

## CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA

Miguel Ángel Velázquez Martín



¿Sería posible que las Empresas aprovecharan en mayor medida y con más éxito el potencial y talento de sus colaboradores? ¿Cómo podrían conseguir involucrar y comprometer a las personas para que aportasen sus mejores propuestas? ¿Cómo repercute en la Empresa la contribución de todo el potencial humano que forma parte de ella? La respuesta a estas preguntas llevaría a una forma diferente de entender las relaciones en las Organizaciones, y daría lugar a Compañías integradas en su entorno y a productos en sintonía con la demanda de la Sociedad a la que se dirigen.

Mi reflexión de hoy versa sobre la creatividad y la generación de ideas. Empieza a comercializarse el último producto presentado por Apple (Ipad), que viene precedido del Ipod, del Iphone, y de la gama de ordenadores personales que, no sólo se están haciendo un hueco en el mercado sino que están marcando una tendencia en el ámbito de las tecnologías con una filosofía moderna, joven, innovadora, en la que la imagen ocupa un lugar especial, de la misma forma que la sociedad en la que vivimos siente y respira. La empresa, los productos y servicios que ofrece, no pueden alejarse de las corrientes sociales, del progreso y de las nuevas tendencias que marcan diferencias y crean el futuro. Y es la empresa con su oferta la que lo consolida, desde el conocimiento de ese sentir y la identificación con las nuevas inquietudes. Este modo de estar integrados en el mundo les permite dar forma a productos y servicios dirigidos a esa sociedad que ya siente de aquella manera. Y en esta dinámica de retroalimentación, Empresa y Sociedad danzan en una dinámica en la que no se sabe cual de ambos es el que dirige los pasos y cual el que los continúa, porque sin serlo, parece que llegan a ser la misma cosa y a sentir el mismo sentir.

¿Cuál es la forma de que la Empresa tradicional esté en el mundo, de que se impregne de lo que está ocurriendo y de lo que se está demandando? Está claro que los departamentos de I+D+i son responsables de que esto sea así, de estar en contacto con la investigación, con las posibilidades que ofrece la tecnología y los últimos descubrimientos; y, por otra parte, están los Departamentos de marketing que hacen investigación de mercados y tendencias sociales, de adecuación de productos y de estudiar las formas en que puede presentarse lo novedoso para que tenga un impacto real y se convierta en ventas efectivas. Estos mecanismos consolidados en la Empresa para identificar y generar nuevas posibilidades de productos/servicios aportan un enorme valor a las Organizaciones.

Pero existe otra vía adicional, que ya utilizan muchas empresas, y que me gustaría proponer como vía complementaria de generación de ideas, una propuesta que incluya a todas las personas que forman parte de la Compañía, que aproveche el potencial y talento de todos los colaboradores. La

Empresa es una muestra de lo que ocurre a nivel social, existe diversidad de personas, de opiniones, de sentires, de formas de ver el mundo y de expectativas. Permitiendo a cada uno ser él mismo, manteniendo su individualidad aunque orientada al equipo y al cumplimiento de objetivos marcados por la Empresa, podríamos obtener una enorme producción de ideas y de posibilidades de estudio que fueran dando lugar a productos o servicios. Sirva en esto el ejemplo de Google que permite a sus empleados dedicar una parte de su jornada a trabajar en su propio proyecto. Y éstos serán, a continuación, fuente de ideas y productos que comprará la Compañía. Cada Organización podría trabajar en la fórmula adecuada para crear las dinámicas que permitan obtener lo mejor de cada uno de sus empleados, el máximo potencial, sus mejores propuestas.

El requisito es que cada uno pueda ser él mismo, en un ambiente de respeto y confianza, manteniendo su integridad y su compromiso. Si queremos que todos sean iguales, si no se permite la diversidad en todos los ámbitos del ser y del estar, esta fórmula no tendrá éxito porque las posibilidades de aportación se verán restringidas a lo que el empleado entienda como admitido y autorizado, que en muchos casos no tendrá que ver con él. Con lo cual se restringirá al cumplimiento de su función, para vivir su individualidad fuera del trabajo, se convertirá en lo que actualmente son nuestros colaboradores, meros empleados contratados para desempeñar, con mayor o menor flexibilidad, una función concreta y un puesto definido.

Miguel Ángel Velázquez

Director de Centro de Investigación en Valores