

Americaeconomia.com, 5 de Abril de 2011

Inteligencia: Las virtudes de la mente que agregan valor

Algunos asombran con sus malabares con los números y otros a través de la claridad de sus palabras, así como también hay quienes manejan las relaciones interpersonales con elegancia y sutileza. ¿Qué inteligencia es mejor para hacer negocios?

Autor: Daniela Arce

¿Sabe que es inteligente, pero esta característica no le ha sido suficiente para triunfar? Al igual que muchos otros, usted puede ser parte de ese porcentaje de ejecutivos que se sabe superior a la media y que constata, a través de sus excelentes ideas de negocios, que lo es, pero aún así, siente que tiene desventajas respecto de algunos pares.

“Cuando estás en una posición donde todos son relativamente inteligentes -alto coeficiente intelectual más conocimientos específicos técnicos- tener la mente rápida y lúcida ya no es una ventaja competitiva. Son otras competencias las que permiten a los ejecutivos destacar por encima de sus homólogos”, dice la consultora en recursos humanos Laura Mari, de la consultora Inteligencia Emocional Interpersonal.

De esta forma, el asegurar altos resultados en la compañía o crear valor a largo plazo en una organización, no está únicamente relacionado con la tan popularmente valorada inteligencia lógico-matemática, es decir aquella que se asocia más frecuentemente a la capacidad de hacer negocios.

Ampliamente conocido y popular es el concepto de "inteligencia emocional", que ideara Daniel Goleman en 1995, al punto que ya es parte de los lugares comunes al hablar de inteligencia.

Sin embargo, sigue en desarrollo. “Si nos basamos en algunos de los estudios recientes que existen sobre inteligencia emocional podemos afirmar que ésta ya se ha instalado como ventaja competitiva para los directivos en las organizaciones”, indica Robert Emmerling, profesor visitante de la española Esade y consultor de Inteligencia Emocional Interpersonal.

Ahora, en materia de inteligencia como factor de competitividad, el asunto no es echar a competir los distintos tipos que se distinguen, sino más bien identificar las combinatorias más exitosas entre éstas.

Rodolfo Sommer, gerente general de la empresa de headhunting SommerGroup, agrega que el buen desempeño ejecutivo no depende exclusivamente de la intensidad o tipo de inteligencia de cada quien, pues los cambios en las variables de contexto suelen poner a prueba esquemas de inteligencia que han sido exitosos.

“Se configuran escenarios que van exigiendo ciertas competencias por sobre otras. Por ejemplo, una empresa que está en una industria en pleno desarrollo y que es altamente competitiva va a necesitar de ciertas características, como la visión de mercado o la agilidad estratégica, lo que se vincula mucho con la imaginación, siendo esto distinto a una compañía que se encuentra en una industria donde el negocio es mucho más maduro, y que la relación con los clientes es distinta, en la que puede primar más la inteligencia interpersonal”, explica Sommer.

¿Existe la combinación perfecta? La vuelta al Renacimiento Leonardo da Vinci fue considerado un genio tanto en su época como hoy, al punto que sobre él recae el apelativo del "hombre universal", es decir quien es capaz de desenvolverse competentemente en todas las esferas del quehacer humano. Sin embargo, durante mucho tiempo los bonos de este tipo de inteligencia holística retrocedieron a causa de la hiper especialización que dejó la ciencia.

Hoy, en cambio, frente a escenarios crecientemente complejos y multivariados, se vuelve a valorar a quienes son capaces de hacer síntesis que comprendan los problemas de manera integral.

Así lo constató la escuela francesa Insead en 2010 mediante el ranking de “Los 200 ejecutivos de alto rendimiento en el mundo” (The 200 top-performing CEOs in the world)

En el estudio se estableció que una de las claves del buen CEO era el haber ascendido al puesto desde otro cargo dentro de la empresa, acción que lo hacía mejor que quienes llegaban de fuera. Esto, pues este ascenso dentro de la misma compañía es un buen predictor de una exitosa combinación de distintos tipos de inteligencia.

De algún modo el CEO debe reunir las habilidades mentales que se esperan del total de los empleados de una compañía. Sin embargo, dada la naturaleza del trabajo, existen algunos énfasis que aparecen como más necesarios según cargos.

Así, es deseable que un CEO al menos posea inteligencia interpersonal para potenciar su liderazgo, altas dosis de intuición de mercado para así proyectar el futuro. A eso se suma la imaginación para visionar cómo transformar la empresa.

Por su lado, un gerente de marketing “requiere de un buen desarrollo de la inteligencia lingüística, pues esta permite crear y comunicar de manera atractiva, diferenciadora y eficiente los mensajes”, dice el psiquiatra Roberto Amon, de Ineclinic.

Pero también es necesario ser bastante sensible a las tendencias del mercado, por lo que se debe presentar altos grados de imaginación empática para descubrir a sus clientes y capacidad de análisis objetivo de los elementos en juego. “Debe tener creatividad comunicacional”, asegura Sommer.

El perfil de un gerente de finanzas debe ser más analítico, para interpretar hábilmente información y usarla para decidir, proponiendo cursos de acción. “Acá se necesitan grados óptimos de la inteligencia lógico-matemática, lo que

le permitirá entender relaciones numéricas complejas proponiendo soluciones creativas", comenta Amon.

El gerente de recursos humanos, por su parte, necesita vincular a las personas que trabajan en la empresa con el negocio. Sommer dice que "esto se logra implementando acciones para que el capital humano sea un motor", lo que implica altas dosis de inteligencia verbal e interpersonal, de modo que se combinen para generar comportamientos adecuados y diseñar un cuadro de talentos en que estos se potencien.