



## La innovación no conoce prejuicios ni complejos

**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.**

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 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.

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, expulsar las etiquetas.

El rasgo de innovación más singular que aportamos es la globalidad de las respuestas ofrecidas al cliente. Normalmente, éste 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 como

son la economía, la gastronomía, la joyería, etc. Esta actitud desacomplejada y sin atender a recetas o restricciones es la que nos diferencia.

## **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 disponer de una estrategia de recuperación de los profesionales senior, aquellos técnicos o especialistas que están apartados de los cargos que aun les son propios por una razón tan poco consistente como la edad. Ellos acumulan un conocimiento y una experiencia que no se puede perder. De esta manera se crean equipos excelentes.

Para crecer en innovación es necesario tener en mente que el aprendizaje nunca termina. Si lo que se pretende es innovar hay que estar abierto a todo aquello que aún no se conoce y que habrá de ser asimilado. 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. Además, aunque seamos conscientes de que el conocimiento ocupa lugar –¡y mucho!–, es conveniente defender la dinámica de la suma constante. En resumen, quien se cierre a aprender no va a innovar.

## **La imaginación, la visión y la acción**

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

Sin duda, para ser innovador también hay que ser visionario, hay que ser capaz de intuir y ver ahí donde nadie más puede ver, quizá porque no miran en la dirección adecuada 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: nosotros somos gente de acción.

Asimismo, se debe perder el miedo a introducir cierta incertidumbre, 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 sugerentes, 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 innovación. No siempre obtenemos el mismo éxito en nuestros proyectos, pero estudiar los fracasos también es útil.