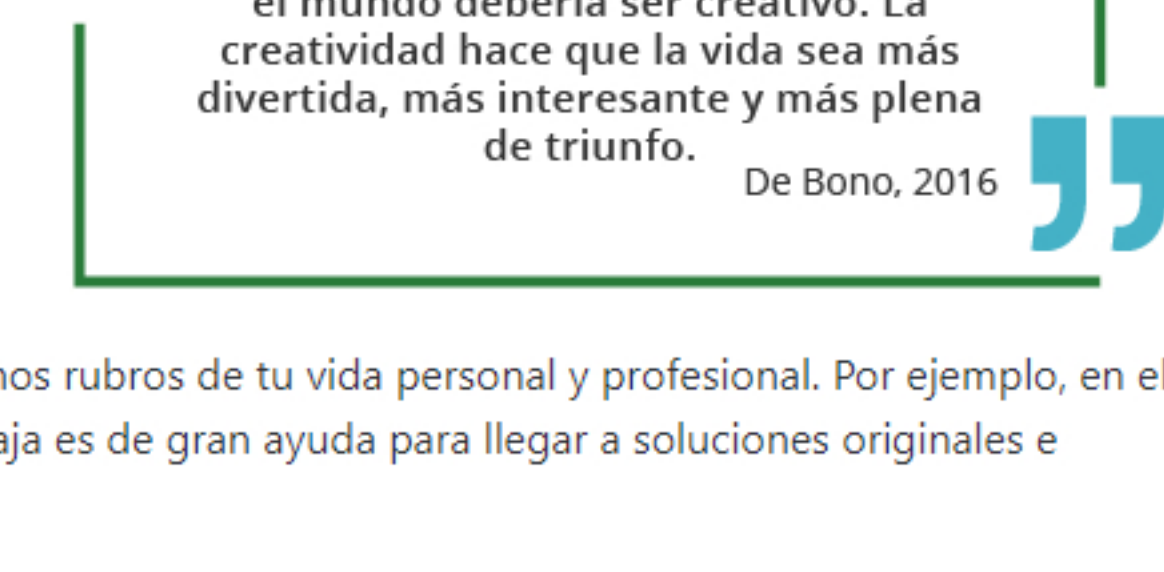
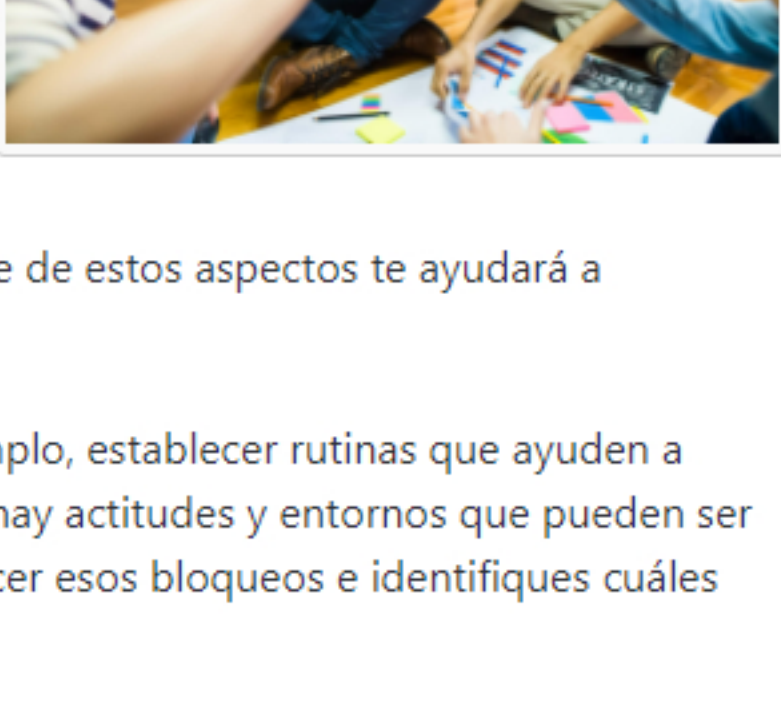


Tema 2. Facilitadores y obstáculos del proceso creativo

Introducción



Pensar de forma creativa te ayudará en muchos rubros de tu vida personal y profesional. Por ejemplo, en el ámbito de los negocios, pensar fuera de la caja es de gran ayuda para llegar a soluciones originales e innovadoras.



Del mismo modo, los vendedores que saben conectar con sus clientes han desarrollado su potencial creativo para diferenciar su propuesta de valor ante sus competidores, así como para encontrar el *insight* de ciertos potenciales para conectar de manera profunda con ellos y tener mayor posibilidad de cerrar una venta.

Por tal razón, es importante que conozcas qué es lo que promueve y lo que detiene a la creatividad. Para efectos de este tema, los llamaremos facilitadores y bloques del proceso creativo, por lo que estar consciente de estos aspectos te ayudará a desarrollar tu pensamiento creativo y a construir soluciones innovadoras en tu área de trabajo.

En este tema aprenderás hábitos que, al cultivarlos, te ayudarán a que tu pensamiento creativo fluya. Por ejemplo, establecer rutinas que ayuden a favorecer la creatividad al momento de desarrollar tus planes de acción de ventas. Asimismo, conocerás que hay actitudes y entornos que pueden ser verdaderos obstáculos que impiden que expreses tu capacidad creativa. Por ende, el objetivo es darte a conocer esos bloques e identifiques cuáles inhiben tu pensamiento creativo.

Finalmente, identificarás estrategias e instrumentos que te ayudarán a eliminar estos bloques y potencializar tu creatividad e innovación para encontrar esos insights que te permitirán conectar con tu cliente y ofrecerle una mejor propuesta de valor.

Explicación

El pensamiento creativo

Guilford define el pensamiento creativo como el pensamiento divergente, sintético, expansivo, libre, informal y difuso, el cual consiste en la generación de una variedad de ideas o soluciones a partir de una información dada, en donde todas ellas son viables dentro de los límites de libertad que pueden ofrecer al problema (Ferrándiz, Soto, Ferrando, Sainz y Prieto, 2017).

De Bono (2016) lo define como el poder que tiene el pensamiento lateral para crear nuevas ideas. En otras palabras, el pensamiento creativo es la unión de dos acciones poderosas: pensar más crear.

Por lo tanto, es la capacidad de generar nuevas ideas con el objetivo de dar soluciones a una situación dada, por lo que es un pensamiento flexible y fuera de lo convencional. Es ver las cosas desde otra perspectiva y cuestionar siempre la forma tradicional para resolver un problema, con la finalidad de lograr una solución original, satisfactoria y novedosa que genere valor.

El pensamiento creativo existe en todos los seres humanos, sin excepción alguna. Por consiguiente, entre más estímulos tu pensamiento creativo, resolverás problemas con más facilidad (De Bono, 2016). Asimismo, se puede aprender, inventar y desarrollar por medio de técnicas y ejercicios, por lo que se puede aplicar en todos los ámbitos de la actividad humana, por ejemplo, en la creación artística, en la empresa, en la innovación tecnológica y en la vida personal.

Aplicaciones del pensamiento creativo según De Bono (2016):

El pensamiento creativo no existe hasta que se presenta la oportunidad de utilizarlo. Su objetivo es crear cosas simples de manera oportuna para facilitar el futuro cercano. A continuación, se presentan algunas aplicaciones del pensamiento creativo en la vida diaria y en el trabajo:



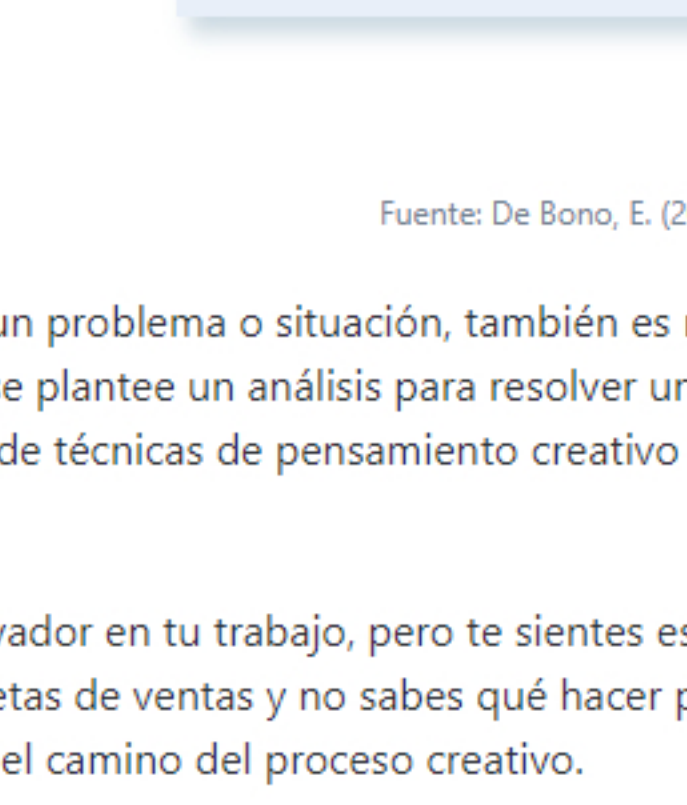
1. El perfeccionismo

El pensamiento creativo está presente (en gran medida) en esta conducta, dado que puedes aplicar el pensamiento creativo en cualquier cosa que quieras mejorar. Es encontrar una mejor manera para hacer las cosas, así como para examinar un proceso y darte por sentado que existe otro mejor. Por ende, tú puedes estudiar el actual proceso de venta que sigues y mejorarlo, centrado en la experiencia que desea recibir tu cliente.



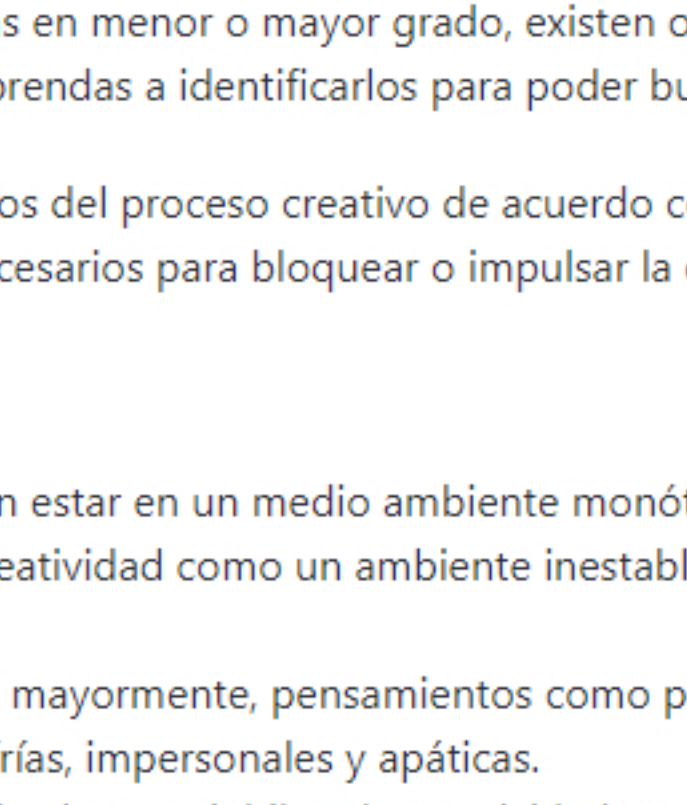
2. La resolución de problemas

Es una de las aplicaciones más frecuentes del pensamiento creativo. Se puede representar realizando la siguiente pregunta: ¿qué soluciones puedo implementar para este problema? Sin embargo, debes tener claro que es más importante encontrar alternativas de solución, más que definirlo. Este último renglón contradice la misma pregunta de antes, es decir, la de: "¿cuál es el verdadero problema?". Si definir el problema no es lo más importante, entonces mejor cambia la pregunta, por ejemplo: "¿qué soluciones existen? ¿puedo implementar?".



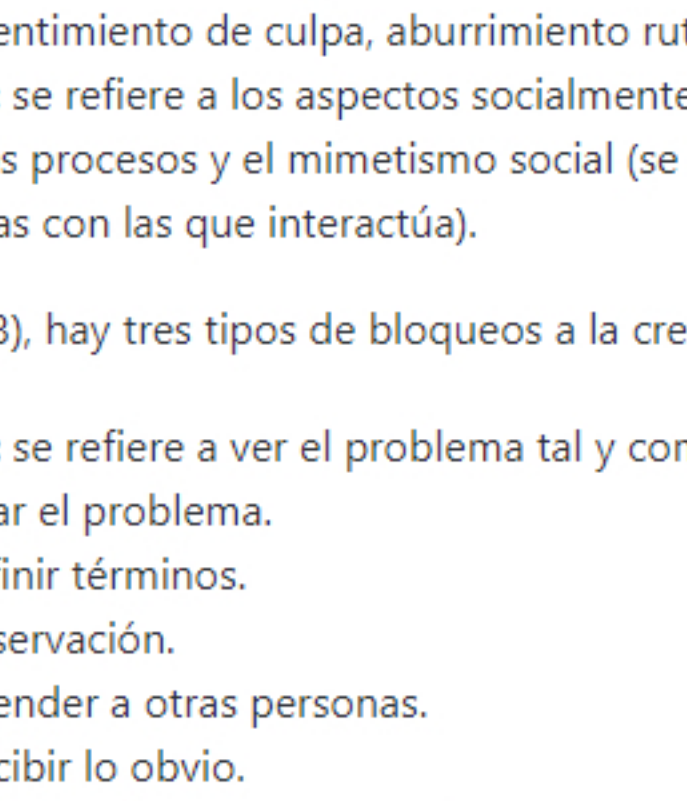
3. Valor y oportunidad

Pensar de manera creativa te puede ayudar a dar respuestas creativas. Puedes apoyarte de preguntas como: ¿qué productos y servicios puedo idear?, ¿cómo puedo generar valor agregado a mi cliente?, ¿cómo deberían ser los nuevos mercados o segmentos de mercado? Por ende, la generación de oportunidades requiere de tu pensamiento creativo. Ten presente que las oportunidades solo caen del cielo si alguien se lanza a buscarlas.



4. El futuro

A falta de información acerca del futuro, es necesario pensar de manera creativa para prever las consecuencias de acción y generar nuevas alternativas para tener en cuenta, es decir, anticiparse al futuro por medio de la imaginación de los diversos escenarios posibles que se pueden presentar en el futuro con tu cliente y el entorno.



5. La motivación

Por sí sola, la creatividad es un factor de motivación. Es la esperanza de encontrar una idea valiosa, con la posibilidad de alcanzar tus logros y hacer tu vida más divertida e interesante. Del mismo modo, promueve la interacción con otras personas a través del trabajo en equipo.

Fuente: De Bono, E. (2016). *El pensamiento creativo*. España: Planeta.

Cuando es necesario analizar un problema o situación, también es necesario usar la creatividad, aunque esto no siempre sucede. Es común que durante la gestión de un proyecto no se plantee un análisis para resolver una necesidad o una mejora hasta que es casi demasiado tarde. Por fortuna, la aceptación e implementación de técnicas de pensamiento creativo está cambiando en el mundo de los negocios, por lo que cada vez esto es más valorado y necesario.

¿Te han pedido que seas innovador en tu trabajo, pero te sientes estancado? ¿Tienes un problema con un cliente y no sabes cómo solucionarlo? ¿Sabes que andas muy bajo en tus metas de ventas y no sabes qué hacer para aumentarlas? Estas situaciones se pueden solucionar si eres consciente de cuáles son tus bloques hacia el camino del proceso creativo.

Aunque todas las personas son creativas en menor o mayor grado, existen obstáculos que pueden actuar como inhibidores, desde el intelecto o desde el sentimiento. Lo importante es que aprendas a identificarlos para poder buscar soluciones.

A continuación, se enlistan los obstáculos del proceso creativo de acuerdo con las aportaciones de Mauro Estrada (Abasali, 2018), quien describe los siguientes elementos como factores necesarios para bloquear o impulsar la creatividad.

Obstáculos del proceso creativo

- De orden físico:** tiene que ver con estar en un medio ambiente monótono, tranquilo y estático. Estos pueden ser tan enemigos de la creatividad como un ambiente inestable, tempestuoso, acelerado y caótico.
- De orden cognoscitivo:** es tener, mayormente, pensamientos como prejuicios, el rechazo a lo nuevo, así como las actitudes rutinarias, frías, impersonales y apáticas.
- De orden afectivo:** son otros estímulos que inhiben la creatividad, por ejemplo, tener inseguridad, límites autoimpuestos, sentimiento de culpa, aburrimiento rutinario del trabajo, presiones neuróticas.
- De orden sociocultural:** se refiere a los aspectos socialmente impuestos por la sociedad y la cultura, como la burocracia en los procesos y el mimetismo social (se refiere a la capacidad inconsciente del ser humano de imitar el lenguaje, gestos y ademanes de las personas con las que interactúa).



De acuerdo con Hurtado (2018), hay tres tipos de bloques a la creatividad. A continuación, verás algunos ejemplos de cada tipo:

- Bloques perceptuales:** se refiere a ver el problema tal y como es. Por ejemplo:
 - o Dificultad para aislar el problema.
 - o Incapacidad de definir términos.
 - o Incapacidad de observación.
 - o Dificultad para entender a otras personas.
 - o Dificultad para percibir lo obvio.
 - o Incapacidad para distinguir entre causa y efecto.
- Bloques culturales:** son los bloques impuestos por una educación tradicional en el hogar, así como por el sistema educativo y sociedad. Por ejemplo:
 - o Deseo de adaptarte a una norma aceptada.
 - o "No es de buena educación ser curiosos, ni inteligentes, o dudar de todo".
 - o Demasiada fe en las estadísticas.
 - o Concentrarte demasiado en la razón y la lógica.
 - o Tendencia a adoptar una actitud de todo o nada.
 - o Demasiado o muy poco conocimiento sobre el tema a trabajar.
 - o Creer que no vale la pena el permitirte fantasear.
 - o Darle demasiada importancia a la competencia o a la cooperación.
- Bloques emocionales:** se refiere a los temores irracionales y ansiedades que se manifiestan ante el proceso creativo.
 - o Temor a equivocarte o hacer el ridículo.
 - o Aterrarse a la primera idea que se te ocurre.
 - o Rigidez de pensamiento.
 - o Sobremotivación para triunfar rápidamente.
 - o Deseo patológico de seguridad.
 - o Temor a tu jefe o supervisor, y desconfianza de tus compañeros y subordinados de trabajo.
 - o Falta de tiempo para llevar adelante la solución de un problema hasta complementarlo y experimentarlo.
 - o Falta de voluntad para poner en marcha una solución.

Definitivamente para comprender el potencial de tu desarrollo creativo se tiene que tomar en cuenta tu historia de vida. Asimismo, tu interacción con el entorno en los diversos niveles (físico, cognitivo, afectivo y sociocultural) marcan de manera importante tu capacidad para desarrollar el pensamiento creativo.

Basados en las aportaciones de Mauro Estrada (Abasali, 2018), se exponen los facilitadores del proceso creativo, es decir, los principales aspectos que te ayudarán a despertar tu potencial creativo.

Facilitadores del proceso creativo

- De orden físico:** calma que ver con la capacidad de alternar los periodos de intensa estimulación con periodos de calma y serenidad, para que obtengas el clima propicio para asimilar, afianzar e incubar las ideas que surjan.
- De orden cognoscitivo:** ampliar intereses culturales y creativos, ser respetuosos con las diferentes ideologías, así como ser tolerantes al proceso de ensayo y error.
- De orden afectivo:** tener la seguridad de ser aceptado y la alegría de vivir, tener fe en tus propias capacidades y poseer el espíritu de compromiso y entrega, así como la alta necesidad de logro.
- De orden sociocultural:** moverte y desarrollarte en una sociedad inquisitiva, ambiciosa y creativa hace que surja en ti el círculo virtuoso de expresar una creciente vitalidad y estimulación.



Por lo tanto, la motivación personal, el conocimiento previo, la independencia de carácter y la constancia son otros elementos fundamentales que facilitarán tu proceso creativo.

Como puedes observar, el pensamiento creativo depende de ti. Por ende, este se pone en acción cada vez que te encuentras ante un determinado problema que requiere de una resolución y de un conocimiento sensible, así como de una flexibilidad mental.

El pensamiento creativo puede ser afectado por el aprendizaje previo, el entorno, la educación o la cultura. Por lo tanto, debes salir de tu zona de confort y desconficar lo aprendido para que puedas crear nuevo conocimiento, que sea único e innovador, el cual permita interrelacionar e integrar el nuevo aprendizaje. Para esto, necesitarás de un pensamiento ágil, por lo que es aquí donde surge la necesidad de desarrollar la inteligencia creativa.

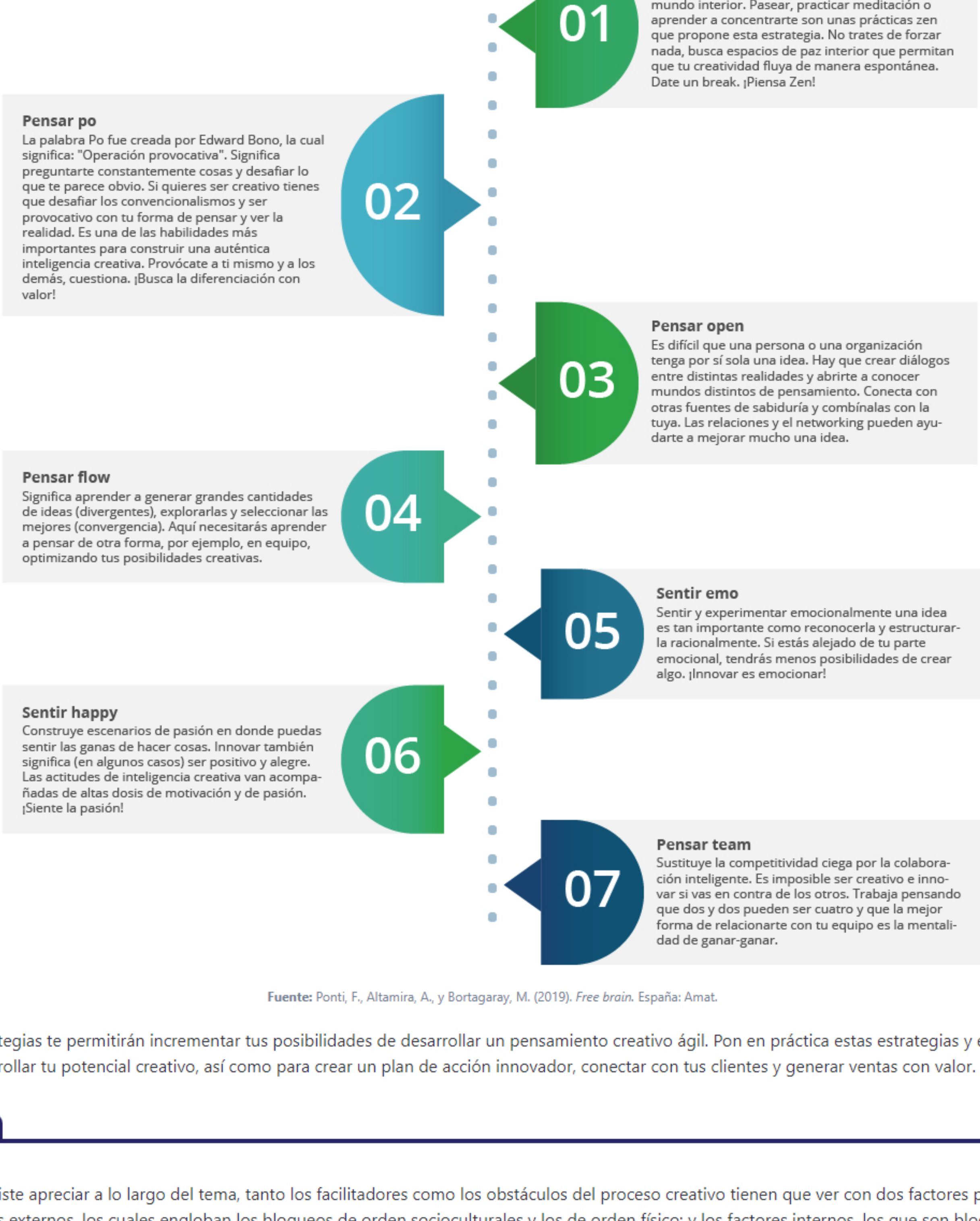
Inteligencia creativa

Rowe define que la inteligencia creativa está condicionada por varios factores como el carácter, el modo de percibir y de procesar la información, los valores personales, etc. Todos estos factores interaccionan entre sí para conformar un modo particular de actuar que permite **construir nuevos objetos o ideas que suponen una aportación positiva a la sociedad** (Chudari, Sundari, Tiurlina, Ridwan, Wuryastuti, Alfaria, Robiansyah, 2019).



Características de la inteligencia creativa:

Los siguientes aspectos son definidos por Rowe (2014) como características definitorias de la inteligencia creativa:



Fuentes: Ponti, F., Altamira, A., y Bortagaray, M. (2019). *Free brain*. España: Amat.

Estas estrategias te permitirán incrementar tus posibilidades de desarrollar un pensamiento creativo ágil. Pon en práctica estas estrategias y estarás listo para desarrollar tu potencial creativo, así como para crear un plan de acción innovador, conectar con tus clientes y generar ventas con valor.

Cierre

Como pudiste apreciar a lo largo del tema, tanto los facilitadores como los obstáculos de la creatividad que tienes que ver con dos factores principales: los factores externos, los cuales engloban los bloques de orden sociocultural y los de orden físico; o los factores internos, los que son bloques de orden cognoscitivo y de orden afectivo. Para inhibir los obstáculos y fomentar el proceso creativo se depende en gran medida de la actitud y las habilidades que tengas para enfrentarlos.

Asegúrate de seguir las siguientes recomendaciones generales para potenciar tu proceso creativo en tu vida personal y laboral:



Checkpoints

Asegúrate de:

- Comprender qué es el pensamiento creativo.
- Identificar los obstáculos del proceso creativo que detienen la creatividad para conectar con tu cliente.
- Tener en claro los facilitadores del proceso creativo para desarrollar hábitos que potencien tu creatividad.
- Conocer las estrategias que puedes utilizar para desarrollar planes creativos que generen valor para tu cliente.

Referencias bibliográficas

- De Bono, E. (2016). *El pensamiento creativo*. España: Paidós.
- Abasali, E. (2018). Manual De Creatividad. Los Procesos Psíquicos y el Desarrollo. Autor: Mauro Rodríguez Estrada. México: Editorial Trillas. México.
- *Revista de Investigación*, 42(4).
- Ferrándiz, C., Soto, M., Ferrando, G., Sainz, M., y Prieto, M. (2017). Pensamiento divergente y sus dimensiones. *Revista científica Anales de Psicología*, 33(1).
- Hurtado, V.(2018). *Facilitadores y obstáculos de la creatividad*. Recuperado de https://kupdf.net/download/facilitadores-y-obstaculos-de-la-creatividad_5a4f2a41e2b6f5b566e73cb1.pdf
- Ponti, F., Altamira, A., y Bortagaray, M. (2019). *Free brain*. España: Amat.
- Chudari, S., Sundari, N., Tiurlina, I., Ridwan, Wuryastuti, S., Alfaria, F., y Robiansyah, F. (2019). Creative Intelligence Analysis in Ethnomathematics Learning. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 5(1).
- Sanchis, S. (2020). *Inteligencia creativa: características ejemplo y como desarrollarla*. Recuperado de <https://www.psicologia-online.com/inteligencia-creativa-caracteristicas-ejemplos-y-como-desarrollarla-5148.html>

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de los derechos 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 los Derechos 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 la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.