

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
07/01/2013	DIARIO PULSO - STGO-CHILE	8	8	BUSCAR LO NUEVO	19x11,8	\$ 1.256.591

En Página Par

# Buscar lo nuevo

**PABLO FERNÁNDEZ**

**E**N UNA conversación con un gerente de una importante empresa nacional de alimentos, surgió la duda de cómo evitar la proliferación de ideas locas o que no tuvieran sentido. Para él, era clave evitar el tipo de situaciones en las que “en la mayoría del tiempo no se llega a nada concreto o útil”. La empresa tenía muchas cosas de las que preocuparse, por lo que era esencial hacer un uso eficiente del tiempo.

Esta forma de pensar, del todo lógica y racional, esconde un grave problema: es (casi) imposible pretender innovar si no buscamos generar algunas ideas locas que nos saquen de nuestro marco conceptual de “lo posible y lo que se puede hacer”. Para generar ideas, y sobre todo para generar muchas ideas (que es la única manera de innovar de manera constante), debemos evitar todo tipo de filtros en una primera etapa. Por lo mismo, todas las propuestas deben ser bienvenidas. Si nos hacen reír o mirarnos incrédulos, tanto mejor, significa que hay algo en ellas que nos mueve o nos parece atractivo. Imposibles o no, ese elemento

que nos causa gracia puede ser un motor o factor que podemos transformar en una propuesta de valor para nuestros usuarios. Desecharlo por completo es un error garrafal, pues es posible que la idea pueda ser complementada, modificada o mejorada a partir de la conversación y socialización de ésta, y llegue a convertirse en algo posible. Este elemento de locura en las ideas que proponemos tiene un factor complejo: nadie quiere ser visto como autor de una idea loca o imposible. Como la mayoría de los sistemas de recolección de ideas en las empresas fomenta la identificación del autor, nos cohibimos y evitamos extralimitarnos. Pensando en esto recordé los rayados en los baños, donde muchos chistes o comentarios eran complementados de manera comunitaria, creando verdaderas historias a partir de una frase. Lo mismo pasa en los sitios web, en los cuales la gente puede comentar de manera anónima. ¿Qué pasaría si creamos un “muro público” donde todos pudiéramos escribir ideas? Una pared en la oficina en la que podamos pegar post-it con las ideas que tenemos para mejorar nuestro trabajo. Quizás valga la pena el intento. ●

*El autor es director Innovación FEN-Universidad del Desarrollo.*