

Tema 1. Innovación y creatividad**Introducción**

¿Cómo puedo generar soluciones que permitan a la empresa ser creativa e innovadora?

Ante el acelerado paso de la evolución tecnológica y de procesos de negocios del mundo actual, es necesario que los responsables de la generación de ideas y toma de decisiones en las empresas estén preparados para proponer e implementar soluciones creativas e innovadoras. En ocasiones los que generan las ideas las proponen, pero los responsables de la toma de decisiones no están preparados para arriesgarse con

soluciones con esas características, es por ello que al presentar esas ideas se integren formas que permitan evaluar el posible impacto.

Murillo (2014) hace una reflexión interesante sobre la aplicación de procesos generadores de creatividad y nos dice que si una sesión de juego no está acompañada de un proceso efectivo de facilitación, sólo quedará en eso: algo divertido, interesante y energizante, aunque sin trascendencia ni aprendizajes profundos para la compañía.

Es por ello que a lo largo de este tema se analizarán diversos aspectos sobre la importancia de la creatividad y la innovación.

Creatividad en la empresa

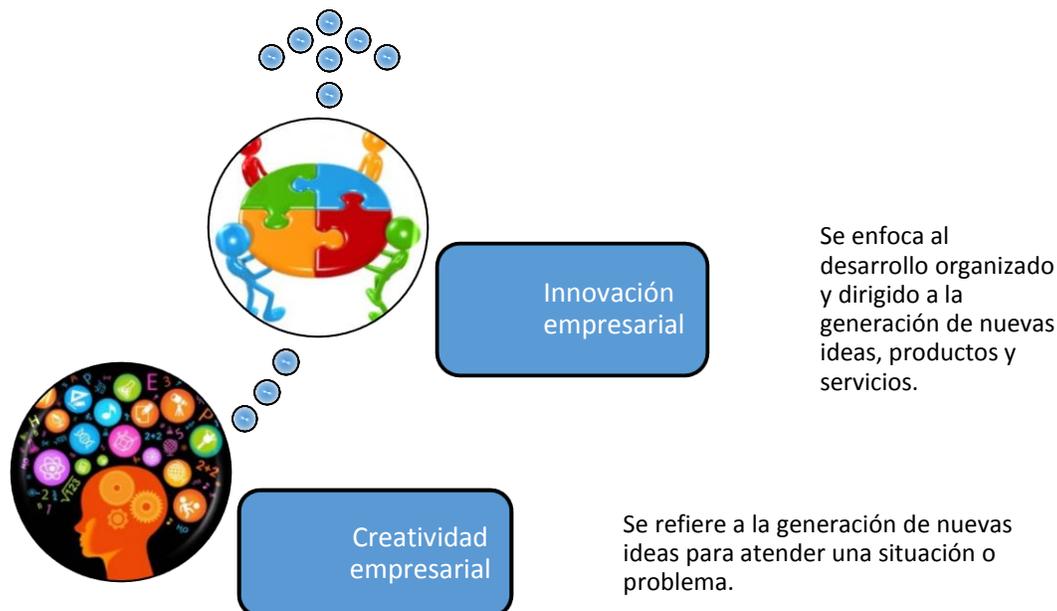
Innovación con propósito de vida.

Subtema 1. Fundamentos de la innovación y creatividad

La creatividad y la innovación permiten al individuo como a las empresas generar nuevas formas de atender situaciones ya existentes o bien adaptarse a las nuevas que van surgiendo en el día a día. En una entrevista de (WOBI, 1998) a Peter Senge, este comenta que existe un modelo, o una mentalidad, de que la gente va a trabajar, cumple una tarea, vuelve a su casa, y eso es todo. Eso implica que las personas no están profundamente comprometidas. No se involucran, ni espiritual ni intelectualmente, porque las empresas están dirigidas sólo por un grupo de personas. Ahora bien, de que forma impacta a las empresas es el punto importante y en ese caso Senge comentó que esas empresas no pueden competir en el mercado global. Para hacerlo deben contar con gente inteligente y motivada en varios niveles. Ese es un cambio importante que tendrán que hacer muchas compañías en los países que han tenido mercados sumamente protegidos.



Proceso Creativo - Innovador



Proceso Creativo-Innovador (adaptado de ONUDI, 2006). Elaboración propia.

Derechos Reservados, ENSEÑANZA E INVESTIGACION SUPERIOR A.C., 2015.

A partir de lo anterior, se puede decir que la creatividad en las empresas debe ser promovida no solo como consecuencia de la espontaneidad sino del establecimiento de las condiciones esenciales que permitan a los integrantes de la misma participar de forma activa en la generación, diseño e implementación de las ideas generadoras de la innovación. Ahora bien, es necesario profundizar en la forma en que los procesos de pensamiento deben ser considerados en la promoción de la creatividad en los distintos elementos de la organización.

Subtema 2. Creatividad y los procesos de pensamiento

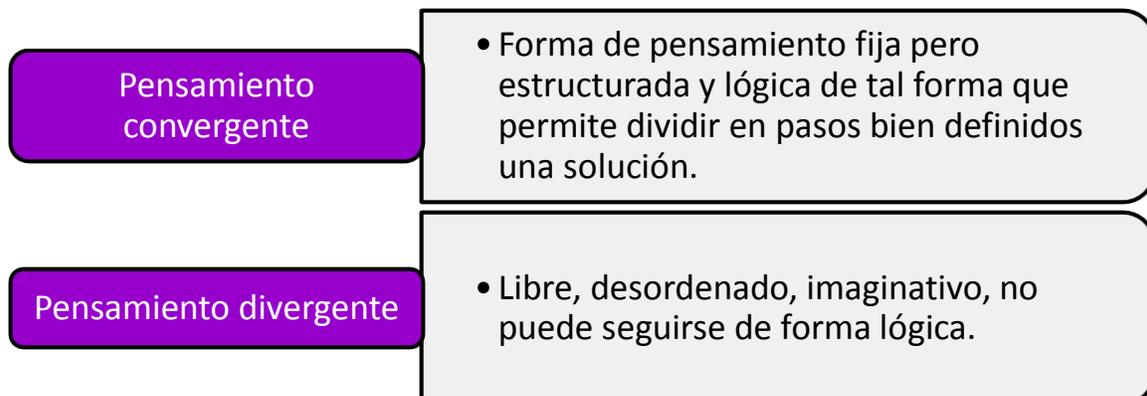


¿Por qué es importante considerar los procesos de pensamiento para la generación de condiciones adecuadas para el desarrollo de ideas creativas? Senge menciona en (WOBI, 1998) que solo aquellas personas que son capaces de dirigirse a sí mismas pueden ser agentes generadores de procesos de cambio profundos en las organizaciones, ya que, dichos individuos apliquen procesos de pensamiento relacionados con sus

percepciones, aptitudes, capacidades y valores.

Por otro lado, ONUDI (2006) comenta sobre dos formas de pensamiento estudiadas y que tienen un impacto relevante, tanto en la creatividad como en la innovación:

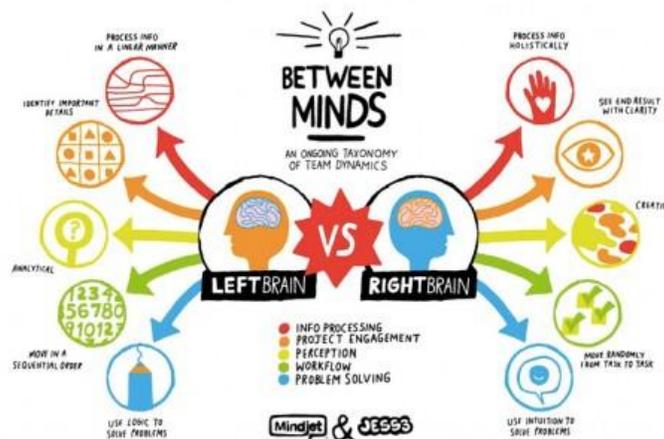
Tipos de pensamiento



Tipos de pensamiento, (adaptada de ONUDI, 2006). Elaboración propia.

Sin embargo, las empresas deben asegurar que los procesos creativos tengan cierto orden, por ello ONUDI (2006), presenta la idea de un tipo de pensamiento denominado “**divergente-controlado**”, el cual es una síntesis del pensamiento convergente (organización, secuencia lógica) que permite visualizar el problema desde todos los ángulos posibles, pero aplicando la imaginación y libertad del pensamiento creativo. El proceso descrito permite tener en consideración los aspectos relevantes de ambos tipos de pensamiento y de esa forma generar lo que se denomina “**pensamiento creativo**”, donde se transfiere la racionalidad del pensamiento convergente a la intuición y creatividad del divergente. Cabe mencionar que el pensamiento creativo hace trabajar a ambas partes del cerebro, ya que permite utilizar las capacidades lógicas y organizadas del hemisferio izquierdo con las creativas del derecho:

Pensamiento creativo

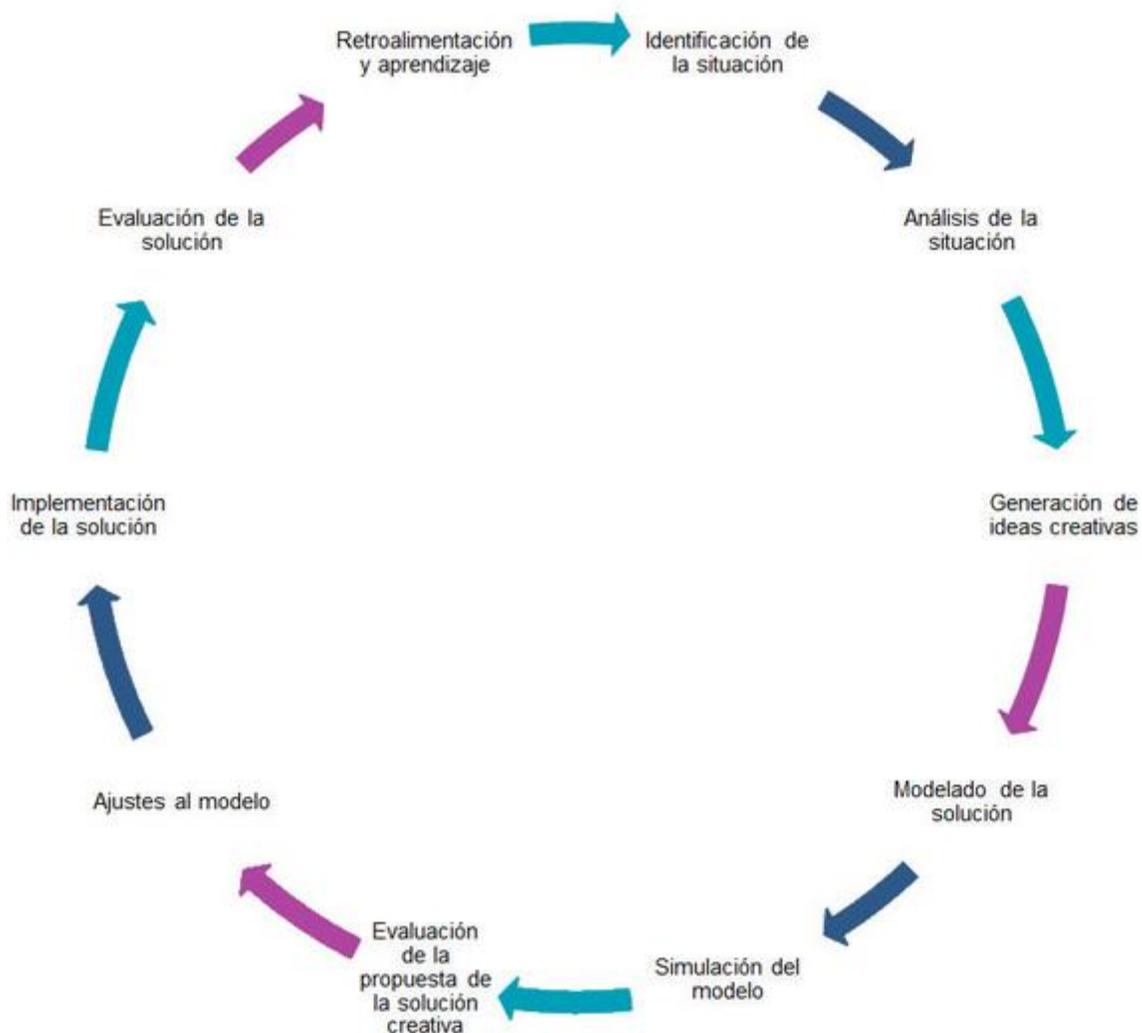


Pensamiento creativo. Midjest & Jess, (2012). <http://www.deskmag.com/en/the-art-of-brainstorming-549>. Solo para fines educativos.

Una vez analizados estos aspectos, es necesario establecer las características que debe tener el proceso para desarrollar soluciones creativas, es decir, para pasar las ideas a la acción.

Subtema 3. Proceso integral (holístico) en el desarrollo de soluciones creativas

El proceso para el desarrollo de soluciones creativas, requiere considerar todos los posibles ángulos relacionados con la situación o problemática analizada. Es por ello que en este punto se analizarán los pasos o etapas de dicho procesos:

Proceso para el diseño de soluciones creativas

Proceso para el diseño de soluciones creativas (2015). Elaboración propia.

En los siguientes puntos analizaremos cada una de las etapas del proceso:

Identificación de la situación

Se debe identificar de forma clara y concisa la situación o problemática que debe ser atendida. **Por ejemplo:** desarrollar nuevos productos para clientes con actividades desarrolladas en forma móvil y con limitaciones de tiempo y espacio.

Análisis de la situación

ONUDI (2006) se refiere a esta etapa donde se utiliza el pensamiento lógico y creativo, donde se profundice en la situación o problemática planteada de tal forma que se incluyan todos los elementos que se requirieran para la solución. Se definen las métricas o estándares para la evaluación de la solución.

Generación de ideas creativas

Esta es la etapa principal del proceso, ya que es donde se generan las ideas, para lo cual es necesario apartarse de las soluciones tradicionales y formas de pensamiento convergente y permitir que se desarrollen las ideas creativas y de forma libre.

Modelado de la solución

Se utiliza una herramienta manual o de *software* que permita transformar las ideas en procesos de negocios que puedan ser visualizados, seguir sus líneas de acción y ofrecer los elementos para su evaluación.

Simulación del modelo

Es la ejecución manual o a través de herramientas de *software* de la solución propuesta para determinar sus posibles resultados esperados y no esperados.

Evaluación de la propuesta de la solución creativa

Una vez realizada la simulación se evalúan tanto los resultados esperados como los no esperados, con base en las métricas o estándares definidos, de tal forma que se puedan realizar ajustes previos a la puesta en marcha de la solución.

Ajustes al modelo

Se determinan los ajustes al modelo para poder realizar un nuevo modelo para su simulación y evaluación, de tal forma que fortalezca la implementación de la solución.

Creatividad en la empresa

Innovación con propósito de vida.

Implementación de la solución

Una vez que se ha analizado el modelo y sus resultados, entonces se implementa la solución creativa en la empresa.

Evaluación de la solución

Al final del primer periodo de implementación de la solución (mensual, trimestral, semestral, anual, etc.) se evalúan los resultados de la solución, con base en las métricas o estándares establecidos.

Retroalimentación y aprendizaje

Finalmente, se realiza una revisión que debe incluir a todos los involucrados en los procesos previos, de tal forma que se genere aprendizaje en la empresa para futuros proyectos.

A lo largo de este tema se han analizado los aspectos relacionados con la innovación y la creatividad, las formas de pensamiento que impactan las soluciones creativas y el proceso para desarrollar dichas soluciones.

En el siguiente tema se profundizará en los aspectos relevantes relacionados con la creatividad en la empresa.

¡Quiero más!

- Para conocer más sobre **estrategias creativas para las empresas**, es recomendable leer el artículo:
Ponte, F. & Ferrás, X. (2011). *Siete estrategias de creatividad*. Management Society. Recuperado el 28 de marzo de 2015 de <http://www.factorinnovation.eu/sites/default/files/entidades/documentos/subadministrador/presentacion-7-estrategias-de-creatividad.pdf>.
- Para conocer sobre la importancia de una herramienta para desarrollar creatividad e innovación en la empresa, te invito a ver el siguiente video titulado **LEGO Serious play** en/ <https://www.youtube.com/watch?v=ie-yI0SIfwI>

Mi Reflexión

Una vez que se han analizado los fundamentos de la creatividad y la innovación, reflexiona acerca de: ¿cuál es la importancia de ver una situación desde diferentes ángulos?, ¿qué puedo hacer para estar abierto a nuevas formas de pensamiento e ideas no tradicionales?

Bibliografía

- ONUDI. (2006). *Innovación y creatividad en la búsqueda de opciones, análisis de viabilidad, fuentes de información*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial. Recuperado el 07 de abril de 2015 en: http://www.unido.org/fileadmin/import/71451_5Textbook.pdf
- Murillo, C. (2014). *Juega con LEGO y aprende más de negocios*. CNN Expansión. Recuperado el 26 de marzo de 2015 en: <http://www.cnnexpansion.com/especiales/2014/05/01/juega-con-lego-y-aprende-mas-de-negocios>
- WOBI. (Febrero de 1998). *La organización que aprende: Con mucha disciplina*. Obtenido de WOBI. Recuperado el 07 de abril de 2015 en: http://cdn.aws.wobi.com/sites/default/files/con_mucha_disciplina.pdf

Creatividad en la empresa

Innovación con propósito de vida.

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACION SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.