

Las empresas de hoy se ven más que nunca abocadas a innovar y transformarse para sobrevivir al entorno competitivo e intentan definir las metodologías, funciones, y cambios organizativos necesarios para ello. Sin embargo, en mi experiencia en este campo, he detectado que muchas veces el principal problema en este proceso es precisamente comprender, generar y gestionar la creatividad.

Y esto es, precisamente, lo que de una manera clara, sencilla, amena - y a la vez profunda- aborda “La empresa creativa”. En su primera parte, los autores describen la creatividad mediante el análisis de los mitos e ideas preconcebidas al respecto para posteriormente abordar cómo ésta debe y puede acometerse en todas las funciones de la empresa y no sólo en las más típicas. La obra termina con un interesante ejercicio de conceptualización de la creatividad empresarial a través de la definición del denominado modelo “S” que aporta elementos muy interesantes para la reflexión.

“La empresa creativa” está escrita de manera sencilla en un lenguaje que rehuye de tecnicismos innecesarios y a la vez abunda en referencias a ejemplos reales y referencias a los mejores expertos en la materia lo que denota el conocimiento de sus autores del tema que abordan tanto desde un punto de vista teórico como práctico.

En mi opinión, esta obra, de fácil lectura, es apropiada para un amplio espectro de público interesado en el tema de la innovación y transformación empresarial ya que su mensaje es aplicable tanto a la gran como a la pequeña empresa, no requiere de conocimientos previos en el tema para su comprensión y aporta algunos aspectos y conceptualizaciones novedosas para el experto.

Por último, animar a sus autores a seguir profundizando en otros trabajos en la línea temática apuntada en esta obra para la que como única nota negativa señalaría la de dejar al lector con una cierta sensación de “apetito insatisfecho”.

José Manuel Castellano
Director de Innovación y Nuevos Modelos
BBVA