

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

CREATIVIDAD ES 99 % DE TRANSPIRACIÓN Y 1% DE INSPIRACIÓN. AQUÍ, ESE 99%.

Manuel Sbdar

Director de MATERIABIZ.

Director Executive Education ESADE Business School, campus Buenos Aires.

La palabra “creación” suele provocar una mezcla de fascinación y respeto. No es para menos, la ciencia y el arte se han apropiado desde siempre y con toda justificación del verbo “crear”.

Según el diccionario de la RAE, crear es establecer, fundar, introducir por vez primera algo; hacerlo nacer o darle vida, en sentido figurado. Crear una industria, un género literario, un sistema filosófico, un orden político, necesidades, derechos, abusos.

Hace muy pocos años, era prácticamente imposible encontrar una escuela de negocios que propusiera un programa, curso, materia o conferencia sobre innovación y creatividad. ¿Es que acaso la innovación irrumpió de un día para el otro?

Definitivamente no. La creatividad, aptitud imprescindible para la creación, estuvo y está presente en la búsqueda de la supervivencia y crecimiento de individuos y organizaciones. Desde el hombre prehistórico al que se le ocurrió que afilar un palo podía servir para mejorar sus resultados en la cacería el griego Arquímedes, que descubrió mientras se bañaba la forma de medir el volumen de objetos irregulares hasta Leonardo Da Vinci, que se inspiró en las alas de los murciélagos para bocetar un rudimentario avión.

En el mundo de los negocios, el desarrollo de productos, de servicios, de tecnologías y de procesos no necesitó un área funcional o un departamento en la estructura organizacional para existir. Sin embargo, algo ha provocado su omnipresencia en el actual discurso empresarial, algo ha provocado el surgimiento de las “técnicas de pensamiento creativo”, antes implícitas y ahora explícitas.

En los distintos capítulos de este libro los

autores nos advierten que “un tercio de la facturación de una empresa corresponde a productos que no existían cinco años antes” y que “el 22 por ciento de las mejores empresas en innovación de productos logran casi el 50 por ciento de su facturación y sus ganancias del portafolio de nuevos productos”.

Quizás entonces, la innovación aparece como respuesta al vértigo que provocan los cambios cada vez más drásticos y frecuentes de nuestro tiempo. Si bien siempre hubo amenazas, urgencias, necesidades y deseos que han impulsado la creatividad y la innovación, hoy todo ocurre a mayor velocidad.

Así, en las últimas décadas se han desarrollado diversas técnicas de pensamiento creativo que pueden aplicar las personas para incrementar su producción de ideas originales, pero también procesos formales de innovación, que sirven a las organizaciones para encauzar esas ideas y transformarlas en realidad.

La creatividad no es una oficina pintada de colores vivos y colmada de jugos, frutas y juegos electrónicos. La creatividad está en las personas. Decíamos en el libro 1 de esta colección, “Las personas son los mas importante, pero quiénes, cómo, cuánto y cuándo”. Cuanto mayor sea el conocimiento acumulado por ellas, cuanto mayor sea la diversidad y la posibilidad de “mezclar ideas diferentes”, cuanto mejor estructurados estén los incentivos, cuanto más confortable sea el lugar de trabajo, cuanto mayor sea el equilibrio entre vida laboral y personal, más cerca estará esa organización de fascinarnos, como el arte y la ciencia, con los resultados de su creatividad.