

» Carreras & capital humano.

La química de la innovación

Los avances más vanguardistas nacen del cambio de mentalidad de los profesionales

BORJA VILASECA

Para paliar los efectos psicológicos de la crisis actual, últimamente circula por la red un texto que se atribuye a Albert Einstein (1879-1955): "No pretendamos que las cosas cambien si siempre hacemos lo mismo. La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a las personas y los países, porque la crisis trae progresos. La creatividad nace de la angustia, como el día nace de la noche. Es en la crisis donde nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias. Quien supera la crisis se supera a sí mismo sin quedar superado. Quien atribuye a la crisis sus fracasos y penurias, violenta su propio talento y respeta más a los problemas que a las soluciones".

Y continúa: "La verdadera crisis es la crisis de la incompetencia. El problema de las personas y los países es la pereza para encontrar las salidas y soluciones. Sin crisis no hay desafíos, y sin desafíos la vida es una rutina, una lenta agonía. Sin crisis no hay méri-

La adaptación permanente al cambio es clave en la 'nueva' empresa

tos. Es en la crisis donde aflora lo mejor de cada uno, porque sin crisis todo viento es caricia. Hablar de crisis es promoverla, y callar en la crisis es exaltar el conformismo. En vez de esto, trabajemos duro. Acabemos de una vez con la única crisis amenazadora: la tragedia de no querer luchar por superarla".

Aunque no se sabe cuándo se escribió este texto, su mensaje resulta muy apropiado en los tiempos que corren. No en vano, a lo largo de la última década, los diferentes actores socio-económicos han criticado la escasa capacidad que tienen las organizaciones es-

pañolas para innovar y dar soluciones alternativas a los retos de siempre. En 2007, por ejemplo, de los 365.000 millones de euros que se invirtieron en Investigación y Desarrollo (I+D) en todo el mundo, el 40% llevaron el sello de alguna compañía norteamericana, según un informe de la Comisión Europea.

Con el objetivo de recortar distancia con el resto de economías que apuestan por jugar la liga de la calidad y del valor añadido, el Gobierno español puso en marcha en enero de 2008 un nuevo plan nacional de I+D, que hasta 2012 concederá subvenciones por valor de 47.000 millones de euros. Actualmente, más del 70% de las pymes —que representan el 98,8% del total de empresas españolas— reconoce que "la innovación no forma parte de su estrategia actual", según datos del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Y, entre otras causas, la mayoría de empresarios se justifica aludiendo a "la falta de recursos económicos".

Sin embargo, "se trata de una excusa, pues la verdadera innovación radica en la actitud innovadora de sus profesionales", afirma Antonio Flores, consejero delegado de la consultora Loop, especializada en crear nuevas categorías de productos y servicios, con más de 60 empleados en España, Argentina y Dubái.

En su opinión, "lo primero que debe plantearse una empresa es para qué se quiere innovar". Más que nada porque "la única innovación sostenible es la que sirve a la sociedad, atendiendo necesidades y demandas emergentes, estrechamente relacionadas con el bienestar de las personas y del medio ambiente del que todos for-



El plan de I+D prevé subvenciones de 47.000 millones hasta 2012. / JAVIER LARREA

mamos parte", agrega.

Lo paradójico es que la actitud innovadora de las personas es una inversión que sí está al alcance de los empresarios, pues comienza con los procesos de selección de personal. "Hoy en día lo puedes comprar e imitar todo salvo la actitud de las personas, su creatividad, su energía, su motiva-

ción y su entusiasmo; tan necesarios para impulsar los avances vanguardistas que permiten que las organizaciones crezcan, evolucionen y permanezcan con el paso del tiempo", reflexiona Flores, coautor de *La alquimia de la innovación* (Infonomía).

Así, "los directivos que sueñan con liderar empresas innovado-

ras deben esforzarse por construir culturas organizacionales basadas en el cambio y la adaptación permanente, evitando el borreguismo que genera rutina y estancamiento". En los entornos laborales innovadores, "los jefes piden y premian las ideas de sus colaboradores, fomentando su iniciativa y proactividad", añade Flores, para quien primero viene el cambio de mentalidad, segundo el cambio en la puesta en práctica y, por último, la obtención de nuevos y mejores resultados.

La innovación surge como consecuencia de alcanzar la "madurez organizacional", a partir de la que los directivos se cuestionan la manera en la que se están haciendo las cosas dentro de su empresa para ver cómo pueden mejorarse. Al menos así lo piensa uno de los clientes de Loop, Juanjo Azcárate, consejero delegado de los centros de estudio CCC, con 70 años de historia en la formación a distancia y 200 personas en plantilla.

En este caso, la dirección descubrió que el trato a los alumnos podía mejorar, generando más valor añadido por parte del profesorado. "La crisis nos ha ayudado a darnos cuenta de que es una oportunidad para introducir una innovación humanista, formando a nuestros profesores para que inspiren y estimulen a los alumnos, además de

compartir con ellos el resto de conocimientos teóricos y técnicos", explica Azcárate. "También estamos haciendo cambios para mejorar todo el proceso formativo, desde que el alumno se inscribe en un curso hasta que lo finaliza, potenciando la labor de *feedback* y seguimiento, mejorando nuestra vocación de servicio", añade. ■

EDUARDO PUNSET Economista y divulgador científico

"La curiosidad lleva a crear"

B. V.

En España, uno de los máximos exponentes en el campo de la actitud innovadora es el economista y divulgador científico Eduardo Punset i Casals (Barcelona, 1936), que esta semana compartió sus reflexiones en la feria Expoliva, en Jaén, de la mano de la consultora de recursos humanos People Excellence.

Pregunta. ¿Qué se requiere para ser innovador?

Respuesta. Saber que hay más cuestiones sin respuesta que con respuesta. Y que el mejor lugar para encontrarlas es dentro de

uno mismo. De ahí la importancia de cogerle el gusto a cuestionar, a reflexionar, a pensar por uno mismo. Las personas innovadoras ponen su curiosidad y su talento al servicio de mejoras tangibles para la sociedad, pues son conscientes de que lo importante no es si hay vida después de la muerte, sino que la haya antes, mientras estamos vivos.

P. Usted suele decir que los jóvenes son más innovadores...

R. Por una simple cuestión evolutiva, sí, lo son. En general, no se aferran con tanta facilidad a lo establecido, ni tratan de evitar el riesgo y el cambio continuamen-

te. Por el contrario, suelen abandonar las reformas profundas de la empresa y la sociedad. Y lo hacen constatando la necesidad de conciliar conocimiento y entretenimiento.

P. ¿Qué recomendaciones daría a los empresarios para promover la innovación en sus equipos humanos?

R. Recomendando automatizar al máximo los mecanismos de decisión. Más que nada porque la civilización ha consistido en la progresiva automatización de los procesos productivos. También es vital fomentar el trabajo en equipo, y eso sólo se consigue con el



Eduardo Punset.

aprendizaje social y emocional; es decir, la gestión de las emociones básicas y universales con que la gente viene al mundo.

Paralelamente, se debe estimular el trabajo y el pensamiento multidisciplinar, tanto de contenidos como de entornos. Y mucho cuidado con intentar saber cada vez más de menos, pues así se termina sabiéndolo todo de nada. ■

COACHING es el arte de descubrirnos a la persona que somos y lo que queremos hacer para alcanzar nuestras propias metas

COACHING PARA LA SUPERACION EMOCIONAL PERSONAL Y PROFESIONAL

ESPAÑOL/ENGLISH

671-527-279
917-901-160
info@magnacoaching.com

S!

suscríbete
902 11 91 11