

INGENIO, SEXO Y PASIÓN

CLAVES PARA POTENCIAR LA ENERGÍA INNOVADORA
Y EL LIDERAZGO CONSCIENTE

Silvia Leal

Es doctora, experta en innovación y nuevas tecnologías. Ocupa cargos de influencia en el mundo empresarial y académico. Es asesora de la Comisión Europea en competencias digitales, e-Liderazgo y emprendimiento digital, mentora de e-Leadership en el Human Age Institute y portavoz de la Asociación de Técnicos de Informática (ATI). Investigadora, consultora y conferenciante, está reconocida como una de las diez expertas más influyentes de España. Pertenece a la red de LID Conferenciantes y es Directora del Curso Experto en Innovación que imparte LIDlearning.



Jorge Urrea

Es experto en autoconocimiento, energía personal y organizacional, y liderazgo consciente. Profesor en prestigiosas escuelas de negocios, donde tiene el premio a la

excelencia docente, es además consultor, conferenciante y habitual en los medios. Especializado en Mindful Management: coaching con el maestro interior, con su trabajo ayuda a personas y empresas a desarrollar un alto rendimiento sostenible y liderar sus vidas personales y profesionales de forma consciente. Tiene amplia formación humanista occidental y oriental, que incluye economía y diplomacia entre Madrid, París y Londres, varias ramas de psicoterapia, coaching, taoísmo, neochamanismo y artes marciales. Pertenece a la red de LID Conferenciantes.

La innovación y el crecimiento económico

Las estadísticas son demoledoras. Estados Unidos debe a la innovación generada por las nuevas tecnologías más del 50% del crecimiento experimentado por sus empresas durante las décadas previas al inicio de la crisis. Son las cifras proporcionadas por la AAAS (*American Association for the Advancement of Science*), datos que arrojan un mensaje muy claro: las nuevas tecnologías no son una moda pasajera. Por el contrario, han jugado un papel esencial en el posicionamiento del país como la primera potencia mundial de nuestros días.

Las cifras de Estados Unidos no reflejan un caso aislado. Los países miembros de la Unión Europea han logrado gracias a las nuevas tecnologías un crecimiento del 25% de su Producto Interior Bruto (PIB) y un incremento en su productividad del 55,6% entre 1995 y el inicio de la crisis. Esto refleja que gran parte de su tejido empresarial ha entendido el valor de estas herramientas, y que ha sido capaz de incorporarlas como parte de sus procesos de innovación, convirtiéndolas en potentes y eficaces palancas de crecimiento.

Sin embargo, en la actualidad podemos observar que, aunque estas economías luchan por retomar y consolidar la senda del crecimiento –puesto que hay países que ya están creciendo de nuevo–, no siempre parecen recordar cómo consiguieron llegar hasta allí: innovando en digital. La clasificación de países innovadores según el Índice Mundial de Innovación (IMI), elaborado por la Cornell University, el INSEAD y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) de las Naciones Unidas, lo refleja claramente.





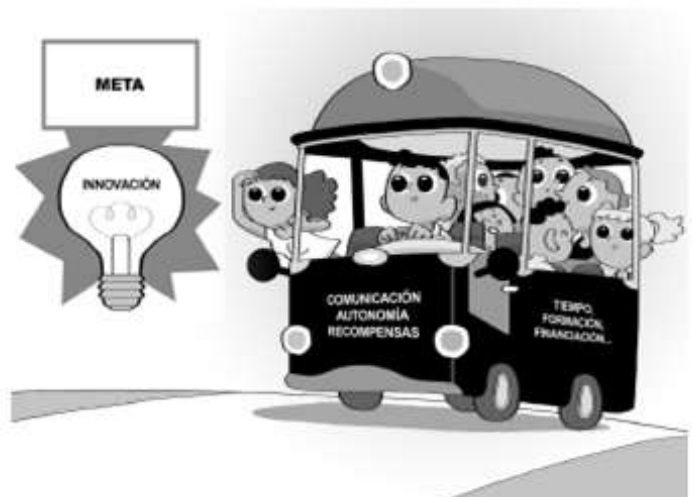
Si nos remitimos a la clasificación de 2014 observamos que Estados Unidos (líder económico global) se encuentra en la sexta posición seguido muy de cerca por rivales como Hong Kong o Singapur, en un terreno donde Suiza ocupa la posición de liderazgo. Por otro lado, la Unión Europea posiciona siete de sus economías en el Top 10. Componen este grupo Suecia, Reino Unido, Holanda, Finlandia,

Dinamarca, Irlanda y Luxemburgo. Sin embargo, en la Unión Europea no todas las naciones consiguen salir bien en esta foto. Podemos nombrar aquí casos como los de Francia y España, países que a pesar de alcanzar posiciones de liderazgo en la clasificación de economías mundiales del Fondo Monetario Internacional (FMI) (puestos 5 y 13) se quedan muy rezagados en esta clasificación, correspondiéndoles tan solo las posiciones 22 y 27, muy por detrás del puesto que al que deberían aspirar.

En otras palabras, la innovación se ha consolidado como un factor clave en el crecimiento económico. Sin embargo, los países que hoy ocupan las principales posiciones no están logrando mantener su liderazgo como potencias innovadoras. Es el caso de países como Estados Unidos, Francia o España. ¿Estamos frente al origen de un nuevo orden económico mundial que llegará acompañado de su reposicionamiento? ¿Pueden estos países perder su liderazgo actual si no cambian de estrategia y establecen medidas urgentes para fomentar la innovación? La evidencia y la experiencia apuntan a que no solo deben hacerlo, sino que deben hacerlo ya. La pregunta es: ¿Cómo?

La energía creadora

Las empresas y profesionales emprendedores que aspiren al liderazgo innovador deben comprender que la innovación no es fruto directo de la financiación, sino el resultado de la energía creadora de las personas. La dedicación de recursos a I+D es imprescindible, pero no suficiente. Hay que prepararse para sacar el máximo retorno de esta partida. Por ello, aquellos que decidan salirse de las estadísticas y crecer a pesar de las turbulencias deben aprender a gestionar con eficiencia su capital intelectual y la energía creativa. En otras palabras, deben aprender a agudizar su ingenio empresarial y, junto a él, desatar la pasión por la innovación, aprendiendo a rentabilizar las diferencias entre sexos.



© Esteban Hernández

Ingenio, sexo y pasión proporciona la fórmula para hacerlo. En él se explica, en primer lugar, cómo aplicar el método Innova 3DX, eficaz metodología que permite agudizar el ingenio y desatar la pasión por la innovación. Además, reflexiona con hechos y datos sobre la importancia de extraer el máximo potencial tanto del sexo masculino como del femenino puesto que, en nuestros días, para liderar en el terreno de la innovación, es imprescindible aprender a rentabilizar la diversidad.

La innovación no es fruto directo de la financiación, sino el resultado de la **energía creadora** de las personas. Utilizaré una sencilla metáfora, la innovación es el resultado de la combustión de tres elementos: las personas, la organización y la motivación. Si estos se gestionan con eficiencia el resultado será una potente energía creadora (nuevos productos, negocios, mercados, etc.), pero si no se gestionan bien, el resultado será una simple incineración.



Esta metodología concibe la innovación como un proceso esencialmente humano que debe ser gestionado a través de tres dimensiones: el ecosistema creativo, el potencial innovador y la pasión, motor biológico que nos impulsa a actuar. Desde otra perspectiva, el condicionamiento del entorno, nuestra capacidad y bloqueos creativos y nuestra motivación por la innovación. Podrá ser utilizada por las empresas, por sus directivos y gestores, pero también por aquellos profesionales y/o emprendedores que quieran incorporar la innovación como parte de su estilo de vida.

En otras palabras, las empresas que aspiren a liderar este codiciado terreno deberán asegurarse de construir un ecosistema creativo capaz de desatar su fuerza innovadora. Para ello necesitarán monitorizar tres factores: la cultura corporativa (de innovación y tecnológica), el clima o entorno laboral y el estilo de liderazgo y gestión. El ecosistema recoge los elementos del entorno que condicionan nuestro comportamiento: cultura, clima y estilo de liderazgo. Un entorno que levante barreras frente al comportamiento

innovador inhibirá el esfuerzo de todos aquellos que tengan el talento y las habilidades para hacerlo. Eso lleva a que las empresas deban prepararse para identificar y eliminar los frenos a los que se enfrenta el proceso y, por supuesto, para poner en marcha los mecanismos necesarios para su aceleración.

Primera dimensión: ecosistema creativo



Frente a trabajos anteriores, el método Innova 3DX incorpora herramientas para medir y gestionar con eficacia el estilo de liderazgo del equipo directivo, una de las barreras más importantes a las que se enfrenta la innovación en muchas empresas. Sorprendentemente, son muy pocas las que le prestan atención.

En segundo lugar, el potencial innovador refleja la capacidad y límites creadores. La literatura y las herramientas tradicionales se han enfocado casi siempre en la creatividad pero, ¿es eso suficiente? No lo es. Si nos sentimos pesimistas, si no tenemos autoestima o si sentimos que no gobernamos nuestra vida, no intentaremos innovar. Por ello, el potencial innovador es ese concepto que permite hacer una verdadera gestión de la capacidad creadora y ¿por qué no? extenderla más allá de sus propios límites.

En otras palabras, nuestro potencial innovador, es algo mucho más complejo que la creatividad. Nuestra relación con las nuevas tecnologías (¿me gusta utilizarlas? ¿Me gusta innovar con ellas?), la autoestima (¿yo? ¿Seguro que sirvo para eso?), el optimismo (¿me saldrá bien o, por el contrario, también esto se torcerá?), el locus de control (¿depende de mí? ¿Solo de mí?) y la orientación al aprendizaje (¿un nuevo reto? ¿Una nueva oportunidad?) influyen fuertemente sobre nuestro comportamiento

creativo y deben ser entendidos y gestionados correctamente. En caso contrario, gran parte de nuestro potencial innovador, se desvanecerá. Por ello, hay que incorporar nuevos modelos de gestión que entiendan el capital humano desde esta nueva perspectiva.

Segunda dimensión: potencial innovador



Desafortunadamente, no se trata de una tarea fácil, porque la gestión de las personas desde este enfoque requiere habilidades y competencias que muchos directivos tradicionales, en demasiadas ocasiones centrados en la eficiencia, no han aprendido a desarrollar.

Para terminar, encontramos la pasión, fuerza que está condicionada por la energía que nos lleva a actuar (la motivación) y la que nos frena en el intento (el miedo). Un buen líder y/o emprendedor, deberá ser capaz de manejarla muy bien, porque será la clave de su éxito (o su fracaso). De hecho, para reconocidos expertos del management moderno como Gary Hamel (2007), la pasión determina cerca del 35% de nuestras probabilidades de éxito en una acción. Esto es algo que en un mundo en el que el 85% de las personas van a trabajar en cuerpo pero no en alma (Tower Perrin, 2003) las empresas que apuesten por destacar no pueden olvidar. Por supuesto, aquellas que apuesten por liderar la innovación deberán tenerlo muy presente.

Tercera dimensión: pasión por la innovación



En el terreno de la innovación, la pasión refleja esa fuerza o motor biológico que dado un ecosistema creativo y un cierto potencial innovador nos impulsará a actuar, a intentar innovar y crear. La fuerza de su impulso está determinada por nuestra motivación por la innovación y por el freno que le ponga nuestro miedo a fracasar.

La fórmula que se incorpora en Ingenio, Sexo y pasión permite acelerar el funcionamiento de los tres motores generadores de la energía creadora que trae consigo las codiciadas innovaciones.

Es importante entender las claves de la rentabilidad femenina, con información que cuantifica el impacto de su incorporación sobre los resultados económicos de las organizaciones. En este terreno, ocupa un espacio muy especial el caso digital, puesto que hoy la innovación está ligada en la mayoría de las ocasiones a la incorporación de las nuevas tecnologías. Es necesario entender, por lo tanto, las falsas creencias que han llevado a lo que se denomina el fenómeno de la despoblación femenina, pero también las soluciones para un problema que, aunque muchos no lo crean, tiene fácil solución.

The
Economist

En un reconocido artículo publicado por *The Economist* en el año 2006 llamado *The importance of sex*, se alertaba sobre la sombra del peligroso lastre económico que supone la infrautilización de la fuerza laboral femenina. Aunque ha llovido mucho desde entonces, seguimos teniendo aún un importante camino por recorrer en este terreno.

Mindful revolution

Cuando la revista Time publica en su portada de febrero de 2014 la Mindful Revolution (revolución de la consciencia plena) es porque incrementar la consciencia es hoy un must universal para nuestros modos de gestión en todos los ámbitos: económico, político, jurídico, medioambiental, educacional, laboral y qué duda cabe, personal.

La falta de consciencia en cualquiera de estos ámbitos, produce tremendas consecuencias sobre sistemas, empresas y personas con eco incluso en varias generaciones. Sin entrar en la responsabilidad de los inconscientes que nos llevan a las grandes crisis macroeconómicas, cada uno puede revistar dentro de su ámbito de acción, lo que puede mejorar con un poco de consciencia.

Como demostramos en nuestro libro, independientemente de la cultura, el clima, los planes estratégicos o las buenas o buenas voluntades de otros, al final, todo depende de lo que pasa dentro de las personas. Podemos y debemos darnos cuenta de lo que ocurre y responsabilizarnos, manteniendo el gobierno de nuestras vidas. Ser más consciente quita palos de las ruedas y desata la energía y pasión necesaria para lograr los objetivos personales y profesionales, con salud, bienestar y alto rendimiento sostenible.



Esto, que tiene un reflejo en términos de productividad laboral, tiene también reflejo económico en términos de salud y felicidad, por ejemplo, por la vía de riesgos laborales y el coste de las bajas y tratamientos médicos. Un gran tanto por ciento de las enfermedades laborales tiene un componente psicosomático, psicológico o del alma. Aquellos que no se dan de baja, tampoco lo tienen fácil para ser felices. Véase la creciente dificultad de ser feliz en una sociedad tan paradójicamente opulenta, que sobrevive con antidepresivos y ansiolíticos. (30 % de la población española ha tomado ansiolíticos y/o antidepresivos el último año (50% en mujeres) según la OCU).

Insight Management te ayuda a darte cuenta de todo. Empieza por dar contacto con la realidad interna y externa, aporta visión, poder y fortaleza para sostener la vida personal y profesional, fluyendo con acontecimientos y desafíos. Utilizando técnicas arcaicas de manera pionera, nos entrenaremos en una atención al presente sin juicio, evitando toda confusión, empoderándonos y facilitando relaciones y gestión de recursos propios y ajenos.

En este libro, la parte de Insight Management, recoge ejemplos y reflexiones fruto de la experiencia de décadas con clientes individuales y organizacionales, incluidos sus éxitos y fracasos inteligentes, que es la única manera de garantizar un éxito sostenible y duradero en el largo plazo.

Podemos y debemos gobernar nuestras vidas con pasión, eligiendo, viajando, con optimismo y confianza en nuestros propios recursos y los de aquellos con los que nos aliamos. Cuando te muevas y veas que gobiernas tu barco en una dirección u otra, pon conciencia. Te ayudará a saber el suelo que pisas, si quieres ir, volver o cambiar el rumbo.

Ofrecemos tres **recomendaciones** para este viaje:

- **Ten mucha humildad.** No busques maestros, encuentra, aprende de tus compañeros de camino, en concreto de los más próximos, en lo personal y profesional (pareja, padres e hijos, jóvenes y ancianos, compañeros, jefes y subordinados). Con la debida actitud, todos podemos aprender de ellos, hasta de los más tontos, como de Nasrudín, este genial tonto-loco cuyos cuentos sufíes reproducimos.
- Muévete libre, alegre, suelto. **No te juzgues.** El pensamiento es mucho más pequeño que la realidad, es más, no tiene ni por qué corresponderse con ella y, si lo hace, solo atisba una pequeña parcela, cuya percepción se amplía según vamos viviendo, viajando.
- Mientras viajes, **ríe, ríe a carcajadas** y goza, goza mucho, si no lo haces no aguantarás el camino, te agotarás, fruncirás el ceño y la mirada, y no verás a dos pasos. Si ríes, el camino se te hará ligero, amable, encontrarás miradas alegres que vibren como tú. Además, si ríes respirarás hondo y no necesitarás llorar para recuperar el aire.

Los enemigos de lo pionero, pueden apreciar ejemplos profesionales como:

- Steve Jobs, en el momento de lanzar Apple,
- Goldman Sachs, que subió 48 puestos en la lista de los mejores sitios donde trabajar con clases de meditación,
- El CEO Mark Berotllini o Earl Bakken, que creó una zona de meditación en Medtronic.

Por último, te invitamos a un experimento: cierra los ojos, trata de poner la mente en blanco, no como exigencia sino por ir reduciendo ruidos y pensamientos. Respira profunda y conscientemente. Procura vaciarte de todo y si te viene algún pensamiento no le des mucha importancia, vuelve la atención a la respiración y tu centro. Espera un poco, mira, vuelve a respirar y a mirar. Si te viene alguna idea o imagen creadora lánzate a por ella, crea, libera tu ingenio, con la pasión de quien sabe que no vivirá para siempre y aprovecha cada segundo de su vida.



Si no te viene no pasa nada, no te precipites, tensa el arco y espera. Vendrá. Confía. El antídoto para salir reforzados de toda crisis está en tus manos. Las empresas y emprendedores que con imaginación, conciencia y pasión decidan abanderar el «inno-liderazgo» decidirán también el futuro de los mercados.