

ARTÍCULO N°2

Resolución Creativa de Problemas: Método Simplex.

Por Manuel Gross.

Simplex es una herramienta de resolución creativa de problemas. Es un método de creatividad aplicada que interconecta el proceso de resolver problemas de forma creativa con aptitudes y herramientas para hacer que el proceso funcione. Creada por **Min Basadur**, del Center for Research in Applied Creativity, Profesor emérito en Innovación y Comportamiento Organizacional de la Facultad de Negocios de la **Universidad de McMaster**.

En lugar de ver a la creatividad como un proceso en una sola línea, Simplex lo ve como un ciclo continuo. La finalización de un ciclo y la aplicación de sus resultados alimentan el comienzo del siguiente ciclo de mejora creativa. Cómo utilizar la herramienta: Simplex utiliza 4 etapas de 2 subniveles cada una:

FASE 1: GENERACIÓN

Paso 1: Detección del problema

A menudo, encontrar el problema exacto a resolver es la parte más difícil del proceso creativo. Cuando se utiliza Simplex, se buscan activamente los problemas. Dondequiera que existan tiene oportunidades de cambio y mejora.

Los problemas pueden ser obvios, o pueden buscarse con preguntas de activación como las siguientes:

- ¿Qué quieren mejorar sus clientes?
- ¿Qué podrían hacer mejor si nosotros pudiéramos ayudarles?
- ¿A Quién más podríamos ayudar con el uso de nuestras competencias?
- ¿Qué pequeños problemas tenemos que podrían convertirse en los problemas más grandes?
- ¿Qué frena nuestro trabajo o lo hace más difícil? ¿Qué es lo que a menudo no logramos hacer con éxito?
- ¿Cómo podemos mejorar la calidad?
- ¿Qué están haciendo nuestros competidores que podríamos hacer?
- ¿Qué es frustrante e irritante?

Estas preguntas tratan sobre los problemas que existen ahora. También es útil tratar de mirar hacia el futuro. Piense acerca de cómo espera que los mercados y los clientes cambiarán en los próximos años, los problemas que puede experimentar en su organización, y los cambios sociales, políticos y legales que pudieran afectarle.

En esta etapa puede que no tenga suficiente información para formular el problema con precisión. No se preocupe por ello hasta el paso 3!

Paso 2: Detección de los hechos

La siguiente etapa consiste en averiguar toda la información que sea posible, relacionada con el problema.

Esto da el conocimiento profundo que se necesita para:

- Utilizar las mejores ideas que sus competidores han tenido
- Entender las necesidades de los clientes con más detalle
- Conocer lo que ya se ha intentado hacer
- Comprender plenamente todos los procesos, componentes, servicios o tecnologías que usted pueda necesitar usar
- Asegurar de que los beneficios de la solución del problema valdrán el esfuerzo que puso en su resolución.

Esta fase también incluye la evaluación de la calidad de la información que usted tiene. Aquí vale la pena su lista de hipótesis y la comprobación de que son correctas.

FASE 2: CONCEPTUALIZACIÓN

Paso 3. Definición del Problema

En el momento en que llegan a esta etapa, usted debe saber aproximadamente cuál es el problema y tener una buena comprensión de los hechos relacionados con ésta. A partir de aquí lo que hay que hacer es precisar el problema exacto o problemas que desea resolver.

Es importante para resolver un problema al nivel adecuado. Si hace preguntas demasiado amplias, nunca tendrá los recursos suficientes para responderlas de manera eficaz. Si hace preguntas que son demasiado reducidas, puede terminar resolviendo los síntomas de un problema, más que el problema mismo.

Min Basadur sugiere el uso de la pregunta: “¿Por qué?” para ampliar una pregunta, y “¿Qué te detiene?” para reducirla.

Por ejemplo, si su problema es la mortandad de los árboles, preguntar “¿Por qué quiere mantener a los árboles sanos?”. Esto podría ampliar la cuestión de “¿Cómo puedo mantener la calidad de nuestro medio ambiente?”.

A “¿Qué te detiene?”, aquí podría ser “no sé cómo controlar una enfermedad mortal del árbol”.

Los grandes problemas están normalmente hechos de muchos problemas pequeñas. Esta es la etapa en la que se puede utilizar una técnica como Drill-Down para romper el problema en sus partes componentes.

Paso 4. Generación de Ideas

La próxima etapa es la de generar tantas ideas como sean posible. Hay muchas maneras de hacer esto: pedir opiniones a los demás, usar herramientas de creatividad programadas y técnicas de pensamiento lateral o de lluvia de ideas.

No hay que evaluar las ideas en esta etapa. En su lugar de eso, hay que concentrarse en la generación de ideas como sea posible. Las malas ideas a menudo desencadenan las buenas.

<http://www.estrategiamagazine.com/administracion/recoleccion-tratamiento-y-valoracion-de-las-ideas/>

FASE 3: OPTIMIZACIÓN

Paso 5: Selección y Evaluación

Una vez que haya una serie de posibles soluciones a su problema, es hora de seleccionar el mejor.

La mejor solución puede ser evidente. Si no es así, entonces es importante pensar a través de los criterios que utilizará para seleccionar la mejor idea. Las **técnicas de toma de decisiones** establecen una serie de métodos para ello.

La técnica especialmente útil en este caso puede ser la de **Árboles de Decisión, Comparación de a pares y Análisis de Grilla.**

Una vez que se haya seleccionado una idea, desarrollarla en la medida de lo posible. Es entonces esencial evaluar si es suficientemente buena como para ser considerada digna de usarse.

Existen dos técnicas excelentes para hacer esto. Uno es **6 Sombreros para pensar**, que es una excelente herramienta para el análisis cualitativo. El otro es el análisis coste / beneficio, que le da una buena base para las decisiones financieras basadas.

Paso 6: Planificación

Una vez que se haya seleccionado una idea, y que confiamos en que la idea vale la pena, entonces es tiempo de planificar su ejecución.

La mejor manera de hacerlo es establecer un Plan de Acción, que establece el quién, qué, cuándo, dónde, por qué y cómo hacer que funcione. Para los proyectos grandes, puede ser necesario usar técnicas de planificación más formales.

FASE 4: IMPLEMENTACIÓN

Paso 7: Vender la idea

Hasta este momento puede haber hecho todo este trabajo por su cuenta o con un pequeño equipo. Ahora usted tendrá que vender la idea a personas que deben apoyarla. Podría ser a su jefe, un gerente de banco u a otras personas involucradas con el proyecto.

En la venta del proyecto tendrá que abordar no sólo la viabilidad del proyecto, sino también cosas como la política interna, el cambio, etc

Paso 8: Acción

Por último, después de todo la creatividad y la preparación, viene la acción! Aquí es donde todo el trabajo cuidadoso y de planificación vale la pena.

Una vez que la acción está firmemente en marcha, volver a la etapa 1, encontrar problemas, para seguir mejorando su idea.

Puntos clave:



Figura 1: Tomado y adaptado de “**Gestión educativa en la sociedad del conocimiento**”, **Juan Manuel Rojas Quiñones**

- El proceso simplex es un poderoso enfoque sofisticado de innovación. Es conveniente para los proyectos y las organizaciones de casi cualquier escala.
- El proceso es un ciclo de ocho etapas. Al término de las ocho etapas, hay que empezar de nuevo para encontrar y resolver otro problema. Esto ayuda a asegurar la mejora continua.
- Al moverse a través de estas etapas, se asegura de resolver los problemas más importantes con las mejores soluciones disponibles para usted. Este proceso puede ayudar a ser intensamente creativo.

Artículo obtenido de:

<http://manuelgross.bligoo.com/content/view/702896/Resolucion-Creativa-de-Problemas-Metodo-Simplex.html>