

Segunda edición

Creatividad empresarial

ECO E EDICIONES

Edwin Tarapuez Chamorro
Carolina Lima Rivera

Edwin Tarapuez Chamorro

Doctorando en Ciencias Económicas (orientación en administración) de la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina).
Obtuvo su título de Economista y Especialista en Alta Gerencia en la Universidad de Nariño (Colombia). Ha ocupado varios cargos directivos en el sector público y privado, al igual que ha ejercido la docencia a nivel de pregrado y postgrado. Ha sido conferencista en varios países de América Latina. Actualmente es docente e investigador de tiempo completo en la Universidad del Quindío (Colombia).

Carolina Lima Rivera

Magíster en Administración de la Universidad EAFIT (Colombia) e Ingeniera Industrial de la Universidad Cooperativa de Colombia. Es empresaria y catedrática universitaria.

Creatividad empresarial

Elementos teóricos e
instrumentos didácticos

Segunda edición

*Edwin Tarapuez Chamorro
Carolina Lima Rivera*

Tabla de contenido

Presentación	1
Capítulo 1. La creatividad en la educación	5
El concepto de creatividad	5
Creatividad y educación.....	7
Los métodos activos	9
Corriente cognoscitiva.....	10
Corriente humanista	10
Corrientes mixtas o pragmáticas	11
El desarrollo económico y el espíritu empresarial	11
Educación y sector productivo.....	13
La creatividad y la educación empresarial	14
Capítulo 2. El espacio académico de creatividad empresarial.....	17
Creatividad empresarial e innovación educativa.....	17
Interrogantes sobre los docentes de creatividad empresarial	20
¿Deben ser creativos los docentes de Creatividad empresarial?	20
¿Deben ser o haber sido empresarios los docentes de Creatividad empresarial?	21
¿Deben ser empresarios exitosos los docentes de Creatividad empresarial?	22
Características del espacio académico de creatividad empresarial.....	22
Perfil ideal.....	23
Características de la creatividad aplicada a la empresa.....	25
Cómo promover la Creatividad empresarial en los estudiantes	26
El concepto de didáctica en Creatividad empresarial.....	30
Enfoques tradicionales en la cátedra de Creatividad empresarial	31
Descripción de una nueva propuesta didáctica	33
Mitos acerca de la creatividad empresarial	34
Capítulo 3. El entorno de la cátedra de Creatividad empresarial.....	37
Obstáculos para el desarrollo de la creatividad	38
Expresiones que limitan la creatividad.....	39
Recomendaciones para desarrollar la creatividad	40
Estrategias para generar un ambiente favorable hacia la creatividad.....	41
Características generales de las personas creativas	42
Algunas fuentes para la generación de ideas de negocio	43
Capítulo 4. El proceso creativo y sus principales metodologías.....	47
El proceso creativo	47
Fase lógica	47
Fase intuitiva	47
Fase crítica	48

Fase de valoración.....	48
Principales metodologías.....	49
Técnica sinética	50
Técnica de mapas mentales.....	50
El arte de preguntar	51
Técnica del brainstorming o lluvia de ideas.....	52
Método de relaciones forzadas.....	53
Lista Scamper	56
Técnica del listado de atributos	57
Método de analogías	58
Técnica biónica.....	59
Técnica de crear en sueños	59
Método Delfos	60
Técnica del análisis morfológico	61
Método de Solución creativa de problemas en grupo	62
Técnica clásica.....	62
Técnica del pensamiento mediante imágenes: la visualización	64
Técnica “4 x 4 x 4”	65
Técnica de Da Vinci.....	65
Técnica de los seis sombreros para pensar	67
Técnica de provocación	68
Metodología Cre-In	69
Método Triz	71
Técnica de relajación	72
Método Ideart.....	73
Técnica de la metodología	74
Técnica de la Programación Neurolingüística, PNL.....	74
Técnica del Do It.....	75
Técnica estratal	76
Técnica sinecmática.....	77

Capítulo 5. Propuesta metodológica para el desarrollo de la cátedra de Creatividad empresarial	79
Presentación	79
Propuesta para el desarrollo de la cátedra	80
Justificación	80
Propósitos	81
Adaptación al entorno.....	81
Competencias que se espera desarrollar en el estudiante.....	82
Investigación	82
Contenidos	82
Evaluación	83
Metodología.....	85

Capítulo 6. Ejercicios para flexibilizar la forma de pensar.....	109
Reflexiones finales.....	117
Anexos	119
Anexo A. Guía de trabajo. Proyecto especial Huevo volador.....	121
Anexo B. Guía de trabajo. Proyecto especial Marciano infantil	123
Anexo C. Guía de trabajo. Proyecto especial Reality	124
Anexo D. Test para medir el desarrollo de su cerebro triádico.	
Revelador del cociente mental triádico	133
Anexo E. Test sugerente para evaluar las Inteligencias Múltiples, IM	135
Anexo F. Ejemplo de paradigma. Los monos y los bananos	138
Anexo G. Tendencias del mercado de consumo masivo 2006-2008.....	139
Anexo H. Generación de ideas.....	141
Anexo I. Generación de ideas de negocio	142
Anexo J. Ejemplo de idea de negocio	143
Anexo K. Encuesta para diagnóstico de profesores.....	146
Anexo L. Mente de principiante.....	149
Anexo M. La Historia del Bello Cuervo.....	152
Anexo N. Creatividad de un estudiante en un examen	153
Anexo O. Respuestas a los ejercicios del capítulo seis.....	155
Anexo P. Otras herramientas didácticas para promover la	
Creatividad empresarial	161
1. El avioncito de papel.....	164
2. El cuento roto.....	165
3. El pitillo y la papa	167
4. Autobiografía graciosa.....	168
5. Cuento fotográfico.....	169
6. Érase una vez una pared... ..	170
7. Luces, cámara... ¡acción!.....	171
8. Diseño de empaque para flores	172
9. Creación de festividad no convencional para atraer turistas	173
10. Un nuevo Guinness Record.....	174
11. Todo sobre mi comuna	175
12. Elaboración de un nuevo modelo de cometa	176
13. Diseño de un juego de salón	177
14. La mesa resistente	179
Bibliografía	181

Listado de gráficos

Gráfico 1. Componentes secuenciales en educación empresarial	15
Gráfico 2. Esquema metodológico tradicional para el desarrollo de la cátedra de Creatividad empresarial.....	31
Gráfico 3. Algunos resultados del trabajo con guías didácticas de Creatividad empresarial.....	161

Listado de cuadros

Cuadro 1. Etapas de un proceso creativo.....	49
Cuadro 2. Propuesta para la evaluación cuantitativa de la cátedra Creatividad empresarial.....	83
Cuadro 3. Propuesta para la evaluación del proyecto especial Huevo volador.....	84
Cuadro 4. Propuesta para la evaluación del proyecto especial Marciano infantil.....	84
Cuadro 5. Propuesta para la evaluación del proyecto especial Reality	85
Cuadro 6. Propuesta para la evaluación de las demás actividades realizadas durante la cátedra.....	85

Presentación

Si uno pretende ser más creativo debe permanecer, en parte, como un niño, con la creatividad e inventiva que caracteriza a los niños, antes de ser deformados por la sociedad adulta.

Jean Piaget

Generalmente, se ha pensado que son los estudiantes y profesionales de las ciencias económicas y administrativas quienes deben liderar los procesos de creación de empresas. La realidad ha demostrado que un elevado porcentaje de empresarios tienen formación en otras áreas del conocimiento e inclusive, muchos de ellos nunca han asistido a una universidad.

En el campo académico, la gran mayoría de nuestras universidades en Latinoamérica se ha dedicado a la enseñanza de la parte técnica de cada profesión y ha dejado de lado una inmensa gama de opciones adicionales que podría permitir al estudiante desarrollar otras competencias, ser menos “cuadrado” y un poco menos lógico y racional, para proyectarse como un ser soñador y rebelde, capaz de ver varias opciones para detectar, solucionar y responder ante los múltiples retos y problemas que se presentan en la vida diaria.

Las investigaciones han demostrado que todas las personas tenemos cualidades creativas, pero lastimosamente dichos estudios también han confirmado que esas cualidades permanecen inertes durante la mayor parte de la vida de muchos de nosotros.

Gran cantidad de textos sobre *creatividad* se centran en el desarrollo de una temática enfocada a tratar este tema desde una perspectiva teórica, lo que a menudo no es una herramienta útil para desarrollar la *creatividad* en las empresas. Por su parte, muchos docentes y facilitadores de cátedras y créditos de *Creatividad empresarial* carecen propiamente de *creatividad*.

Adicionalmente, los procesos pedagógicos para la enseñanza de la *Creatividad empresarial* en muchas universidades latinoamericanas han sido guiados por docentes con escaso conocimiento del tema y generalmente, poca o nula experiencia

en procesos de creación y diseño de nuevos productos y servicios o solución de problemas al interior de las organizaciones.

Este libro nace de las inquietudes personales y profesionales de los autores sobre el tema de la *creatividad* y la importancia que esta tiene en todos los procesos del desarrollo empresarial, humano y social, como una herramienta efectiva para afrontar todos los aspectos en la vida de las personas desde una perspectiva distinta, total y más enriquecedora.

El insumo básico que los autores han utilizado para la elaboración de este libro corresponde a la experiencia docente en pregrado y postgrado, a la experiencia profesional en diversas instituciones públicas y privadas, a las labores de asesoría y consultoría empresarial, y especialmente a un trabajo permanente encaminado hacia la reflexión acerca de cómo mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes de *Creatividad empresarial*.

En esta obra se entrega una propuesta con importantes elementos teóricos e instrumentos didácticos que los docentes de *Creatividad empresarial* pueden utilizar para el enriquecimiento de sus clases. Parte de este trabajo ha sido publicado en la versión electrónica de la *Revista Dinero* y en el portal español de la Fundación Neuronilla, experta en temas de *creatividad*. De igual manera, algunos de los apartes más importantes de este trabajo fueron presentados como ponencias en varios congresos internacionales sobre emprendimiento y creatividad realizados en Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Brasil, Argentina y Guatemala. Eventos que nos permitieron dar a conocer la propuesta y ajustar algunos aspectos metodológicos con base en las sugerencias, comentarios y preguntas de los evaluadores, organizadores y asistentes.

El libro se divide en seis capítulos. En el primero se aborda el tema de *La creatividad en la educación*, donde se aclara cuál es el concepto de “*creatividad*” que servirá de base para el desarrollo posterior de la temática y la justificación del porqué se incluye la cátedra de *Creatividad empresarial* dentro de los métodos activos de enseñanza-aprendizaje.

El segundo capítulo se denomina *La cátedra de Creatividad empresarial*, en el que se aborda este espacio académico como innovación educativa y los interrogantes que surgen en torno a sus docentes. También se presenta una caracterización de la cátedra propiamente dicha, el perfil ideal del docente de la misma, las características de la creatividad aplicada a la empresa, estrategias docentes para promover la *Creatividad empresarial* en los estudiantes, el concepto de didáctica en este caso particular, los enfoques tradicionales y algunos mitos sobre la *Creatividad empresarial*.

En el tercer capítulo, *El entorno de la cátedra de creatividad empresarial*, se listan los obstáculos para el desarrollo de la *creatividad*, las expresiones que la limitan, algunas recomendaciones para desarrollarla, las estrategias para generar un ambiente propicio hacia la *creatividad*, las características de las personas creativas y algunas fuentes para la generación de ideas de negocio.

En el cuarto capítulo, *El proceso creativo y sus principales metodologías*, se presentan las técnicas más utilizadas para la generación creativa de ideas y la solución de problemas. Este capítulo será bastante útil para los docentes de *Creatividad empresarial* porque les permitirá conocer las distintas metodologías que pueden utilizar con sus estudiantes a la hora de solucionar los retos.

En el quinto capítulo, *Propuesta metodológica para el desarrollo de la cátedra de Creatividad empresarial*, se sugiere un esquema puntual y detallado de cómo puede desarrollarse este espacio académico.

En el sexto capítulo, se incluyen cuarenta ejercicios para *Flexibilizar la forma de pensar*, buscando que los estudiantes puedan hacer “calentamiento” para afrontar retos creativos mayores. Se recomienda que estos problemas sean abordados antes de iniciar el trabajo con las guías didácticas que se presentan en el capítulo quinto.

Más adelante, el lector encontrará las *Reflexiones finales* en las que se sintetizan los principales puntos estratégicos abordados a lo largo del texto.

Finalmente, se encuentran catorce anexos en donde los lectores hallarán variados instrumentos que tienen total aplicación para el desarrollo de la cátedra de *Creatividad empresarial*. Estos anexos se referencian oportunamente a lo largo del libro, de tal manera que el docente sepa cuál es el momento más adecuado para utilizarlos. De igual manera, se incluyen catorce guías de trabajo con las que se puede dinamizar el trabajo con los estudiantes para proponer retos no convencionales.

A pesar de que este libro está concebido como una guía que puede ser útil para orientar el espacio académico de creatividad empresarial en las instituciones de educación superior, también puede servir para el trabajo con estudiantes de colegio o para la elaboración de seminarios relacionados con los temas abordados.

Los autores agradecen a Rodrigo Varela Villegas, director del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad, Icesi de Colombia, ampliamente reconocido a nivel internacional por sus aportes y liderazgo en temas relacionados con el *Entrepreneurship*; a Adriana Uribe Urán, destacada docente del área de Organizaciones de las universidades Simón Bolívar y del Norte, en Barranquilla; a Fabiola Sáenz Blanco, reconocida docente e investigadora de la Universidad Distrital “Francisco José de Caldas”; a Gladys Cecilia Villegas, destacada docente e investigadora de la Universidad de Medellín; a Claudia Constanza Cabal Cruz, docente de la Universidad del Quindío; a Vanessa León, docente de la Escuela Politécnica del Litoral de Guayaquil, Ecuador; a Patricia Zutta Burbano, empresaria y docente de la Universidad de Nariño, y a Jackeline Pulistar de la Institución Universitaria Cesmag. Todos sus aportes y comentarios sobre este trabajo fueron fundamentales para mejorar significativamente esta propuesta.

Al equipo de trabajo de Ecoe Ediciones, especialmente a Álvaro Carvajal y Federico Rivera, un agradecimiento especial por haber confiado en esta propuesta desde su presentación inicial y ahora para esta segunda edición.

Indudablemente, un agradecimiento especial a los asistentes a nuestras conferencias y ponencias y a nuestros estudiantes de las diversas cátedras y universidades en las que hemos tenido la oportunidad de aplicar instrumentos y estrategias creativas en el desarrollo de la docencia, porque ellos han contribuido de manera significativa en el mejoramiento de las guías metodológicas que forman parte fundamental de este trabajo.

Esperamos contribuir en el debate que actualmente nace sobre la metodología de la enseñanza de la *Creatividad empresarial* a nivel universitario. Este esfuerzo concreto que colocamos a consideración de la comunidad académica de Latinoamérica constituye una propuesta para discusión porque es un documento en constante construcción, que esperamos ir perfeccionando a medida que la dinámica de la sana discusión lo vaya permitiendo.

Los autores
Armenia (Colombia), junio de 2013.

La creatividad en la educación

La creatividad es una habilidad casi mágica que permite conectarnos con posibilidades latentes y desconocidas de nuestra manera de pensar.

Diego Parra Duque

El concepto de creatividad

Tener un solo concepto sobre *creatividad* no es tarea fácil. Sin embargo, y antes de tomar una definición que sea más acorde con los propósitos del presente texto, es importante citar algunas de ellas:

“Creatividad es la capacidad de ser receptivo a las experiencias proporcionadas por el medio y de buscar continuamente las posibilidades para un desarrollo ulterior”. Schachtel.

“La creatividad incluye a la bisociación, la habilidad de reunir marcos no comunes de referencia”. Koestler.

“Creatividad es el proceso de cambio, de desarrollo y de evolución en la organización de la vida subjetiva”. Ghiselin.

“Creatividad es el arte de buscar, ensayar y combinar el conocimiento en formas nuevas”. Parcker.

“La creatividad puede reconsiderarse como una forma de solucionar problemas mediante intuiciones o una combinación de ideas de campos muy diferentes de conocimientos”. Gagné.

“Creatividad es un proceso que comprende la sensibilidad a los problemas, a las deficiencias y fallos, a los elementos que faltan, a la no armonía; en suma, a la identificación de una dificultad

Otros títulos de su interés

Aproximación a la
economía política
Gilberto Vázquez Ramírez

Competencias gerenciales
Edimer Gutiérrez Tobar

Comunicación empresarial
Hernán Cardozo Cuenca

Dirección estratégica
Luis Carlos Palacios

Estrategias de creación
empresarial
Luis Carlos Palacios

Creatividad aplicada
Alejandro Schnarch

Creatividad empresarial



En los últimos años, una gran cantidad de entidades educativas de todos los niveles han empezado a integrar el componente de creación de empresas dentro de sus currículos, como una estrategia para promover el desarrollo de personas con habilidades emprendedoras que sean capaces de crear más y mejores unidades productivas.

Los enfoques utilizados se pueden agrupar en tres: aquellos que se centran en la elaboración de un plan de negocios, los que se orientan hacia eventos comerciales (muestras comerciales, ferias) y los que se alinean hacia el desarrollo de habilidades emprendedoras.

El presente libro se centra en el tercer enfoque. En él los autores desarrollan una propuesta metodológica que sirve como base o referente para los docentes, capacitadores o consultores en emprendimiento, para que elaboren un programa realmente práctico mediante el cual las personas desarrollen su creatividad.

El libro es una caja de herramientas para los docentes, facilitadores y consultores en emprendimiento. Contiene ejercicios sencillos que buscan flexibilizar la forma de pensar de los estudiantes, diversos talleres que promueven el desarrollo de la creatividad y un número importante de instrumentos innovadores para evaluar su creatividad.

No importa si el lector es novato o experto en temas de emprendimiento; los instrumentos planteados permiten la flexibilidad necesaria para adaptarlos al trabajo con niños, jóvenes o adultos con diversos grados de formación.

Colección: Ciencias administrativas

Área: Administración

ECO
EDICIONES



e-ISBN 978-958-648-993-5