

LOS PILARES DE LA INNOVACIÓN



LOS INTENTOS SON PARTE DEL ACIERTO.

¿COMO HARÍA PARA GANAR DINERO SI SOLO TUVIESE 5 DOLARES Y 2 HORAS?

Este es el problema que Tina Seeling dio un día a sus estudiantes de la Universidad de Stanford. Los estudiantes tendrían una semana para planear sus acciones, pero una vez abierto el sobre que contenía los 5 dólares solo tendrían 2 horas para conseguir la mayor cantidad de dinero posible. Al final de la semana tendrían tres minutos para presentar su proyecto y resultados al resto de la clase. Catorce grupos se abocaron a esta tarea. Y usted es el grupo 15.

Antes de continuar me gustaría que reflexionase unos minutos sobre sus posibles vías de acción. ¿Qué haría usted? Los resultados de este ejercicio sirven para ejemplificar de forma precisa el estado de las empresas, organizaciones y profesionales en estos momentos de crisis.

1. Organizaciones en desesperación

Los miembros de estos grupos se apresuraron a utilizar su dinero en el Casino o en juegos de azar, lo que significa asumir un altísimo riesgo por un retorno incierto ante la incapacidad de generar escenarios alternativos.

2. Organizaciones tradicionales

Los miembros de estos grupos recurrieron a lavar coches o montar stands de limonada o fotografía utilizando los 5 dólares para asumir los costes iniciales. Estos grupos buscaron soluciones en el pasado, re-utilizando viejas estrategias para resolver nuevos problemas. El resultado de estos grupos fue de moderado a bajo.

3. Organizaciones innovadoras

Los miembros de estos grupos utilizaron una de las técnicas básicas de Pensamiento Creativo que enseñamos en nuestros talleres: Cuestionamientos.

a. **El enfoque:** Lo primero que se cuestionaron fueron sus propios recursos y, partiendo de la base que 5 dólares era casi lo mismo que nada, re-enfocaron la situación de una forma mas amplia: «¿Cómo haríamos para ganar dinero si no tuviésemos dinero en absoluto?» este enfoque les permitía superar la limitación del dinero que frenaba la aparición de soluciones mucho más creativas.

b. **Generación de alternativas:** Luego se cuestionaron situaciones en las cuales cotidianamente estaban insatisfechos para diseñar una solución creativa para las mismas. En este proceso identificaron por ejemplo que las personas haciendo cola en los restaurantes pagaría con una sonrisa por poder sentarse en ese momento y evitar la espera. Con lo cual montaron un negocio donde reservaban mesas en los restaurantes mas ocupados de la ciudad para luego vender esas reservas a las personas esperando en la cola. Otro grupo descubrió que había un gran número de ciclistas en su campus y montaron un negocio mejorando la presión de los neumáticos.

c. **Mejora continua:** Ambos grupos habían detectado necesidades cuestionándose situaciones cotidianas y diseñando alternativas. Pero aún así durante la ejecución en esas 2 horas pudieron hacer ajustes a sus negocios: el grupo de las colas de los restaurantes descubrió que sus ventas mejoraban cuando las vendedoras de las colas eran mujeres y los hombres se dedicaban a hacer las reservas en los restaurantes. Y el grupo de las bicicletas descubrió que si en vez de cobrar 1 dólar a cada usuario, dejaba la contribución a voluntad de cada cliente estos, extremadamente agradecidos, tendían a dejar mas dinero que el precio estipulado.

Estos grupos desarrollaron soluciones utilizando el potencial del pensamiento creativo para re-enfocar el problema, diseñar soluciones extraordinarias y mejorar durante la ejecución.

4. Organizaciones en re-inención

Estos grupos re-inventaron su organización pensando lateralmente para lograr soluciones extraordinarias. El pensamiento lateral es una forma no lineal de ver una situación. El gran problema que ha encontrado el desarrollo del pensamiento lateral en las organiza-

ciones es que las soluciones que aporta son —además de excelentes— tremendamente lógicas y por lo tanto las organizaciones creen erróneamente que puede llegarse a ellas a través de la lógica y el pensamiento tradicional. Cuando lo cierto es que para encontrar estas situaciones hace falta desarrollar habilidades de pensamiento completamente nuevas.

El grupo en particular planteó el problema de una forma completamente nueva, observando que el elemento de más valor en su posesión no era el sobre con los 5 dólares sino los 3 minutos frente a toda la clase. El grupo ofreció esos tres minutos a una empresa local que tenía como público ese grupo objetivo y vendió los 3 minutos a 650 dólares. Brillante, ¿verdad?

CONCLUSIONES

En un mundo cambiante y cada vez más competitivo, para aportar valor y marcar la diferencia con la misma información, recursos y conocimientos la ventaja competitiva estará en la capacidad de generar ideas realmente originales que aporten valor y marquen la diferencia. Y tener el coraje y las herramientas para ponerlas en marcha.

Por tanto, el desarrollar estas habilidades de forma consciente y constante es una responsabilidad de todas las organizaciones (públicas y privadas) que quieran sobrevivir en el futuro. © Texto: www.actitudcreativa.es | www.actitudcreativa.es/blog | hola@actitudcreativa.es | 91 708 60 64

Actitud*Creativa*
¿CUÁNTAS IDEAS NUEVAS HAS TENIDO HOY?