

PON UN ARTISTA EN TU EMPRESA

El huevo de siempre había sido huevo, y la patata, patata. Un día alguien probó a mezclarlos y obtuvo un plato que mejoraba con creces ambas existencias solitarias: la tortilla de patatas. A menudo, el mundo empresarial vive ajeno a su entorno, en su huevo; y el artístico, tiene una cesta de ideas con mucho más que patatas. La organización Conexiones Improbables probó a poner la sartén para mezclar esos dos componentes y... ¡voilà! He ahí la receta del éxito.

Esta organización bilbaína cuenta con un recorrido de más de 100 experiencias de buenos resultados. Ponen en contacto a artistas y empresas. Los primeros se incorporan al trabajo de las segundas para provocar en su actividad una mirada diferente en sus procesos, funciones o departamentos.

"Es un trabajo colaborativo. El artista utiliza una metodología diferente y eso es una manera de cambiar la dinámica de un trabajo", explica Roberto Gómez de la Iglesia, fundador de Conexiones Improbables. "Se trata de ayudar a las empresas a romper con los manuales clásicos de *management*. Una innovación tanto en su organización interna como en sus resultados".

La idea funciona. Cinco empresas más acaban de experimentar el método. ¿Tenía sentido introducir a una artista estadounidense en una empresa de siliconas guipuzcoana? ¿Merecía la pena poner a trabajar a un creador en una fábrica de bicis?

Definitivamente, sí. Siliconas Silam ha aprendido a cambiar de tercio para probar con un producto para impresoras 3D, el nuevo mercado. La fabricante de bicicletas Orbea ha dado con la fórmula para saber cómo se hace una bici enfocada al público inexperto.

La empresa alimentaria Artepan cuenta ahora con un juego de preguntas sobre alimentación que crea en Vitoria una comunidad interesada en el pan. El Grupo Uvesco ha dado con un proyecto que remodelará la relación entre clientes, trabajadores y dirección, y la plataforma de desarrollo rural Oiz Egin sabe ahora cómo integrar a productores y producción en el territorio.

El plazo para la convocatoria 2013 está abierto hasta fin de año. "No hay bases", dicen los organizadores, "es para aquellas empresas que quieran hacer un proyecto improbable". Planes de nueve meses, de seis, de cuatro y 'píldoras' de dos meses para micropymes.

En ellos las empresas definen su reto (productos, procesos...) y se procede a una convocatoria internacional de artistas que ofrecen anteproyectos para resolver esas necesidades. Tras dos fases de selección, comienza la colaboración. Los artistas se instalan con las empresas física y telemáticamente. Dos sesiones de metodología y un OpenLab ponen nodos de apoyo al trabajo conjunto. En cuanto a los resultados, Gómez de la Iglesia todavía no ha tenido que lamentarse de ninguno. "A pesar de la crisis, estamos evolucionando hacia un nuevo mundo de los negocios", afirma. Potenciamos la diversidad para hacer surgir la creatividad. Hay que dejar atrás la competencia corporativa y cambiarlo por una cooperación competente. La gente quiere sentir, quiere dotar de significado sus productos. Tenemos que evolucionar hacia la economía de la experiencia".

