Nueve pasos para sacar a la luz la creatividad de un emprendedor

Fuente: http://www.valenciaplaza.com/ver/113666/nueve-pasos-para-sacar--a-la-luz-la-creatividad-de-un-emprendedor-.html

"Las personas no creativas no existen". Esta es la tesis que recoge el director de Equipo Humano y presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Valencia (AJEV) **José Enrique García**, en su obra **'El libro que quería cambiar tu mundo. Creatividad para no creativos'**. Y si fuera verdad, ¿qué peor para un emprendedor que no existir a ojos de los inversores? Por si acaso, este empresario propone una ruta por diferentes fases para avivar la creatividad innata que todo el mundo tiene y puede desarrollar.

1. Despierta: Son muchas las personas que no creen ser creativos. Para José Enrique existen creencias erróneas sobre esta visión: que la creatividad es un atributo casi divino que se manifiesta de una forma genial en unos pocos privilegiados y que la creatividad es una disciplina profesional estanca y privada de la que hacen uso particular artistas, músicos y otras personas de las llamadas profesiones creativas y no de los que desempeñan profesiones más convencionales.

Pero el director de Equipo Humano describe la creatividad como la **capacidad de producir soluciones originales y valiosas**. Las personas que no son creativas es que no son conscientes de su creatividad. "Abrir una lata, pelar un melocotón o reparar una bicicleta pueden ser grandes momentos creativos siempre que se den dos condiciones: originalidad y valor" apunta José Enrique. A partir de ahí, 'El libro que quería cambiar

tu mundo' se llena de propuestas y alicientes para despertar la vena creativa.

2. Cambia: "Si algo no funciona, cámbialo". José Enrique propone dejar de lado la obediencia, los prejuicios, el acomodamiento, el miedo y la autocensura y dar rienda suelta a las ideas. "La creatividad es un acto de rebeldía" insiste. Cambia tu actitud, cambia tus hábitos cambia tu entorno y desautomatízate. La clave está en dejar la rutina y olvidar el pánico al cambio.

En este punto, José Enrique propone crear listas de miedos y sus consecuencias, rayar en el propio libro para adecuarlo a tu gusto y darte cuenta de que todo puede cambiar si uno se lo propone, ya sea en el trabajo, en las ideas o en lo personal. Es hora de retar a tu cerebro y activar el Plan C.

3. Apasionate: "Pablo Picasso detestaba pintar. A John Lennon le aburría la música. Steve Jobs se escaqueaba siempre que podía del trabajo para dedicarse a su verdadera pasión, los soldaditos de plomo". Estos son los ejemplos de afirmaciones estrafalarias que usa para ilustrar que es necesario apasionarse por lo que uno hace para ser grandes creativos en un campo.

Por eso insiste en la necesidad de cambiar y dejar de sentirse pulpo en un garaje para ser un pez en el agua. Apunta a la necesidad de "pasárselo bomba" y de que no hay mejor brújula que el propio instinto. Además, también cree necesario actuar como si nunca hubieras visto el mar. **"Para ser creativo hay que ser ingenuo"** recoge.

4. Explora: "La curiosidad, motor de la evolución"**.** Así describe José Enrique esta fase. "Preguntante, cómo lo haría un niño, el porqué de cada cosa". El director general de Equipo Humano no cree en las casualidades, por este motivo insiste en estar atento a todo y a partir de ahí las cosas empezarán a conectarse. **"En creatividad, las casualidaddes no ocurren por casualidad"**.

Además, cree necesario salir de las zonas de confort en las que uno está a gusto y entrar en las de reto, hacer cosas para las que uno no se siente preparado. **"No hay nada como estar con el agua al cuello para dar los mejor de uno mismo"**. También apunta a la necesidad de saber copiar, ya que en muchas ocasiones se trata de mejorar un modelo.

5. Piensa: José Enrique empieza esta fase hablando de correr. "No soy de los que nacieron con cualidades innatas para correr, sin embargo seguí corriendo. Durante un año corrí día sí y día no, y poco a poco noté como mis piernas querían más [...], mi voluntad puede más que mis limitaciones" apunta. Pues con el cerebro pasa lo mismo.

Todo proceso creativo sigue un método y ayuda a focalizar los esfuerzos. De hecho, el foco creativo trata de exponer el problema al desnudo para encontrarle una alternativa. Para abordar el proceso creativo, es necesario prepararse definiendo el foco creativo, incubar la idea aplicando técnicas creativas, iluminarte recibiendo tus ideas sin prejuicios y evaluarlas confrontando la solución con el problema.

6. Arriesga: "El arte de complicarse la vida". El director de Equipo Humano vuelve a insistir en abandonar la zona de confort y pasarse a la de reto. **"Si aspiras a tener buenas ideas no te quedes en el sitio".** También apunta a que equivocarse es aprender por lo que hay que aprender a equivocarse. "El individuo creativo es un coleccionista de errores". Por este motivo, cada fracaso da una pista de cuál es el camino incorrecto y

qué otros caminos puede seguir para tener más probabilidades de éxito.

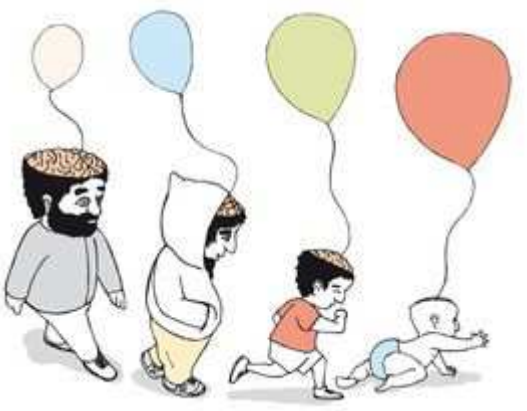
Además, apunta a que la necesidad agudiza el ingenio, por lo que **en tiempos de crisis la creatividad puede salir por necesidad**. "Toda crisis es origen de cambio y regeneración" explica. "Podemos enfrentarnos a la crisis con los brazos bajados o podemos exprimir nuestro coco, que es la mejor arma que tenemos, y hallar los caminos alternativos que se nos brindan cuando un modelo se extingue para dar paso a otro nuevo".

7. Lucha: "¿Por qué la creatividad se sigue desligando del esfuerzo cuando el esfuerzo y el trabajo son la base fundamental de todo éxito creativo?" se pregunta José Enrique. **"Los grandes creativos no han sido sólo los que tuvieron mejores ideas**, sino los que trabajaron más duro para desarrollar y perfeccionar las ideas que tuvieron".

"Todo en la vida tiene su camino fácil y su camino creativo" insiste el director general de Equipo Humano. Para él la actitud creativa es la ambición sumada al trabajo y la constancia multiplicada por la fe. También asegura que el hábito hace al creativo e incita a que las críticas hagan más fuerte al emprendedor, ya que éstas permiten mejorar y las alabanzas no.

8. Desconecta: "Desconectar para seguir enchudado". Se trata de una fase de incubación, que consiste en no hacer nada relacionado con el problema. Según explica José Enrique, es una fase en el inconsciente vaga libremente, remezclando de forma compleja e inesperada experiencia, conocimiento, pensamientos,... con la información relativa al problema y estableciendo vínculos entre conceptos que a priori nada tienen

que ver. **"Por eso es esta fase el origen de tantos 'Eureka!'"**.



Además, apunta a que **dormir es productivo** ya que la capacidad creativa se multiplica por tres durante la noche. "En ese lapso tus neuronas se liberan del corsé de tus normas y juicios conscientes, y revolotean liberadas en una caos creativo tremendamente productivo. "Tú eres el comandante de la nave, pero no el piloto". Entre los curiosos consejos que recoge este libro, José Enrique apunta a quedarse un día entero tumbado en la cama mirando al techo.

9. Actúa: "Hacer, hacer y hacer". Este es el último paso para acabar de impulsar esta creatividad. **"Siempre es mejor arrepentirte de algo que has hecho que de no haber hecho algo"** apunta. De hecho, José Enrique asegura que rectificar es de sabios y poner en práctica las ideas ayuda a saber cómo de buenas son, si funcionan o no, y qué hacer para mejorarlas. "Te sorprendería mucho lo que puedes sorprenderte a ti mismo".

UN LIBRO PARA PROVOCAR

José Enrique ha querido hacer un libro sencillo para aquellos que no han estudiado nada de creatividad, algo muy visual. "Mi intención era combinar la lectura de los dos hemisferios" explica. **"Quería explicar el proceso natural de la creatividad** y

demostrar que cualquier persona puede ser creativa aunque sea un proceso

arriesgado".

El director general de Equipo Humano asegura que en los últimos años se ha desarrollado más en España este aspecto debido a la crisis ya que todos los negocios necesitan diferenciarse y para hacerlo la antesala de la innovación es la creatividad. "Ahora permite diferenciar un producto, pero esto antes no era tan necesario".

"No solo hablamos de crear sino de ser curiosos, de observar , de analizar el consumo, de analizar como piensa la competencia, de como se siente el consumidor lo que implica conocer mucho mejor el mercado" apunta. "Es un estilo de observar y analizar, esto lo que garantiza es que siempre estás pendiente de las cosas nuevas".

Es un libro que permite imaginar cómo puede ser el cambio en la vida de una persona. **"La creatividad es desconocida para muchos y es transversal para cualquier profesión**". Según el autor, el libro prentede provocar, que te plantees por qué no lo has hecho. "Es un libro sencillo, rápido, fácil y de consulta rápida".

Entre las peculiaridades del libro se encuentra el contínuo uso de **códigos QR p**ara llevar al lector a vídeos relacionados con las ideas que propone, además de las continuas referencias a la actividad y propuestas para agilizar la creatividad. "Hay que combinar la lectura con la tecnología" apunta. ¿Debe ser un libro sobre creatividad creativo? Esta propuesta al menos no deja indiferente.