

Perú, Líder Mundial de la Biodiversidad

PIERO MOROSINI

Director de Estrategia, Liderazgo e Innovación
CENTRUM Católica

País



Imagine usted una visión poderosa del Perú como líder mundial de la biodiversidad, imagen tremendamente compatible tanto con su naturaleza excepcional como con su historia multicultural. Imagine también que, como nación, nos diéramos un plazo de cinco años para lograrlo, meta que muchos tildarían de “impensable”, “poco realista” o simple locura. Finalmente, imagine que, desdeñando estos epítetos, líderes de todo tipo de organizaciones en nuestro país se lanzaran resueltamente a establecer metas y proyectos en una gama de industrias –farmacéutica, turística, textil, agroindustrial, energética, etc.– que contribuyeran a alcanzar esta visión dentro de los plazos establecidos.

¿Qué cree usted que ocurriría luego de cinco años?

A fin de que el lector debata mejor en su mente las posibilidades de dicho escenario, considere la idea de “líderes Viracocha” que describo en mi último libro: *Las Siete Llaves de la Imaginación*. Líderes Viracocha son aquellos capaces de crear futuros impensables a partir de visiones poderosas que inspiran y movilizan las energías de muchas personas con el objetivo de hacer realidad dicha visión. Una de las características de estos líderes Viracocha –como Steve Jobs, fundador de Apple; Amancio Ortega, creador de Zara; o la familia Añaños, que concibió Kola Real– es la completitud, es decir,

una forma mental caracterizada por la capacidad de trascender dilemas en lugar de convertirlos en situaciones oponibles o antagónicas. Así, la primera Macintosh trascendió el dilema de producir un computador personal que todos pudieran manejar. Y tanto Zara como Kola Real trascendieron la disyuntiva de producir objetos de lujo para venderlos a precios bajos, creando así novísimos y pujantes mercados: moda democrática en el caso de Zara y bebidas accesibles a todos –incluso aquellos segmentos tradicionalmente excluidos del mercado– en el de Kola Real.

Las carreras de estos líderes imaginativos demuestran claramente



que expresiones tales como “escenarios realistas” o “metas ambiciosas” carecen de sentido. Cuando Zara lanzó la idea de “modas instantáneas”, se propuso implementar 104 nuevas colecciones al año en lugar de cuatro. Esto suponía un incremento de 2,600 por ciento. Pero no acababan aquí las sorpresas del modelo. Zara ofrecía ropa de calidad y diseño de vanguardia a precios 10 veces menores que la competencia. Sin embargo, sus márgenes de utilidad eran mayores, al punto que en menos de 20 años Inditex –el grupo español que controla Zara– se convirtió en la cadena de ropa al detalle más grande del mundo. Actualmente, en miles de tiendas alrededor del planeta, Zara ofrece muchas más colecciones de moda a precios mucho menores que la competencia, buena calidad, gran diseño y bajo coste, y obtiene altas utilidades. ¿No es una grave contradicción suponer que una organización pueda apuntar a obtener todo esto al mismo tiempo? Dado que Zara es real, y continúa su exitosa existencia en la actualidad, es evidente que el que una persona juzgue algunos de estos factores como mutuamente contradictorios refleja su percepción personal de la realidad, no la realidad misma. Una percepción decididamente basada en falsos dilemas, una lógica defectuosa y en relaciones de conflictividad tan mentales como innecesarias. Es la capacidad de, trascendiendo este tipo de falsos dilemas, imaginar ideas poderosas del futuro para luego implementarlas resueltamente lo

que distingue a los líderes Viracocha de Zara, Apple, Kola Real y de muchas otras organizaciones.

Y también países. En los años cincuenta, Corea del Sur estaba destrozado y partido por la mitad debido a una feroz guerra civil, y la diminuta Singapur era un amago de ciudad erigida sobre un pantano impuro. En ese entonces, ambos países eran más pobres que el Perú. Sin embargo, desde sus inicios como naciones independientes, tanto Corea del Sur como Singapur tuvieron el coraje de forjar visiones poderosas del futuro, imaginándose a sí mismos como países altamente desarrollados, líderes en el mundo en industrias y servicios de alto valor agregado, respectivamente. Treinta años después, durante la década de 1980, ambos habían logrado convertir en realidad aquellas visiones. Compare usted los resultados de pocas décadas de liderazgo Viracocha en estos países con la visión del Perú como nación extractiva, imagen que, sorprendentemente, no ha sufrido renovación alguna ni cuestionamiento significativo desde el siglo XVI. Sin embargo, el reciente desarrollo de la tecnología y las comunicaciones hacen hoy posible obtener el tipo de visiones que Corea del Sur y Singapur albergaron en los años cincuenta con mayor rapidez y mucho menos recursos que en el pasado. Es posible, pues, que naciones como el Perú recuperen el tiempo perdido.

Para lograrlo, el primer paso es cambiar de registro mental y percibir la realidad

de modo más abierto y desprejuiciado. Esto es algo difícil de hallar actualmente en quienes deberían ser líderes de opinión en el Perú. Considere dos ejemplos característicos al respecto. Criticando ciertas metas quinquenales del actual Gobierno peruano, un economista de rostro joven escribe en un importante medio de negocios cosas como: “La virtual desaparición de la desnutrición infantil o asegurar que el 40% de los alumnos rurales entiendan lo que leen son metas ambiciosas”. Al mismo tiempo, este y otros numerosos medios dedican espacio y obsesiva atención a las actividades y peripecias de la minería extractiva de bajísimo valor agregado, y poco o ninguno a la extraordinaria noticia del aniversario número 50 de la única universidad peruana que actualmente produce investigación biotecnológica de nivel mundial: la Cayetano Heredia, la cual es privada y no recibe subsidio alguno del Estado.

Así están las cosas hoy en el Perú. Los economistas jóvenes transforman sus percepciones defectuosas de la realidad en epítetos absurdos. Y los medios difunden estas y otras visiones mediocres del futuro con inexplicable insistencia, dejando de lado aquellas noticias que pueden contribuir a articular una visión de futuro nueva, poderosa y sostenible para el país. Esta situación hace necesario que todo aquel ubicado en posiciones de autoridad actúe como los líderes Viracocha, usando la imaginación para crear futuros positivos e impensables para el país. ■

