

## ‘Si consigues empleados felices darán productos felices a sus clientes’

---

El especialista en optimizar recursos humanos a través de la preparación de líderes empresariales y ejecutivos, Eduardo Sicilia, asegura que la creatividad es un elemento esencial a la hora de renovar el modelo productivo español. Apuesta por la formación de los jóvenes hacia el emprendimiento, y confía en que las nuevas generaciones "revolucionen" el tejido industrial con ideas innovadoras. El directivo de la escuela de negocios EOI y experto en consultoría y coaching clausuró en Ciudad Real el I Programa de Experto en Liderazgo y Dirección de Equipos que ha organizado la Fundación Horizonte XXII con la colaboración de la Universidad regional. J. Yébenes / ciudad real

**PREGUNTA.-** Como experto en el área de innovación de nuevos modelos de negocio para el mundo de las empresas, ¿Cómo ve el panorama actual en España? **RESPUESTA.-** Como país no somos grandes creadores, pero sí grandes implantadores y ensambladores de conceptos, y también somos muy creativos. Tenemos mucho miedo al fracaso, pero hay que ayudar a los emprendedores pues, aunque se hayan equivocado, es como un aprendizaje porque han arriesgado su tiempo y su capital. Por ello, tienen que tener nuevas oportunidades. Fuera se ve con normalidad que uno tenga que equivocarse para aprender. **P.-** ¿Y cuál sería el camino para el emprendimiento y para salir de la crisis? **R.-** Es un tema cultural, de base, no tenemos cultura de riesgo. No tenemos conceptos predisposición al riesgo, la gente quiere una situación cómoda y trabajos donde no haya inseguridad. Pero en la actualidad muchos parados de difícil colocación tienen como única salida montar pequeños negocios, por lo que es necesario formarlos. La salida de la crisis no sólo pasa por el factor económico, sino por el factor humano. Se superará la recesión si se generan nuevas oportunidades y riqueza. **P.-** ¿Cuál sería el perfil de un empresario creativo? **R.-** Hay que cambiar los modelos tradicionales en las escuelas de negocio y en las universidades, donde hasta ahora se basaba todo en el conocimiento. Hay que trabajar en el conocimiento, pero apostando también por el aprendizaje para impulsar proyectos y aprendiendo a comunicar y a vender los sueños. Además, la tercera pata serían los valores, es decir, sostener las ideas en el largo plazo y suscitar la curiosidad.

Por tanto, estos perfiles deben conjugar el conocer, el hacer y el ser. P.- ¿Y en esta visión tiene que ver mucho la universidad? R.- Claro, porque desde la Universidad y desde las escuelas de negocios se han de enseñar las habilidades &lsquo;blandas'. Los estudiantes, que serán los futuros ejecutivos, demandan enseñanzas que les sean útiles en el futuro. La formación se ha de centrar en la empatía, la inteligencia emocional, saber liderar y llevar equipos. P.- ¿Y estas habilidades ayudarán a renovar el modelo productivo? R.- Claramente. Nos hemos convertido en grandes productores y grandes consumidores, y en la mente humana hay otras cosas que dan valor como las ideas innovadoras. Creo que tiene que haber un cambio revolucionario, toca a esta generación que nos deslumbe y cambie las reglas, nos guste o no. P.- ¿Y para conseguir este objetivo es imprescindible la innovación? R. Sí, porque tiene más importancia que el expediente académico. Si viajas ves que las personas con capacidad creativa consiguen solución a los problemas. Puede ser genético, pero también se aprende porque son procesos. En las escuelas de negocio se enseña el concepto innovación llevado al extremo, y sólo así empiezas a pensar de otra manera. P.- ¿Ese es el mensaje que da a los alumnos? R.- Yo les hablo de mi experiencia de 26 años llevando equipos. Me he equivocado y he acertado, he abierto y cerrado empresas y es lo que a mí me ha funcionado. Creo que uno de los temas importantes es que los directivos estén tiempo fuera, en la calle. Si tengo una idea necesito contagiarte el proyecto y, por ello, hay que hablar con los empleados de todos los niveles. Tenemos que contagiar nuestras ideas para que la gente viva esa ilusión, como en EEUU donde viven su sueño con intensidad, y funciona. Aquí hay empleados un poco tristes porque se han olvidado de soñar, y hay trabajadores con muchas potencialidades y capacidades ocultas que hay que sacar. Hay que darles un espacio de seguridad para que sean creativos y aporten. Esa es la mentalidad que tenemos que trasladar. P.- ¿Y serán estas herramientas las que formen a los líderes del futuro? R.- Sí, porque a mí me han funcionado. Si tratas con generosidad a la gente, el agradecimiento es lo que mejor funciona en una organización. A la gente no se la debe gestionar como un activo sino como una emoción. Así, los empleados serán más comprometidos y darán mucho más. Es lo que se llama el salario emocional y ofrecerán más vitalidad y mejores cosas. Si consigues empleados felices darán productos felices a sus clientes, y eso hay que

contagiarlo. Me considero un provocador y evangelizador de nuevas formas de hacer. Yo me reinventé hace unos años y te das cuenta de que puedes dar mucho cuando pierdes miedos y desaprendes cosas.

