

## LA CRISIS DE LA COVID-19 IMPULSA LA CREATIVIDAD DE LAS EMPRESAS

### -5 CLAVES PARA INSTAURAR UNA CULTURA INNOVADORA EN LAS ORGANIZACIONES-

*El [Club Excelencia en Gestión](#), asociación empresarial dedicada a mejorar la gestión y resultados de las organizaciones, lleva tiempo impulsando sus llamados [Management Talks](#), que buscan compartir e impulsar el conocimiento. Se trata de sesiones de co-creación en las que, desde un punto de vista multidisciplinar, diversas organizaciones comparten experiencias con el fin de aprender conjuntamente estrategias y formas de hacer en áreas que influyen notablemente en la gestión excelente de las organizaciones.*

El último, celebrado de forma online, se ha dedicado al desarrollo de una cultura empresarial innovadora, con [Calidad Pascual](#) como organización anfitriona y con la participación de voces expertas de algunos de los socios del Club Excelencia en Gestión.

Todos ellos han debatido sobre la necesidad de dotar a sus equipos de un marco de creatividad y de pensamiento disruptivo, y de establecer metas y objetivos ambiciosos, facilitando la puesta en marcha de mejoras en el fuero interno de cada organización. Todo ello ha de plantearse no sólo con la mirada hacia el corto plazo, sino también estando atentos a las posibilidades de transformación futuras.

**Gracias a la reflexión y el debate propiciado en este [Management Talks](#) virtual, el Club Excelencia en Gestión ha elaborado un listado de conclusiones y recomendaciones que a continuación propone:**

#### LAS 5 CLAVES PARA INSTAURAR UNA CULTURA INNOVADORA EN LAS ORGANIZACIONES

1) **Función de la innovación.** Debe estar asociada a la generación de nuevo valor en los productos, los procesos, la gestión, etc. Y para que funcione, debe existir: una cultura organizativa apropiada; un direccionamiento estratégico de la innovación; un modelo de gestión que integre esa innovación en el día a día; fórmulas para activarla y canalizarla a través de las personas; y herramientas de medición de resultados y rendimientos.

Hay que entender que es algo que va más allá del producto o servicio tecnológico y que da mejores resultados si se extiende por todos los rincones de la organización. También pensar que no hay un modelo universal, sino que debe esbozarse una estrategia personalizada para cada empresa, que motive a las personas que trabajan en ella.

2) **Dirección y ejecución de la cultura.** La cultura de innovación debe tener en cuenta tres piezas fundamentales: *benchmarking* (mirar hacia fuera y compararse para mejorar), valores vinculados a la innovación y el compromiso del equipo directivo para impulsarla. Estos últimos han de estar muy implicados y ver con claridad cómo estas vías de trabajo pueden ayudar a lograr los objetivos marcados.

Esta línea sirve para motivar a los equipos a desarrollar nuevos proyectos que, si se hacen tangibles, generarán un efecto de emulación. En este sentido, cobran especial importancia las políticas de reconocimiento asociadas a la innovación, así como la comunicación interna para clarificar qué es y lo que suponen para la organización los procesos de creatividad, análisis e implantación de mejoras, siempre desde una visión de negocio y orientadas a resultados.

3) **Creación de sinergias.** Es importante crear contagio entre áreas y departamentos y asociar los retos de innovación a las acciones de cambio previstas en cada una de ellas. Para ello necesitamos en nuestras organizaciones personas que posean una mentalidad abierta a la transformación, que terminarán aglutinándose en una red de embajadores de la innovación desde sus respectivas áreas.

Detectar que en varias áreas de negocio se requieren servicios internos de innovación es un síntoma positivo. En este sentido, se recomienda disponer de metodologías de creación sencillas que pongan al cliente en el centro, como el *design thinking*. Es decir: entender primero al cliente y después llevar a cabo talleres multidisciplinares para la creación de ideas y prototipos rápidos, que más tarde se validarán con clientes.

4) **Lecciones de las que hay que aprender.** De cada proyecto de innovación deben surgir lecciones aprendidas, especialmente en aquellos que no alcanzan los resultados esperados. Siempre permeando en todos los niveles de la organización y en un contexto de no culpabilidad. Un ejemplo podría ser un taller multidisciplinar en el que se revise lo que funciona y lo que no desde varios puntos de vista.

5) **Gestión de la innovación frente a la COVID-19.** Más allá de la dura situación sanitaria y social que ha generado, la pandemia también ha servido para obligar a las organizaciones a reinventarse y crear nuevas propuestas. Ha potenciado una mayor orientación hacia la innovación y hacia la implantación de nuevas ideas.

Desde el punto de vista empresarial, estas semanas hemos podido ver en casi todos los sectores casos de éxito referidos a la rapidez a la hora de adaptarse a los cambios establecidos. De la misma manera, se ha experimentado un 'boom' del uso de herramientas

colaborativas, útiles para potenciar la co-creación con los grupos de interés. Dos aspectos clave para consolidar la cultura de innovación.

Perfilar correctamente la cultura innovadora de las organizaciones es una parte fundamental del [nuevo Modelo EFQM 2020](#), impulsado en España por el Club Excelencia en Gestión, que está vigente desde principios de año. El Modelo EFQM es una herramienta eficaz para afrontar el cambio y la transformación, necesarias para la sostenibilidad de cualquier organización a lo largo del tiempo, buscando un equilibrio entre la mejora de su funcionamiento en el presente y su preparación para el futuro.

Para acceder a la información de este Management Talks, pincha en el siguiente enlace:

<http://www.agoraceg.org/banco-conocimiento/documentos-management-talks-online-la-cultura-innovadora-en-las-organizaciones>

### Sobre el Club Excelencia en Gestión

El [Club Excelencia en Gestión](#) es una asociación empresarial sin ánimo de lucro que ayuda a compartir conocimiento sobre gestión excelente, innovadora y sostenible y reconoce a las organizaciones a través de premios de Buenas Prácticas y del Sello EFQM, para convertir a sus socios en referentes de sus sectores, mostrar su compromiso con la sociedad, reforzar su visibilidad e impulsar su competitividad en un entorno VUCA. Bajo el lema “Compartiendo y mejorando juntos”, los socios apoyan su propósito de contribuir a crear una sociedad mejor, promoviendo organizaciones sobresalientes.

Fundado en España en 1991, el Club Excelencia en Gestión está integrado por 245 socios de los más diversos sectores y tamaños. Además, como **representante oficial único de la EFQM para España**, promueve el uso del **Modelo EFQM** como herramienta de transformación, formando, asesorando y reconociendo a las organizaciones excelentes que miran al futuro.

**“Mejores organizaciones, hacen una sociedad mejor”**

Para más información: [www.clubexcelencia.org](http://www.clubexcelencia.org)

Síguenos:



Contacto de prensa Club Excelencia en Gestión

Gema Lloret | 630 78 95 45 | [gema@alivecomunicacion.com](mailto:gema@alivecomunicacion.com)

Gema López | 606 17 89 71 | [comunicacion@alivecomunicacion.com](mailto:comunicacion@alivecomunicacion.com)

Susana Fábregas | 913 836 218 | [sfabregas@clubexcelencia.org](mailto:sfabregas@clubexcelencia.org)