

Selma Prodanovic



Zerbait gerta dadin nahi baduzu, ekiozu eta lagundu lortzen. Horixe dio European sormen, berrikuntza eta networking arloan hainbat ekimen –IncredibleEurope tartean– bultzatu dituen Prodanovic-ek. Bilbon egon zen Bizkaia Creaktivan esku hartzeko eta horretaz guztiaz hitz egin zigun.

Si quieres que algo ocurra, sé activo, y colabora para lograrlo. Ese es el credo de Prodanovic, impulsora incansable de numerosas iniciativas europeas -como IncredibleEurope- que tienen en común la creatividad, la innovación y el networking. A su paso por Bilbao, para participar en Bizkaia Creaktiva, nos habló de todo ello.

Zein dira enpresa sortzaileen ezaugarriak?

Sormena ezberdin pentsatzeko, eredutik irten eta konponbide originalak edo egin ohi denaren alternatiboak direnak sortzeko gaitasuna da. Oro har enpresa sortzaileek etorkizun ona lantzen dakite, egoera jakin baten aurrean ekiteko eta erantzuteko gaitasuna dute, ezagutzen dutena konbinatuz berria den zerbait sortuz, baina garrantzitsua da ulertzea enpresak ez direla sortzaileak, enpresetan lan egiten duten pertsonak dira sortzaileak. Har dezagun esate baterako Pedro Almodóvar; estilo bakan eta berezia dauka, berak zinemara eramanezuen arte existitzen ez zena. Inork ez du horrelako filmik egiten. Gustatu ahal zaizkigu ala ez, baina zalantzarik gabe zigilu pertsonala dute, marka, ezaugarri sendo bat. Ausarta izan beharra dago, sortzailea izateak esan nahi baitu bereiztea eta zerbait era jakin batean egiten lehen pertsona izatea. Sormenaren ezaugarri nagusia zabaltasuna da; sortzailea izateko dibertsitatera zabalik egon behar da, metodo alternatiboetara zabalik, saiakuntza-hutsegitera zabalik,

¿Qué características tienen las empresas creativas?

La creatividad es la capacidad para pensar de forma diferente, salirse del molde y crear soluciones originales o alternativas a lo que se suele hacer. En general, las empresas creativas son las que saben labrarse un buen futuro, tienen flexibilidad para actuar y reaccionar ante una determinada situación al combinar lo conocido y crear algo nuevo, pero es importante entender que una empresa no es creativa, sino que son las personas que trabajan en ella las que son creativas. Podemos pensar en Pedro Almodóvar; tiene un estilo único y peculiar que no existía hasta que él lo llevó al cine. Nadie hace películas de ese estilo. Personalmente pueden gustarnos o no, pero es innegable que tiene un sello personal, una marca, una señal de identidad contundente. Es necesario ser valiente, porque ser creativo implica diferenciarse y ser la primera persona en hacer algo de cierta manera. La característica más importante de la creatividad es la receptividad; ser creativo requiere estar abierto a la diversi-



dauden mugetatik kanpo pentsatzeko zabalik. Sortzaileek sormena deitzen diote, zientzialariek asmamena esaten diote eta negozio jendeak berritzea.

Nola susta dezakete ETEek sormena beren antolakundeetan?

Ez dago enpresa guztietan konponbidea izango den edo funtzionatuko duen estrategiarik. Enpresa bat berritzaileria da ikuspegi bakarra duelako eta bere gisara jokatzeko prest dagoelako. Noski, aurreko estrategiak eta jakintza oso lagungarriak dira negozioak egiteko era espezifiko bilatzeko. Hala ere, sormena sustatzea baldintzatzen duten hiru faktore daude: enpresa zuzentzen duten pertsonak sortzaileak izan behar dute; pertsona sortzaileak kontratatu behar dira; eta enpresak inguru sortzailea bultzatu behar du. Esate baterako, 3M bezalako enpresa baten erakunde kulturak eta negozio estrategiak aukera ematen dute bertan lan egiten duten pertsonak beren denboraren %15 proiektu pribatuetan erabil dezaten. Hor dago Googleren kasua; paregabeko guneak sor-tzen ditu eta profesionalak ez daude etxera joateko orduaz pentsatzen. Dibertsitatea sormenaren oinarria da, sormena berrikuntzaren oinarria da eta berrikuntza etorkizuna da.

dad, abierto a métodos alternativos, abierto al ensayo-error, abierto a pensar fuera de los límites que existen. La innovación es el resultado de que una idea o invención creativa se implemente en el mercado con éxito. Los creativos lo llaman creatividad, los científicos lo llaman invención y la gente de negocios lo llama innovación.

¿Cómo pueden las pymes fomentar la creatividad en sus organizaciones?

No existe una estrategia que sirva como solución o funcione en todas las empresas. Una compañía es innovadora porque desarrolla una visión única y está preparada para actuar a su manera. Por supuesto, las estrategias y el conocimiento anteriores son de muchísima ayuda para encontrar la manera específica de hacer negocios. Aun así, hay tres factores que condicionan el fomento de la creatividad: las personas que dirigen la empresa deben ser creativas; se deben contratar personas creativas; y la empresa debe facilitar un entorno creativo. Por ejemplo, la cultura corporativa y la estrategia de negocio de una empresa como 3M permiten que las personas que trabajan en ella dediquen el 15% de su tiempo a sus proyectos privados. También está el caso de Google, que

Nola definituko zenuke networkinga?

Negozioen munduan networkinga harreman profesionalak ezartzean, atxikitzean eta garatzean datza. Esperientzia horretatik abiatuta, Brainswork-en lau networking maila bereizten ditugu: inkontzientea, orokorra, helburuei begirakoa, eta brainsworking. Negozioen garapenerako estrategia hau jakintza eskualdaketa hainbat eremutatik egitean datza eta lotzean emaitza berritzaileak lor daitezke. Pertsonak eta ideiak elkarrekin lotuz garapen jasagarria eta inbertsioaren itzultze handiagoa lortzen da, bai hautemangarrian zein hautemanezinean. Batera lan egiten duten buruekin interkonexioaren inteligentzia erabil daiteke negozioaren garapena bultzatzeko, pertsonen, sormenaren eta berrikuntzaren garapena barru har ditzakeena. Konektaturiko buruek gainera estrategiak garatzeko tresna legez joka lezaketek, gizaki bakoitza bakana denez emateko zerbait duelako.

banaka denok daukagu emateko balio bereizgarria,
baina konektaturik bagaude mendiak mugi ditzakegu

individualmente todos tenemos un valor diferencial que aportar,
pero si estamos conectados podemos mover montañas

Zer garrantzi dauka networkingak negozioen gaur egungo testuinguruan?

Hori enpresa bakoitzean networkinga ulertzeko eraren araberakoa da. Networkinga merkataritza txartela trukatzera edo gizarte sare batean milaka kontaktu edukitzera mugatzen bada, orduan denbora galera handia eta egundoko ahitze-faktorea da. Benetan uste dut banaka denok daukagula emateko balio bereizgarria, baina konektaturik bagaude mendiak mugi ditzakegu. Pertsonak ideia edo ikuspen baten inguruan konektatzea onuragarria da etengabe hazten ari den gizabanako kopuruarentzat. Horrexetan jardun dugu IncredibleEurope. Proiektu hau Europa sortzaile eta berritzaileari dagokio eta, pertsona aparta eta eragin handikoen bitartez aldaketarako eragileak elkartzea ahalbidetzen du, etorkizuna hobetzeko lan egin ahal dezaten konektatzen ditu.

Zer garrantzi dauka lankidetzak negozioen munduan?

Gure mundu globalizatuan hain gaude elkar-konektatuta non derrigorrez elkarlanean aritu behar dugun. Pentsa ezazu, adibidez, aire garraioaren sektoreaz eta Islandiako sumendiaren eraginaz sortutako krisiaz, Greziaren defizitaz edo beste askotaz. ETEentzat are garrantzitsuagoa da elkar-tuta egotea eta arazoak batera konpontzea. Nire enpresa elkarlanaren printzipio horretan oinarritzen da eta horren adibidea da: Vienako egoitzan lantalde handia ez daukagun arren, mundu osoan 132 bazkide ditugu eta horrek esan nahi du behar dugunean 700 lagunena izan dezakegula. Gure 20 urteko esperientzian oinarrituta negozioa garatzeko estrategia bakar eta arrakastatsua garatu dugu: brainsworkinga. Estrategia hau faktore giltzarria da sareko elkarlan egitura duten enpresa gero eta ugariagoentzat.

crea espacios tan únicos que hacen que los profesionales no estén pensando en la hora de marcharse a sus casas. La diversidad es la base de la creatividad, la creatividad es la base de la innovación y la innovación es el futuro.

¿Cómo definiría el networking?

En el mundo de los negocios, networking consiste en establecer, conservar y desarrollar relaciones profesionales. A partir de nuestra experiencia, en Brainswork definimos cuatro niveles de networking: inconsciente, en masa, orientado a objetivos y el brainsworking. Se trata de una estrategia en el desarrollo de los negocios que se fundamenta en el valor de la transferencia de conocimiento desde ámbitos de experiencia muy diversos, y su conexión permite crear resultados innovadores. Conectando a las personas y las ideas entre sí se obtiene un desarrollo sostenible y un retorno de la inversión mayor, tanto en lo tangible como en lo intangible. Con mentes que trabajan al unísono se puede utilizar la inteligencia de interconexión para propiciar el desarrollo del negocio, que puede incluir el desarrollo de las personas, de la creatividad y de la innovación. Estas mentes conectadas podrían también actuar como herramientas para desarrollar estrategias, ya que cada ser humano es único y tiene algo que aportar.

¿Qué importancia tiene el networking en el contexto actual de los negocios?

Eso depende de la manera de entender el networking en cada empresa. Si uno limita el networking al intercambio de tarjetas comerciales o a tener miles de contactos en una red social, entonces es una grandísima pérdida de tiempo y un factor de agotamiento enorme. Creo firmemente que individualmente todos tenemos un valor diferencial que aportar, pero si estamos conectados podemos mover montañas. Conectar a las personas en torno a una idea o una visión puede beneficiar a un número de individuos en constante crecimiento. Eso es lo que hemos estado haciendo con IncredibleEurope. Es un proyecto relacionado con la Europa creativa e innovadora que, mediante una red de personas excepcionales e influyentes, posibilita el encuentro de los agentes de cambio, los conecta para que puedan trabajar para mejorar el futuro.

¿Qué importancia tiene la colaboración en el mundo de los negocios?

En nuestro mundo globalizado estamos tan interconectados que sencillamente estamos obligados a cooperar. Piense por ejemplo en el sector del transporte aéreo y la crisis del volcán islandés, o el déficit griego, o muchos otros. Para las pymes es aún más importante permanecer unidas y resolver los problemas conjuntamente. Mi empresa se basa en este principio de colaboración y es un buen ejemplo de esto: aunque no tenemos un equipo humano muy numeroso en nuestra sede en Viena, tenemos 132 socios por todo el mundo, lo cual significa que cuando lo necesitamos podemos disponer del trabajo de 700 personas. Apoyados en nuestros 20 años de experiencia, hemos elaborado una estrategia para el desarrollo del negocio única y de gran éxito: el brainsworking. Esta estrategia es un factor clave para el creciente número de empresas con estructura de colaboración en red.