

Importancia de las organizaciones deportivas creativas e innovadoras en el contexto actual

Rodolfo Yovanny Pérez Céspedes

Escuela Nacional de Voleibol. Cuba. rodopc73@gmail.com <https://orcid.org/0000-0002-5569-2978>

Ana María Morales Ferrer

Universidad de Ciencias de la Cultura Física y el Deporte "Manuel Fajardo" de La Habana. Cuba. moralesferreranamaria@gmail.com <https://orcid.org/0000-0001-5483-2847>

Nayvett de la Paz Morales

Universidad de Ciencias de la Cultura Física y el Deporte "Manuel Fajardo" de La Habana. Cuba. nayvettd@gmail.com <https://orcid.org/0000-0003-0024-3929>

Recibido: 24/V/2023

Aceptado: 30/IX/2023

Publicado: 1/X/2023

Resumen: En este siglo XXI cobra particular importancia la creatividad y las nuevas tecnologías en las organizaciones modernas, lo que implica la concepción de organizaciones deportivas creativas e innovadoras que potencien el desarrollo del deporte en el contexto actual. Existe el criterio de que quienes dirigen el deporte -en la actualidad y a futuro- se enfrentan a un reto: mantenerse aferrados a las tendencias tradicionales, o asumir el desafío que le imponen las nuevas corrientes, creatividad e innovación. Este análisis posibilita la determinación del objetivo del artículo: reflexionar sobre la trascendencia de las organizaciones deportivas creativas e innovadoras en el desarrollo del deporte en el contexto actual. Para dar cumplimiento al objetivo trazado se procedió a realizar una búsqueda orientada a la delimitación de los resultados de los estudios, investigaciones y juicios originados por diferentes autores sobre la temática en cuestión. Los resultados logrados sustentan la importancia de las organizaciones deportivas creativas e innovadoras en el contexto actual, como vía para el desarrollo

DeporVida. Revista especializada en ciencias de la cultura física y del deporte. Revista trimestral

Universidad de Holguín. Holguín, Cuba. ISSN 1819-4028. RNPS: 2053

Año 20, No. 4, pp. 132-146, octubre-diciembre 2023. Edición 58.

Segunda etapa

del movimiento deportivo y vislumbra un debate abierto para promover determinadas reflexiones sobre la temática llegando a considerar que aún quedan espacios vírgenes para la continuidad de los análisis y reflexiones sobre la problemática.

Palabras claves: organizaciones deportivas; creativas; innovadoras

Importance of creative and innovative sports organizations in the current context

Abstract: In this 21st century, creativity and new technologies become particularly relevant in modern organizations, which implies the conception of creative and innovative sports organizations that enhance the development of sports at present. There is a belief that those who manage the sport - currently and in the future - face a challenge: to remain attached to traditional trends, or undertake the challenge imposed by new trends, creativity and innovation. This analysis makes it possible to determine the objective of the article: to reflect on the importance of creative and innovative sports organizations in the development of sports at present. In order to accomplish the goal described, a search was carried out aimed at delimiting the results of the studies, researches, and opinions originated by different authors on the topic in question. The results achieved support the importance of creative and innovative sports organizations at present, as an alternative for the development of the sports movement and envisions an open debate to promote certain reflections on the subject, considering that there are still pristine spaces for the continuity of analysis and reflections on the issue.

Keywords: sports organizations; creative; innovative

Importância das organizações desportivas criativas e inovadoras no contexto atual

Resumo: Neste século XXI, a criatividade e as novas tecnologias ganham particular importância nas organizações modernas, o que implica a concepção de organizações desportivas criativas e inovadoras que potenciem o desenvolvimento do desporto no contexto atual. Há a crença de que quem dirige o esporte – atualmente e no futuro – enfrenta um desafio: permanecer apegado às tendências tradicionais, ou assumir o desafio imposto pelas novas tendências, pela criatividade e pela inovação. Esta análise permite determinar o objetivo do artigo: refletir sobre a importância das organizações desportivas criativas e inovadoras no desenvolvimento do desporto no contexto atual.

Para cumprir o objetivo estabelecido, foi realizada uma busca visando delimitar os resultados dos estudos, investigações e julgamentos originados por diferentes autores sobre o tema em questão. Os resultados alcançados sustentam a importância das organizações desportivas criativas e inovadoras no contexto atual, como caminho para o desenvolvimento do movimento desportivo e vislumbram um debate aberto para promover certas reflexões sobre o tema, considerando que ainda existem espaços virgens para a continuidade de análises e reflexões sobre o problema.

Palavras-chave: organizações desportivas; criativas; inovadoras

Introducción

El desarrollo industrial y el deporte han manteniendo un paralelo y una mutua influencia desde el surgimiento de ambos hechos entre los siglos XVII y XVIII y durante cada una de las etapas de su tránsito en la continuidad histórica y social. El impacto transformador en la sociedad tanto de la Primera Revolución Industrial, como de las posteriores, es un hecho ampliamente estudiado, investigado, reconocido y validado por diferentes autores en los campos histórico, social, político, económico, urbanístico, científico, técnico y tecnológico como aprecia Vargas (2021).

Quienes dirigen el deporte se enfrentan al reto de mantenerse aferrados a las perspectivas tradicionales, o asumir el desafío que a nivel de conocimiento, le imponen las nuevas tendencias y las contra tendencias, demandando un cambio indeclinable motivado por la nueva normalidad a causa del covid 19, las demandas de los deportistas de nivel olímpico, las nuevas condiciones en todo orden, el avance de la ciencia, los cambios sociales, de valores y de comportamientos socioculturales debido tanto a las contingencias, como al desarrollo científico, sociocultural y tecnológico (Vargas, 2021).

Por esta razón en este siglo cobran particular importancia la creatividad y las nuevas tecnologías en las organizaciones modernas, lo que implica la concepción de organizaciones creativas e innovadoras.

De acuerdo con Colina y Albites (2020) las organizaciones nacen para atender las necesidades de la sociedad. Se adaptan a los cambios generados por el mundo posmoderno

mediante la creación de nuevas formas de aprendizaje y originan transformaciones en sus estructuras organizativas.

Según Colina y Albites (2020) con las transformaciones generadas por la globalización -el mundo posmoderno, la era tecnológica, la incertidumbre, el caos-, las organizaciones han originado cambios trascendentales desde su visión paradigmática, como eje medular para afrontar las distintas realidades contextuales.

Estos autores antes citados, consideran que la innovación se ha convertido en un factor esencial para las organizaciones del siglo XXI, lo que se refleja en todos sus procesos medulares e implica cambios trascendentales en visión paradigmática. Asimismo, alegan que la innovación es fundamental para evitar el fracaso de las organizaciones. Por lo tanto, estudios en el área organizacional estiman esfuerzos al desarrollo de teorías, enfoques o tendencias que explican el resurgir de las organizaciones dentro de un ambiente de incertidumbre, generan estrategias de impacto en el talento humano y promueven el pensamiento creativo, reflexivo, crítico en cada uno de ellos, mediante nuevas formas de aprender desde la gestión del conocimiento.

Mientras que Falco (2016) al referirse a la creatividad organizacional indica esta es la creación de un producto, servicio, idea, procedimiento o proceso nuevos, útiles y con valor, por individuos trabajando en conjunto dentro de un complejo sistema social.

Las percepciones de dichos factores están fuertemente influenciadas por lo que está trabajando el equipo y cómo el equipo es liderado. La creatividad es tratada tanto como un proceso individual o como uno social, y presenta tipos de resultados diferentes. Los procesos creativos son las habilidades y mecanismos utilizados para traducir los objetivos y las materias primas (incluyendo conocimientos y habilidades) en ideas o productos creativos.

Sobre esa base se sustenta los autores del artículo para considerar que una organización puede alcanzar el éxito a largo plazo si es capaz de aprovechar su creatividad y capacidad innovadora, debido a que al incorporarlas y potenciarlas permite mantenerse a la vanguardia en un mercado cambiante.

La importancia del desarrollo de esta temática en el contexto actual, conlleva al estudio de las diversas fuentes que a partir de los resultados de sus análisis, estudios e investigaciones posibilitan un razonamiento teórico sobre el particular y reflexionar sobre la trascendencia de las

organizaciones deportivas creativas e innovadoras en el desarrollo del deporte en el contexto actual.

Para dar cumplimiento al objetivo trazado se procedió a realizar una búsqueda orientada a la delimitación de los resultados de los estudios, investigaciones y juicios originados por los diferentes autores sobre la temática en cuestión.

Desarrollo

Chiavenato (1999) define las organizaciones como unidades sociales (o agrupaciones humanas) intencionalmente construidas y reconstruidas para lograr objetivos específicos. Una organización nunca constituye una unidad lista y acabada, sino un organismo social vivo y cambiante. Pueden dividirse en organizaciones con ánimo de lucro y sin ánimo de lucro. Obsérvese que su abordaje lo realiza desde la consideración de las organizaciones como sistemas sociales.

El autor puntualiza dos grupos fundamentales de elementos de las organizaciones:

1) Elemento básico: son las personas, cuyas interacciones conforman la organización. El éxito o el fracaso de las organizaciones está determinado por la calidad de las interacciones de sus miembros. Interacción es la relación entre dos personas o sistemas de cualquier clase, por la cual la actividad de uno está determinada por la del otro; influencia recíproca.

Las interacciones pueden ser:

- a) Individuales;
- b) entre individuos y organizaciones;
- c) entre la organización y otras organizaciones;
- d) entre la organización y el ambiente externo.

2) Elementos de trabajo: recursos que utiliza. Son: humanos, no humanos y conceptuales. Los recursos humanos son aquellos en que las personas aparecen como elementos de trabajo, que utilizan recursos y disponen la organización para adquirir otros recursos también necesarios.

Los nuevos escenarios en los que se mueve la sociedad de hoy, en el que hay más acceso a la información a través de las nuevas tecnologías, pueden hacer que se conozcan y analicen los contextos desde diferentes puntos de vista y se replanteen las actividades que se realizan la mayoría de las veces de manera cotidiana en cualquier empresa u organización; es más probable encontrar

DeporVida. Revista especializada en ciencias de la cultura física y del deporte. Revista trimestral

Universidad de Holguín. Holguín, Cuba. ISSN 1819-4028. RNPS: 2053

Año 20, No. 4, pp. 132-146, octubre-diciembre 2023. Edición 58.

Segunda etapa

diferentes situaciones que generen insatisfacción y a la vez se anhele aportar al mejoramiento de lo que se considera puede ser mejor. Cualquiera que sea el caso, es apropiado incluir la creatividad para aportar a la transformación de situaciones susceptibles de mejora y para contribuir a dar sentido y construir comunidad. Se podría decir que la creatividad es la mayor expresión del pensamiento al idear mundos posibles en los que se proponen alternativas de solución.

Al respecto Menchén (2009) llega a un acercamiento sobre el particular y convida a la deliberación desde algunas pautas que caracterizan a grosso modo lo planteado. En su perspectiva de análisis dirige la atención hacia la búsqueda de una organización creativa, con nuevos enfoques y estrategias, lograr un modelo emergente de organización con la energía necesaria para cambiar la organización, considerando los principios del liderazgo creativo y las nuevas funciones del líder creativo.

Por su parte da Costa et al. (2016) plantean que la percepción global de innovación se asoció positiva y significativamente a los factores psicosociales y muestran relevancia las características de rol laboral, el factor organizacional y, en menor medida el liderazgo.

Según los autores de referencia parece existir suficiente evidencia acerca de que la creatividad y la innovación son fundamentales para el crecimiento de las organizaciones. Sin embargo, ha de señalarse críticamente, enfatizan da Costa et al. (2016) que la glorificación -sobre todo de la innovación- da por supuesto variables y acontecimientos que influyen la realidad social, organizacional-empresarial e institucional.

En este primer avance sobre la problemática objeto de estudio se impone considerar las posibles vías para lograr las transformaciones que se precisan, es axiomático visualizar la organización del futuro, es decir visualizar el cambio de las organizaciones y avistar la configuración de un nuevo modelo como un nuevo paradigma. Además de percibir la organización como plataforma creativa, respondiendo a los tipos de relaciones de una organización, la implementación de las nuevas tecnologías y la evaluación de la innovación en esta organización, que va desde crear una cultura innovadora hasta determinar los indicadores de esa organización creativa.

Un criterio no menos valioso lo aporta Valencia (2016) cuando refiere que también está el contexto social y los espacios para fomentar la creatividad. Asevera que es ahí donde se involucran

las organizaciones al crear espacios propicios para el desarrollo de la creatividad que generan beneficios como la innovación, ya sean en productos o en procesos, haciendo a las empresas más competitivas en un mercado tan cambiante.

Esta autora en el despliegue de sus criterios le otorga determinados valores distintivos al potencial creativo con que cuenta la organización, la creatividad organizacional y el proceso creativo, es decir el clima que se genera en la empresa, en la institución, para obtener resultados con valor agregado incomparables con los ya instaurados, así los colaboradores desarrollan creativamente actividades propuestas e innovan al tratamiento de soluciones, advertida desde los objetivos de la creatividad, mediado por los ambientes creativos, en los que se tienen en cuenta las dimensiones psicosocial, pedagógica didáctica y física.

Por su parte de Prado (2003) significa que la garantía de la competitividad de las organizaciones deportivas está relacionada directamente con el futuro y el éxito. Esta realidad se materializa a partir de la puesta en práctica de las particularidades de las organizaciones creativas e innovadoras, tales como:

- ✓ Líderes creadores, con visión de futuro. Generadores y administradores de incertidumbres y desafíos.
- ✓ Colaboradores con autonomía para pensar y crear, decidir, planear, evaluar y mejorar,
- ✓ Todos creativos, aportando ideas y sugerencias para mejorarlo todo.
- ✓ Las múltiples competencias y talentos de cada miembro de la organización son estimulados y explotados.

Para lograrlo se transita por las fases de la creatividad en las organizaciones:

1. Organización no creativa o anticreativa. No están por la innovación y el cambio.
2. Organización de creatividad ocasional. Con creatividad escasa y espontánea.
3. Organización de creatividad parcial, restringida.
4. Organización innovadora. Calidad y mejora continua. Organizaciones que aprenden y crean continuamente desarrollando un clima motivador.
5. Organización de creatividad técnica institucionalizada. Organizaciones con abundante y completa creatividad técnica. Estrategia y competitividad que se apoya en la creatividad y la innovación.

6. Organización con y para la creatividad expresiva o inventiva total aplicada a todos y para todos.

Estas premisas inducen a la toma de decisiones de aquellos que de una forma u otra están responsabilizados con la modernización en la gestión y desarrollo de las organizaciones en el escenario actual. Para ello se precisa de la energía necesaria para cambiar la organización, fundamentada, especialmente, en una nueva forma de gestión, considerando la organización como una unidad básica de innovación y la integración de las nuevas tecnologías en las empresas, como precisa Menchén (2009).

Atender las consideraciones que se han proyectado hasta el momento es responsabilidad directa de la gerencia, como argumenta Alberto (s/f) de que la creatividad pueda manifestarse en la vida cotidiana de la empresa. Lamentablemente muchas veces la gerencia inconscientemente hace que la creatividad no se presente. Continúa el autor, en la organización tal como se ha planteado hasta el momento, existen tres componentes básicos que inciden en la creatividad: persona, contexto organizacional y las tareas que se ejecutan, pues la empresa si desea ser creativa y por ende poder sobrevivir, tiene que acoplar las políticas de recursos humanos a sus planes estratégicos.

Esto significa que se tiene que gobernar con motivación intrínseca y propiciar la creatividad a todos los niveles y áreas funcionales organizacionales, ya que si desean ser competitivas deben generar el clima propicio para de manera renovada ser creativos y poder innovar en su manera de funcionar, diseñar y desarrollar tanto productos como servicios. De no ser así, no perdurarán en el tiempo.

Uno de los principales retos de las organizaciones deportivas hoy día es la capacidad de hacer adecuados diagnósticos organizacionales que permitan tener una visión clara y objetiva del entorno interno y externo y, a partir de allí, proponer, orientar, o bien rediseñar procesos y estructuras administrativas que, en todo caso, permitan el logro de los objetivos organizacionales, con el apoyo de las ciencias de la dirección y sus complementos tecnológicos y sustentados en la capacidad creativa e innovadora de la organización deportiva (Pérez et al., 2023).

Por tal motivo una práctica provechosa es promover, entre los necesarios cambios en las organizaciones deportivas, la conciliación o alianzas estratégicas como organización deportiva creativa e innovadora.

Para poner en marcha este tipo de proyecto, según Pérez (2016) es necesario tener en cuenta el clima organizacional que, según Quiñonez et al. (2015), es la concomitancia existente entre el conocimiento de las tendencias motivacionales, la autopercepción del sujeto, del papel que desempeña y de sus relaciones interpersonales en su espacio laboral.

Se conoce la complejidad del panorama actual, pero según Mestres (2021) podrían describirse desde grandes áreas de gestión estratégica que condicionan el espacio y sus características, así como las decisiones sobre qué, cuándo y cómo actuar en el entorno, que en este caso se adecua al contexto de las organizaciones deportivas:

En primer lugar, la influencia de un entorno digital que afecta transversalmente a todos los ámbitos. La mediación tecnológica e internet generan nuevas formas de crear, comunicarse y relacionarse, además de la emergencia de nuevos modelos ajustados a la demanda de las organizaciones deportivas.

En segundo lugar, la velocidad, entendida como la rapidez en el flujo de la información y la comunicación que internet y el entorno digital favorecen, posibilita unos niveles de inmediatez inéditos hasta su aparición. Una evolución, al decir de Mestres (2021), propiciada por la innovación tecnológica pero que afecta a todos los ámbitos y que, de momento, no hace sino acelerarse exponencialmente.

En tercer lugar, la creatividad vinculada a la producción de ideas, conocimiento e innovación se ha convertido en un generador de valor más allá de los activos económicos. La creatividad ha dejado de ser patrimonio de la creación artística y ha pasado a formar parte de los elementos definitorios del entorno social, educativo y empresarial.

En cuarto lugar, la globalización como proceso tecnológico, económico, social y cultural reafirma su crecimiento exponencial. Muchos de los adelantos y cambios de la sociedad de hoy parecen avanzar hacia la intensificación de la movilidad y la comercialización global de las actividades inherentes al ámbito deportivo.

Pérez (2016) plantea la necesidad de tenerlos en cuenta a través de aquellos indicadores que se pueden considerar influyentes o determinantes en los resultados de las organizaciones *DeporVida. Revista especializada en ciencias de la cultura física y del deporte. Revista trimestral*

Universidad de Holguín. Holguín, Cuba. ISSN 1819-4028. RNPS: 2053

Año 20, No. 4, pp. 132-146, octubre-diciembre 2023. Edición 58.

Segunda etapa

deportivas, y su ausencia puede hacer fracasar cualquier acción de implementación. Es importante observar si existe en la organización:

- ✓ Una cultura orientada al entorno de la organización deportiva.
- ✓ Una infraestructura tecnológica en función del ambiente deportivo.
- ✓ La relación directa entre el clima organizacional y las estrategias de desarrollo adoptados por las organizaciones, comunidad o personas alineadas con los valores en los que se sustenta la organización deportiva en el quehacer de las mismas.
- ✓ La armonización del lenguaje (comunicación) es fundamental, especialmente cuando coexisten dentro del mismo espacio culturas, profesiones, ambientes, experiencias diferentes.
- ✓ La visualización de las ventajas del sistema o sea la percepción de los integrantes del sistema en cuanto a los beneficios que se obtienen por incorporar entornos favorables, creativos e innovadores, que constituyan las claves para las actividades y para los recursos. No se debe olvidar que lo que se gestiona son personas, cultura y tecnologías.

Todos estos elementos se convierten de hecho en factores imprescindibles a considerar.

En otra perspectiva Lichtenhein (2019) es del criterio de que la tecnología deportiva inteligente contribuye al rendimiento físico de los deportistas y que el atractivo casi universal del deporte y los amplios beneficios que se desprenden de la actividad física, en cuanto a la salud, el bienestar y el fomento del sentimiento comunitario, hace que los acontecimientos deportivos sean plataformas de comercialización muy poderosas.

Este puede considerarse un elemento más a tener en cuenta para que las organizaciones deportivas decidan ser creativas e innovadoras, pues de esa manera, pueden contribuir al éxito de la gestión que demandan los acontecimientos deportivos en el escenario participativo y competitivo actual.

En los análisis realizados por Crespo (2022) se enfatiza que el deporte se ha beneficiado de la aparición de individuos emprendedores que han logrado generar un notable valor a la industria mediante la aplicación de procesos innovadores constantes. Entre ellos cabe destacar a fabricantes de materiales deportivos como Phil Knight (Nike) o Adi Dassler (Adidas), propietarios de grupos de comunicación como Rupert Murdoch (SkyNews), fundadores de empresas de representación de deportistas como Mark McCormack (IMG), presidentes de organizaciones deportivas como

Juan Antonio Samaranch (COI) o Philippe Chatrier (ITF), organizadores de competencias como Bernie Ecclestone (F1) o Carmelo Ezpeleta (motociclismo) o deportistas como Michael Jordan o Roger Federer.

El deporte se ha extendido más allá de los campos de juego o de los estadios y alcanza patrocinios, derechos de emisión, equipamiento, material, infraestructuras, productos con licencia, generación de contenidos y espectáculos en directo, explica Crespo (2022).

Esta evolución está marcada por las tendencias y modelos que han asumido las organizaciones deportivas creativas e innovadoras para desarrollar el deporte desde todas sus manifestaciones.

Agrega Crespo (2022) que estas tendencias impulsadas por los emprendedores creativos y sus innovaciones pueden generar nuevas oportunidades y desafíos ante los que las organizaciones deportivas (federaciones, asociaciones, ligas, clubes, medios, etc.) y las personas (deportistas, organizadores, aficionados, periodistas, etc.) han de adaptarse para proporcionar las respuestas adecuadas. Resalta que el uso del deporte como instrumento de desarrollo en el mundo ha sido una constante tanto en los programas de federaciones como de gobiernos e instituciones, además las prácticas innovadoras de los líderes y emprendedores del deporte han conseguido avanzar en su profesionalización, transparencia, integridad y globalización.

El deporte como negocio está más focalizado que nunca en proporcionar una experiencia valiosa a todas las partes implicadas, pero especialmente a los deportistas y a los aficionados. De ahí que la innovación y los innovadores pueden extender su cultura y prácticas de tal forma que impulsen al deporte a convertirse en un instrumento para el progreso y desarrollo comercial, cultural y social.

La gestión e implantación de la innovación en las organizaciones deportivas, la gestión de la innovación en las entidades deportivas: personas y perfiles, así como los equipos innovadores y evaluación de la innovación, resultan de vital importancia para desarrollar los diferentes procesos que se realizan en esos escenarios, como apunta Masferrer (2020).

Un razonamiento lógico lo brinda Robayo (2020) al presuponer que la principal herramienta de evaluación del desempeño organizacional que se puede aplicar a cualquier tipo de organización está en función de tres amplias dimensiones: la motivación organizacional, la capacidad organizacional y el entorno externo.

DeporVida. Revista especializada en ciencias de la cultura física y del deporte. Revista trimestral

Universidad de Holguín. Holguín, Cuba. ISSN 1819-4028. RNPS: 2053

Año 20, No. 4, pp. 132-146, octubre-diciembre 2023. Edición 58.

Segunda etapa

Sirve principalmente para tomar una serie de medidas administrativas como ascensos, aumentos, traslados, despidos. Favoreciendo así su comprensión y aceptación por parte del personal identificando la posibilidad tanto de desarrollar la capacidad de los empleados y de corregir sus faltas, como de estimularlos a perfeccionarse y a superar sus defectos a través de un conocimiento objetivo de sus cualidades y de sus puntos débiles.

Robayo (2020) propone una organización desde algunos pilares o aspectos fundamentales donde se busca que el deporte cambie a nivel organizacional y, se verá reflejado en el manejo del aprovechamiento al máximo de los recursos. Y dispone en la aplicación de modelos de gestión deportiva desarrollar dos aspectos; el primero es el liderazgo como el proceso de influencia dado entre líder y seguidores para obtener los objetivos organizacionales por medio del cambio de prácticas y realidades, la que a su vez se subdivide en tres aspectos: el primero, es el horizonte institucional que indica la misión, visión y objetivos institucionales, que le permite a la organización canalizar sus energías para lograr que cumpla a cabalidad sus metas.

El segundo son las políticas institucionales que estén definidas en el marco de la administración del deporte. Proyectada en el tiempo y que inquiera suplir las necesidades de la población en el ámbito deportivo, y el tercer aspecto, es la determinación de un enfoque que debe direccionar los esfuerzos de la organización en la consecución de las metas proyectadas.

Otro aspecto importante incluido en este segundo aspecto, está vinculado con la gestión del talento humano, pues el personal es el encargado de ejecutar las actividades planteadas para la consecución de los objetivos de la organización, teniendo contacto directo con la población beneficiaria, por tal motivo se propone la creación de perfiles administrativos y ejecutivos que cumplan características específicas, de acuerdo a la proyección de la organización.

La comunicación interadministrativa se refiere a establecer canales de comunicación internos para que toda la organización tenga una visión unificada de las metas propuestas y externos para incrementar la posibilidad de establecer vínculos en el sector público y privado, que generen mayor financiación y apoyo para la organización.

El tercero se ocupa de la gestión de procesos abarcando aspectos legales que buscan garantizar el bienestar de la organización de las prevenciones y la resolución de problemas legales dada cualquier eventualidad; al uso adecuado y mantenimiento de los recursos físicos, según su

importancia para la seguridad durante la práctica deportiva; la gestión de los recursos financieros se constituye en uno de los aspectos más importantes atendiendo a que la disponibilidad presupuestal es fundamental para alcanzar el éxito de la organización, en este sentido se propone el diseño y ejecución de un plan presupuestal que determine a corto, mediano y largo plazo la inversión eficaz de recursos, haciendo cobertura a todos los programas que se desarrollen y seleccionando en un principio las actividades más relevantes de cada uno, hasta llegar a consolidar todos los programas.

Como se puede apreciar la propuesta de Robayo (2020) tiene una proyección destinada a orientar los procesos desde una perspectiva creativa e innovadora sin omitir la necesidad del control, el seguimiento y la evaluación que precisan las organizaciones deportivas creativas e innovadoras.

Conclusiones

Si bien la importancia de las organizaciones deportivas creativas e innovadoras en el contexto actual vislumbra un debate abierto para promover determinadas reflexiones sobre la temática, es necesario alertar que, dada su naturaleza, cobra particular relevancia la conciliación que se derive del aprovechamiento de la diversidad de criterios que emiten los autores referenciados. Por consiguiente, al reunir todo ese arsenal de condicionamientos, elementos, factores y pautas a seguir, se llega a considerar que aún quedan espacios vírgenes para la continuidad de los análisis y reflexiones.

Referencias

- Alberto, A. (s/f). *La Creatividad Organizacional: Un Reto Gerencial*. EFICIENCIA GERENCIAL Y PRODUCTIVIDAD S.A.C.
https://www.gerenciayproductividad.com/wp-content/uploads/2020/07/8_La_Creatividad_Organizacional_Un_Reto_Gerencial.pdf
- Chiavenato, I. (1999). *Administración de recursos humanos*. (5ª ed.). Editorial Mc Graw Hill.
- Colina, F. y Albites, J. (2020). Aprendizaje e innovación: retos en las organizaciones del siglo XXI. *Desde el Sur*, 12(1), pp. 167-176. <http://www.scielo.org.pe/pdf/des/v12n1/2415-0959-des-12-01-167.pdf>

- Crespo Celda, M. (2022). *Análisis de las estrategias de innovación de federaciones deportivas internacionales y de federaciones de tenis nacionales*. [Tesis de doctorado. Universitat Politècnica de València].
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=334790>
- da Costa, S., Páez, D., Gondim, S., Rodríguez, M., Mazzieri, S., Torres, A., Gaudipersonas; Sánchez, F. y Jiménez, P. (2016). Percepción de innovación en las organizaciones. Percepción de innovación en organizaciones de España y Latinoamérica. *Universitas Psychologica*, 15(4). Pontificia Universidad Javeriana.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/647/64748791028/64748791028.pdf>
- de Prado Díez, D. (2003). La creatividad en las organizaciones. *Revista Padres y Maestros*, (277), pp. 33-37.
<https://revistas.comillas.edu/index.php/padresymaestros/article/view/2051/1784>
- Falco, M. (2016). Potenciando la creatividad en el ámbito organizacional. *Ciencias Administrativas*, (8). <https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/2636/2640>
- Lichtenhein, M. (2019). Derechos de propiedad intelectual: La fuerza motriz del deporte mundial. *OMPI Revista*, (2), p.2.
https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2019/02/article_0001.html
- Masferrer, N. (2020). *Gestión, Innovación y Liderazgo en Organizaciones Deportivas*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Menchén Bellón, F. (2009). *La creatividad y las nuevas tecnologías en las organizaciones modernas*. Ediciones Díaz de Santos.
<https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788479788971.pdf>
- Mestres, À. (2021) Retos contemporáneos a la innovación cultural: Art for Change. En Ll. Monet y M. González – Piñero (Eds.), *La innovación en la gestión de la cultura*. Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Pérez, R. Y. (2016). *Diagnóstico del clima organizacional en la Escuela Nacional de Boxeo “Holvein Quesada Rodríguez”: Plan de acción para su mejoramiento*. [Tesis de Maestría. Universidad de Ciencias de la Cultura Física y el Deporte “Manuel Fajardo” de La Habana].



Importancia de las organizaciones deportivas creativas e innovadoras en el contexto actual/ Importance of creative and innovative sports organizations in the current context/ Importância das organizações desportivas criativas e inovadoras no contexto atual

- Pérez, R. Y., Morales, A. M., y de la Paz, L. (2023). Gestión de las organizaciones deportivas en Cuba: principales retos desde la ciencia y la tecnología. *DeporVida*, 20 (2), pp.136-152. <https://deporvida.uho.edu.cu/index.php/deporvida/article/view/918>
- Quiñonez Tapia, F., Pérez Avalos, Y., Campos Sánchez, R., y Cuellar Hernández, H. (2015). Clima organizacional en una institución de educación superior mexicana. *Revista Colombiana de Salud Ocupacional*, 5(3), 11-17. https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/rc_salud_ocupa/article/view/4905
- Robayo Murcia, U. (2020). *Diseño de un modelo de gestión de calidad deportivo público que se articule con las directrices de la nación y responda a las necesidades propias de un municipio categoría VI*. [Tesis de Maestría, Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales]. <https://repository.udca.edu.co/handle/11158/3733>
- Valencia Cifuentes, A. (2016). *Creatividad organizacional de la empresa APPTITUD SOLUCIONES MÓVILES S.A.S a partir del potencial y ambiente creativo de su equipo de trabajo*. [Trabajo de Maestría, Universidad Autónoma de Manizales, Caldas].
- Vargas, C. E. (2021). *Deporte 4.0. Nuevo Universo Deportivo (Volumen 1)*. GRIN Verlag.