SEIS SOMBREROS PARA PENSAR

EDWARD DE BONO



PRESENTADO POR,
#CORAJEPARAINNOVAR

janssen
PHARMACEUTICAL COMPANIES OF Johnson&Johnson

INTRODUCCIÓN

Hoy más que nunca necesitamos inspiración y coraje para enfrentar el futuro. El mundo cambia cada vez más rápido y valores como la innovación y la creatividad son clave para generar ideas transformadoras. Esta situación debe impulsarnos a hacer las cosas de manera diferente, trabajando en nuevas soluciones para viejos problemas o creando métodos novedosos. Para ello, debemos pensar con un nuevo enfoque.

Recordemos que el proceso de pensamiento, y el de toma de decisiones, implican observar distintos elementos de una situación como ventajas, inconvenientes, hechos, y sentimientos, entre otros elementos relevantes, resultando en una combinación complicada cuando, por ejemplo, tratamos de aplicarlo a una decisión de equipo. Para simplificar este proceso, el método de los seis sombreros no hace sino reproducir, de forma más sencilla, los modelos de toma de decisión. Este método propone que las cosas se atiendan una por una, y que todos los participantes se concentren en la que está siendo estudiada. Así, no solo se facilita el cambio de actitud —para lo cual basta con pedir un cambio de sombrero—, sino que se organizan puntos de vista diferentes y se crea un mapa enriquecido para tomar mejores decisiones.

Cada sombrero representa una manera específica de pensar que vislumbra lo que está por venir. El uso de los sombreros permite expresar libremente aquello que la racionalidad tiende a censurar y, al mismo tiempo, contribuye a limitar y a darle un mejor uso a ciertas formas de pensamiento que por lo general suelen conducir a discusiones y confrontaciones infructuosas.

Los seis sombreros para innovar nos permiten dirigir nuestro pensamiento, igual que un director de orquesta guía a los músicos. Podemos conseguir de él lo que queramos. De forma similar, en cualquier reunión resulta muy útil sacar a los participantes de su modo de hacer habitual para que piensen de manera distinta sobre el tema que se vaya a tratar.

El principal valor del concepto de los 6 sombreros para innovar es, sencillamente, la comodidad para aplicarlo.

¿Qué es el pensamiento paralelo?

Imaginemos una casa de campo grande y preciosa. Hay una persona delante de la casa y otra atrás. Dos personas más se encuentran a cada lado de la casa. Las cuatro personas tienen una visión distinta de la vivienda. Las cuatro discuten (vía intercomunicador) porque cada una afirma que la suya es la visión correcta de la casa.

Utilizando el pensamiento paralelo, todas se dirigen a la parte delantera de la casa y observan. A continuación, van a un lado, después a la parte posterior y por último al lado que falta. Así, en cada momento cada persona observa en paralelo desde el mismo punto de vista.

Es casi lo contrario del pensamiento argumentativo y de confrontación donde cada parte adopta una visión contraria de forma deliberada. Dado que cada persona acaba observando los cuatro lados del edificio, el tema se explora a fondo. El pensamiento paralelo implica que en todo momento hay alguien mirando en la misma dirección.

Sin embargo, el pensamiento paralelo va más allá. En el pensamiento tradicional, si dos personas no coinciden se produce una discusión en la que cada una intenta demostrar a la otra que está equivocada. En el pensamiento paralelo, ambos puntos de vista se sitúan en paralelo, por muy contradictorios que parezcan. Si más adelante surge la necesidad de elegir entre las diferentes posiciones, la opción se realiza en ese momento. Si no es posible tomar una decisión, el diseño tiene que abarcar las dos posibilidades.

En todo momento, el objetivo principal es diseñar un camino hacia adelante.

Direcciones y sombreros.

La esencia del pensamiento paralelo es que en todo momento hay alguien mirando en la misma dirección (aunque esa dirección se puede cambiar). Sele puede pedir a un explorador que mire al norte o al este: son etiquetas de direcciones estándar. Necesitamos algunas etiquetas de dirección para pensar. ¿Cuáles son las diferentes direcciones en las que los pensadores pueden mirar? Aquí intervienen los sombreros.

En muchas culturas existe una fuerte asociación entre pensamiento y “sombreros para innovar” o “gorros para pensar”. El valor de un sombrero como símbolo es que indica un papel un rol. Se dice que cada persona lleva un determinado sombrero. Otra ventaja es que un sombrero se puede poner o quitar con facilidad. Además, todo el mundo lo ve. Por estas razones elegí los sombreros como símbolos de las direcciones del pensamiento.

Aunque en ocasiones se utilizan sombreros físicos, suelen ser imaginarios. A veces se emplean carteles de sombreros para decorar las paredes de las salas de reuniones como recordatorios de las direcciones. Son seis sombreros de colores que corresponden a las seis direcciones del pensamiento: blanco, rojo, negro, amarillo, verde y azul.

Direcciones, no descripciones.

Es muy importante tener en cuenta que los sombreros son direcciones, no descriptivas de lo ocurrido. No es cuestión de que todo el mundo diga lo que quiera y después se utilicen los sombreros para describir lo que se ha dicho. Se trata de proponerse pensar en esa dirección.

“Vamos a pensar un poco en el sombrero blanco” significa centrarse en la información de manera consciente. A continuación, todos intentan pensar en información disponible, información necesaria, preguntas por formular, otros modos de conseguir la información, etc.

“Ahora quiero que utilicéis el sombrero rojo” es una petición específica de sentimientos, intuición y emociones en un tema determinado.

“Aquí iría bien el sombrero negro; ahora vamos a cambiar al amarillo…” En este caso, la expresión sombrero negro describe un proceso de pensamiento que parece precavido y que apunta a posibles dificultades, pero la intención principal consiste en pedir un cambio hacia la dirección del sombrero amarillo (beneficios, valores, etc).

Resulta extremadamente importante apreciar la diferencia entre descripción y dirección. Una descripción trata de lo que ha ocurrido. Una dirección tiene que ver con lo que está por venir.

“Quiero que mires hacia el este” es muy distinto de “has mirado hacia el este”. “Quiero que prepares unos huevos revueltos” es muy diferente de “ veo que has preparado unos huevos revueltos”.

No se establecen categorías con las personas

Es posible crear pruebas para determinar si una persona es del tipo A o B, o cualquier discriminación descriptiva similar. Los psicólogos lo hacen continuamente. La dificultad radica en que cuando las personas se clasifican en “cajas”, tienden a quedarse ahí. De nuevo, se trata de un ejemplo de “lo que es” y no de “lo que puede ser.

En una carrera, lo “normal” sería que un hombre delgado gane a uno grueso (“lo que es”). Sin embargo, si el hombre grueso aprende a montar en bicicleta, derrotará a su contrincante delgado (“lo que puede ser”).
Existe la enorme tentación de utilizar los sombreros para describir y categorizar a las personas; por ejemplo: “Ella es de sombrero negro”, “Él es una persona de sombrero verde”, etc. Es preciso resistir a esa tentación. Los sombreros no son descripciones de personas, si no modos de comportamiento.

Es cierto que algunas personas se muestran permanentemente cautelosas e inclinadas a buscar los peligros. Es cierto que hay personas que siempre tienen mil ideas, y otras a las que se les da mejor concentrarse en hechos. Las personas pueden preferir un modo a otro y ser mejores en un modo que en otro. No obstante, los sombreros no son categorías de personas.

Si conduces un coche con cambio manual, utilizas todas las marchas. Todos los cilindros del motor están en funcionamiento. Los sombreros son direcciones de pensamiento. Toda persona debe ser capaz de mirar en todas las direcciones.

Por todas estas razones, el uso de los sombreros como etiquetas resulta peligroso, por que destruye la verdadera esencia del sistema: que todos miren en todas las direcciones.

Resultados:

Con la experiencia de los años, los resultados de la aplicación del método de los seis sombreros son cada vez más claros. Se dividen en cuatro categorías:

Poder: Con el método de los 6 sombreros, la inteligencia, la experiencia y los conocimientos del equipo se emplean al máximo. Todos miran y trabajan en la misma dirección. No ocurre lo mismo con las discusiones en las que cada parte intenta ganar el caso.
La concentración de los rayos del sol puede difundir el metal más duro. Del mismo modo, la concentración de la capacidad mental de muchas personas en un mismo problema puede contribuir a resolverlo con mayor facilidad.

Ahorrar tiempo: Con el pensamiento paralelo, todos los pensamientos miran en la misma dirección en todo momento. Los pensamientos discurren en paralelo. No hay que responder a lo último que se ha dicho: simplemente, se añade otra idea paralela. Al final, el tema se habrá explorado en todas sus facetas y de forma rápida.

Con el pensamiento paralelo, cuando surgen dos puntos de vista enfrentados, se sitúan uno a lado del otro. Más tarde, si resulta esencial elegir uno de los dos, se toma una decisión. Por tanto, no hay discusión en ningún momento.

Fuera Egos: El mayor obstáculo contra el pensamiento rápido y eficaz es el ego. La gente tiende a utilizar el pensamiento para exhibir su ego. Emplean el pensamiento para atacar y quitar mérito a otras personas, algunos deciden mostrar su desacuerdo sólo para poner en evidencia a la persona que ha planteado la idea en cuestión. En general, no somos conscientes de lo mucho que interfiere el ego en el pensamiento eficaz.

Con el método de los seis sombreros se utiliza el ego para actuar bien como pensador con cada uno de los sombreros. Permite explorar los temas de formar neutra y objetiva; la discusión, no.

Las cosas de una en una: La confusión es el mayor enemigo del pensamiento eficaz. Queremos hacer demasiadas cosas al mismo tiempo. Buscamos información. Nos influyen los sentimientos. Buscamos nuevas ideas y opciones. Tenemos que ser precavidos. Queremos beneficios. Son muchas cosas a la vez.

Con el método de los seis sombreros intentamos hacer las cosas de una en una. Hay un momento en que buscamos el peligro (sombrero negro). Hay un momento en que buscamos nuevas ideas (sombrero verde). Hay un momento en que nos concentramos en la información (sombrero blanco). No intentamos hacer todo al mismo tiempo.

SEIS SOMBREROS, SEIS COLORES:

Cada uno de los sombreros para innovar tiene un color: blanco, rojo, negro, amarillo, verde y azul. El color da nombre al sombrero y se relaciona con su función.

En la práctica, lo sombreros siempre se denominan por su color y nunca por su función. Resulta más sencillo sugerir a alguien que se quite el sombrero negro un momento, que pedirle que deje de ser precavido. La neutralidad de los colores permite utilizar los sombreros sin ningún problema.



SOMBRERO BLANCO

Imagina un ordenador que ofrece los hechos y las cifras que se le piden. El ordenador es neutro y objetivo. No ofrece interpretaciones ni opiniones, Cuando lleva el sombrero para pensar blanco, el pensador debería imitar al ordenador.

La persona que solicita información debería formular preguntas muy concretas para obtener esa información o para rellenar los vacíos.

En la práctica, existe un sistema de información de dos niveles. El primer nivel contiene hechos comprobados y demostrados (hechos de primera clase). El segundo nivel incluye hechos que se creen ciertos, pero que no se han comprobado (hechos de segunda clase).

Existe un espectro de probabilidades desde <a veces>, o bien <ocasionalmente>. La información de este tipo se puede plantear con el sombrero blanco, siempre y cuando se emplee el <marco> adecuado, la formulación correcta, para indicar la probabilidad.

El pensamiento de sombrero blanco es una disciplina y una dirección. El pensador se esfuerza por ser más neutro y más objetivo en la presentación de la información.

Pueden pedirte que te pongas el sombrero blanco o tú puedes pedir a alguien que se lo ponga. También puedes decidir ponértelo o quitártelo. El blanco (ausencia de color) sugiere neutralidad.



SOMBRERO ROJO

El sombrero rojo permite decir a su portador: <Así es como me siento sobre esta cuestión>.

El sombrero rojo legitima las emociones y los sentimientos como partes importantes del pensamiento.

El sombrero rojo hace que los sentimientos sean visibles para que puedan convertirse en parte del mapa de pensamiento y del sistema de valores que elige la ruta en ese mapa.

El sombrero rojo proporciona un método adecuado para que el pensador pueda salir y entrar en el <modo> de los sentimientos de una manera que no es posible sin esa herramienta.

El sombrero rojo permite al pensador explorar los sentimientos de los demás porque puede pedirles su opinión de sombrero rojo.

Cuando un pensador utiliza el sombrero rojo, nunca debe producirse el más mínimo intento de justificar los sentimientos o proporcionar una base lógica de los mismos.

El sombrero rojo abarca dos tipos generales de sentimientos, En primer lugar están las emociones normales, como el temor, el desagrado o sentimientos más sutiles como la desconfianza. En segundo lugar se agrupan los juicios complejos que participan en sentimientos difíciles de justificar. Cuando una opinión tiene una gran parte de este tipo de sentimientos, también puede encajar en el sombrero rojo.



SOMBRERO NEGRO

El pensamiento de sombrero negro se relaciona con la cautela. En un momento u otro tenemos que considerar los riesgos, los peligros, los obstáculos, los problemas potenciales y los inconvenientes de una sugerencia.

Sería extremadamente imprudente seguir adelante con cualquier idea que se exponga a menos que se considere a fondo el elemento <cautela>. El sombrero negro ayuda a ser precavido, a evitar peligros y dificultades. Señala las cuestiones a las que hay que prestar atención porque pueden ser delicadas o perjudiciales. El sombrero negro nos dirige a los puntos que necesitan nuestra atención.

El sombrero negro se puede utilizar como parte de una valoración: ¿debemos seguir adelante con esta sugerencia? También se utiliza en el proceso de diseño: ¿cuáles son los puntos débiles que debemos superar?

El sombrero negro trata de plantear los riesgos y los problemas potenciales en el futuro; ¿qué podría ir mal si ponemos en práctica esta sugerencia?

El sombrero negro guarda una estrecha relación con la idea de <encajar>. ¿Encaja esta sugerencia con nuestras experiencias pasadas? ¿Con nuestra política y nuestra estrategia? ¿Con nuestra ética y nuestro valores? ¿Con nuestros recursos? ¿Con los hechos conocidos y las experiencias de otros?



Con el sombrero negro nos concentramos directamente en los aspectos relacionados con la <cautela>. Es la base de la supervivencia, del éxito y de la civilización.

El pensamiento de sombrero negro puede señalar errores de procedimiento en el propio pensamiento. Sin embargo, no es una discusión y no debe permitirse que degenere en una. El propósito del pensamiento de sombrero negro consiste en situar en el mapa los puntos de cautela.

Se puede abusar del pensamiento de sombrero negro si es el único modo de pensamiento. El abuso no disminuye el valor del sombrero negro, del mismo modo que conducir un coche de manera peligrosa y temeraria no significa que los coches sean peligrosos.

SOMBRERO AMARILLO

El pensamiento de sombrero amarillo es positivo y constructivo. El color amarillo simboliza el sol, la luminosidad y el optimismo.

El pensamiento de sombrero amarillo se relaciona con la valoración positiva, del mismo modo que el pensamiento de sombrero negro tiene que ver con la valoración negativa.

El pensamiento de sombrero amarillo abarca un espectro positivo que va desde la lógica y la práctica de un extremo hasta los sueños, las visiones y las esperanzas del otro.

El pensamiento de sombrero amarillo investiga y explora los valores y los beneficios, Después lucha por encontrar apoyo lógico para esos valores y beneficios. El pensamiento de sombrero amarillo intenta plantear un optimismo con una base sólida, pero no restringido únicamente a este tipo (siempre y cuando se etiqueten correctamente otros tipos de optimismo).

El pensamiento de sombrero amarillo es constructivo y generativo. Del pensamiento de sombrero amarillo surgen las propuestas y las sugerencias concretas. Se relaciona con la operancia y con hacer que las cosas ocurran. La efectividad es el objetivo del pensamiento constructivo del sombrero amarillo.

El pensamiento de sombrero amarillo puede ser especulativo y buscador de oportunidades. También permite albergar visiones y sueños.

En cambio, no tiene nada que ver con la simple euforia positiva (sombrero rojo) ni con la creación de nuevas ideas (sombrero verde).



SOMBRERO VERDE

El sombrero verde corresponde al pensamiento creativo. La persona que se pone el sombrero verde va a utilizar el lenguaje del pensamiento creativo. Los que le rodeen tendrán que tratar las ideas que plantee como ideas creativas. Lo ideal es que el pensador y el receptor lleven el sombrero verde.

El color verde simboliza la fertilidad, el crecimiento y el valor de las semillas.

La búsqueda de alternativas es un aspecto fundamental del pensamiento de sombrero verde. Existe la necesidad de ir más allá de lo conocido, lo obvio y lo satisfactorio.

El pensador de sombrero verde utiliza la pausa creativa para considerar en cualquier momento si existen ideas alternativas. No es necesaria una razón para hacer esa pausa.

En el pensamiento de sombrero verde, el lenguaje del movimiento sustituye al del juicio. El pensador pretende avanzar a partir de una idea con el fin de llegar a una nueva idea.

La provocación es una parte importante del pensamiento de sombrero verde, y se simboliza mediante la palabra PO. La provocación se utiliza para sacarnos de nuestros modelos de pensamiento habituales. Existen muchas maneras de plantear provocaciones (incluyendo el método de palabra aleatoria).

El pensamiento lateral es un conjunto de actitudes, lenguajes y técnicas (incluyendo el movimiento, la provocación y el PO) para tomar atajos a través de los modelos en un sistema asimétrico y autoorganizado. Se emplea para generar nuevos conceptos y percepciones.



SOMBRERO AZUL

El sombrero azul es el sombrero del control. El pensador de sombrero azul organiza el propio pensamiento. El pensamiento de sombrero azul consiste en pensar sobre el pensamiento necesario para explorar el tema.

El pensador de sombrero azul es como un director de orquesta. Su papel consiste en requerir el uso del resto de sombreros.

El pensador de sombrero azul define los temas a los que hay que hay que dirigir el pensamiento. El pensamiento de sombrero azul establece el foco, define los problemas, da forma a las preguntas y determina las tareas de pensamiento que se van a llevar a cabo.
El pensamiento de sombrero azul es responsable de los resúmenes, las visiones globales y las conclusiones, que se pueden presentar de vez en cuando en el transcurso de la sesión, y también al final.

El pensamiento de sombrero azul hace el seguimiento del pensamiento y garantiza que se respeten las reglas del juego. Detiene las discusiones e insiste en el tipo de mapa de pensamiento. Además, obliga a mantener una disciplina.

El pensamiento de sombrero azul se puede utilizar para aportar interjecciones en ocasiones que requieren un sombrero. También sirve para establecer una secuencia de pensamiento paso a paso que habrá que seguir como si fuese una coreografía.

Aunque el papel específico del sombrero azul se asigne a una persona, todos pueden ofrecer sus comentarios y sugerencias del sombrero azul.



BENEFICIOS DEL MÉTODO DE LOS SEIS SOMBREROS:

En la práctica, una de las cosas más espectaculares del uso del método de los seis sombreros es que las decisiones parecen tomarse solas. Cuando se llega al sombrero azul final, la decisión suele parece obvia.

Para los que nunca han probado el método puede parecer que los sombreros ayudan a explorar un tema a fondo y que después debería seguir una fase de toma decisiones específicas. Esta visión para por alto el hecho de que determinados sombreros (el rojo, el amarillo y el negro) se utilizan para valorar, no sólo para aportar información.

Si no es posible tomar una decisión, el sombrero azul final debería de explicar por qué. Es posible que se necesite más información en un punto determinado. O que existan valores irreconciliables. El sombrero azul final puede definir un nuevo foco de pensamiento que pasará a ser la tarea de una nueva sesión de pensamiento.

TÉCNICAS ESPECIALES

Con el sombrero azul final siempre es posible adoptar técnicas especiales de toma de decisiones si se consideran necesarias. Estos procesos no están excluidos sólo porque se esté utilizando el método de los seis sombreros. Sin embargo, conviene introducirlos sólo cuando resulte difícil llegar a una conclusión. Casi nunca son necesarias, y recurrir a ellas sólo añadiría una complejidad innecesaria.

NO ES DE EXTRAÑAR

No es de extrañar que con el método de los seis sombreros la decisión parezca llegar por sí sola. Después de todo, cuando tomamos decisiones pasamos por un proceso parecido (ventajas, inconvenientes, sentimientos, hechos…). El método de los seis sombreros sigue todos esos pasos. Por tanto, lo que hasta ahora tenía lugar en la mente de un individuo se hace de manera sistemática y pública.

Como ocurre en cualquier otro proceso de toma de decisiones, llegar a la decisión final puede parecer difícil o imposible. Tal vez requiera equilibrar dos valores en conflicto, o puede que dependa de una especulación sobre el futuro (y no se puede eliminar la incertidumbre sobre el futuro). En este punto surge la necesidad de diseñar un camino hacia adelante que abarque las dos posibilidades.
Si esto no es posible y todavía falta tomar una decisión, se recurre al sombrero rojo.

CONCLUSIÓN

El mayor enemigo del pensamiento es la complejidad, que provoca confusión. Cuando el pensamiento es claro y sencillo, pasa a ser más placentero y más efectivo.

El concepto de los seis sombreros para pensar es muy sencillo de entender y utilizar.

El concepto de los seis sombreros para pensar tiene dos propósitos básicos. El primero consiste en simplificar el pensamiento porque permite tratar los puntos de uno en uno. En lugar de tener que prestar atención a las emociones, la lógica, la información, la esperanza y la creatividad a la vez, el pensador puede hacerlo por separado. En lugar de utilizar la lógica para apoyar una emoción medio disfrazada, el pensador puede mostrar esa emoción con el sombrero rojo sin necesidad de justificarla. El sombrero negro se encarga del aspecto lógico.

El segundo propósito principal del concepto de los seis sombreros para pensar radica en permitir un cambio en el pensamiento. Si una persona presente en una reunión es negativa de manera persistente, se le puede pedir que se quite el sombrero negro. Así se le hace saber que está siendo negativa. También es posible pedirle que se ponga el sombrero para pensar amarillo: es una petición directa para que sea positiva. De este modo, los seis sombreros proporcionan un lenguaje definido pero nunca ofensivo. Lo más importante es que ese lenguaje no amenaza el ego o la personalidad de nadie. Al convertirse en una especie de juego, el concepto de los sombreros permite requerir determinados tipos de pensamiento. Los sombreros pasan a ser algo así como un manual abreviado de instrucciones.

No se esta sugiriendo que nuestro pensamiento tenga que utilizar conscientemente y en todo momento los sombreros. Resulta innecesario. Es posible que de vez en cuando queramos recurrir a los sombreros en una secuencia formalmente estructurada, y en esos casos planearíamos la estructura de antemano. Resulta más habitual recurrir a los sombreros en el transcurso de una discusión, o tal vez queramos pedir a alguien que se ponga un sombrero determinado. Al principio puede parecer un poco extraño, pero con el tiempo estas peticiones resultarán naturales.
Es obvio que el marco resultará más útil si todos los participantes conocen las reglas del juego. Por ejemplo, todos los que acostumbran a reunirse para discutir sobre un tema deberían conocer el significado de los diferentes sombreros. El concepto funciona mejor cuando se ha convertido en una especie de lenguaje común.

Existen numerosas organizaciones en las que el simbolismo de los sombreros ya forma parte del lenguaje cotidiano como medio para dirigir el pensamiento de manera más efectiva.

#CORAJEPARAINNOVAR

LOS 6 SOMBREROS DE CORAJE PARA INNOVAR

MÉTODO QUE FOMENTA EL PENSAMIENTO CREATIVO Y LA INNOVACIÓN ENTRE LOS EQUIPOS.

A través de "6 sombreros distintos", cada uno un estilo diferente de pensamiento, es posible:

- BUSCAR ALTERNATIVAS
- IDEAS MÁS CREATIVAS
- PROCESO DE INNOVACIÓN
- PENSAMIENTO EFICAZ
- PROMOVER UN FLUJO DE IDEAS
- ANÁLISIS Y LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS
- TOMA DE DECISIONES
- COLABORACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN EQUIPOS
- REUNIONES MÁS PRODUCTIVAS

TIPS:

La secuencia de los sombreros a utilizar, en una reunión por ejemplo, es libre pero es importante seleccionarla según convenga.

¡SEPARA LA LÓGICA DE LA EMOCIÓN Y LA CREATIVIDAD DE LA INFORMACIÓN!

1. Establecer al comienzo de la sesión la secuencia de los sombreros y la forma de alternarse.
2. Comenzar y terminar una reunión con el **Sombrero Procesos**
3. Como siguiente, utilizar el **Sombrero Hechos & Datos.**
4. En una reunión se recomienda ponerse el **Sombrero Emocional** por el lapso de tiempo más corto.

#CORAJEPARAINNOVAR

#CORAJEPARAINNOVAR

Y TÚ ¿QUÉ SOMBRERO USAS?



- **SOMBRERO HECHOS & DATOS** — Hechos, datos, información conocida o necesaria
- **SOMBRERO CAUTELOSO** — Dificultades, problemas, riesgos
- **SOMBRERO EMOCIONAL** — Sentimientos, instintos, intuición
- **SOMBRERO CREATIVO** — Nuevas ideas, posibilidades, alternativas, soluciones
- **SOMBRERO OPTIMISTA** — Busca el lado positivo, valores, beneficios
- **SOMBRERO PROCESOS** — Proceso de pensamientos, siguientes pasos, planes de acción

Demostremos coraje para innovar con pasión por nuestros pacientes

#CORAJEPARAINNOVAR

Y TÚ ¿QUÉ SOMBRERO USAS?



TE INVITAMOS AL TEST DONDE PODRÁS CONOCER QUÉ SOMBRERO TE PONES MÁS.

#CORAJEPARAINNOVAR

Sigue las instrucciónes del siguiente link y averígualo

Te toma 7 minutos hacer el test

HAZ CLICK AQUÍ

SOMBRERO **HECHOS & DATOS**

Hechos, datos, información conocida o necesaria

Dificultades, problemas, riesgos

SOMBRERO **CAUTELOSO**

SOMBRERO **EMOCIONAL**

Sentimientos, instintos, intuición

Nuevas ideas, posibilidades, alternativas, soluciones

SOMBRERO **CREATIVO**

SOMBRERO **OPTIMISTA**

Busca el lado positivo, valores, beneficios

Proceso de pensamientos, siguientes pasos, planes de acción

SOMBRERO **PROCESOS**

Texto basado en el Libro
"Seis Sombreros para Pensar" de Edward De Bono
patrocinado por el Pilar Coraje para Innovar.