

Modelo de Solución Creativa de Problemas de Alex Osborn y Sidney Parnes

El modelo tiene seis etapas que implican divergencia y convergencia de pensamiento. Presentamos una síntesis y un ejemplo de cada paso. El ejemplo se trata sobre la división de un local en dos y cómo hacer para ampliar el espacio

1. Búsqueda del caos

Para iniciar, debemos observar el panorama desorganizado que se presenta ante nosotros, incluyendo los deseos o metas involucrados. Podemos partir de una insatisfacción inicial con el estado de las cosas para encontrar un área específica en la cual concentrar nuestra atención.

Ejemplo: Es todo un desafío lograr ampliar un espacio reducido, y más si necesariamente se debe dividirlo en dos partes por el tema de abaratar el alquiler. Para eso visitaré otros lugares que, inicialmente, se encontraron con ese problema y, al final, lograron solucionarlo. También ver cómo está construido el lugar, cuántas puertas y ventanas tiene (porque una buena ventilación también ayuda mucho a crear buen ambiente), así como también la altura del techo y el color de las paredes. Hay colores que dan la sensación de achicar los espacios y pueden llegar a ser muy asfixiantes.

2. Identificación de hechos

Esta fase es muy importante en tanto que se revisa información acerca del área que hemos establecido. Como los periodistas, hay que indagar el qué, quién, cuándo, dónde y por qué del área que nos interesa. Además de información objetiva, conviene incluir datos cualitativos, emociones, percepciones y hasta habladurías sobre el tema. Ello ayuda a tener una visión amplia que nos permitirá reconsiderar el objetivo y empezar a innovar. La idea es convertirnos en lo posible en expertos en el área. Pasteur decía que sólo en las mentes preparadas germinan las grandes ideas: necesitamos generar un banco personal de información para que podamos aportar una solución creativa.

Ejemplo: Un espacio reducido causa incomodidad, así como también se siente la necesidad de salir de la habitación cada tanto a tomar un respiro. Muchos empresarios aseguran que trabajan mejor en ambientes agradables, donde les permitan incluso dar unas cuantas caminatas luego de estar todo el día sentado o en una misma posición. Por lo tanto estaré leyendo libros y revistas que traten sobre el tema de la decoración de interiores, así como también hablar con los expertos del tema para saber cómo crear esa sensación de espacio amplio y agradable en un cuarto pequeño. En todo caso, habría que ver la posibilidad de crear el ambiente sin necesidad de derribar las paredes, levantar el techo o agrandar ventanas y puertas. Y, si no queda otra, ver la posibilidad e hacerlo sin necesidad de gastar mucho dinero. También preguntaré a la pareja qué tienen en mente para crear el espacio agradable, si cuentan con recursos y si han investigado también sobre el tema. Y cómo ellos se sentían cuando no dividieron el espacio en dos por el tema del alquiler, si decoraban las paredes con cuadros o espejos y si ponían algún detalle en alguna esquina, en la entrada y en las ventanas.

3. Definición del problema

Se trata de identificar todos los problemas y retos a partir de la información recabada para especificar las oportunidades que existen. El objetivo de esta fase es tener muy claro cuál es el problema y asegurarnos de que sea un problema relevante.

Ejemplo: Una vez recabada toda clase de información, lo que haré es crear una lista de los objetos que colocaban la pareja o anotaré cómo tenían el local antes de dividirlo. También analizaré el precio del alquiler: cuánto pagaban anteriormente y cuánto pagan en la actualidad, con el local dividido. Y también habrá que

analizar cómo se sienten los clientes cuando entran en ambos locales. Quizás usen espejos, dado que los mismos dan sensación de amplitud. Y las paredes tendrían un color neutro, no muy fuerte. Los colores fuertes alteran los nervios y dificultan la concentración. Por lo tanto, cabría la posibilidad de cambiar los colores de las paredes de ambos negocios, colocar espejos y no exagerar con los cuadros decorativos. Si desean colocarlos, que sea uno mediano o dos pequeños, no tan grandes porque eso achica el espacio. Y tampoco llenar las paredes de muchos objetos. Los estantes bien podrían estar en los costados. Los clientes necesitan ver desde la calle con quienes tratarán o, en todo caso, necesitan un buen espacio para moverse. Aquí el tema es cómo colocan los objetos que poseen a la venta, en el caso de que sean vendedores. Y si más bien ofrecen un servicio, cómo colocan el escritorio y los asientos para los clientes. Y si es un local de comidas, a qué distancia estarán las mesas y las sillas para que no estorben a los que estén a su lado. En resumen, es importante tener en cuenta estas cosas: distancia, distribución y decoración.

4. Búsqueda de ideas

A partir de las diferentes estrategias para potenciar el pensamiento divergente, en esta etapa (que es la más divertida) generamos el máximo número de ideas posible. Tomaremos riesgos, pensaremos “fuera de la caja”, haremos combinaciones que no parecen lógicas y estableceremos conexiones entre ideas, objetos y acciones que no parecen tener relación.

Ejemplo: Ambas parejas tienen pensamientos distintos. La mujer le gusta mucho decorar el local con flores artificiales. Cree que así logrará crear un ambiente agradable. En todo caso, coloca un gran florero en un rincón, donde coloca un ramo de rosas multicolores (todas artificiales) o unas calas blancas. A su pareja, en cambio, le gusta el estilo minimalista. Mientras menos objetos, mejor. Pero como le gusta consentir a su esposa, entonces accede a que ella coloque las flores siempre y cuando no llene el lugar de ellas. Solo acepta que las coloque en una esquina, lo cual le da al lugar un toque hogareño. Para ampliar los locales, sería lindo colocar los espejos. Ambas parejas piensan lo mismo. Así que colocan en su espacio un espejo rectangular, no tan grande pero suficiente para cubrir gran parte de una pared. En el otro local se repite el mismo procedimiento. Para el escaparate, colocan los objetos de tal manera que no estén ni muy juntos ni muy separados. Los colocan generando diversidad, para que los posibles clientes los vean y quieran entrar aunque sea pura curiosidad. Y si los locales tienen colores oscuros en las paredes, los cambian por colores neutros, tonos marfiles y hasta incluso con tonos ocres. Colocan uno o dos cuadros en las paredes opuestas. Si no son muy grandes, colocan dos. Y si son grandes, colocan tres. Si en una de las paredes tienen ventana, colocan algunas cortinas que le den cierto tono al lugar, aprovechando al máximo la luz del sol. Y si se encuentran con ciertos objetos que no saben si colocarlos o no, contratan a un decorador y él mismo decidirá qué hacer al respecto, siempre y cuando respete el gusto de los dueños de ambos negocios.

5. Búsqueda de soluciones

Una vez que tenemos ideas, debemos aterrizarlas en soluciones concretas que cumplan dos criterios esenciales: utilidad y viabilidad. Deben resolver el problema de manera concreta y de la forma más totalizadora posible. Así, haremos una primera selección de las ideas generadas en el paso 4. A continuación, establecemos parámetros de evaluación específicos para el problema que estamos solucionando. De las ideas que tenemos en el paso 4, sacamos las que nos parecen más viables y útiles. Para evaluarlas, construimos una tabla y evaluamos en una escala de 0 (pésima opción) a 10 (excelente opción) cada rubro. Hay que definir cuánto pesa cada rubro, para que se multiplique la calificación asignada en cada cuadrado por esa ponderación.

Ejemplo: Construí una tabla, sacando las ideas del ítem 4 que me parecen más viables para solucionar el problema. Consideré el costo, la atracción de los clientes, la comodidad y la facilidad con que se realizará dicho trabajo.

RUBRO	Peso del rubro	Decoración	Distribución de objetos
Costo	50%	9 (4,5)	10 (5)
Atracción de clientes	20%	8 (1,6)	9 (1,8)
Comodidad	20%	8 (1,6)	9 (1,8)
Facilidad	10%	8 (0,8)	10 (1)
Total	100%	33 (8,5)	38 (9,6)

Los puntajes que obtuvimos fueron los siguientes:

Decoración: 33

Distribución de objetos: 38

Es importante saber que no se requiere de malgastar el dinero en el ámbito de la decoración. Con un poco de ingenio, se puede lograr mucho. El exceso de objetos aturde a los clientes, así que si se los distribuye correctamente y se utilizaran los espejos para agrandar el espacio, el cliente llega a encontrarse en un lugar relajado y tranquilo. Y también es importante consultar revistas que hablen sobre la decoración de interior y cómo distribuir el escaparate de su negocio o local, a manera de ampliar el espacio. No requiere de mucho tiempo y ambos locales se beneficiarían con los resultados posteriores.

6. Logro de la aceptación

Una buena solución sólo es útil si se contacta con la realidad y tiene aceptación por parte de las personas del contexto involucrado. Por ello, no sólo hay que generar soluciones, sino asegurarnos de tener un plan para ponerlas en acción. Hay que considerar, entonces, qué agentes (personas, departamentos, empresas, organizaciones, comunidades, instancias gubernamentales, etc.) están involucrados y cuáles pueden interferir en la implementación de la solución que propones. Con base en el estudio de estos individuos o grupos, definiremos una campaña de posicionamiento para lograr la implementación. Esa campaña incluye la definición de los medios con los que entraremos en contacto con ellos, así como el mensaje o estrategia a utilizar para comunicar las bondades de nuestra propuesta.

Ejemplo: Los clientes que entran en ambos locales hayan que son espacios reducidos y, aún así, se sienten confortables. La pareja que se encuentra en uno de los locales se sienten conformes y hasta logran brindar una atención eficiente a quienes frecuentan su negocio. Lo mismo va para el local que está al lado. Tanto los dueños de ambos negocios como sus clientes se sienten satisfechos o entablan una buena relación. Y lo mejor, el alquiler ha disminuido al dividir el lote en dos, por lo que les da la oportunidad de ahorrar el dinero para mejorar el negocio, conseguir nuevos objetos y crear nuevas formas de decorar el lugar.