

**CREATIVIDAD PARA UN
MUNDO MEJOR**

CÓMO DESARROLLARLA
Y FOMENTARLA

ALEJANDRO SCHNARCH KIRBERG

Schnarch Kirberg, Alejandro

Creatividad para un mundo mejor : cómo desarrollarla y fomentarla / Alejandro Schnarch Kirberg. -- 1a. ed. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2019.

173 p. -- (Ciencias empresariales. Emprendimiento y liderazgo)

Incluye datos biográficos del autor.

ISBN 978-958-771-827-0 -- 978-958-771-828-7

1. Aptitud creadora en los negocios 2. Emprendimiento I. Título II. Serie

CDD: 658.421 ed. 23

CO-BoBN- a1044172



Colección: *Ciencias empresariales*

Área: *Emprendimiento y liderazgo*

ECOE
EDICIONES



► Alejandro Schnarch Kirberg

© Ecoe Ediciones Limitada

e-mail: info@ecoeediciones.com

www.ecoeediciones.com

Carrera 19 # 63C 32, Tel.: 248 14 49

Bogotá, Colombia

Primera edición: Bogotá, agosto de 2019

ISBN: 978-958-771-827-0

e-ISBN: 978-958-771-828-7

Coordinación editorial: Angélica García Reyes

Corrección de estilo: Carolina Páez

Diagramación: Yolanda Madero

Carátula: Wilson Marulanda Muñoz

Impresión: Carvajal Soluciones de comunicación S.A.S

Cra. 69 #15 -24

*Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio
sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.*

A mi querida esposa Lity, por su amor, apoyo y comprensión,
A mis amados hijos, por su cariño y preocupación,
A mis venerados nietos, por su afecto y ternura,
A mis padres y hermana, ya ausentes, por su ejemplo,
Y a todos aquellos que creen que un mundo mejor es posible...

CONTENIDO

| | |
|--|------|
| PRESENTACIÓN | XI |
| SOBRE EL AUTOR | XIII |
| CAPÍTULO I. ACERCA DE LA CREATIVIDAD | 1 |
| ¿Qué es creatividad? | 1 |
| Algunos tipos de creatividad | 4 |
| Historia del concepto | 8 |
| Etapas en el estudio de la creatividad | 11 |
| Temas de reflexión..... | 14 |
| Curiosidad..... | 14 |
| El poder del pensamiento | 14 |
| CAPÍTULO II. ESTUDIOS Y APROXIMACIONES | 17 |
| Inteligencia y creatividad..... | 17 |
| Creatividad y edad..... | 21 |
| El cerebro y la creatividad | 23 |
| Neurocreatividad y energía creativa | 24 |
| Temas de reflexión | 29 |
| El sentido de la vida..... | 29 |
| Presión, creatividad y estrés..... | 30 |
| CAPÍTULO III. DESMITIFICACIÓN, APLICACIONES Y ALCANCE | 33 |
| Mitos sobre la creatividad | 33 |
| Grados y niveles..... | 36 |
| Campos de aplicación | 38 |

| | |
|---|------------|
| La creatividad como proceso social | 41 |
| Alcance y trascendencia | 42 |
| Temas de reflexión..... | 43 |
| Instantes | 43 |
| Algunas ideas de Manfred Max-Neef..... | 44 |
| CAPÍTULO IV. EL PROCESO CREATIVO Y LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS..... | 47 |
| Etapas del proceso | 47 |
| Problemas y creatividad..... | 51 |
| Resolución de problemas..... | 53 |
| Otras metodologías | 55 |
| Temas de reflexión | 60 |
| ¿De dónde salen las buenas ideas? | 60 |
| Solucionando problemas..... | 61 |
| CAPÍTULO V. LA PERSONA CREATIVA | 63 |
| Principales características | 63 |
| La persona creativa, ¿nace o se hace?..... | 67 |
| La creatividad para el desarrollo personal | 71 |
| Temas de reflexión | 74 |
| Matando la creatividad: un relato de Pablo Neruda..... | 74 |
| Leonardo da Vinci..... | 75 |
| CAPÍTULO VI. BLOQUEOS A LA CREATIVIDAD | 77 |
| Algunos frenos personales | 77 |
| Obstáculos organizacionales..... | 84 |
| Las barreras según Osho..... | 88 |
| Temas de reflexión | 90 |
| Muere lentamente, poema de Martha Madeiros..... | 90 |
| Tiempo para pensar..... | 91 |
| CAPÍTULO VII. LA EDUCACIÓN: EL GRAN LIMITANTE | 93 |
| La educación tradicional..... | 93 |
| Obstáculos de la creatividad en el aula..... | 97 |
| La educación superior también mata la creatividad | 99 |
| Temas de reflexión..... | 103 |
| Educación, emprendedores y efecto Pigmalión..... | 103 |
| El supervisor | 105 |
| CAPÍTULO VIII. SUPERACIÓN Y DESARROLLO | 107 |
| Desbloqueando las barreras personales | 107 |
| Algunas motivaciones espirituales..... | 110 |

| | |
|---|------------|
| Superación a nivel organizacional..... | 111 |
| Algunos métodos y técnicas de creatividad..... | 115 |
| Temas de reflexión | 118 |
| ¿Cómo podríamos mejorar? Algunos consejos | 118 |
| Algunos “tips” para pensar..... | 119 |
| | |
| CAPÍTULO IX. HACIA UN NUEVO MODELO EDUCATIVO | 121 |
| Hacia una nueva concepción | 121 |
| Creatividad en los estudiantes | 124 |
| El maestro creativo..... | 125 |
| Creatividad, conocimientos y competencias | 128 |
| Nuevas metodologías..... | 132 |
| Temas de reflexión..... | 134 |
| Albert Einstein y la educación..... | 134 |
| 98% de los niños son genios creativos, pero sólo 2% llega así a la edad adulta | 135 |
| | |
| CAPÍTULO X. DE LA IDEA A LA PRÁCTICA: INNOVACIÓN | 137 |
| ¿Qué es innovación?..... | 137 |
| Evolución histórica del concepto de innovación..... | 139 |
| Creatividad, innovación y arte..... | 141 |
| Campos de aplicación | 143 |
| Gestión de la innovación: emprendimiento | 144 |
| Tipos de emprendimiento | 147 |
| La economía naranja..... | 150 |
| Temas de reflexión | 153 |
| El marketing como estrategia de emprendimiento..... | 153 |
| Innovación y obsolescencia planeada..... | 154 |
| | |
| CAPÍTULO XI. CREATIVIDAD PARA UN MUNDO MEJOR | 157 |
| Logros, realidades y desafíos..... | 157 |
| Necesidad de soluciones y respuestas creativas..... | 159 |
| La innovación y su importancia | 162 |
| ¡Más innovación social! | 164 |
| Ser creativo mejora la calidad de vida | 167 |
| Temas de reflexión..... | 171 |
| Banco Grameen..... | 171 |
| Inventos sociales..... | 172 |

desmitificando algunas creencias,
mostrando su alcance e importancia.

Estudia el proceso creativo, la resolución de problemas
y los rasgos y características de las personas creativas.

Examina los principales bloqueos, emocionales,
culturales y perceptuales, además de los organizacionales,
destacando la gran limitante de la educación.

Discute sobre la superación de los frenos típicos
y como desarrollar la creatividad,
demandando la urgencia de implementar
y adoptar un nuevo modelo educativo.

Postula la necesidad de una *creatividad aplicada*,
describiendo como las ideas
se llevan a la práctica mediante la innovación.

Finalmente, concluye que el *pensamiento creativo*
puede y debe ayudar a la construcción de un mundo mejor,
mediante la innovación social y el emprendimiento,
favoreciendo de paso la calidad de vida personal y laboral,
contribuyendo al mejoramiento
de las organizaciones, públicas y privadas,
en la búsqueda de un desarrollo
sustentable, justo, equitativo,
amable con el medio ambiente
y con responsabilidad social,
mediante ideas y soluciones
nuevas, originales y creativas.

SOBRE EL AUTOR

ALEJANDRO SCHNARCH KIRBERG, es de nacionalidad chilena, estudió en la Universidad de Chile y la Universidad Ben Gurión de Israel. Cuenta con amplia experiencia profesional y académica, es profesor universitario, ejecutivo, escritor y consultor.

Entre otras posiciones, ha sido vicepresidente comercial para el Área Andina y Centroamérica del Grupo Franz Viegner, gerente comercial de Construcciones Industriales en Chile, decano del posgrado en Marketing de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Colombia, ingeniero consultor en la Autoridad de la Investigación y el Desarrollo de la Universidad Ben-Gurión de Israel y director de la Escuela de Ingeniería Comercial Universidad de Valparaíso, Chile.

Es experto en temas de creatividad, innovación, marketing y emprendimiento; ha sido mentor y asesor de muchas organizaciones, públicas y privadas, acerca de estas temáticas, a partir de las cuales ha presentado numerosas conferencias, seminarios y talleres en: Chile, Colombia, Argentina, Bolivia, Perú, Paraguay, Ecuador, Venezuela, Panamá, Nicaragua, El Salvador, Guatemala, Brasil, Costa Rica, República Dominicana, Honduras, México, Estados Unidos y España.

En el 2016 obtuvo el *Premio Iberoamericano de Creatividad e Innovación* otorgado por el Instituto Iberoamericano para la Innovación y Desarrollo de México, tiene Licencia internacional de entrenador certificado, Máster Speaker de la Cámara

Internacional de Conferencistas y miembro del Sistema Internacional de Impulso y Promoción al Conferencista y Consultor de México.

Ha publicado numerosos artículos en revistas especializadas, a la vez que ha presentado ponencias y conferencias en diversos congresos internacionales. Es autor de varios libros, entre ellos: *Creatividad Aplicada* (Main Intelligence Institute, USA 2004 y Starbook, España, 2010); *Marketing para emprendedores* (Ecoe, Colombia, 2010); *Marketing para Pymes: un enfoque para Latinoamérica* (Alfaomega, Colombia y México, 2013); *Desarrollo de Nuevos Productos*, 6° Ed. (McGraw-Hill 2014); *Dirección efectiva de equipos de venta*, 2° Ed. (McGraw-Hill, 2014); *Emprendimiento Exitoso* (Ecoe, Colombia 2014); *Marketing de fidelización*, 2° ed. (Ecoe, Colombia, 2017); *El marketing como estrategia de emprendimiento* (Ediciones de la U, Colombia 2016); *Creatividad e Innovación* (Alfaomega, Colombia 2017 y México 2018) y *Marketing para emprender* (Ediciones de la U, Colombia 2019).