

EL BUSCADOR DE OPORTUNIDADES

por: Nacho Muñoz



i-skills:
habilidades
para innovar

Desde [eMOTools](#) estamos inmersos en una línea de investigación en la que tratamos de describir cómo es el perfil de una persona innovadora. Desde la [reflexión](#) inicial, que nos sirvió de punto de partida para delimitar conceptualmente estas *innovator skills*, hemos comenzado a abrir verticalmente la investigación por cada una de las habilidades que en un primer momento hemos identificado.

Saber buscar oportunidades es la primera de esas diez capacidades que ha de tener desarrollada cualquier persona que afronta contextos complejos, adversos o retadores, en el que el desafío de innovación está presente.

Veamos tres de las características que flotan alrededor del concepto de oportunidad con las que el innovador trabaja:

(1) La oportunidad en sí no es un objetivo

Las oportunidades no están en un lugar, como si se tratara de una sección de unos grandes almacenes, al que hay que ir y, por lo tanto, hacia donde dirigir nuestros pasos. La oportunidad tampoco es un camino conocido que hay que recorrer: no se trata de ir desde un lugar hacia otro previamente fijado, allí justo donde se encuentra esa posible oportunidad adaptada a nuestras necesidades.

Buscar una oportunidad para innovar consiste en trabajar en el territorio de la incertidumbre, deambular en un contexto en el que no se tienen claros los objetivos concretos porque, precisamente, lo que se desea es que aparezca la oportunidad de poder formularlos y articular un proyecto en torno a ellos. **Trabajar sin objetivos es, precisamente, a lo que no estamos acostumbrados:** sin una meta clara, nos cuesta trabajo saber por dónde hay que empezar e, incluso, puede parecer que se hacen las cosas sin sentido, provocando la lógica desesperación del que se encuentra perdido.

Sin embargo, cuando se buscan oportunidades no se tienen metas precisas, ni tampoco se define un protocolo de actuación concreto, porque es el hecho mismo de buscar el propio objetivo. Encontrar o no las oportunidades no depende en exclusiva de nuestra voluntad ni de nuestra actividad, por lo que hay que saber disfrutar del proceso mismo de búsqueda y darse cuenta que **es la propia búsqueda, y todo lo que a su alrededor suceda, lo único que podemos garantizar que ocurra.**

→ Ejemplo off topic: un grupo de [pensadores](#) de la segunda mitad del siglo XX emplearon la [deriva](#) como recurso para experimentar la ciudad: en vez de ir a un lugar concreto de la misma, la deriva consistía en acudir a aquellos sitios en función de las emociones que te generan en ese momento los lugares a los que acudes, pudiendo finalmente realizar un mapa o guía de la ciudad basado en las propias emociones experimentadas. Lo importante no eran los lugares concretos adonde ir en la ciudad (los objetivos), sino lo que le ocurre a la persona cuando se encuentra en ella recorriéndola (la búsqueda).

(2) La aparición de oportunidades depende de la gestión de nuestro propio conocimiento

El conocimiento práctico, tal y como lo concebimos desde nuestra investigación, representa un flujo (con posibilidad de ser) creciente de **pensamientos, emociones y acciones** en torno a una problemática o contexto de información determinado.

Trabajar activamente en el desarrollo del conocimiento alrededor del ámbito en el que se quieren encontrar oportunidades resulta crítico **para poder tener más probabilidad para la aparición de las mismas.** A mayor conocimiento, más predisposición a “conocer”

la información que puede convertirse en oportunidad.

Sin embargo, lo común consiste en aceptar una creencia que resulta normalmente errónea: “ya dispongo de suficiente conocimiento para poder innovar, para poder encontrar oportunidades a mi alrededor”. Esta actitud hace que no seamos abiertos a incluir nuevos materiales en nuestros esquemas mentales y, lo que es peor, que no tengamos **comportamientos proactivos** dirigidos a mejorar el conocimiento en torno a los temas y a las personas que nos pueden interesar.

Gestionar el propio conocimiento supone estar abiertos a reconocer que hay nuevos contenidos que pueden incorporarse o modificar los existentes en torno a un tema que creemos dominar, así como nuevas personas que conocer y con las que poder enriquecerse. **Las oportunidades pueden encontrarse en elementos transversales** a la información que poseemos sobre determinados asuntos, o en personas que no conocemos directamente, pero que se encuentran en la red de quienes están a nuestro alrededor.

→ Ejemplo off topic: Las redes sociales están potenciando la meritocracia, ya que es un lugar en el que poder tener visibilidad y reputación en función de (1) la calidad de los contenidos y conocimiento que se aporta a la red, así como de (2) la capacidad de relación y conversación con agentes directos o intermediarios de oportunidades profesionales.

(3) La oportunidad suele aparecer por suerte... pero en un escenario parcialmente planificado

Precisamente porque todo lo que ocurre en un escenario no planificado probablemente sea producto de la casualidad, **hay que provocar**

BUSCAR OPORTUNIDADES:

Implica prestar atención hacia todo aquello que no esté planificado y encontrar, mediante la serendipia programada, casualidades afortunadas que permitan la aparición de oportunidades en el entorno. Hay una predisposición para tener una mirada sin prejuicios en todas las situaciones posibles, de manera que se puedan minimizar los condicionantes negativos que proceden de experiencias previas y, así, que puedan aparecer nuevos recursos y oportunidades para mejorar.

que la casualidad nos sea favorable, es decir: hacer lo posible para que aumente la probabilidad de que ocurra algo favorable a nuestros intereses.

Sin embargo, en los contextos adversos y complejos hay en juego una cantidad de variables extrañas que no se pueden controlar que hacen complicado poder predecir relaciones de causa y efecto en las actividades que podamos emprender. **Hay que esperar que surjan hallazgos afortunados e inesperados** que podrán ocurrir cuando se estén haciendo cosas distintas.

En esto consiste precisamente la **serendipia programada**, en el resultado que se obtiene tras haber investigado y trabajado mucho sobre algo sin obtener resultados, y conseguir finalmente una oportunidad, pero a causa de un accidente fortuito o una revelación durante el proceso.

→ Ejemplo off topic. La serendipia aparece en prácticamente todos los episodios de la serie de televisión [Dr. House](#), donde el protagonista (el doctor Gregory House) acaba resolviendo muchos de los casos por una revelación, pero siempre después de investigar en profundidad el caso. No se puede planificar la aparición de una oportunidad, pero como decía Picasso, “la inspiración existe, pero tiene que encontrarte trabajando”.