

Rafael Gómez Nava
La **innovación** debe
generar
VALOR

REDACCIÓN ISTMO





El avance tecnológico influye constantemente en la comunidad empresarial y en sus centros de educación, que deben abrirse a la innovación, manteniendo a la persona y su ruta de perfeccionamiento en el centro de todo.

En relación con el avance tecnológico, las escuelas de negocios se desarrollan a la par que las empresas. Es una época en que la innovación cunde y los emprendedores tienen una actitud distinta, más global, más comprometida con su entorno. En concordancia, el aprendizaje ofrece grandes oportunidades de innovación, sin hablar necesariamente del campo tecnológico, sino de la eterna relación entre el profesor y una persona interesada en aprender. Aquí lo importante es siempre generar valor.

Estas son algunas de las ideas que comparte con *istmo* el doctor Rafael Gómez Nava, director general del IPADE Business School.

EL EMPRESARIO DEL SIGLO XXI

«La razón de ser de una escuela de negocios está en el vínculo y la generación de valor a la comunidad empresarial. Las instituciones educativas no solo tienen que ir al ritmo de las compañías en lo que respecta al avance tecnológico, sino que deben ser coadyuvantes en su desarrollo a través del contraste de ideas, del enriquecimiento por medio del punto de vista de otros países, sectores, empresas y, por supuesto, a través del desarrollo de conocimientos,

habilidades, actitudes y valores», señala el doctor Gómez Nava.

Toda escuela de negocios «está llamada a ser relevante, vigente, proactiva y a ser un factor de influencia positiva en la comunidad empresarial y en el desarrollo de cualquier país», considera. Su razón de ser está en las mujeres y hombres que hacen empresa, por tanto, «al atender este vínculo las escuelas de negocios se actualizan, desarrollan contenidos y fortalecen sus capacidades internas para generar valor».

Especialmente en la última década y media, el perfil del empresario ha evolucionado de una manera acelerada, describe el directivo. «Hoy en día hablamos de una mujer o un hombre con acceso a información en tiempo real a nivel global y a muy distintos puntos de vista». Es un participante informado, preparado, que normalmente está buscando nuevas oportunidades.

Es un gran emprendedor que quiere habilitar nuevas ideas, con una enorme apertura para hacer más, crecer mejor, mantener ventajas competitivas y proponer soluciones innovadoras ante necesidades de sus clientes, que han evolucionado tan aceleradamente como ellos.

«En el IPADE ese perfil nos encanta: tiene un carácter entusiasta, global y, a través de la responsabilidad social, genera valor a su entorno. Es un perfil mucho más magnánimo, atrevido y lleno de oportunidades que en otras épocas y

tiene el potencial de tener cada vez mayor impacto a nivel global», apunta el doctor Gómez Nava, también profesor en el área de Dirección de Operaciones.

Ejemplos hay muchos: empresas mexicanas que han logrado llevar sus modelos de negocio a otros países, como Bimbo, Cinépolis, KidZania, hasta en el sector industrial, con empresas como Nemark y Grupo Industrial Saltillo, que con talento y buen manejo, han probado que tienen capacidad, *skills* y la ilusión por formar empresas de clase mundial.

«Hoy las vemos compitiendo en cualquiera de sus sectores y países, con un enfoque global. Qué decir de empresas como Orbia (antes Mexichem) que con su modelo de soluciones es una de las empresas más globales a nivel



internacional con un sello, origen y génesis profunda en una familia mexicana».

En medio del avance tecnológico, el empresario de hoy se sostiene sobre los pilares de lo que ha dado en llamarse *soft skills*, las habilidades que le permiten emprender, superar dificultades, donde la resiliencia juega un papel preponderante para superar crisis locales, regionales y mundiales.

«Plantear un rumbo, comunicar con confianza que ese rumbo es viable, superar y dirimir dificultades y conseguir resultados a través del desarrollo de equipos de alto desempeño. Las *soft skills* dejaron de ser una promesa», describe el doctor Gómez Nava. Muchas de ellas tienen su fundamento en virtudes humanas, como fortaleza, laboriosidad, magnanimidad, humildad.

Por eso en el IPADE -apunta- «creemos en el perfeccionamiento de la persona que, al ser mejor, puede realizar a través de sus habilidades, valores y virtudes humanas un mejor trabajo».

Perfeccionar es un trabajo de toda la vida. No hay virtud que se alcance de manera plena. «Aquel líder que crea que es virtuoso en todo y en su totalidad, es en realidad un líder frágil. El saber que debe también enfrentar la fragilidad humana es uno de los rasgos de la humildad que, paradójicamente, lo fortalecen. Fortaleza y humildad son dos virtudes que permiten a quien dirige saber recibir un buen consejo y ejecutar con determinación, pero también detenerse para procesos de reflexión que lo lleven a tomar cada vez mejores decisiones», define.

LA EDUCACIÓN COMO GENERADORA DE VALOR

El proceso de perfeccionamiento constante lleva naturalmente al planteamiento de que el aprendizaje nunca termina, formula el director del IPADE. «Aquella época en donde alguien podía obtener un grado académico y con él mantenerse vigente por el resto de su vida, es ya anacrónica. El llamado *lifelong learning* hace que tanto quien enseña como quien aprende tengan un

«El llamado *lifelong learning* hace que tanto quien enseña como quien aprende tengan un compromiso en tiempo continuo y no en tiempo discreto».

compromiso en tiempo continuo y no en tiempo discreto».

Cualquier momento ofrece oportunidades de aprender, mejorar y ser mejor persona. En las escuelas de negocios, el profesor de hoy echa mano de diversas metodologías, en cualquier modalidad: presencial, asincrónica, talleres, simulaciones, *webinars*, siempre y cuando generen impacto y un desafío real en las personas y se mantenga enfocada en la persona humana.

El trato personal a quien quiere mejorar no es del todo sustituible, cuando lo que se quieren desarrollar son habilidades y generar cambios profundos en la vida de las personas. «En pocas palabras, los recursos hoy son infinitos, las herramientas están al alcance de todos, el contenido se ha democratizado y el acceso es universal. Lo que nunca cambia, independientemente del modelo de entrega, es el legítimo interés por ayudar, servir y hacer que el otro sea mejor persona», apunta el doctor Gómez Nava.

La innovación educativa parte hoy en día del participante, de su perfil y necesidades de aprendizaje. «Aquí ha habido una enorme transformación, en donde teniendo tantos recursos pedagógicos, didácticos y de conocimiento, la educación se vuelve más versátil, flexible y debería ser cada vez más relevante y centrada en la persona».

La única forma importante de innovar es generar valor de cara a las personas, sus empresas y la comunidad, de lo contrario es innovación falsa, apunta. «Yo diría que tanta tecnología como sea necesaria, aprovechándola al máximo, pero el interés en la persona siempre como prioridad».

Innovar en materia educativa no tiene nada que ver con la edad, por supuesto. El estudiante puede ser un joven universitario o un experimentado empresario. Cuando un profesor es auténtico, profesional, tiene experiencia en su tema y ha sido capaz de



propiciar las preguntas correctas que generen reflexiones profundas y, por lo tanto valor, se puede decir que sigue innovando.

«Creo que cada vez que un profesor se encuentra frente a una audiencia que busca aprender, el desafío es el mismo: dar valor con autenticidad, generar confianza y una orientación de servicio. Cuando un participante sale del aula y su conversación interior está en los temas que vio durante la sesión, se puede decir que se generó valor. Si lo que se vio no tiene resonancia, diálogo interior, ni aplicabilidad a su mundo real, no hemos generado valor».



«En las escuelas de negocios, el profesor de hoy echa mano de diversas metodologías, en cualquier modalidad: presencial, asíncrona, talleres, simulaciones, webinars, siempre y cuando generen impacto y un desafío real en las personas».

INNOVAR DESDE LA ALTA DIRECCIÓN

En su más reciente publicación, *Innovar con Identidad: conversaciones desde la Alta Dirección* (México, IPADE Publishing, 2019), el doctor Gómez Nava recopila las experiencias de una decena de CEO de empresas globales, seres humanos que, como cualquier director, enfrentan en su vida el reto de liderar una organización.

Lo que pretende esta obra es ser un espacio de diálogo entre egresados del IPADE y directores de grandes empresas a nivel global, en donde comparten las experiencias que enfrenta un director. «Los buenos momentos y los no tan buenos; los momentos de alta adrenalina y de reflexión. Los momentos de atreverse a cambiar, pero también de resistir la tentación de cambiar aquello que es valioso y evitar destruir valor», describe.

En cada capítulo existe un apartado reservado para la innovación. En todas las empresas se están buscando nuevas formas de generar valor al cliente y, por lo tanto, de sostener un

modelo de negocios competitivo y duradero. «Se trata de directores con un éxito indiscutible, que a través de muchos años han construido carreras profesionales de alto prestigio y desempeño. Todos están interesados en la dimensión humana y en el desafío de innovar».

De innovar, respetando aquellos valores que desde el pasado les han permitido llegar al momento actual, menciona el doctor Gómez Nava. «Valores que pueden y deben seguir proyectando de cara al futuro, en donde habrá muchas cosas que se deberán cambiar, reformular, generar disrupciones en el mercado, pero donde los cimientos identitarios de valores son y seguirán siendo aquellos elementos que deben perdurar».

Innovar con identidad implica el doble mandato de ser vigente y relevante, pero siempre con valores que permitan servir mejor y hacer que la sociedad y las personas sean cada vez más plenas. </>