

# La Creatividad Tecnológica según Secuware

Carlos Jiménez  
Presidente de Secuware

# Si no conoces Secuware...

- PYME 100% española que ha autofinanciado durante 17 años su crecimiento gracias a la innovación.
- Creó en 1988 el primer antivirus de ordenador: Antivirus Anyware
- En 1999 el estándar de cifrado Crypt2000 para protección de datos sensibles del gobierno y de la OTAN.
- En 2003 el primer sistema antivirus para móviles.
- En 2003 el sistema de compresión GENOME para acelerar la decodificación del genoma humano.
- Desde 1998 a 2005: SSF, el único sistema operativo de seguridad del mundo.
- Hoy en día son varias empresas diferentes, especializadas en la explotación de cada una de las invenciones.

# Liderar más que converger



- Queremos ser los mejores en lo que hacemos. La única forma que hemos encontrado es anticiparnos mucho y tener la constancia y la prudencia de esperar a que se cumplieran nuestras predicciones.
- Esto ha sido posible gracias al Ministerio de Defensa (CNI), que quiso seguir el modelo americano de fomentar empresas españolas en lugar de comprar productos extranjeros, y a la sensibilidad de responsables de la Agencia Tributaria, Telefónica Móviles, Iberdrola,..

# ¿Quien innova?

- Las empresas no son innovadoras, lo son las personas.
- Para innovar o crear hay que fomentar el pensamiento no lineal, los procedimientos anulan la innovación.
  - Las empresas deberían detectar sus innovadores y crear espacios donde puedan desarrollar su innovación.
- Un innovador no busca dinero, busca hacer realidad un sueño. Esto puede ser económicamente un desastre o un filón.
  - Debemos fomentar el espíritu emprendedor en los innovadores.
  - El dominio de la tecnología permite que sus sueños se conviertan en realidades.
- ¿Cómo ser a la vez profeta, emprendedor, innovador, soñador, realista,...? Necesitamos otra educación.

# Anticipar el futuro

- Estoy seguro que Julio Linares pondrá ADSL de 50Mbits en cada casa, y lo hará antes del 2010.
- Imaginemos que lo ha hecho ya. ¿Y ahora qué?

# Pensemos en el cliente: Capacidades

- Esperanza de vida 100 años x 365 x 24 = 876.000 horas. Corregido por dormir y trabajar.  $(5/7 \times 1/3 + 2/7 \times 2/3) = 375,428$  horas.

Si dedico mis 375.500 horas libres a	Para almacenarlo necesito
Leer (1 libro por hora. Solo leo una vez en mi vida cada libro)	230 Gb
Oír música (Escucho una sola vez en mi vida cada canción)	22 Tb
Aprender conceptos (Imágenes multimedia vectoriales para aprender más rápido)	400 Tb
Ver imágenes (Veo cada imagen una sola vez en mi vida)	400 Tb

# Pensemos en el cliente: Capacidades

- ¿Cuál es el ancho de banda del ser humano?
  - 5 Mhz ancho de banda canal TV (video+audio). Muestreado 10Mbits/s. Comprimido 500Kbps. x2 (3D+stereo).
- ¿Y su capacidad de almacenamiento?
- ¿Y de procesamiento?
  
- En mi opinión, el usuario medio no puede absorber la complejidad al ritmo al que avanza la tecnología. Ni está motivado para ello.
- “Los ordenadores en la empresa se utilizan como si fueran una maquina de escribir, una agenda o un teléfono” dijo Rosa.

# Pensemos en el cliente: Motivaciones

- Un ser humano busca ser querido.
- Acabaremos construyendo maquinas que nos hagan sentirnos queridos. No queremos recibir información, queremos recibir cariño, queremos sentir. Queremos que se preocupen por nosotros, que nos animen y ayuden cuando cometemos errores.
- Si yo me equivoco cuando el GPS me indica algo, el GPS debería detectar o anticipar mi frustración y animarme. Echarse la culpa por no haberse sabido explicar o tener mal la cartografía. Ser un mentor.
- Las maquinas deberían detectar el estado de ánimo de los usuarios y adaptarse al mismo. Los ordenadores necesitan olfato.
- Deberíamos innovar en enriquecer la experiencia del usuario con tacto y olfato. La realidad virtual necesita inmersión sensorial.

# La profecía auto-cumplida

- El caso de los niños superdotados de Utah.
- El pensamiento positivo. Ahorra muchísimo tiempo, genera entusiasmo.
- Las invenciones disruptivas. Rompamos las reglas, utilicemos la imaginación, volvamos a sentirnos niños.
- El asombroso orden que surge del azar. Las cosas pasan por algo.
  
- Tu eres una de las 1000 personas con más capacidad de innovar de España. Es tu derecho pero también tu deber, ayudar a los otros 45.000 españoles innovando o enseñándoles a innovar.

# Escenarios de cooperación

- Las empresas deberían trabajar en equipo.
- Proyectos tractores.
- Plataformas tecnológicas españolas.
  - La Plataforma Española de Seguridad no tiene un equivalente en Europa. Es una oportunidad de liderar en Europa.
- Ejemplo: ¿Cómo podemos ayudar a Zara a expandirse más?  
Tecnología integrada en la ropa.

# Mas información

- Appreciative Management and Leadership. The Power of Positive Thought and Action in Organizations. Euclid, Ohio: Williams Custom Publishing.
- Barge, J. Kevin and Oliver, Christine (2001). "Working with Appreciation in Managerial Practice". Paper unpublished.
- Bartunek, J. (1984). Changing interpretive schemes and organizational restructuring: The example of a religious order. *Administrative Science Quarterly*, 27, 355-372.
- Bower, G. (1981). "Mood and Memory." *American Psychology*, 36, 129-148.
- Brief, A. and Motowildo, S. (1986). "Prosocial Organizational Behaviors." *Academy of Management Review*, 11, 710-725.
- Clark, M.S. and Isen, A.M. (1982). "Toward Understanding the Relationship Between Feelings States and Social Behavior." In A. H. Hastorf and Isen (eds.), *Cognitive Social Psychology*. New York: Elsevier.
- Encyclopedia of Positive Questions. Euclid, Ohio: Lakeshore Communications.
- Cooperrider, D. L. (1999). "Positive Image, Positive Action: The Affirmative Basis of Organizing" En Cooperrider, David L. and Srivastva, Suresh. (Editors). *Appreciative Inquiry in Organizational Life*. Research in Organizational Change and Development, Vol. 1, pages 129-169. Publicado también en Cooperrider, David L. and Srivastva, Suresh. (Editors) (1999).
- Cooperrider, David L. (1999). *Appreciative Inquiry*. San Francisco: Berrett-Koehler Communications, Inc.
- Gergen, K. (1982). *Toward transformation in social knowledge*. New York: Springer - Verlag.
- Hammond, Sue. (1998). *The Thin Book of Appreciative Inquiry*. (2nd . Ed.) Plano, Texas: TB Thin Book.
- Isen, A. (1984). "The Influence of Positive Affect on Decision Making and Cognitive Strategy." *Social Cognition*, 2, 18-31.
- Johnson, G. and Leavitt, W. (2001). "Building on success. Transforming organizations through an appreciative inquiry". *Public Personnel Management*, pages 1-7.
- Lewin, K. (1951). *Field theory in social science*. New York: Harper and Roe.
- Management and Leadership. The Power of Positive Thought and Action in Organizations. Euclid, Ohio: Williams Custom Publishing.
- Marcel, G. (1963). *The existential background of human dignity*. Cambridge. Harvard University Press.
- Maslow, A. (1968). *Toward a psychology of being*. New York: Basic Books.
- Murrell, Kenneth. (1999). "International and Intellectual Roots of Appreciative Inquiry. *Organization Development Journal*, v.17, No. 3, pages 49-61.
- Srivastva, S. and Cooperrider, D. (Editors) (1999). *Appreciative Management and Leadership (Revised Edition)*. Euclid, Ohio: Williams Custom Publishing.
- Organization." In T. Kinnear (ed.), *Advances of Consumer Behavior*. Ann Arbor, Mich.: Association for Consumer Research.
- Sheikh, A. (1984). *Imagination and Healing*. New York: Baywood.
- Ventrella, Scott W. (2001). *The Power of Positive Thinking in Business*. New York: The Free Press.
- Watkins, Jane M. and Mohr, Bernard. (2001). *Appreciative Inquiry*. San Francisco: Jossey-Bass/Pfeiffer.
- Whitney, Diana; Cooperrider, David; Trosten-Bloom, Amanda; Kaplin, Brian S. (2002).