

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, ESO NECESITAS

En la actualidad, crear cosas novedosas es el principio básico para el desarrollo profesional y empresarial pues es la herramienta primordial para la diferenciación en los mercados altamente competidos. Hoy es difícil sobresalir –incluso sobrevivir– sin una buena y permanente cuota de creación. Aquellos que fomentan esa capacidad de llegar a nuevas ideas son los llamados a convertirse, tarde o temprano, en los líderes de cualquier industria o mercado. Sin embargo, son pocos los que invierten con decisión en ello.

La innovación NO tiene nada que ver con cuantos dólares has invertido en investigación y desarrollo. – Steve Jobs

Sin importar cuál sea la actividad, la profesión o el negocio de las personas o las organizaciones, la creatividad y la innovación son dos activos clave para lograr el éxito. Sí, el conocimiento, la disciplina y el trabajo dan una ventaja competitiva, pero al final son la creatividad y la innovación las que hacen que el ejercicio sea inalcanzable para los competidores.

La creatividad y la innovación generalmente van de la mano y son cualidades individuales que se transfieren a lo colectivo. Sin embargo, hay que aclarar que son dos conceptos muy diferentes y que frecuentemente se confunden. La creatividad es la capacidad de concebir algo original o poco común; por su parte, la innovación se refiere a la implementación de algo nuevo que aporte valor a los demás. En pocas palabras, una lluvia de ideas pone a prueba la capacidad creativa, pero no habrá innovación hasta que esas ideas se implementen.



Primero, hablemos de la creatividad

La creatividad, como lo dijo Chris Paradysz –fundador y CEO de las agencias de marketing digital Paradysz y PM digital–, es una habilidad que se desarrolla, potencia y perfecciona. *«Todas las personas tienen la creatividad en ellas, por ende, es responsabilidad de quienes influyen en su vida –padres, profesores, entrenadores, jefes, entre otros– fomentar la confianza y ayudar a desarrollarla. Pero, para aprender también se requiere de apertura por parte del estudiante»*, dice Chris.

Todos necesitamos desarrollar la creatividad, sin importar el oficio o el cargo que desempeñemos, desde los grandes directivos hasta los funcionarios operativos, para garantizar el crecimiento y la expansión de las iniciativas que emprendamos.

Ahora, ¿cómo se puede mejorar la creatividad?

Como todas las actividades de la vida, el mejor método para avanzar en el desarrollo de una competencia o capacidad es el ejercicio constante. Ejercitarse siempre será un camino acertado para perfeccionar alguna habilidad, y la creatividad no se escapa a este mecanismo de mejoramiento. Entonces, ponerla a prueba diariamente es la ruta que conduce a la transformación de un individuo en un ser altamente creativo.

Pero, ¿qué tipo de ejercicios se deben practicar para aumentar las capacidades creativas? Hay muchos y a continuación compartimos cinco –con la intención que el lector los ponga en práctica y, también, explore otros adicionales–. El primero que se nos ocurre está asociado al impulso de una curiosidad permanente. Formularse constantemente preguntas sobre el entorno es una excelente forma de aumentar la creatividad porque nos obliga a buscar y discutir acerca de las posibles respuestas. Preguntarse el porqué de las cosas provoca el pensamiento creativo y evita que algo que no se entiende afecte los cimientos del conocimiento global.

El fomento de la observación es el segundo ejercicio importante para el mejoramiento de la creatividad. Estar atento y analizar todo lo que nos rodea, nuestras decisiones –y las de los demás–, los métodos usados y los resultados obtenidos es una fuente inagotable de información creativa y oportunidades de mejoramiento. Las personas observadoras aumentan la creatividad, porque ven cosas que pasan desapercibidas para los demás.

El fomento de la observación es el segundo ejercicio importante para el mejoramiento de la creatividad. Estar atento y analizar todo lo que nos rodea, nuestras decisiones –y las de los demás–, los métodos usados y los resultados obtenidos es una fuente inagotable de información creativa y oportunidades de mejoramiento. Las personas observadoras aumentan la creatividad, porque ven cosas que pasan desapercibidas para los demás.

El tercer ejercicio es el favorecimiento del cambio. Abrirnos y promover permanentemente el cambio nos obliga a adaptarnos a escenarios volátiles, y esto activa la creatividad. Sentirnos cómodos por fuera de lo rutinario y conocido nos convierte en seres flexibles y en constante búsqueda de opciones y alternativas. Además, al abrirnos a los cambios también damos pasos significativos para vencer los miedos; esa libertad hace que la creatividad fluya.

La socialización es el cuarto de los ejercicios que deben promoverse para abrirse a la creatividad. Escuchar e interactuar con el entorno nos muestra facetas y posibilidades distantes a nuestras costumbres e ideas, acciones benéficas para despertar la creatividad. Adicionalmente, la socialización nos obliga a trabajar en la retención de la atención del interlocutor y esta exigente tarea nos reta a construir mensajes inesperados y atractivos.

Por último, el quinto de los ejercicios disponibles para la promoción y el desarrollo de la creatividad es la documentación permanente de actividades, respuestas e ideas con las que nos topamos en el día a día. Escribir y almacenar eso que se escribe nos permite cultivar iniciativas interesantes y desafiantes en el futuro. Un robusto banco de ideas y un documento detallado con las memorias de lo ejecutado y obtenido nos muestra rutas alternativas y posibilidades para enfrentar los retos cotidianos. Mientras más información tengamos, mejor.

• 10 ideas específicas para activar la creatividad ¿Necesitas inyectar creatividad e innovación en tu equipo?

Para terminar el asunto de la creatividad queremos compartir diez actividades puntuales que se pueden hacer con una alta recurrencia — que ayudan a mejorar la creatividad de las personas y las empresas:

1. Crear clasificaciones sobre alguna temática. Es una buena idea sentarse con un grupo de personas a recordar, discutir y ponderar. Cuando nos esforzamos para construir un ranking corto, estamos obligando al cerebro a consolidar, valorar y priorizar las cosas; por ejemplo, seleccionar las diez mejores campañas publicitarias que hemos creado o las cinco ideas más revolucionarias para la empresa. Estas tres actividades —consolidar, valorar y priorizar— terminan siendo muy productivas y enriquecedoras para la creatividad.

2. Hojear una revista, libro, diccionario o enciclopedia. Revisar lo que otros han creado, conocer nuevas palabras, entender nuevos conceptos y adquirir información novedosa son herramientas que el cerebro utilizará en el futuro para producir nuevas ideas, respuestas o soluciones y para diseñar mejores planes de acción.

3. Oír música diferente. El sonido es uno de los principales activadores de la creatividad. Explorar géneros musicales o artistas desconocidos nos expone a cosas nuevas. Poner una playlist creada por otra persona, con la que no estemos familiarizados, nos puede servir para activar la creatividad.

4. Visitar un museo o galería de arte. Este tipo de espacios muestra el proceso creativo y los resultados obtenidos por personas sobresalientes. Un museo o una galería de arte es un depósito de ideas brillantes, transgresoras y sorprendidas. Darse la oportunidad, con frecuencia, de visitar estos palacios de la creatividad humana es indispensable.

5. Prohibir el uso de una palabra común en un periodo de tiempo. Someterse a limitaciones de cualquier tipo reestructura nuestro cableado cerebral. Encontrar opciones para sustituir cosas de primera necesidad despierta la creatividad y altera, para bien, nuestros procesos de pensamiento, haciéndolos más flexibles y robustos.

6. Observar a un niño. No existe una fuente más copiosa de creatividad que la mente de un niño. Además de cuantiosa, en la cantidad de ideas, es pura y no está contaminada por el entorno. Prestar mucha atención, tomar nota y encontrar la forma de comprender su metodología para crear es muy enriquecedor puesto que allí hay muchas respuestas e ideas útiles para desarrollar la creatividad.

7. Salir a la calle y hablar con extraños. Al visitar lugares diferentes a los que usualmente vamos o al hacer tareas específicas fuera de los lugares donde comúnmente se realizan, nos movemos de nuestra zona de confort. Estos lugares no convencionales, además, nos ponen cara a cara con hechos, objetos y personas desconocidas, con los que debemos relacionarnos para activar la chispa creativa.

8. Ambientar bien los lugares que habitamos. Preparar nuestros espacios —eliminando las distracciones y enfocando la atención— ayuda al buen desarrollo de los procesos creativos. Es conveniente adecuar el espacio de descanso, trabajo y ocio para que nos sirva de catalizador creativo.

9. Buscar patrones. Es una magnífica idea forzar al cerebro a que intente encontrar relaciones de causalidad o correlación entre cosas que no tienen ninguna relación. Muchos de los pensadores creativos más brillantes de la historia han confesado que sus ideas más revolucionarias surgieron cuando combinaban cosas que no se habían relacionado en el pasado.

10. Ver un documental. Consumir contenidos que documentan y organizan la información disponible sobre una temática específica ayuda a estructurar el conocimiento y ejemplifica lo benéfico de ordenar las ideas. Ver este tipo de producciones nos enseña a documentar y nos muestra lo simple y valioso de la información bien organizada.

Si la creatividad es el punto de partida, la innovación es el punto de llegada. No pueden desprenderse la una de la otra, pero tampoco pueden confundirse entre ellas. Se crea para luego ejecutar. Se crea para luego innovar.

Según un estudio de la firma Accenture, 90 % de los líderes empresariales del mundo creen que el éxito a largo plazo de una estrategia organizacional depende en gran medida de la capacidad que tiene esta para desarrollar nuevas ideas. Estos personajes, además, argumentan que una empresa que no innova tiene una fecha de vencimiento colgada en la puerta.

Los profesionales y los negocios que triunfan son aquellos que integran la innovación a todas las actividades que realizan; aquellos que entienden que la capacidad innovadora no depende del tamaño de la empresa ni del grado de desarrollo del país ni de la industria en cuestión. Interiorizar esto crea una fuerte convicción para desarrollar una potente capacidad de innovación sin importar los recursos o los tiempos disponibles. Si una persona es innovadora, la organización para la que trabaja, tarde o temprano, lo será. Y si una empresa tiene funcionarios o directivos innovadores, esta capacidad también contagiará al resto de miembros. Con esto lo que pretendemos es recalcar que la responsabilidad de crear e innovar no es exclusiva de los líderes, sino de todos los integrantes del equipo de colaboradores. Todos deben promover y fomentar la innovación para hacer del negocio una máquina imparable.

En la actualidad, las empresas que triunfan son aquellas que producen innovaciones a todo nivel y que tienen una rápida adaptación a los cambios. Esas empresas innovadoras cultivan una visión clara de su futuro y son capaces de anticiparse a las necesidades del mercado.

Pero... ¿cómo innovar?

Partamos de una premisa simple: pensar no te hace innovador, la innovación obliga a hacer. Es por esto que para innovar se requiere simplemente voluntad y algo de creatividad. Voluntad porque se necesita decisión para enfrentar los retos que trae la implementación, y creatividad porque las ideas nos dan alternativas. Ajustar o perfeccionar un proceso, producto o servicio es claramente un ejercicio de innovación. Por su parte, generar las ideas para nutrir ese proceso es un ejercicio de creatividad. Pensar es crear y hacer innovar. Entonces, la creatividad y la innovación son dos conceptos diferentes, pero indivisibles. Pensar siempre será la primera parte y ejecutar la consecuencia.

• Los 5 tipos de innovación

Innovar obliga a desplazarse constantemente hacia lo desconocido.

Para terminar este análisis riguroso de ambas competencias corporativas queremos presentar los cinco tipos de innovación:

1. La innovación abierta

Fue nombrada por Henry Chesbrough, un profesor de la Universidad de California en Berkley y que cumplía el rol de director ejecutivo del centro Open Innovation. La innovación abierta se caracteriza por fomentar la adquisición de nuevas ideas fuera de la organización, sin cerrarse a las ideas internas. Asume que las empresas necesitan nutrirse del exterior para avanzar.

2. La innovación disruptiva

Este es un término acuñado por el profesor Arcilla Christensen y se refiere a aquella que transforma un sector existente desde el mercado, introduciendo simplicidad, comodidad, accesibilidad y asequibilidad. Este tipo de innovación se forma en un nicho de mercado que puede parecer intrascendente para los grandes jugadores del sector, pero que al final consigue un producto, servicio o idea que redefine por completo la industria.

3. La innovación inversa

Este tercer tipo de innovación fue planteada por Vijay Govindarajan. Se caracteriza por describir soluciones que fueron adoptadas por primera vez en las naciones emergentes y que posteriormente encontraron un mercado en las naciones desarrolladas. Un ejemplo de innovación inversa son los fideos que Nestlé desarrolló para la India y que con el tiempo se hicieron populares en Australia y Nueva Zelanda.

4. La innovación incremental

Este tipo de innovación se refiere a aquella que propone pequeños y progresivos cambios en los productos o servicios para no afectar su cuota de mercado. El mejor ejemplo de innovación incremental son las máquinas de afeitar, que comenzaron con una cuchilla y ahora tienen tres o cuatro.

5. La innovación radical

Consiste en desarrollar nuevas ideas partiendo completamente de cero —sin basarse en productos o servicios existentes—. El ejemplo más destacado de innovación radical es Internet.