

F.I.N.O: Instrumento diagnóstico de los FACTORES de INNOVACIÓN en las ORGANIZACIONES

da Costa, S., Páez, D., Sánchez, F., Rodríguez, M. y Gondim, S.



INTRODUCCION

METODO

Se presenta una escala que permite identificar la presencia de factores basados en la evidencia que impulsan la innovación o aplicación de nuevas ideas y prácticas en las organizaciones. Algunos factores como la complejidad del rol laboral ($r=.29$), el clima grupal positivo ($r=.19$), el liderazgo positivo ($r=.25$) y los recursos organizacionales ($r=.25$) refuerzan la creatividad e innovación en el ámbito organizacional en diferentes meta-análisis (Bass, et.al., 2008; Hammond et.al., 2011; Hulsheger, et al., 2009).

Mediante la escala que aquí se presenta, se busca diagnosticar el grado de presencia de los factores que refuerzan la innovación, según la investigación científica internacional, a través de la visión de informantes clave en las organizaciones que participaran en el estudio denominado “Creatividad, Innovación Organizacional y Desarrollo Profesional”. El perfil de respuesta de cada organización se correlacionará con indicadores de innovación de estas. Se pretende también obtener información sobre la relación con la innovación de factores como autonomía y complejidad del rol laboral, la cohesión grupal, orientación a la tarea y clima de excelencia, el liderazgo y clima positivo, los recursos y la integración organizacional, la flexibilidad y aceptación de la incertidumbre. También se procurará obtener información sobre los procesos de cambio de las organizaciones que refuerzan los factores que aumentan la innovación en base a la evidencia y, contextualizar los mismos en el período de crisis y de desarrollo de las organizaciones actuales. Al finalizar el estudio se facilita a los participantes un perfil de su organización y a la comunidad científica una síntesis global del perfil de innovación organizacional. La evidencia teórica y el glosario de conceptos se describen en un artículo (da Costa, Páez, Sánchez, Gondim y Rodríguez, 2014). Se explica el procedimiento del mismo, análisis y resultados empíricos de la revisión meta-analítica que le sustenta. Se dan a conocer algunos datos de un piloto inicial y se exponen los sitios web donde se puede descargar y responder este instrumento de diagnóstico de rasgos positivos organizacionales.

1.-Revisión meta-analítica

2.-Cálculo de tamaño del efecto y relevancia de los factores.

3.-Relevancia de los factores facilitadores de la creatividad a través del *Binomial Effect Size Display* -o efecto binomial expuesto- de Rosenthal (BESD).

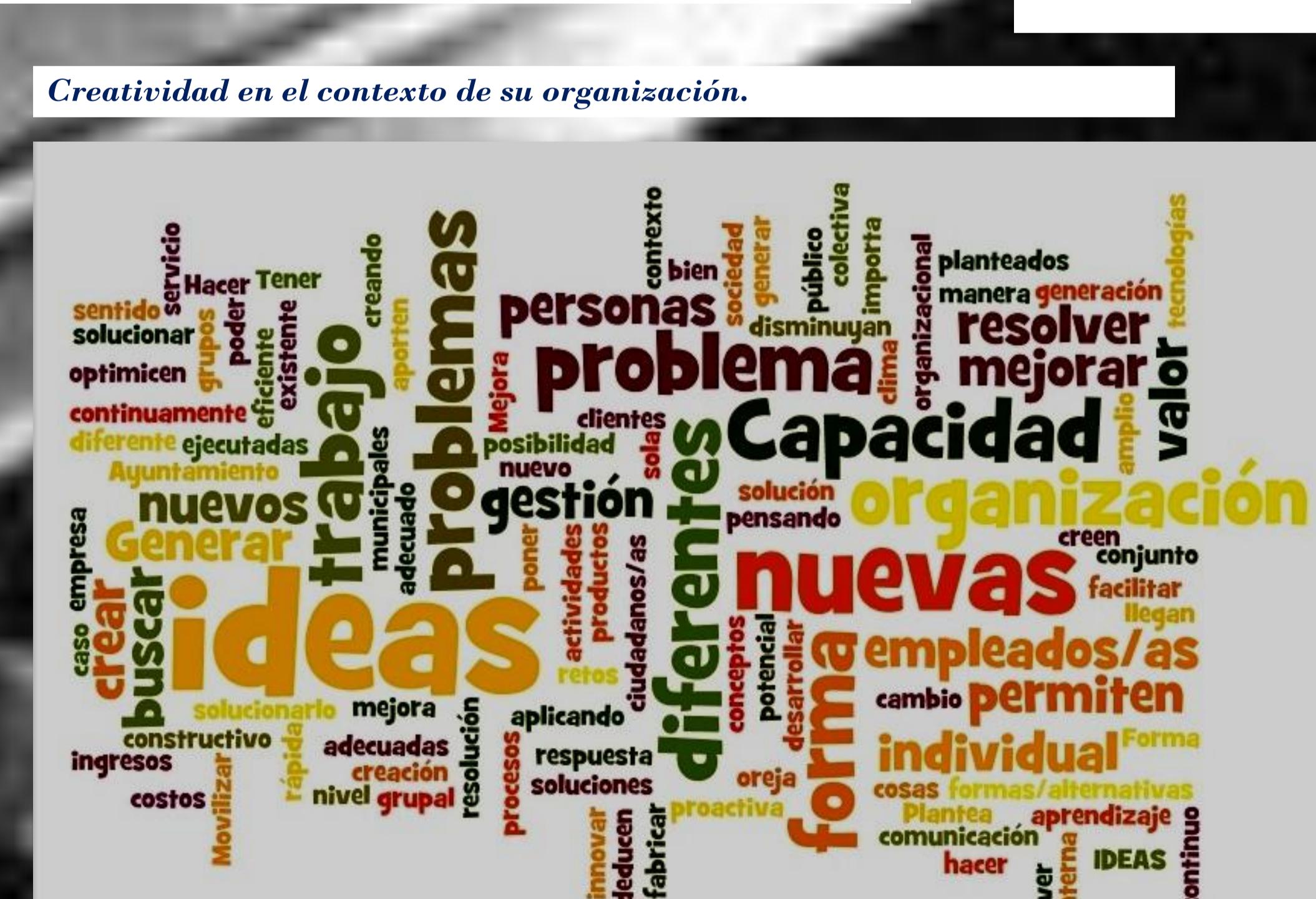
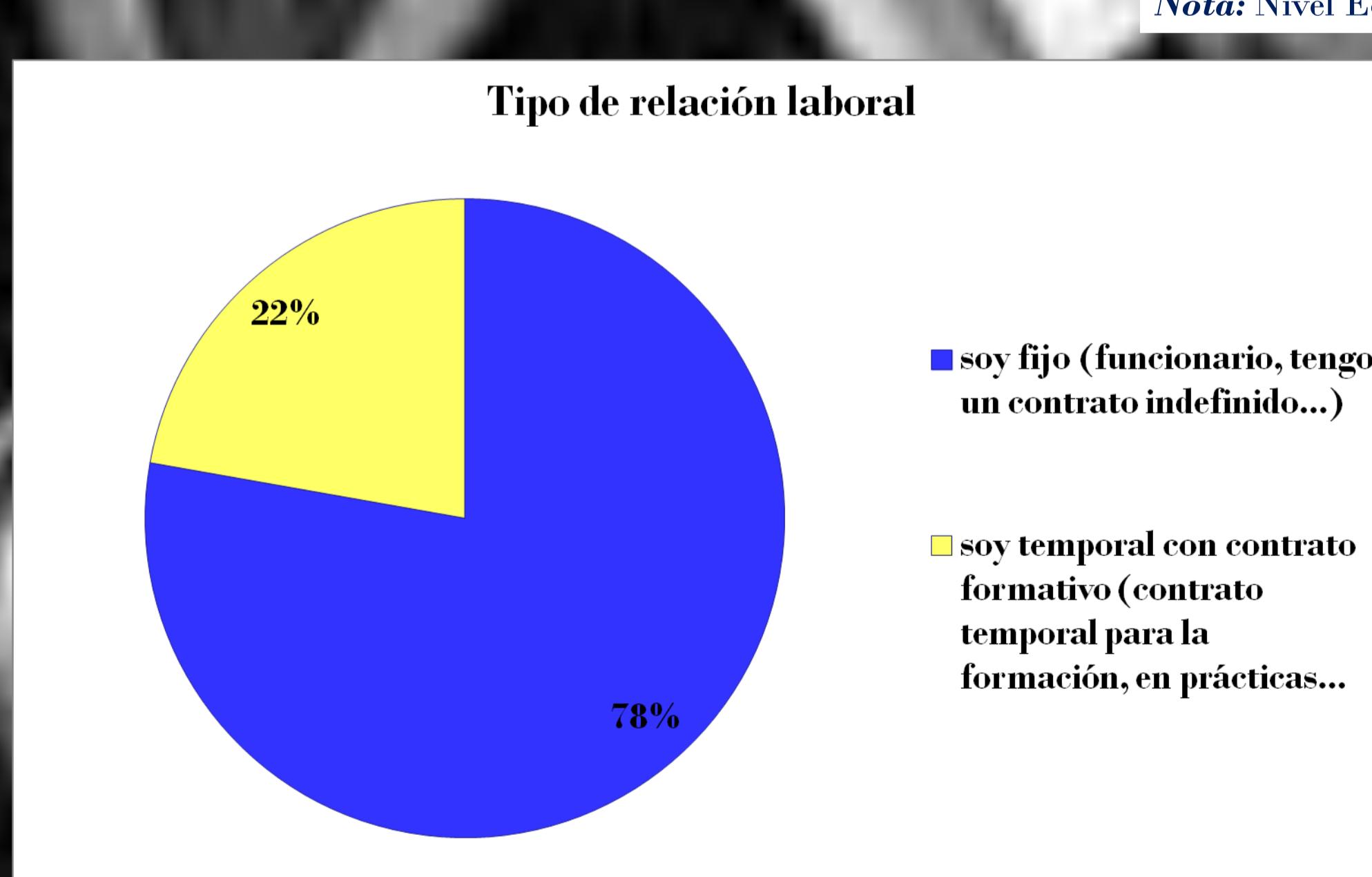
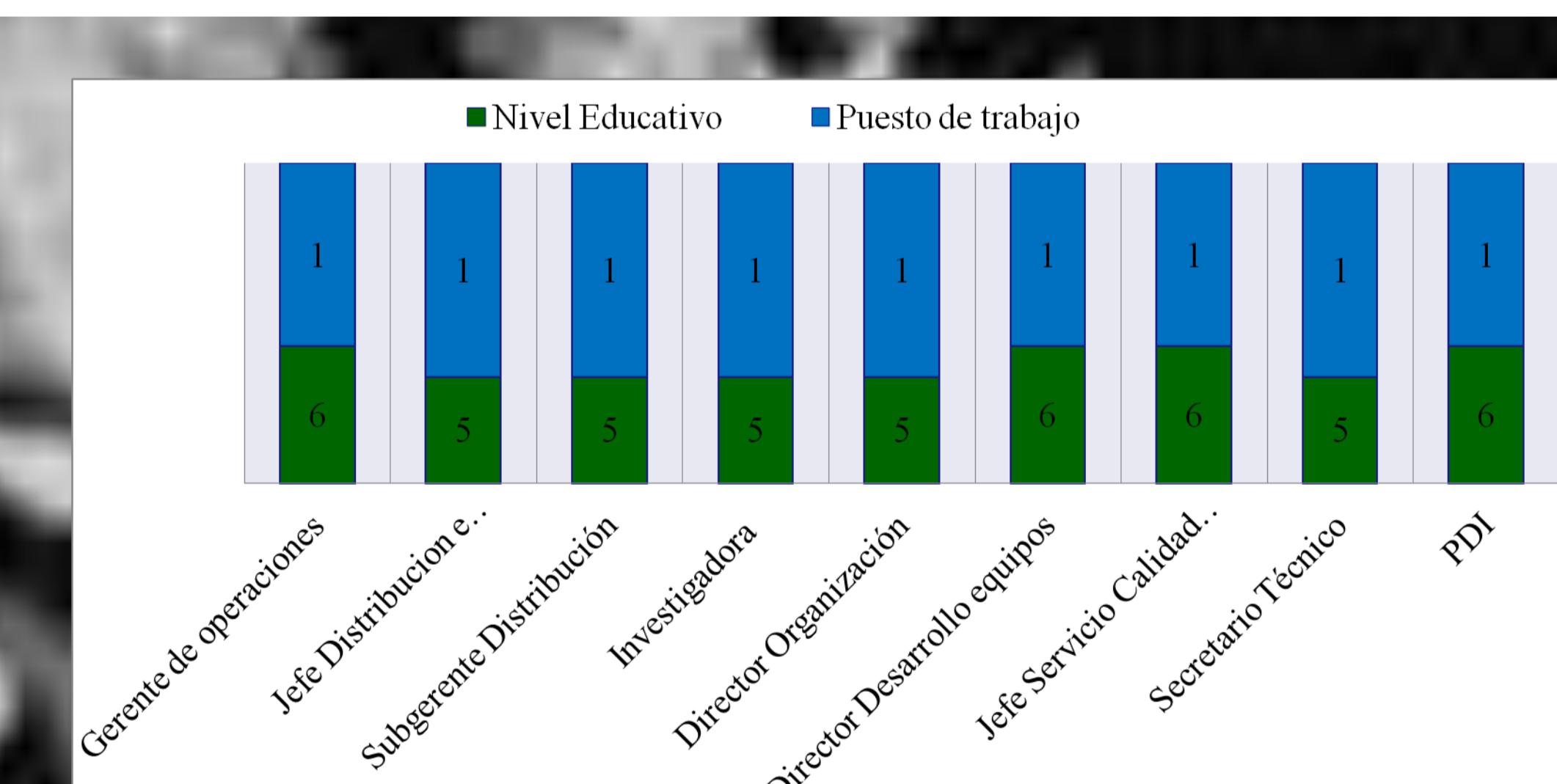
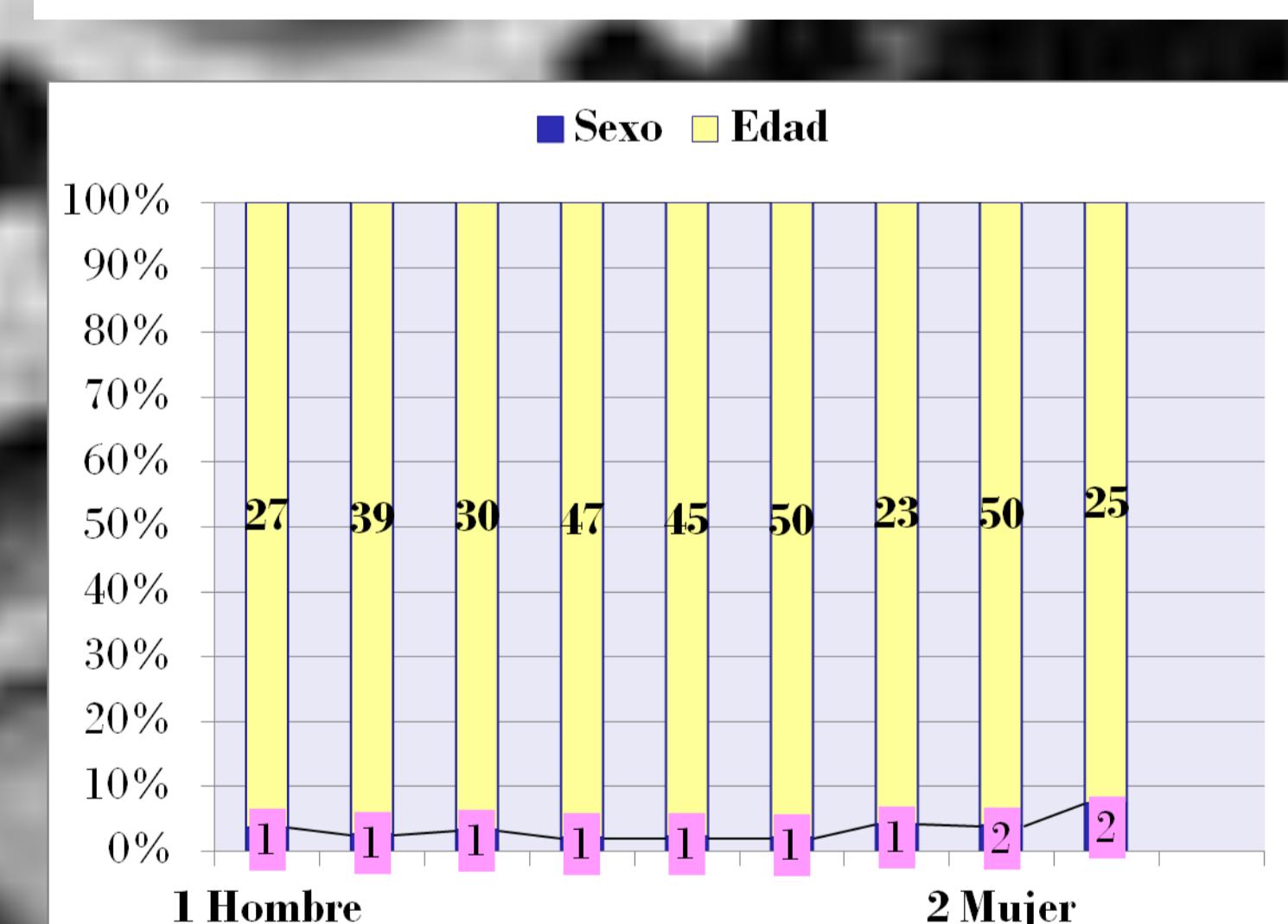
Análisis

2.-Para informar los efectos de todos los factores fueron utilizadas correlaciones r . Por ello, cuando eran d de Cohen (p.e., Hunter et al., 2007; Ma, 2009) fueron convertidas en r . Se calcularon en base a las r 's no corregidas para agrupar los resultados, dado que era el indicador común a todos (DeCoster & Iselin, 2005). Se utilizó el k -o número de estudios- para ponderar los tamaños del efecto

3.- Presuponiendo que la variable creatividad o innovación se distribuya de forma normal, se puede pensar que un nivel alto del factor facilitador, por encima de la media implica la probabilidad $.50 + r/2$ de creatividad por encima de la media. A modo de ejemplo, la afectividad positiva se asocia $r=.15$ a la creatividad. Esto quiere decir que el 57,5% ($.50+.15/2=.575$) de las personas en las que se induce alta afectividad positiva mostrara una respuesta creativa por encima de la media, comparado con el 42,5% de personas en estado de ánimo neutro (Baas, De Dreu, & Nijstad, 2008).

RESULTADOS EMPÍRICOS

Nota: k =numero de estudios; z =conversión de las r en puntuaciones estandarizadas; R p = correlación media ponderada;



DISCUSIÓN y CONCLUSIONES

En la actualidad hay evidencias en las que apoyarse para afirmar cuales son los factores que refuerzan la creatividad e innovación. La fuerza de las asociaciones encontradas oscilan entre $r=.12$ y unas pocas máximas de $r=.38$ explicando en el mejor de los casos un 15% de las diferencias. Aunque estos tamaños del efecto son pequeños según los criterios de Cohen, son coherentes con síntesis de tamaños del efecto que han encontrado en psicología social, con una de $.21$ y una media de $r=.18$ (Richards, Bond & Stokes-Zoota, 2003). La integración de meta-análisis permite concluir que hay un conjunto fuerte y estable de factores que refuerzan la innovación. La relevancia de la utilización de meta-análisis o síntesis sistemáticas de investigaciones a nivel internacional en la construcción de nuevos instrumentos de medida de aplicación en ambientes laborales, puede contribuir efectivamente en el desarrollo científico de la comprensión de los fenómenos organizacionales (da Costa, Páez, Sánchez, Gondim y Rodríguez, 2014). Se presenta a las Organizaciones/Empresas y trabajadores de las mismas en castellano y portugués: <http://www.unipark.de/1q>, en castellano: <https://es.surveymonkey.com/s/E5upv> y euskera: https://es.surveymonkey.com/s/RLRVMNP_E5E una escala sobre Factores de Creatividad e Innovación en las Organizaciones de 38 ítems que mide: rol laboral (complejidad de rol, desafío, autonomía y expectativas); procesos grupales (orientación a la tarea, cohesión, visión o claridad de las normas grupales, comunicación interna y externa, estimulación intelectual o conflicto de tareas, orientación a la recompensa); liderazgo (positivo, transformacional, apoyo de los cuadros superiores a la

innovacion

REFERENCIAS

Baas, M., De Dreu, C., & Nijstad, B.A. (2008). A Meta-Analysis of 25 Years of Mood–Creativity Research: Hedonic Tone, Activation, or Regulatory Focus. *Psychological Bulletin*, 134, 779–806. da Costa, Páez, Sánchez, Góndin y Rodríguez (2014). Factores favorables a la innovación en las organizaciones: una integración. *Revista de Investigación en Administración de Empresas*, 13, 1–16. Hammond, M., Neff, N., Farr, J., Schwall, A., & Zhao, X. (2011). Predictors of Individual-Level Innovation at Work: A Meta-Analysis. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5, 90–105. Hennessey, B., & Amabile, T. (2010). Creativity. *Annual Review of Psychology*, 61, 569–598. Hülsheger, U., Anderson, N., & Salgado, J. (2009). Team-Level Predictors of Innovation at Work: A Comprehensive Meta-Analysis Spanning Three Decades of Research. *Journal of Applied Psychology*, 94, 1128–1145. Hunter, S., Bedell, K., & Mumford, M.D. (2007). Climate for Creativity: a quantitative review. *Creativity Research Journal*, 19, 69–90. Ma, H.