

CREATIVIDAD PARA LA GENERACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO.

- La idea, el origen del negocio.
 - ¿Cómo pensamos?
- Otra forma de pensamiento.
 - Cómo lograr ideas.

- La idea, el origen del negocio

La decisión de crear una empresa, independientemente del tamaño o de la actividad que desarrolle, constituye el inicio de un proceso que durará tanto como la propia empresa, pero que se inicia con la existencia de una idea y su posterior transformación en proyecto.

Hay personas que han puesto en marcha ideas de negocio realmente innovadoras y exitosas o ideas que, sin tener un marcado carácter innovador, han sabido dar respuesta a necesidades concretas y también han resultado un éxito.

Para tener un idea no es necesario ser un inventor, ya que la mayoría de las ideas de las que surgen los nuevos negocios no parten directamente de grandes descubrimientos técnicos, sino de la observación de las necesidades que se producen en la sociedad que nos rodea, de observar con atención la vida cotidiana.

No obstante, aunque todos los negocios surgen de una idea, no todas las ideas significan necesariamente negocio. Por tanto, el núcleo de todo negocio es dar con la idea apropiada. Y un negocio puesto en marcha con una idea apropiada tiene muchas posibilidades de sobrevivir y crecer. Sin embargo, la aplicación directa de una idea no tiene por qué derivar en un negocio viable.

Conseguir una buena idea para iniciar un nuevo negocio es posible. Una de las claves fundamentales es utilizar y desarrollar las aptitudes creativas. Porque todas las personas poseen capacidad creativa y, por tanto, pueden desarrollar esa capacidad.

Uno de los factores más importantes para poder generar ideas, e ideas innovadoras, es desarrollar una mentalidad abierta, que esté siempre a la búsqueda de oportunidades nuevas y que piense de forma creativa sobre las situaciones, las personas y las cosas. La creatividad es un elemento esencial para provocar cambios a nuestro alrededor y conseguir que ocurra algo nuevo y diferente; es descubrir, desvelar lo que está oculto.

Ser una persona creativa consiste en ser capaz de pensar y mirar las cosas desde una perspectiva nueva o diferente, es decir, ser una persona innovadora.

La realidad es que la persona creativa ve las mismas cosas que el resto de personas y tiene a su disposición la misma información. Pero, con todo ello, produce algo distinto porque utiliza otras formas de pensamiento.

El principio básico del pensamiento creativo postula que cualquier valoración de una situación solamente es una de sus muchas posibilidades. Por eso mejorar nuestra capacidad creativa significa aprender a buscar alternativas a las perspectivas habituales de pensamiento que utilizamos.

Además, la creatividad puede aplicarse no sólo a la generación de ideas de negocio, sino a situaciones habituales de una empresa, a la introducción de nuevas líneas de productos o servicios y a su mejora, etc..

- ¿Cómo pensamos?

Es muy habitual relacionar la creatividad con el arte y pensar que sólo artistas de diferentes disciplinas tienen verdaderamente desarrollada esa facultad.

La realidad es que todas las personas poseen capacidad creativa, aunque no todas sean capaces de expresarla y plasmarla al exterior. Un artista no posee necesariamente mayor capacidad creadora que las demás personas, pero sí es capaz de manifestarla y transmitirla.

Pero la capacidad de crear está limitada por múltiples condicionantes (determinantes culturales, la costumbre, los procesos de aprendizaje excesivamente esquematizados, las normas y los valores, el lenguaje, etc.), que hacen que se tienda a interpretar el entorno de acuerdo a modelos establecidos, y a hacer lo que siempre se ha hecho o lo que, según esos modelos, está bien y es correcto.

Principios del pensamiento.

Comprender los principios básicos por los que se rige el proceso de pensamiento es el paso previo para determinar la posición de partida y buscar las formas de desarrollar la capacidad de pensar creativamente.

De manera muy esquemática, las funciones que desarrolla el cerebro humano son:

- Hemisferio o lado izquierdo: da origen a la lógica, el lenguaje, la numeración, el análisis, la información lineal, el pensamiento digital y el pensamiento abstracto.
- Hemisferio o lado derecho: origina el ritmo, la intuición, las imágenes, los colores, las formas y la creatividad en general.

En realidad, todas las personas utilizamos continuamente ambos hemisferios cerebrales, si bien se hace un mayor uso del lado izquierdo debido a lo infravaloradas que en la cultura occidental están las funciones propias del hemisferio derecho.

El pensamiento lógico y racional (lado izquierdo) permite a las personas ejecutar tareas cotidianas. Si cada vez que una persona tuviera que realizar una tarea habitual comenzara desde el punto inicial, la evolución humana no hubiera sido posible.

Pero la persona tiende también a estancarse en hábitos que le hacen considerar el entorno de una forma determinada y estereotipada, lo que conduce a buscar siempre referencias conocidas y a interpretar la realidad a partir de los mismos esquemas. Como consecuencia, se empobrece el abanico de posibilidades de situarse y de intervenir en esa realidad.

La creatividad no es propiedad exclusiva de las personas con un “lado derecho” dominante. Para lograr ideas creativas, lo importante es saber trabajar con los dos hemisferios: con el lado derecho, para conseguir el mayor número de ideas o alternativas posibles, y con el lado izquierdo para seleccionar la más adecuada.

Bloqueos a la creatividad.

Los bloqueos que limitan la capacidad de pensar creativamente son una realidad. Por eso, para ser una persona creativa es preciso, antes que nada, creer en ello y en uno o una misma, y superar las barreras que coartan la creatividad.

Algunos de estos bloqueos se originan en el entorno social en sus distintos ámbitos porque, habitualmente, el medio social o cultura lleva a pensar de modos estereotipados y normalizados. Por tanto, es importante adquirir el hábito de adoptar una postura crítica, para analizar aquello que nos rodea desde otras perspectivas. Este es un punto muy importante para poder incidir en el medio a través de ideas que sean posibles negocios.

Además de bloqueos que se originan ya en el ámbito escolar (motivados por sistemas de enseñanza que, por regla general, no fomentan la creatividad y la espontaneidad) existen otros de carácter psicológico, como el temor a no ser una persona creativa, una barrera fundamental que hay que superar.

Pensar que no se es una persona creativa o plantearse que, si existiera otra manera mejor de hacer las cosas ya se hubiera inventado, son reflexiones que forman parte del discurso habitual (hablado en muchas ocasiones, pero también pensado) y que tienen un efecto desastroso a la hora de liberar las facultades creadoras. Los comportamientos pesimistas no dejan lugar al entusiasmo, la curiosidad y la energía vital que necesita la creatividad para desarrollarse.

Otro de los bloqueos que hay que vencer es el temor al fracaso. Muchas personas no desean correr el riesgo de que las ideas que tienen no funcionen, o hacer el ridículo con ellas ante los demás y, para evitar posibles errores, hacen las cosas “como siempre”. Pero el hecho de no acertar y cometer errores también forma parte de las personas creativas (quizás muchas de las ideas que surjan no funcionen en la práctica, pero lo importante es que otras sí funcionarán), que son capaces de aceptarlos y de tomarlos como una oportunidad de aprender.

Existen otra serie de bloqueos que se enmarcan en el ámbito socio-cultural. La necesidad de seguir las reglas es uno de los primeros valores que se aprenden desde la niñez y que refuerza aún más el sistema educativo. Si una persona se encuentra en una situación nueva, la solución aplicada con más frecuencia es la que consiste en copiar el comportamiento de las demás personas. Pero el hacer las cosas como siempre se han hecho o como las hace todo el mundo lleva directamente al empobrecimiento creativo.

En general, la sociedad valora el razonamiento lógico y la retención de conocimientos muy por encima de la divergencia y el poder imaginativo, lo que también está bloqueando la creatividad.

La competencia y la cooperación (dos actitudes en auge también en la sociedad actual) llevadas al extremo conducen igualmente a un estancamiento de las ideas. La primera puede llevar a la persona a perder de vista el objetivo o problema que tiene entre manos para “enfrentarse” al resto; la cooperación puede implicar que la persona deba modelar sus ideas creativas adecuándolas al grupo. Y la creatividad precisa tanto de un estímulo de superación frente a otros como de la ayuda o cooperación de otras personas, pero sin exacerbar ninguno de los dos aspectos.

Priorizar el éxito o el triunfo frente a otros valores (aspecto relacionado con la competencia) tampoco es positivo para el desarrollo de la creatividad. El hecho de triunfar no es negativo, pero sí lo es el centrarlo como objetivo primordial. La orientación hacia el éxito, cuando se recalca demasiado, va en detrimento del crecimiento creativo, porque el aprendizaje de la creatividad supone experimentar, correr riesgos, tener errores, aprender de ellos y corregirlos.

Por último, señalar que la cultura ha polarizado erróneamente dos rasgos que resultan esenciales para la correcta comprensión de la creatividad: la sensibilidad (que se atribuye en exclusiva a la mujer como cualidad femenina) y la independencia (considerada masculina).

- Otra forma de pensamiento

El estudio de la técnica de las alternativas al pensamiento se debe, sobre todo, a Edward de Bono, experto en creatividad reconocido mundialmente y autor, entre otros, de éxitos como *Seis sombreros para pensar* o *El pensamiento creativo*.

Según de Bono, hay dos clases de pensamiento:

- Pensamiento lógico o vertical: reductivista, ordenado, sistemático, rígido, defensor de la normalidad y la rapidez. Considera sólo los conceptos que tienen sentido común y busca la mejor solución posible. Se para cuando encuentra un resultado satisfactorio.
- Pensamiento creativo o lateral: desordenado, integrador, flexible, original, probabilístico y lento. Acepta “locuras” y busca encontrar el mayor número de soluciones posibles. Aunque reconoce la calidad de una solución, no se para y continúa su camino buscando alternativas nuevas.

El concepto de pensamiento lateral o creativo puede ayudar a la persona a definir y comprender otra forma de pensar que le abra nuevas vías hacia una actitud más creativa, para así poder analizar el entorno y dar múltiples respuestas a los mensajes y motivaciones que de él lleguen. Es un tipo de pensamiento diferente al que estamos acostumbrados a utilizar y que no es lineal, ni secuencial, ni lógico.

Esta forma de utilizar la capacidad de pensar permite resolver los problemas a partir de métodos no ortodoxos y que, aparentemente, parecen ilógicos, pero que ayudan a solventar situaciones de bloqueo y sin salida a las que, con frecuencia, conduce un pensamiento lineal y rígido. Se trata de otra alternativa de pensamiento que permite diferentes enfoques y distintos puntos de entrada para su resolución de cuestiones.

El pensamiento lateral modifica conceptos y percepciones, que son la base de la creatividad y que implican la obtención de nuevas ideas. Una persona creativa y que, por tanto, haya desarrollado su pensamiento lateral:

- busca posibles respuestas correctas.
- disfruta resolviendo problemas y "jugando con las ideas".
- acepta los errores como una consecuencia del proceso creativo y como una forma de aprender.
- se toma descansos para dejar de lado el asunto o problema durante un tiempo.
- busca información de muchas fuentes.
- solicita las reacciones de distintas fuentes, incluso de quienes hacen de "abogado del diablo".
- se arriesga a hacer preguntas que otras personas puedan considerar "estúpidas".
- busca continuamente nuevas formas para mejorar.
- tiene un cuaderno en el que apunta todas las ideas que se le ocurren.

- Cómo lograr ideas

Todas las personas pueden ser, en mayor o menor medida, personas creativas pero, para lograr serlo, hay que conseguir estimular la capacidad de pensar “de otra forma” (pensamiento lateral). Y esta nueva fuerza de pensamiento creativo se puede aplicar a la generación de ideas de negocio innovadoras.

Para generar ideas innovadoras es conveniente pensar en términos lo más generales posibles y huir de las ideas preconcebidas. En la fase creativa, es tan importante la cantidad de ideas como su calidad, ya que la mejor manera de tener buenas ideas es tener muchas. Por eso es también esencial anotar todas las ideas que surjan ya que, si se tienen muchas ideas, es posible olvidar alguna.

Para potenciar la capacidad de pensar creativamente y, por tanto, de conseguir generar ideas innovadoras, conviene que la persona realice previamente un trabajo individual que le lleve a:

- estimular la percepción del medio que le rodea como forma de captar mejor las cosas, ya que la sensibilización perceptiva es esencial para la creatividad.
- establecer una actitud mental flexible para la resolución de cualquier tipo de problema o situación, evitando posturas rígidas y únicas.
- adoptar una actitud imaginativa, de búsqueda e inventiva.
- incorporar actitudes positivas como elemento que supone incrementar la tolerancia, la curiosidad y la disposición a los cambios.
- plantear situaciones y problemas desde una perspectiva lúdica, probabilística y festiva.
- establecer una comunicación adecuada, libre de elementos que supongan prejuzgar la situación.
- valorar el concepto que tenga sobre sí misma, ya que la autoestima es esencial para que todos los elementos anteriores puedan influir en la manera de pensar más creativamente.

Las ideas pueden surgir de muchas fuentes: personas, lugares, tendencias, acontecimientos, etc.. Por eso resulta adecuado adquirir algunos hábitos como la observación del entorno (empezando por el más próximo) y de los usos y costumbres cotidianos, también en lugares diferentes al que la persona tenga como referencia. Con la lectura de prensa diaria (también de otros lugares), de revistas técnicas o de publicaciones oficiales puede ser posible, por ejemplo, “adelantarse” a la llegada de una nueva normativa y ofrecer la solución adecuada correspondiente.

También existen una serie de herramientas o estrategias que es posible usar de manera sistemática y deliberada para generar y/o desarrollar nuevas ideas, como por ejemplo la lluvia o tormenta de ideas. El objetivo de esta técnica es generar la mayor cantidad de ideas posibles en colaboración con otras personas.

La tormenta de ideas, creada por Alex Osborne, parte de tres principios, a saber:

- cada persona piensa de una forma distinta y, por tanto, es bueno conocer las sus opiniones sobre un tema concreto.
- las personas generan ideas de una manera más creativa y productiva cuando trabajan en grupo y las pueden expresar. Una idea de una persona frecuentemente provoca una línea de pensamiento diferente en otra; si alguien oye una idea, y se le ocurre algo más sobre ella.
- las personas tienen menos miedo a expresar sus ideas cuando forma parte de un grupo en el que el énfasis se pone en la cantidad y no en la calidad.

Para dar lugar a una tormenta de ideas de forma correcta, es necesario reunir a un grupo de personas (no más de 4, en principio) y definir claramente el problema o el asunto, la necesidad o el recurso. Es preciso que participen todas las personas del grupo, y que alguien se encargue de anotar todas las ideas a medida que vayan surgiendo (no conviene, en ningún caso, grabar la sesión). No importa que las ideas sean descabelladas; hay que aceptarlas todas sin evaluarlas, criticarlas y sin hacer comentarios. Conviene dedicar a esta técnica un máximo de 5 o 6 minutos.

El trabajo en equipo es otra herramienta adecuada para trabajar con las ideas. Solicitar la colaboración de otras personas en quienes se confíe (familiares, amistades, etc.) es una forma muy útil de analizar, contrastar, aportar objetividad y mejorar las ideas, porque esas personas van a proporcionar diferentes puntos de vista. El trabajo en grupo puede ayudar no sólo a enriquecer y afianzar las ideas, sino también a desecharlas o a modificarlas.

Otros instrumentos de utilidad para generar nuevas ideas innovadoras son, por ejemplo:

- Diagrama mental. Aunque es conveniente apuntar todas las ideas que se tienen, una lista excesivamente organizada puede resultar perjudicial para la creatividad, porque tiende a conducir a la persona hacia el modo de pensamiento secuencial y lógico. El diagrama mental puede ayudar a evitarlo. La técnica consiste en dedicar de 5 a 7 minutos a escribir el asunto central, comenzar a explorar pensamientos sin perderlo de vista e intentar unir las ideas que surjan sin descartar ninguna para, finalmente, seleccionar aquellas que se van a acometer.

- Inventar. Cultivar la capacidad de inventar significa obligar a la imaginación a salirse de las rutas tradicionales y manipular los elementos que la realidad ofrece desde nuevas posiciones que pueden dar respuesta a formulaciones cuya solución quedaba restringida a una única perspectiva de análisis. La acción de combinar objetos cotidianos, cuya función está delimitada, abre la posibilidad de crear otros extraños o caprichosos que, sin embargo, pueden cumplir su función de dar respuesta a nuevas necesidades.

- Otros puntos de vista. Otra forma de generar ideas es conjeturar de qué forma otra persona abordaría una situación o un problema determinado. Esto se conoce como el ejercicio de “si...”, y consiste, por ejemplo, en fijarse en las personas que tienen un problema concreto o en el problema en sí, pero desde la perspectiva de las personas que no están relacionadas de ninguna manera con él. También se puede adoptar la perspectiva de quien causa una situación o problema, más que desde el punto de vista de quienes lo experimentan.

- Resolución de problemas. Muchas ideas han surgido de identificar una solución a un problema. El proceso que hay que seguir en este caso es definir el problema, analizar sus causas, delimitar las posibles alternativas, evaluarlas y tomar una decisión.

En cualquier caso, para lograr que una idea - independientemente de la técnica utilizada para su generación- prospere como negocio, debe estar orientada al mercado y responder a una necesidad, siempre que exista mercado suficiente. La idea de negocio es el primer paso para la puesta en marcha de la empresa: queda camino por recorrer y trabajo por realizar.