

Aprovecha todas las herramientas digitales **para mejorar la competitividad de tu negocio**

**Propemi**  
BAC Credomatic



## ¿Cómo resolver problemas en tiempos de alta incertidumbre?

Los grandes solucionadores de problemas se hacen, no nacen. Con el tiempo, aprenden a adoptar una mentalidad particularmente abierta y curiosa, y asumen como propio un proceso sistemático para resolver los más complejos problemas. Y consiguen éxito en ello.

Te compartimos 6 enfoques que caracterizan esta mentalidad, para que logres cultivarla en tu toma de decisiones, en tiempos de acentuada incertidumbre:

1. Sé eternamente curioso: dale la bienvenida a lo nuevo, a lo salvajemente incierto, para emprender la tarea de descubrir cómo funcionan las cosas. La imagen más representativa es la de un encantador e implacable niño de 4 años, que no para de preguntarle a sus padres el “por qué” de todo. A medida que crecemos, el cerebro va simplificando nuestras decisiones con la adopción de patrones que han funcionado en el pasado; sin embargo, nos adormece nuestra capacidad inquisidora. Al abordar cualquier situación problemática, inicia preguntándote “¿por qué es esto así?” y tu niño de 4 años interior volverá a la superficie para salvar el día. Otra idea sería que, la próxima vez que elabores una respuesta rápida a un problema y antes que corras a ejecutarla sin reflexión, pares y le pongas un signo de interrogación al final, como para obligarte a ti y al equipo a validar si esa es la vía o si hay otras posibles respuestas y, sobre todo, a obligarlos a respaldar con evidencia que es la mejor solución posible. Finalmente, otra forma sería armar dinámicas de debate sobre la propuesta, de manera que un equipo argumente a favor y otro en contra. Lo importante es que la empresa amplíe las posibilidades estratégicas y no se conforme con la respuesta más simple o “lo que siempre le ha funcionado”.
2. Tolera la ambigüedad y mantente humilde: más que una mente maestra, la resolución de problemas tiene que ver con prueba y error. Es decir, más que un genio que salga con la fórmula mágica se trata de plantear hipótesis, sumergirse en los datos y luego salir de regreso para refinar la idea inicial o, en todo caso, descartarla y volver a iniciar. Las decisiones por corazonada o instinto pueden resultar exitosas en épocas más estables, a partir del aprendizaje que el empresario acumula en el tiempo; sin embargo, en tiempos de mayor incertidumbre como el actual no es tan conveniente y se necesita adoptar una “humildad epistémica”, que Erik Angner define como “darse cuenta que nuestro conocimiento es siempre provisional e incompleto y que podría requerir revisión a la luz de nueva evidencia”. Al tener una propuesta de solución, pregúntate “¿qué tendríamos que creer para que esto fuera verdad?”, para sacar de eso los supuestos implícitos sobre los niveles de probabilidad de las alternativas, así como nuevas alternativas.

Inicia un nuevo año, lleno de oportunidades. Nosotros en Propemi BAC Credomatic estamos listos para acompañarte. **Descubre la variedad de maneras en que podemos apoyarte llamando hoy mismo a tu Ejecutivo de Negocios o escríbenos a [info\\_bacpropemi@sv.credomatic.com](mailto:info_bacpropemi@sv.credomatic.com)**

# Aprovecha todas las herramientas digitales para mejorar la competitividad de tu negocio

**Propemi**  
BAC Credomatic



3. Asume una “visión de libélula”: es conocido que las libélulas tienen ojos grandes y compuestos, con miles de lentes y fotorreceptores, sensibles a diferentes longitudes de onda de la luz; eso les debiera permitir tener múltiples perspectivas de la realidad que observan. De forma similar, debes aproximarte a los problemas desde una perspectiva amplia, a fin de identificar amenazas u oportunidades que queden más allá de tu visión periférica de los temas. Te recomendamos tomar siempre al ecosistema de negocios como tu punto de partida para analizar los problemas y no solo tu empresa, a fin de capturar impresiones de clientes, proveedores e, incluso, empresas de industrias similares.
4. Prueba tus hipótesis a través de experimentos: explora si la evidencia requerida para empujar tu solución puede ser observada (fuentes secundarias) o si necesitas realizar experimentos para probar la hipótesis (fuente primaria). Cuando se trata de entrar a un nuevo mercado o de crearlo, suele pasar que “no hay información”; sin embargo, es demasiado cómodo quedarse ahí, tu empresa debe enfrentar eso planteando pruebas a escala menor que le permitan “generar” esa información que necesita para decidir. Esto solo puede ayudar, ya que te permite obtener rápidamente confirmación o rechazo del cliente a través de pruebas en “versión beta”, evitando perder tiempo, usando un término coloquial, con “zopes”; además, comprar información externa no es tan beneficioso porque parte de situaciones convencionales y porque también está al alcance de la competencia.
5. Acepta que muchas veces los que saben no están cerca: hacerlo te permitirá aceptar el siguiente paso, acceder a su inteligencia por otros medios. Por ejemplo, puedes ofrecer incentivos abiertos a personas o grupos que deseen desarrollar ideas, prototipos, productos o servicios que tú no puedes hacer con la capacidad interna. Otra forma de lograrlo es el benchmarking: observa cómo lo hacen los mejores, imita, iguala y supera. Finalmente, puedes usar tus redes sociales para indagar información faltante a través de dinámicas interactivas con tus públicos. Como todo, hay que aceptar que a veces puede tomar mucho tiempo o ser muy costoso, pero no está de más considerarlo cuando se pueda y deba.
6. Muestra y cuenta para engendrar la acción: conecta a tu audiencia con el problema y luego usa la lógica y la persuasión para conseguir que actúen. Básicamente, se trata de conducir a los tomadores de decisión a un marco de resolución de problemas de tu autoría. Cuando vemos estimulados nuestros sentidos, nos motivamos más para entender complejos temas y para hacer algo por resolverlos. Parafraseando a Herbert Simon, la manera más elegante de resolver un problema es aquella que hace obvia la solución. Algunos consejos: primero aclara la acción que debe fluir de la solución del problema, luego prepara una presentación visual de tu lógica de manera que el camino de las respuestas pueda ser debatido y asumido, incluye emociones y lógica en tu expresión, muestra porqué la acción sugerida representa un balance entre riesgos y recompensas, menciona el costo de no hacer nada.

Inicia un nuevo año, lleno de oportunidades. Nosotros en Propemi BAC Credomatic estamos listos para acompañarte. Descubre la variedad de maneras en que podemos apoyarte llamando hoy mismo a tu Ejecutivo de Negocios o escríbenos a [info\\_bacpropemi@sv.credomatic.com](mailto:info_bacpropemi@sv.credomatic.com)

Aprovecha todas las herramientas digitales **para mejorar la competitividad de tu negocio**

**Propemi**  
BAC Credomatic



La mentalidad del solucionador de problemas es tan importante como los métodos que emplea. Adoptar estos enfoques te permitirá crear nuevas posibilidades dentro del entorno que vivimos. Propemi BAC Credomatic es tu socio ideal, que siempre te brindará soluciones integrales a los retos que enfrentas. Cuéntanos tus planes y díganos cómo podemos ayudarte a hacerlos realidad.

Inicia un nuevo año, lleno de oportunidades. Nosotros en Propemi BAC Credomatic estamos listos para acompañarte. **Descubre la variedad de maneras en que podemos apoyarte llamando hoy mismo a tu Ejecutivo de Negocios o escríbenos a [info\\_bacpropemi@sv.credomatic.com](mailto:info_bacpropemi@sv.credomatic.com)**