

Tabla de contenidos

CAPÍTULO VII. Paradigmas y creatividad empresarial.

7.1 Creatividad empresarial.

7.1.1 Barreras a la creatividad.

7.1.2 Métodos de generación de ideas.

7.2 Técnicas creativas.

Fuente: Revisar Bibliografía.

Video Paradigmas

Video Susan Boyle.

Lecturas Técnicas de creatividad.



6.2 Creatividad empresarial.

Actualmente las empresas ganan posiciones a sus competidores no ya por la eficiencia o la calidad, sino por la capacidad de ser únicos.





Facilitadores Perceptivos:

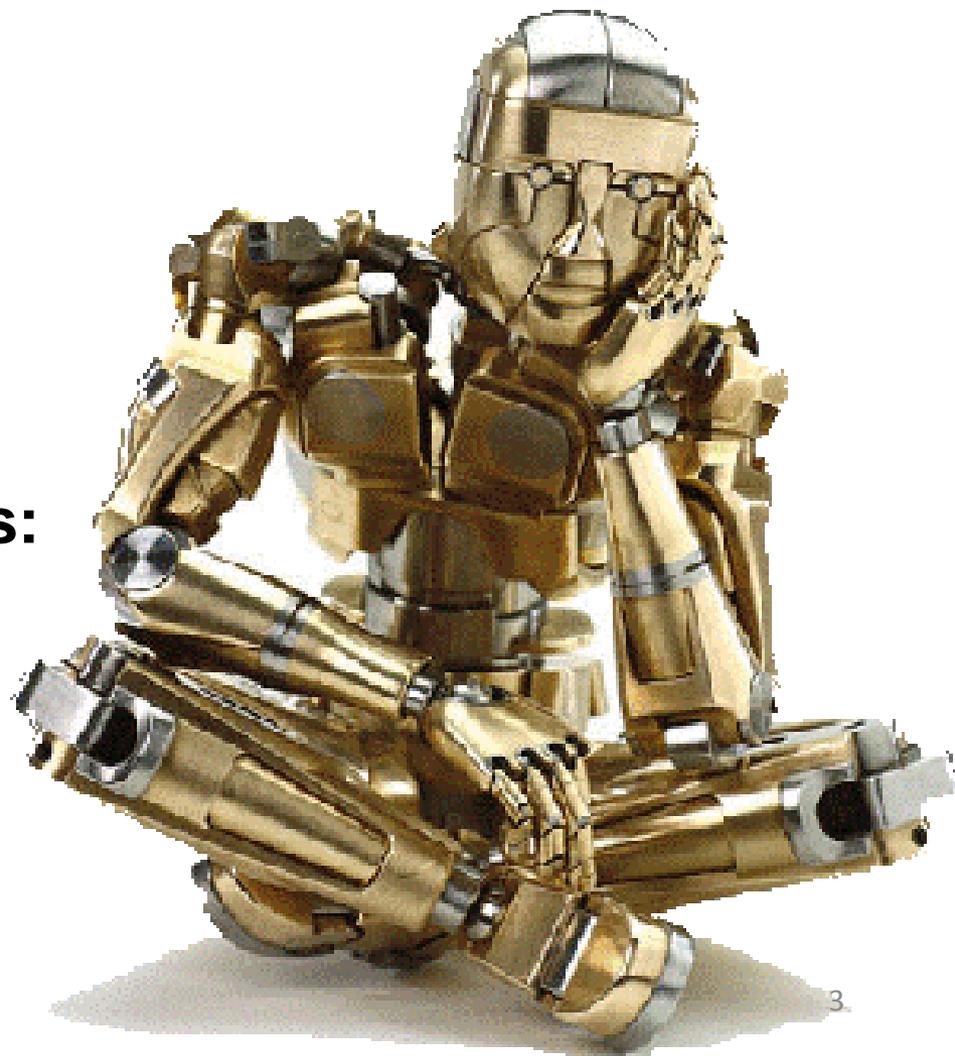
- Romper esquemas.
- Aprender a mirar las cosas desde varios puntos de vista.
- Sensibilidad al entorno.
- Receptividad.

Facilitadores Psicológicos:

- Paciencia.
- Tolerar errores.
- Compromiso con la acción.
- Sensibilidad Emocional.

Facilitadores Socioculturales:

- La libertad.
- La espontaneidad.
- El reconocimiento.
- La asertividad
- El reconocimiento del Logro.



¿Quiénes traen las ideas?.



- Personal.
- Proveedores.
- Distribuidores.
- Clientes.



7.1.1 Barreras a la creatividad.

a. Perceptivas: familiaridad con los asuntos, dificultad para aislar el problema, dificultad de cambiar, estereotipos, dificultad de cambiar las formas de percepción.

b. Emocionales o psicológicos: inseguridad, sentimientos de inferioridad, temor al ridículo, falta de impulso, falta de constancia, miedo al cambio, la pereza.

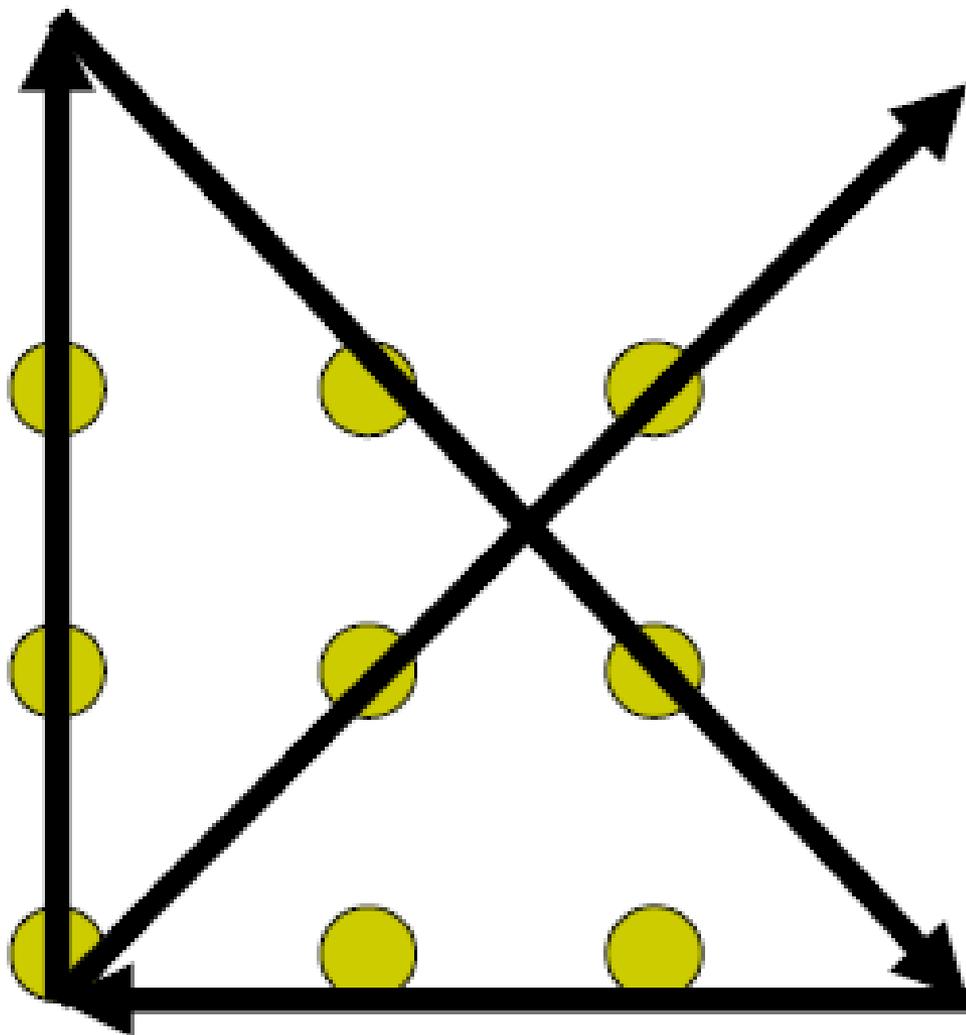


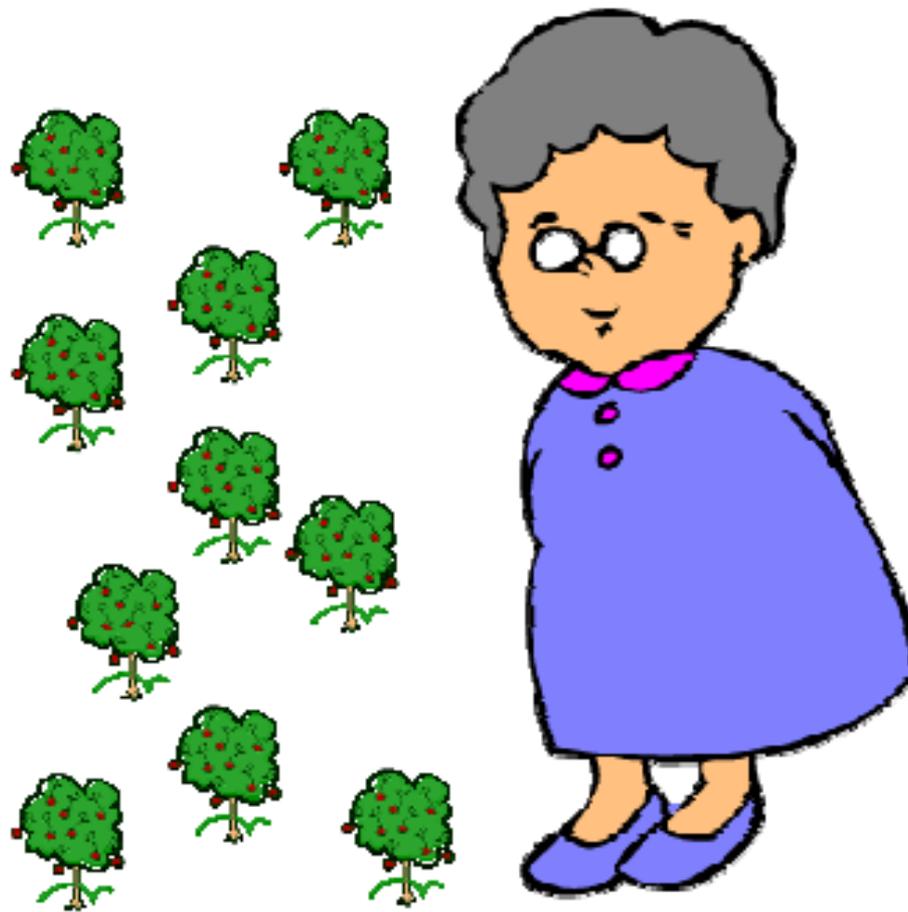


c. Socioculturales:

patrones de educación limitativos, condicionamiento de pautas de conducta, refuerzos negativos, presión social, sobrevaloración social de la inteligencia lineal, la autoridad excesiva, la rutina, la desconfianza.

¿Cómo unir los 9 puntos mediante el trazado de 4 rectas pero sin levantar el lápiz del papel?





Una señora dice a su jardinero:

“Aquí tiene 10 arbolitos, quiero que me los ponga en mi jardín, de modo que formen 5 hileras de cuatro árboles cada una”

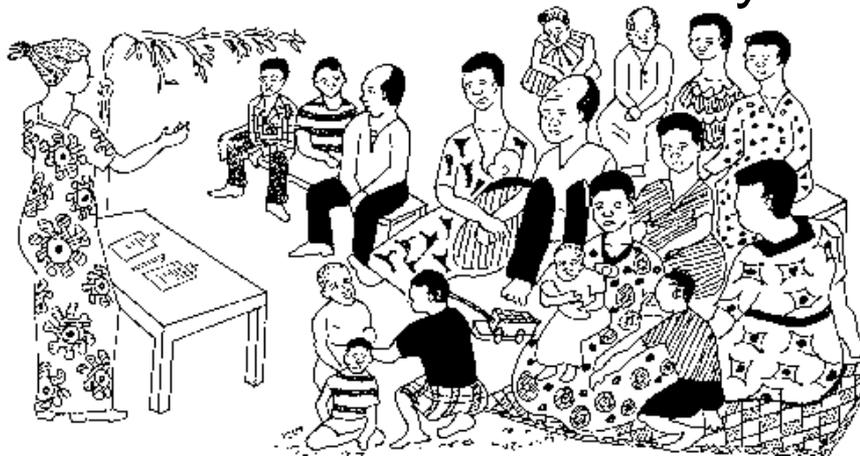


7.1.2 Métodos de generación de ideas.

a. Tormenta de ideas.

El objetivo es el de generar un gran número de ideas de las que se puede extraer alguna factible:

1. Plantear el problema o la necesidad.
2. Cada participante propone como resolverlo.
3. Se apuntan todas las ideas.
4. Se proponen nuevas ideas partiendo de ellas.
5. Se analiza la factibilidad de cada una y se combinan entre ellas.



- b. Generación de absurdos.**
- c. Asociaciones forzadas.**
- d. Cambios arbitrarios.**



7.2 Técnicas creativas.

Son métodos y acciones que permiten el entrenamiento creativo.

Su análisis estará estructurado según los siguientes ítems:

- a. Concepto
- b. Metodología para su utilización
- c. Consignas fundamentales y aspectos distintivos
- d. Aspectos relacionados con su utilidad, que guiarán la construcción de la clasificación a desarrollar.





1. Brainstorming (Lluvia de Ideas).

Es un método de generación de ideas en grupo. Constituye una forma de conseguir que un grupo genere un gran número de ideas en un tiempo no demasiado prolongado.

- Generar la mayor cantidad de ideas posibles sin importar su calidad.
- No criticar ideas. El juicio crítico está prohibido (incluyendo la autocrítica), ya sea negativo o positivo.
- Libre imaginación. Las ideas no tienen que ser obligatoriamente realistas.
- Se permite la utilización y transformación de las ideas de los demás.





Se deberá:

- Analizar los puntos fuertes de la idea y luego poner atención en los puntos débiles.
- Estar atentos a los aspectos novedosos de las opciones.
- no perder la orientación al objetivo inicial.

Su utilidad:

- Permite la generación de gran cantidad de ideas, donde importa más la cantidad que la calidad.
- Permite romper bloqueos. Resulta útil para iniciar a grupos de trabajo en el uso de técnicas de creatividad.

