe (Bustamante, 2012):

La evolución del concepto de creatividad tiene uno de sus hitos fundamentales en los años 50 del siglo XX cuando Alex Osborn y Sidney Parnes deciden estructurar un modelo y un proceso para generar ideas al que denominan Creative Problem Solving Process. Este método es ampliamente difundido en el mundo de la educación y la empresa en Estados Unidos y años más tarde en Europa. Pero el verdadero acierto que afianza la difusión, la investigación, la formación y el desarrollo social de la creatividad es la creación en 1967 del primer centro de formación de creatividad en el mundo el International Center For Studies in Creativity dentro del Buffalo State College que todavía está en funcionamiento. (pág. 1)

Como se puede observar este es el comienzo de la creatividad como parte importante de las empresas, que trascurrido el tiempo se ha convertido en un factor primordial para mejorar la competitividad de las organizaciones mediante la creación de nuevos productos o nuevos procesos de producción inmersos en un mundo con constante cambios tecnológicos en los que lo que hoy es nuevo mañana ya no lo es.

Los conceptos que se utilizan para definir la creatividad son variados pero cada uno de ellos llevan a una misma realidad así (Murcia, 2010) afirma que:

La creatividad es una habilidad y actitud que tiene permanente vigencia y ante la gran cantidad de cambios acelerados que se dan en la actualidad es vital mantener una actitud creativa continua, reconociéndose que muchas de las cosas que funcionaron en el pasado no son válidas en el presente. (pág. 47)

Por otra parte (Schnarch, 2017) afirma que:

La creatividad es la actitud y la aptitud para generar por un proceso creador nuevas ideas, para descubrir nuevos significados, para inventar nuevos productos,

nuevos servicios, para encontrar nuevas conexiones, ya sea en el nivel individual o en el social.

Estos dos autores presentan definiciones que llevan a una misma dirección la palabra creatividad que es a ayudar a las empresas a ser competitivas. “Una sociedad y una economía donde el conocimiento y la creatividad son los componentes que se requieren para asumir los procesos de globalización” (Osorio, Murillo, & González, 2015, pág. 93). En especial en tiempos de cambios profundos y rápidos como sucede en la actualidad la creatividad es un plus en cualquier empresa.

Innovación

De la misma manera como se enfoca la creatividad se debe de presentar la palabra innovación en relación a como los entendidos de la materia la han definido así (Hilarión, 2014) afirma que:

“La innovación es el proceso de imaginar, crear y difundir en el mercado nuevos productos, servicios o modificaciones a los mismos. La innovación puede ser en el rediseño de un producto o servicio, mejorar la tecnología de producción, el empaque, el uso eficiente de recursos, como el agua, la energía, etc. (pág. 11)

Por su parte (González, 2005) afirma que:

La innovación hoy día se basa no sólo en retos, problemas y necesidades científicas y tecnológicas, sino también en las condiciones sociales, políticas y culturales que prevalecen en el mercado potencial. Las personas, consumidores, productores o como simple ciudadanía, tienen miedo a lo desconocido, especialmente cuando creen que puede repercutir negativamente sobre su salud o los sistemas sociales establecidos.

Es muy importante reconocer en las aportaciones de los autores sobre la innovación ya que en todos los casos su enfoque final va dirigido a la creación o modificación de productos y servicios cuando se habla del área empresarial. “La innovación y el emprendimiento pueden provocar movilidad social y saltos disruptivos en la generación de riqueza” (Espinoza, 2013, pág. 25). Esto debido a que las empresas pueden presentar a los consumidores nuevas ofertas para cubrir sus necesidades.

Creatividad e Innovación en la actualidad

Los cambios constantes en los gustos y preferencias de los consumidores causado por factores como la tecnología, internet, redes sociales que hacen que la información este al alcance de todos de una manera fácil y rápida, ha llevado a que las empresas dispongan de todos sus esfuerzos a poder cubrir cada exigencia del mercado y muchas veces a provocar necesidades en mercados específicos por medio del lanzamiento de nuevos o modificados productos o servicios.

Las empresas contaban con áreas de investigación y desarrollo hasta inicios de los años 80 pero la relación inversión/rendimiento no se había alcanzado a plenitud. Las empresas por lo tanto comenzaron a marcar el paso con la creatividad e innovación en varios sectores económicos del mundo y gracias a ese afán de estar siempre un paso delante de la competencia les ha permitido obtener una mejor relación inversión/rendimiento, según un estudio de la consultora Boston Consulting Group del año 2020 las tres primeras empresas en el ranking de innovación son Apple, Alphabet, Amazon tal como se puede apreciar en la tabla #1.

Tabla #1. Ranking de las 20 empresas más innovadoras del 2020

POSICIÓN	COMPAÑÍA	VARIACIÓN RESPECTO AL 2019
1	Apple	+2
2	Alphabet	-1
3	Amazon	-1
4	Microsoft	0
5	Samsung	0
6	Huawei	+42
7	Alibaba	+16
8	IBM	-1
9	Sony	Regresa
10	Facebook	-2
11	Tesla	-2
12	Cisco	+5
13	Walmart	+29
14	Tencent	Regresa
15	HP	+29
16	Nike	Regresa
17	Netflix	-11
18	LG Electronics	0
19	Intel	Regresa
20	Dell	+21

Fuente: Boston Consulting Group 2020

Según esta investigación realizada por BCG empresas como Huawei que en el año 2019 se encontraban en el puesto 48 ha escalado hasta estar en el lugar 6 lo cual se demuestra por los productos y servicios que esta compañía ha desarrollado y ofrecido al mundo en el 2020 en el sector tecnología, así mismo, aunque mas abajo esta entre las 25 la empresa Xiaomi que también esta revolucionando con una gama diversa de productos que presenta con mayor frecuencia.

(De Haro, 2020) menciona en relación a un estudio de la consultora Boston

Consulting Group que:

Las compañías que doblan su innovación durante una recesión tienen un mejor rendimiento a largo plazo. Pero hacerlo de forma exitosa requiere desarrollar una estrategia de innovación clara y apoyarla con inversión, y asegurar que tu sistema de innovación sea lo suficientemente ágil para detectar las mejores oportunidades. (pág. 1)

Ahora bien, cuando se habla de emprendimientos en el mundo salen a relucir dos elementos creatividad e innovación, los que son considerados fundamentales al momento de concebir y poner en práctica una idea que llegue a resolver problemas colectivos en la sociedad, hay que tener en cuenta que creatividad no significa que las empresas creen algo de la nada, sino que en base a experiencias, pensamiento creativo y motivación generan ideas viables para satisfacer una necesidad.

En la actualidad no solo basta con ser creativo e innovador, sino que además rápido y contundente al momento de presentar un producto o servicio teniendo en cuenta que la competencia puede tomar ventaja imitando los productos de la empresa mas aun en momentos en que la tecnología e información están al alcance de todos, esto podría ocasionar que la empresa perdiera su posición en el mercado. Por lo tanto, la creatividad e innovación van de la mano, pero no son lo mismo, no se debe de confundir en ningún momento, tal como se observa en la tabla# 2 las diferencias entre ellas llegan a convertirse en complementos necesarios para poder llevar a cabo una idea de negocio o de producto por parte de las personas interesadas que desean ingresar al mercado para satisfacer una necesidad, aquí se debe resaltar que al final para poder llevar a cabo una idea creativa y pasar a innovación se requiere dinero, que es la única manera de poder poner un producto en las manos de los consumidores.

Tabla # 2. Diferencias entre la creatividad e innovación

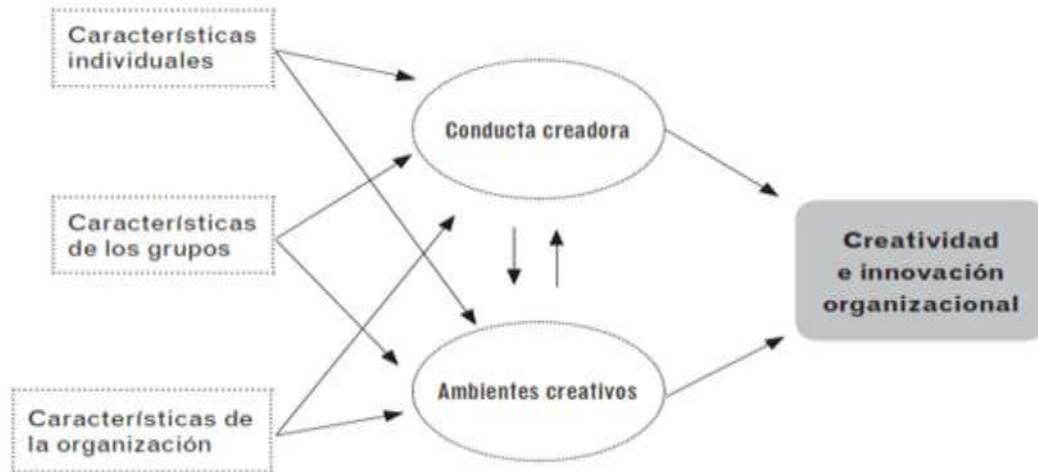
CREATIVIDAD	INNOVACIÓN
Poder pensar en nuevas ideas y hacerlas realidad	Ejecutar esas ideas creativas en la práctica
Un proceso mental	Un proceso productivo
No hay manera de medirla	Si hay manera de medirla
No se requiere de inversión monetaria	Para iniciar un proceso innovador sí se requiere de dinero

Fuente: Sá Vanessa. Creatividad e innovación.

La creatividad e innovación por lo tanto se lleva a cabo sobre la base de las características individuales, de grupo y de organización que conlleva a interrelacionarse con la conducta creadora sumado a los ambientes creativos de la empresa esto dará como resultado que las organizaciones desarrollen procesos

como se puede observar en la figura # 1 que los acerque cada vez más a crear su propia ventaja competitiva.

Figura #1. Esquema de la creatividad e innovación



Fuente: Creatividad e innovación – Schnarch – 2017

Con todo lo expuesto la empresa actual que esta al frente del mercado solo por un tiempo determinado no es la mas productiva, sino aquella que basa su ventaja competitiva en la creatividad e innovación logrando que pueda mantenerse en el mercado a pesar de las turbulencias mismas de su evolución. Po lo que las empresas deben tener bien claro que papel juega la creatividad e innovación para ellas y cuanto están dispuestas a invertir para seguir creciendo.

DISCUSIÓN

Se pueden nombrar varias investigaciones que tratan sobre el tema de creatividad e innovación y cual es su incidencia en la productividad de las empresas.

Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial

Objetivo: Este artículo analiza la creatividad e innovación como elementos claves del desarrollo empresarial. En este sentido, se ofrecen nuevas interpretaciones desde una extensa revisión bibliográfica que identifica, analiza y discute las razones por las cuales, la creatividad e innovación permiten mayores posibilidades de alcanzar en éxito en las empresas. Para recolección de la información, se empleó una metodología documental de corte analítico-descriptivo, que recuperó, examinó y discutió los aportes teóricos de cincuenta autores nacionales e internacionales. (Cordova, Castillo, & Castillo, 2018)

Conclusión: Los resultados de la revisión bibliográfica permiten afirmar que, debido a los múltiples aportes positivos, la creatividad e innovación se convierten en dos elementos claves del

desarrollo empresarial a nivel productivo y competitivo que inciden positivamente en el empoderamiento económico, comercial y estratégico de la empresa.. (Cordova, Castillo, & Castillo, 2018)

Creatividad e innovación: competencias genéricas o transversales en la formación profesional

Objetivo: La finalidad de este texto es presentar una revisión bibliográfica de estudios en la última década sobre creatividad e innovación en la educación, particularmente, como competencias genéricas en la formación de profesionales. Es un tema de mucha relevancia puesto que la creatividad y la innovación se constituyen en competencias clave para obtener ventajas competitivas en todos los campos del conocimiento y en todos los sectores de la sociedad. (Hernández, Alvarado, & Luna, 2015)

Conclusiones: a creatividad corresponde a un comportamiento y proceder constructivo y a la vez productivo, que funde sus cimientos en la realidad, tiene que ver con la producción de algo nuevo que es valioso, y con la capacidad de descubrir nuevas y mejores formas de hacer las cosas; entre algunos de sus atributos se relacionan: originalidad, novedad, pertinencia, relevancia, transformación y espontaneidad. (Hernández, Alvarado, & Luna, 2015)

La creatividad e innovación en las Organizaciones

Objetivo: Este artículo analiza algunos enfoques teóricos acerca de la organización destacando la importancia que otorga cada uno de ellos a la creatividad y la innovación en el contexto organizacional. En este sentido se revisa la Gerencia Científica, la Teoría de las Relaciones Humanas en la Empresa, la Teoría de Sistemas, el Modelo Japonés, las organizaciones Inteligentes, la Teoría del Equilibrio organizacional y la Teoría del Caos. (Rojas, 2007)

Conclusiones: En líneas generales, los investigadores de la creatividad organizacional conciben este fenómeno como el proceso de creación de ideas útiles y nuevas por parte de un individuo o grupo que trabaja en equipo y la innovación como la exitosa puesta en práctica de ideas creativas por parte de la organización. (Rojas, 2007)

CONCLUSIONES

Las organizaciones en términos generales conciben que para ser productivos y poder posicionarse en el mercado, la creatividad e innovación; la primera generando ideas y la segunda poniéndolas en practica son fundamentales al momento de enfrentarse al mercado competitivo en el cual desean ingresar y mantenerse por largo tiempo satisfaciendo las necesidades de la sociedad.

Que a pesar de que la creatividad y la innovación tienen diferencias significativas no es menos cierto que la interrelación continua entre ellas es lo único que puede permitir una sinergia en favor de los intereses de las organizaciones, tanto en los productos como en los procesos que se realizan a diario con la

finalidad de crear diferenciación en relación a los productos de la competencia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bustamante, P. (14 de 02 de 2012). wikiEOI. Obtenido de https://www.eoi.es/wiki/index.php/Evolución_del_concepto_de_Creatividad_en_Innovación_y_Creatividad_2
- Cordova, E., Castillo, j., & Castillo, N. (2018). Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial. Dialnet, 55-65.
- De Haro, J. (03 de 07 de 2020). Ipmark. Obtenido de <https://ipmark.com/empresas-mas-innovadoras-2020/#:~:text=Apple%2C%20Alphabet%20y%20Amazon%2C%20las%20empresas%20más%20innovadoras%20de%202020,-La%20innovación%20se>
- Espinoza, R. (2013). Innovación en negocios para mentes digitales (Primera edición ed.). Santiago: RIL editores.
- González, F. (2005). La innovación en 5 marchas (Primera edición ed.). Cadiz: Instituto de Empleo y Desarrollo Socioeconómico y Tecnológico (IEDT).
- Hernández, I., Alvarado, J., & Luna, M. (2015). Creatividad e innovación: competencias genéricas o transversales en la formación profesional . Revista Virtual Universidad católica del norte, 135-151.
- Hilarión, j. (2014). Emprendimiento e innovación (Primera edición ed.). México: Cengage Learning Editores S.A. de C.V.
- Murcia, H. (2010). Creatividad e Innovación para el desarrollo empresarial (Primera edición ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Osorio, F., Murillo, G., & González, c. (2015). Emprendimiento, redes e innovación (Primera edición ed.). Santiago de Cali: Programa Editorial Universidad del Valle.
- Rojas, B. (2007). La creatividad e innovación en las organizaciones. Sapiens. Revista Universitaria de Investigación, 111-130.
- Schnarch, A. (2017). Creatividad e Innovación (Primera edición ed.). Bogotá: Alfaomega Colombiana S.A.