

IMPACTO DEL SEXO SOBRE EL INGENIO ORGANIZACIONAL



SILVIA LEAL

DOCTORA, EXPERTA EN INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

De acuerdo a la American Association for the Advancement of Science en los Estados Unidos, más del 50% del incremento del PIB y más del 66% del aumento producido en la productividad encuentran su origen en la innovación y las nuevas tecnologías. En Europa las estadísticas son muy similares. De acuerdo a la Comisión Europea, esos porcentajes son de un 25 y del 40% respectivamente entre 1995 y 2007 (años previos a la crisis financiera).

Por ello, dada la extensa literatura, pero también la falta de consenso sobre el mejor modelo de gestión del proceso innovador, he liderado una investigación de cuatro años que se ha visto reflejada en medios internacionales tan reconocidos como Forbes, en base a la que hemos diseñado un modelo en tres dimensiones para la gestión de este proceso tan crítico, pero tan difícil de gestionar. Este modelo teórico y sus predicciones han sido empíricamente validados a través de una muestra que hoy recoge ya el comportamiento de más de mil profesionales. Este nuevo modelo mide y predice el impacto de la identidad creativa, recogiendo la influencia de factores individuales como la creatividad, el optimismo y/o la autoestima. Adicionalmente, hemos incluido una segunda dimensión que refleja el ecosistema innovador a través de elementos como la cultura de innovación, el entorno laboral y/o las prácticas directivas. Sin embargo, sus principales contribuciones son el foco central sobre la motivación, el motor biológico que lleva a un individuo a intentar innovar, así como sobre las diferencias de género.

De acuerdo a la investigación, la creatividad y la motivación son los principales determinantes en el comportamiento del género masculino. De hecho, estos dos elementos son capaces de predecir más de un 40% del comportamiento. Sin embargo, en el género femenino el proceso está determinado y se puede predecir a través de la autoestima, los recursos y las expectativas. Estas importantes diferencias hacen necesarias medidas específicas para maximizar el potencial creativo disponible.

La literatura y la investigación argumentan numerosas razones. Por ejemplo, se ha sugerido que los estereotipos sociales y las expectativas sobre cada género tienen un impacto directo sobre como hombres y mujeres se comportan en el entorno laboral. Nuestra investigación apunta, sin embargo, a la necesidad de profundizar sobre el proceso y aprender a gestionar, de verdad, la diversidad.

Adicionalmente, la investigación aporta interesantes conclusiones frente a las mejores prácticas en este ámbito. Por ejemplo, muestra que el impacto de la cultura de innovación es muy bajo, y que las prácticas directivas y el entorno laboral no tienen ningún impacto. Sin embargo, son precisamente estos factores los que son considerados en la mayoría de los casos como los más impactantes. Por ello, más del 90% de los proyectos dirigidos a dinamizar este proceso están enfocados sobre la creatividad, pero también sobre la cultura de innovación.

Estos resultados indican que las organizaciones deben “re-pensar” sus políticas y acciones en este campo. En otras palabras, la innovación es un “factor humano”, y las compañías deben poner toda su atención sobre los motivadores biológicos intrínsecos, para proporcionar a este proceso la misma eficiencia que al resto. Esto debe hacerse, por supuesto, entendiendo el impacto de la diversidad y estableciendo medidas diseñadas para cada género, con el objetivo de maximizar su valioso ingenio organizacional.