

El Internet es, posiblemente uno de los mayores cambios registrados en la historia, ya ha cambiado todos los aspectos de la sociedad para siempre y podemos decir que su influencia está todavía en sus inicios. Este cambio ha abierto innumerables ventanas de oportunidad para todos en el planeta. Todos los días hay tendencias, empresas, ideas y movimientos que surgen y también que caen. Cada uno de ellos como un oleaje del océano. Internet ha abierto una oportunidad enorme para personas capaces de crear ideas ganadoras.

La verdad es que a pesar de lo prometedor y emocionante que es el maremoto de internet, muy pocas personas están preparadas para aprovecharlo. Muy pocos cuentan con un sistema de generación de ideas para aprovechar de esta enorme oportunidad. La primera pregunta que debemos hacernos es, ¿Qué es lo que hace poderosa a una idea? Podemos definir una idea como poderosa cuando es conocimiento valioso que nos ayuda a entender algo mejor, para que podamos, pues hacer sentir ser u obtener algo que no teníamos antes o tener más de ello. Una idea poderosa nos permite obtener un resultado específico y nos permite tener más poder de nuestros resultados.

Las ideas nos permiten lanzar campañas de marketing de éxito, nos permiten resolver problemas de nuestros negocios, captar más clientes, generar más ventas. Las buenas ideas nos permiten escribir mejor contenido, crear nuevos productos, nuevos negocios, las ideas en el contexto de un emprendedor, son clave. Convertirse en una máquina de ideas implica que puedes generar ideas de valor y de alta calidad de una manera predecible.

La oportunidad

Estamos rodeados de soluciones simples y obvias, que pueden cambiar nuestros negocios y pueden cambiar nuestras vidas. Lo que nos frena la mayor parte de las veces son los límites que nos ponemos a nosotros mismos y es realmente asombroso si lo piensas por un momento. El cerebro humano es capaz de comprender conceptos increíblemente complejos e intrincados, sin embargo, a veces es incapaz de reconocer lo obvio, de reconocerlo simple, veamos algunos ejemplos: el helado se inventó en el año 2000 antes de Cristo, sin embargo, pasaron 3900 años antes de que alguien descubriera el cono de helado. La carne estaba en el planeta antes que los humanos y el pan se horneaba en el año 2600 antes de Cristo. Sin embargo, se necesitaron otros 4300 años para que alguien los juntara y creara el sándwich. Y el inodoro moderno se inventó en el año 1775, pero no fue hasta 1857 que alguien ideó el papel higiénico. Una vez que se han hecho estas conexiones obvias, parecen tan evidentes que no podemos creer que no lo hubiéramos visto antes.

El neuropsicólogo británico Richard Gregory escribió: ***Los sentidos no nos dan una imagen del mundo directamente, más bien, proporcionan evidencia para verificar las hipótesis sobre lo que tenemos ante nosotros.*** Y otro científico, en este caso, Donald O. Hebb considerado el pionero de la biopsicología, dijo lo siguiente: ***El Mundo real es una construcción mental del ser humano.*** En otras palabras, lo que hacemos como seres humanos es construir una realidad en función de nuestras experiencias, de nuestras creencias, de nuestras impresiones y de nuestro condicionamiento. Vemos un mapa del mundo, no vemos el mundo en sí mismo.

En un famoso experimento al pueblo Me'en de Etiopía se le presentó por primera vez fotografías de personas y de animales, pero las personas no pudieron leer la imagen bidimensional. Tocarón el papel, lo oliéron, lo arrugaron, escucharon el crujido que hacía, lo cortaron en pedacitos y hasta lo masticaron para probarlo. En el contexto de las ideas, esto es importante porque tú solo vas a ver ideas en función de lo que compone tu realidad. En cualquier situación tú vas a centrar tu atención en aquellas cosas que tienen más probabilidades de satisfacer tus necesidades. Si, por ejemplo, estás comprando comida en el supermercado, tú notarás las cosas que son más relevantes para ti, caminando por toda la tienda es imposible darte cuenta de todo lo que te rodea, de todo lo que hay a tu alrededor, si estás buscando cereales, pues notarás cosas que son de un formato y de un tipo de caja.

Si, por ejemplo, tú tienes un presupuesto ajustado, probablemente vas a prestar más atención a las cosas que están en oferta. Basado en lo que ves, tú formarás teorías y emitirás juicios. Crearás creencias de lo que es posible y de lo que no es posible. La primera idea con la que debemos quedarnos es que tenemos una enorme oportunidad delante de nosotros para tener ideas ganadoras, solo tenemos que ajustar nuestras realidades y nuestras creencias. Cuando tú ves a personas que han llegado a grandes ideas, simplemente han estado expuestos a otras impresiones y estas impresiones les han permitido llegar a conectar ideas de una manera diferente.

Lo que comemos define nuestros cuerpos, bien, pues las impresiones, las ideas y las creencias que creamos definen las ideas que vamos a obtener. Tú estás capacitado, capacitada para tener ideas ganadoras, ideas increíbles, solo tienes que prestar atención en cómo te nutres. Siglos atrás, el artista Miguel Ángel definió su propia actitud hacia su trabajo como escultor, y escribió: ***La estatua ya está en la piedra, mi trabajo es liberarla.*** Al igual que la piedra de Miguel Ángel, si nosotros nos nutrimos con las impresiones correctas, solo hay que librar las grandes ideas de nuestra conciencia.

Los humanos vs los robots

En el año 1997, el ordenador Deep Blue de IBM, derrotó al campeón mundial de ajedrez, Garry Kasparov. Los avances en inteligencia artificial han hecho que los ordenadores que juegan al ajedrez sean cada vez más formidables. De hecho, ningún ser humano ha vencido a un ordenador en un torneo de ajedrez en 15 años. Vamos hacia un futuro donde cada vez más trabajos serán automatizados y la inteligencia artificial todavía tendrá un papel de más peso. Pero hay un área donde la robótica y la inteligencia artificial no pueden reemplazar a los seres humanos. Y esa es el área de la creatividad. Los seres humanos tienen ciertas ventajas únicas, a la hora de la creación. Ser creativo implica combinar ideas de manera única y hacer saltos de conexiones, de innovaciones que no son obvias.

Muchas de las grandes innovaciones e ideas, sin embargo, se basan en cosas que nadie sabía que iban a ser útiles. Piensa, por ejemplo, en el Walkman ningún consumidor expresó el deseo de escuchar música mientras caminaba. Pero esta innovación fue todo un éxito. Hay muchas innovaciones, que es poco probable que surjan de la inteligencia artificial. Las innovaciones más revolucionarias que hemos tenido, a menudo se basan en conectar campos que están distantes, o que están desconectados entre sí. Un ejemplo es la invención del Snowboard que conecta los mundos del esquí y del surf. Esto implica que cuanto más automatización tenemos en la sociedad, más valiosos se convierte tu capacidad de tener ideas ganadoras. El futuro está compuesto de dos tipos de trabajos, trabajos en los que se paga mucho y trabajos en los que se paga poco. Los trabajos en los que se paga mucho serán aquellos donde se premia la creatividad, justo porque es difícil de automatizar.

El valor de las ideas

Cuando pensamos en las ideas, hay que hacer una distinción clara de tipos de ideas, no solo queremos ideas, queremos ideas de valor y queremos ideas que son raras y que son útiles. Si miras este esquema verás las distinciones, tenemos que enfocarnos justo en esta intersección entre ideas poco comunes e ideas de valor. Cuando hablamos de valor, hablamos de que otros, por ejemplo, nuestros clientes potenciales lo ven como algo de valor, por lo que son ideas por las que estarían dispuestos a pagar. También si es una idea que no está disponible en el mercado o que la tienes tú o muy poca gente, ahora tienes los fundamentos de una idea ganadora. Si miramos de nuevo el esquema, veremos dónde están la mayoría de las personas, el concepto de mejores prácticas viene del inglés, viene de la palabra best practice, se define como procedimientos comerciales o profesionales que son aceptados o prescritos como correctos o como más efectivos.

Las ideas de mejores prácticas son de valor, pero no son raras, y el problema si basas tus ideas en las mejores prácticas es que acabas compitiendo con todos y aunque pueda haber valor detrás de la idea, entras en competición con otros con la misma idea. Debemos hacer la distinción clara, mentalmente de que no todas las ideas valen lo mismo. Y si queremos crear una máquina para generar ideas ganadoras, debemos asumir que nuestro objetivo es encontrar las ideas que tienen valor y que son raras.

Ideas ganadoras del futuro

Un joven Leonardo da Vinci estaba frustrado por haber nacido en un periodo de tiempo en el que ya se había descubierto todo lo que valía la pena descubrir. Más tarde continuó y se convirtió en uno de los más grandes inventores de la historia. Si había la posibilidad de encontrar ideas en la época de Leonardo da Vinci. Ahora podemos decir que las posibilidades se han multiplicado prácticamente por cien. Vivimos en momentos de cambios, cambios rápidos y todo impulsado por la tecnología, y esto abre una oportunidad que antes no estaba tan clara. Es más fácil de predecir de antemano cuáles son las ideas que van a ser ganadoras. También tener acceso a tanta información nos permite mirar atrás para encontrar más ideas. En definitiva, nunca ha habido un momento más fácil para obtener ideas como ahora.

Ray Kurzweil es famoso por sus predicciones sobre el futuro, especialmente predicciones sobre desarrollo de la inteligencia artificial. De hecho, se estima que ha tenido razón alrededor del 86% de las veces. Algunas de sus predicciones correctas se incluyen internet o un ordenador imbatible para jugar al ajedrez en la década de 1990, también predijo para la década del 2000 los ordenadores de mano, que hoy conocemos como smartphone y la tecnología portátil como el iPhone. Ray Kurzweil sugiere que la capacidad de predecir los avances tecnológicos proviene de una apreciación de lo que llama la ley de los rendimientos acelerados. Esta es la tendencia de los avances, alimentarse a sí mismos, aumentando la tasa de avances adicionales y superando con creces lo que uno podría aprovechar previamente. Cuando la tecnología se multiplica, se generan nuevas posibilidades y el potencial de nuevas ideas.

Con cualquier tecnología emergente, con cualquier cambio en la sociedad va a haber un impacto, si lo analizamos desde el punto de vista del pensamiento de segundo orden. Si miramos el efecto del COVID en la sociedad, la digitalización ha estado ocurriendo durante décadas, pero el COVID el aceleró unos diez años. Tener ideas ganadoras implica mirar el futuro y pensar en futuras consecuencias que puede haber. Vivimos en momentos emocionantes, cada nueva plataforma que sale, cada nuevo avance con un software, cada nuevo conocimiento, todo esto tiene consecuencias para el futuro, estar pendiente de todo el cambio y luego buscar la conexión entre donde estás hoy y lo que puede pasar en el futuro.