

Berrikuntzak ez du aurreiritzi ez konplexurik

La innovación no conoce prejuicios ni complejos

Enpresa batek tradizioaren bide "seguru"an bikaina izatea izan dezake helburu, baina bikaintasuna eta berrikuntza bateratzen dituzten proiektuak era gara ditzake. Aurretiaz ezarritako bideari jarraitzeak ez du arrakasta ziurtatzen, beraz, zergatik ez bide berriak saiatu? Xavier Claramunt Euskadiko Sormen eta Berrikuntzaren Urteko inaugurazioaren protagonistetariko bat izan da.

Una empresa puede aspirar a ser excelente en el camino "seguro" de la tradición, pero también puede proponerse desarrollar proyectos que aúnen excelencia e innovación. Seguir un rumbo predeterminado no es garantía de éxito, así que, ¿por qué no explorar nuevos caminos? Xavier Claramunt ha sido uno de los protagonistas de la inauguración del Año de la Creatividad y la Innovación en Euskadi.

Xavier Claramunt

Equip Xavier Claramunt enpresako zuzendari eta sortzailea
Galactic Suite proiektuko zuzendaria
Director y fundador de la empresa Equip Xavier Claramunt
Director del proyecto Galactic Suite



Berrikuntzaren aldeko apustua egitea erabaki duten enpresek aurretiaz dituzten ideiak alde batera utzi beharko lituzkete bezeroei zer eskaini behar diotenari dagokionez, aurreiritziak baztertu eta oinarritzko kontzeptuak berrikusi behar dituzte, oso ezagunak izan arren, edozein proiektuk, bakoitzaren berezitasunak gora behera, behar duen erantzun bakarra aurki dezan.

Sormenerako estrategietan ez dago inolako eragozpenik berriro berakatzu soparen osagaiez nahiz gurpilaz galde egiteko. Horrela oso zaila izango da berriro sopa berdina asmatzea edo gurpila aurkitzea. Funtsezkoa da aurreiritzirik gabe lanean hastea, proiektu bati ekitea konponbidea eza-gutu gabe. Aurretiazko ideiak alde batera uztea lortuz gero askoz errazagoa izango da bezeroen benetako beharrezanez erreparatzea — beharizan kontzienteak izan baino lehen ere — edo beharria berrikuntzetarako adi izatea, teknikoak nahiz antolaera, produktu edo beste eremu paralelo batzuetakoak izan.

Eskuarki bezeroa harritu egiten da beharrezkotzat jotzen den erantzunaren eremua espero zuena baino askoz zabalagoa dela ohartzen denean, berrikuntzak ekonomia, gastronomia, harri-bitxigintza eta beste lanbide arlo batzuetako estrategiak baliatzen dituelako. Eskaini ahal dugun

Las empresas que hayan decidido apostar por la innovación deberían eliminar las ideas preconcebidas en lo que se refiere a qué deben ofrecer a los clientes, evitar los prejuicios y revisar los conceptos básicos, por muy conocidos que sean, para conseguir encontrar la respuesta única que todo proyecto, cada uno con sus peculiaridades, necesita.

Las estrategias de creatividad pasan por no tener ningún reparo en volver a preguntarse por los ingredientes de la sopa de ajo o por la rueda. De esta forma será muy difícil acabar inventando la misma sopa de ajo o descubrir la rueda. Es fundamental comenzar a trabajar sin prejuicios, empezar un proyecto sin conocer la solución. Si uno consigue liberarse de las ideas preconcebidas, será mucho más fácil estar atento a las necesidades reales de los clientes, incluso antes de que sean necesidades conscientes, o tener los oídos atentos a las innovaciones, que pueden ser tanto de índole técnica como organizativa o de productos, o incluso de otros ámbitos paralelos.

Normalmente, el cliente se sorprende al descubrir que el ámbito de respuesta que se identifica como necesario es muy superior al que él esperaba, dado que la innovación global aplica estrategias de otros ámbitos profesionales



berrikuntzarik onena konplexurik ez duen jarrerarena da, errezeta edo mugei jaramonik egin gabe.

Galduta gaudenean sistema bat eduki behar dugu, bidea erakutsiko digun lan estrategia bat; baina, hortik aurrera, benetan berrikuntzaren bidean egoteko, errutinatik alde egin beharra dago, ezaguna den erantzuna saihestu eta etiketak baztertu.

Gure aurreko jakituriatik ikasi

Halaber, tradizioa funtsezkoa da enpresentzat, oso berri-tzaileak badira ere. Aurretik egin, pentsatu, disfrutatu eta sufritu den guztia erabili behar den altxorra da. Edozein proiekturi ekiterakoan aurreko ekarpenak edo kontrastatu-rik dauden klasikoak aztertu eta berrikusi behar dira: obra bikain bat, aulki baten oinarrizko definizioa, eguneroko keinua den eskua ematearen esanahia aztertu... Honetaz, komenigarria da ere senior profesionalak berreskuratzeko estrategia izatea; haiek ezin gal daitezkeen jakintza eta eskarmentua dituzte. Honela lantalde bikainak sortzen dira.

Berrikuntzan hazteko aintzat hartu behar da beti ikasteak ez duela amaierarik: oraindik ezagutzen ez den eta bere-ganatua izan behar duen guztiarekin zabalik egon beharra

como son la economía, la gastronomía, la joyería, etc. Esta actitud desacomplejada y sin atender a recetas o restricciones es el rasgo de innovación más singular que aportamos.

Es necesario tener un sistema, una estrategia de trabajo que sirva como guía en los momentos en que uno se encuentra perdido, pero, a partir de ahí, para estar efectivamente en la línea de la innovación, hay que escapar de la rutina, evitar la respuesta conocida y expulsar las etiquetas.

Aprender de la sabiduría que antecede

Igualmente, la tradición es fundamental para las empresas, por muy innovadoras que sean. Todo lo que se ha hecho, pensado, disfrutado y sufrido con anterioridad es un tesoro que hay que utilizar. Al iniciar cualquier proyecto, se deben analizar y revisar las aportaciones anteriores o los clásicos contrastados, desde una obra excelente hasta la definición básica de qué es una silla o qué puede significar un gesto cotidiano como estrechar la mano. En este sentido, también es conveniente una estrategia de recuperación de los profesionales senior, ellos acumulan un conocimiento y una experiencia que no se puede perder. De esta manera se crean equipos excelentes.

ohiko norabidera begiratzen
ez dugunean begiek fokatzea doitu behar
dute. baina fokatzen dena argi ikustea
lortzen den bitartean gauzak lanbrotsu
ikusten dira

cuando uno mira en una dirección
diferente de la habitual es
más que natural que los ojos tengan que
ajustar el enfoque. lo que sucede es que
hasta que uno logra percibir lo que se
enfoca con claridad se ve borroso

dago. Gure aurreko tradizio guztia funtsezkoa da etengabe
agertzen dena interpretatzeko; identifikatzeko eta ulertze-
ko balio behar du, baina ez etiketatzeko edo mugatzeko.

Irudimena, ikuspegia eta ekintza

Berrikuntzaren prozesua hasteko irudimentsua da, eta hori
arriskutsua izan ohi da. Irudimena ohiko gauzetatik urrun
dauden erantzunak ematearekin lotzen da.

Zalantzarik gabe, nolabait igarlea ere izan beharra dago,
beste inork ezin ikus dezakeena intuitu eta ikusteko gauza
izan, beharbada ez dutelako norabide egokian begiratzen
edo ez dutelako begiratu egokiarekin egiten. Batzuetan
ohartzen dena zorabiatu egiten duen aberrazio optikoa
baino ez da, baina ondorio egokia sortzen du berrir argi
ikusten denean ezer berdina izan ez dadin. Ohiko norabi-
dera begiratzen ez dugunean begiek fokatzea doitu behar
dute. Baina fokatzen dena argi ikustea lortzen den bitar-
tean gauzak lanbrotsu ikusten dira.

Azkenik, interesgarria den zerbait sortu denean, berrikun-
tza gerta dadin gauzatu egin behar da, hau da, ekoitzi:
ekintzaileak izan beharra dago.

Halaber, nolabaiteko ziurgabetasuna sartzeko beldurra
galdu behar da eta horren kontra ahal den gehien zehaztu
behar da. Zenbait ahots entzutea edo burugabeko ideien
bat erabiltzea eragozten duten konplexuak alde batera
utzi behar dira. Garrantzitsuena hastapenak iradokitzaileak
izatea da, edozein norabidetan aurrera egiteko indarra
emango dutenak. Hortik aurrera pertsonen motibazioak eta
ekintzak zehaztu beharrik berrikuntza ekarriko dute. Ez da
beti arrakasta berdina lortzen, baina porrotak aztertzea ere
baliagarria da.

Para crecer en innovación es necesario tener en mente que
el aprendizaje nunca termina: hay que estar abierto a todo
aquello que aún no se conoce y que habrá de ser asimila-
do. Toda la tradición que nos precede es fundamental para
interpretar lo que continuamente aparece, debe servir
para identificarlo y entenderlo, pero no para etiquetarlo o
restringirlo.

La imaginación, la visión y la acción

El proceso de innovación empieza por ser imaginativo, lo
cual acostumbra a ser arriesgado. La imaginación se rela-
ciona con la actitud de no tener complejos para ofrecer
respuestas alejadas de lo convencional.

Sin duda, también hay que tener algo de visionario, ser
capaz de intuir y ver ahí donde nadie más puede ver, quizá
porque no miran en la dirección correcta o quizá porque no
lo hacen con los ojos adecuados. A veces lo que se percibe
es simplemente una aberración óptica que marea, pero
produce el efecto adecuado para que, cuando se vuelva a
ver con claridad, ya nada sea igual. Cuando uno mira en una
dirección diferente de la habitual es más que natural que los
ojos tengan que ajustar el enfoque. Lo que sucede es que
hasta que uno logra percibir lo que se enfoca con claridad se
ve borroso.

Por último, una vez que se ha concebido algo interesante,
para que se produzca la innovación es necesario llevarlo a
cabo, es decir, que entre en producción: hay que ser gente
de acción.

Asimismo, se debe perder el miedo a introducir cierta incer-
tidumbre, contra la que se debe lanzar toda la capacidad de
concreción posible. Hay que liberarse de los complejos que
impiden escuchar determinadas voces o utilizar alguna idea
descabellada. Lo importante es que se generen inicios suge-
rentes, que den fuerza para avanzar en cualquier dirección.
A partir de ahí, la motivación de las personas y la necesidad
de concretar las acciones harán que se produzca la innova-
ción. No siempre se obtiene el mismo éxito, pero estudiar los
fracasos también es útil.

