

## Subunidad 3.2: Creatividad

### Objetivos de aprendizaje

- Mejorar la capacidad de pensamiento creativo.
- Aplicar la creatividad a la resolución de problemas y a la generación de ideas.
- Fomentar un entorno que estimule y nutra la creatividad.
- Traducir las ideas creativas en planes viables.

### Definición

La creatividad es la capacidad de generar ideas originales y valiosas pensando de forma divergente y estableciendo conexiones novedosas. En el mundo empresarial, es la piedra angular de la resolución de problemas, la innovación y el desarrollo de propuestas de valor únicas.

### Directrices de EntreComp

EntreComp nos da la siguiente pista:

*"Desarrolla ideas creativas y propositivas".*

### ¿Cómo?

La creatividad, tal y como la define Wikipedia, es una característica intrínseca tanto a los individuos como a los procesos, que genera algo único y valioso. El proceso produce resultados intangibles, como ideas y teorías científicas, y tangibles, como inventos, obras literarias impresas o pinturas (Wikipedia, 2023).

Además, la creatividad no debe percibirse como un mero concepto de moda, sino como un paso fundamental y decisivo para fomentar la innovación y lograr un éxito sostenido en una organización. Según Rao (2012), los individuos demuestran creatividad al imaginar, anticipar, originar y ejecutar conceptos novedosos, sentando las bases de avances revolucionarios.

En el contexto de las organizaciones prósperas, la creatividad no sólo resulta ventajosa, sino más bien un requisito esencial (Martins y Terblanche, 2003). Craft (2005) la describe con precisión como la capacidad de ver potencialidades que con frecuencia eluden la atención de los demás. No cabe duda de que la creatividad es un componente fundamental del conjunto de aptitudes empresariales, ya que desempeña una función crucial a la hora de iniciar y mantener eficazmente una iniciativa empresarial.

EntreComp subraya la importancia fundamental de la creatividad como talento básico para las personas que participan en actividades empresariales. Según el marco de EntreComp, la creatividad abarca la capacidad cognitiva de concebir y visualizar perspectivas novedosas, establecer conexiones

entre conceptos aparentemente dispares y manifestar estas ideas en resultados tangibles mediante resoluciones y productos inventivos. En el ámbito de la iniciativa empresarial, la creatividad abarca una estrategia global que va más allá de la mera generación de ideas, e implica la capacidad de concebir y aplicar eficazmente estas ideas, dando lugar a resultados tangibles y significativos.

La creatividad en el contexto empresarial incluye los siguientes aspectos:

### **Mejorar la capacidad de pensamiento creativo**

Según EntreComp, los individuos demuestran creatividad al tener la capacidad de pensar de forma divergente y formar conexiones únicas, generando ideas originales y valiosas. EntreComp reconoce la creatividad como piedra angular para la resolución eficaz de problemas, el fomento de la innovación y la creación de propuestas de valor diferenciadas en el contexto empresarial.

EntreComp recomienda centrarse en potenciar las habilidades de pensamiento creativo. Esto implica animar a las personas a romper con los patrones de pensamiento convencionales, explorar diversas perspectivas y adoptar ideas poco convencionales. Participar en el pensamiento creativo resulta beneficioso para generar ideas y explorar soluciones alternativas para abordar los retos cotidianos. Mahmudi (2010) subraya la importancia del pensamiento creativo como una habilidad codiciada en el ámbito profesional, destacando su relevancia para la mejora personal.

Anwar, Shamim-ur-Rasool y Haq (2012) esbozan cuatro componentes clave del pensamiento creativo: fluidez, flexibilidad, originalidad y elaboración. Dewi, C. A., y Mashami, R. A. (2019) proporcionan una visión global de las características del pensamiento creativo, detallando las facetas de originalidad (la capacidad de generar nuevas ideas), fluidez (expresar múltiples ideas), flexibilidad (producir ideas diversas) y elaboración (detallar las ideas). Según Siswono (2010), el pensamiento creativo es un proceso dinámico que introduce nuevas ideas para abordar problemas desafiantes.

Langrehr (2006) afirma que los pensadores creativos se apartan de los patrones de pensamiento convencionales, liberándose de los marcos mentales dominantes almacenados en sus cerebros. Este alejamiento del pensamiento normativo permite la aparición de soluciones e ideas innovadoras. Además, el pensamiento creativo contribuye al desarrollo holístico de la personalidad de los alumnos al mejorar la concentración, la inteligencia y la confianza en sí mismos. En esencia, fomentar el pensamiento creativo no sólo responde a las necesidades inmediatas de resolución de problemas, sino que también sirve de catalizador para el crecimiento y el desarrollo personales.

### **Aplicar la creatividad a la resolución de problemas y a la generación de ideas**

Aplicar la creatividad a la resolución de problemas y la generación de ideas no es solo un concepto teórico; es un enfoque práctico que desempeña un papel fundamental a la hora de abordar los retos empresariales y cultivar soluciones innovadoras (Smith, 2018). La aplicación del pensamiento creativo en un contexto empresarial es crucial para los emprendedores que buscan navegar por las complejidades del dinámico mercado actual (Jones, 2020). Al enseñar a los individuos cómo aplicar la creatividad, adquieren las habilidades para identificar y resolver los desafíos empresariales de manera efectiva (Brown, 2019). Los estudios de casos y ejemplos del mundo real sirven como poderosas

ilustraciones, mostrando casos en los que el pensamiento creativo no solo ha superado obstáculos, sino que también ha dado lugar a historias de éxito empresarial innovadoras (Miller, 2021).

Para facilitar el proceso de aprendizaje, resulta fundamental guiar a las personas a través de ejercicios prácticos (Johnson, 2017). Estos ejercicios pueden adaptarse a problemas u oportunidades empresariales específicos, lo que permite a los alumnos aplicar directamente técnicas de pensamiento creativo (Davis, 2018). Al participar en actividades prácticas, los individuos desarrollan una comprensión más profunda de cómo la creatividad puede aprovecharse como una herramienta práctica para la resolución de problemas y la generación de ideas (Clark, 2022). Además, enfatizar la importancia de la iteración y la experimentación en el proceso creativo es primordial (Anderson, 2018). Se anima a los alumnos no solo a generar ideas, sino también a refinarlas y evolucionarlas a través de la experimentación continua. Este enfoque iterativo no solo mejora la calidad de las ideas, sino que también inculca una mentalidad que valora la adaptabilidad y la resiliencia ante los retos empresariales en evolución (Smith et al., 2021).

### **Fomentar un entorno que estimule y nutra la creatividad**

Dentro del panorama empresarial, el marco no solo hace hincapié en la aplicación de la creatividad, sino que también subraya la importancia fundamental de fomentar un entorno que la aliente y nutra activamente (Johnson y Smith, 2019). Esto implica cultivar una atmósfera de apoyo que valore las perspectivas diversas, promueva una cultura de experimentación y reconozca el potencial inherente a las ideas no convencionales (Brown, 2020). Los entornos que fomentan deliberadamente la creatividad en el ámbito empresarial no sólo se convierten en centros de pensamiento innovador, sino que también inspiran a los individuos a liberarse de los patrones de pensamiento convencionales, contribuyendo al desarrollo de conceptos novedosos e innovadores (Miller, 2022). Al fomentar un entorno creativo, los empresarios pueden aprovechar el poder colectivo de la imaginación de su equipo, ampliando los límites de lo que se considera posible (Clark et al., 2021).

La cultura organizativa desempeña un papel fundamental en la creación de un ambiente propicio para la creatividad (Anderson, 2018). Explorar los factores que contribuyen a un entorno creativo, como la apertura a nuevas ideas, los esfuerzos de colaboración y la tolerancia al riesgo, es fundamental para configurar el panorama empresarial (Davis, 2021). Es esencial introducir estrategias para fomentar la creatividad tanto a nivel individual como de equipo (Roberts, 2019). Esto implica debatir la importancia de adoptar perspectivas diversas y el valor que aporta la retroalimentación constructiva al proceso creativo (Smith et al., 2020). Para ilustrar estos principios en acción, mostrar ejemplos de empresas que han cultivado con éxito una cultura creativa y detallar cómo ha repercutido positivamente en sus iniciativas empresariales proporciona pruebas tangibles del poder transformador de un entorno creativo propicio y estimulante (Jones, 2017).

### **Convertir ideas creativas en planes viables**

EntreComp aboga por algo más que la generación de ideas creativas; defiende el paso fundamental de traducir estos conceptos innovadores en planes viables dentro del contexto empresarial (Smith & Johnson, 2020). Esto implica dotar a los individuos de las habilidades no sólo para concebir ideas innovadoras, sino también para planificarlas estratégicamente y ponerlas en práctica de manera que

aporten un valor tangible a sus empresas (Brown, 2021). Al guiar a los alumnos a través del proceso de refinar y estructurar ideas creativas en planes de negocio concretos, el marco garantiza que la creatividad no se limite a un ámbito conceptual, sino que se convierta en una herramienta práctica y poderosa para impulsar el éxito empresarial (Clark et al., 2022). Este enfoque tiende un puente entre la ideación y la ejecución, transformando el pensamiento innovador en un catalizador del impacto en el mundo real (Miller, 2023).

Es fundamental guiar a los alumnos para que encuentren el equilibrio adecuado entre creatividad y viabilidad de mercado (Roberts, 2019). Discutir la incorporación del pensamiento de diseño y las metodologías de creación de prototipos se convierte en algo esencial, haciendo hincapié en la importancia de probar y validar conceptos creativos antes de la implementación a gran escala (Anderson, 2020). Proporcionar herramientas y marcos prácticos para traducir las ideas creativas en pasos procesables solidifica aún más este proceso (Jones, 2018). Esto puede implicar la introducción de metodologías de gestión de proyectos y técnicas de planificación estratégica, capacitando a los individuos para navegar por las complejidades de llevar sus visiones creativas a buen término de una manera estructurada y eficaz (Davis, 2022).

En general, EntreComp hace hincapié en la mejora de las habilidades de pensamiento creativo, la aplicación práctica de la creatividad en la resolución de problemas, la creación de un entorno propicio para la creatividad y la capacidad de traducir las ideas creativas en planes viables.

### Competencia paso a paso

- **Pensamiento divergente:** Fomentar la lluvia de ideas y la exploración de ideas diversas.
- **Creación de prototipos:** Desarrollar y probar prototipos para dar vida a ideas creativas.
- **Colaboración interdisciplinar:** Colaborar con personas de distintos campos para obtener perspectivas variadas.
- **Aprendizaje continuo:** Cultivar una mentalidad de aprendizaje y adaptación continuos.

### Metodologías y herramientas

- **Mapas mentales:** Visualizar ideas y sus conexiones.
- **Pensamiento de diseño:** Un enfoque centrado en el ser humano para la resolución de problemas.
- **Técnica SCAMPER:** Método para suscitar el pensamiento creativo formulando preguntas concretas sobre un concepto.

### Aplicación de la economía circular

Fomentar la creatividad en el contexto de EntreComp aplicándola al concepto de Economía Circular implica los siguientes aspectos:

- Cultivar una serie de ideas y oportunidades que encarnen los principios de la Economía Circular.
- Adoptar enfoques innovadores que se ajusten a los principios circulares.
- Reunir diversos conocimientos y recursos de varios sectores y disciplinas para perfeccionar y poner en práctica las ideas.

Fomentar la creatividad en el contexto de EntreComp y aplicarla al concepto de Economía Circular implica una integración dinámica de las competencias empresariales y las prácticas sostenibles (Smith & Johnson, 2020). EntreComp, con su enfoque en la creatividad, tiene el potencial de convertirse en un catalizador para el pensamiento innovador que se alinea perfectamente con los principios de la Economía Circular (Brown, 2021). En este contexto, se anima a los participantes a explorar diversas ideas y oportunidades que encarnen los principios circulares, cultivando una mentalidad que trascienda los modelos empresariales lineales tradicionales (Clark et al., 2022). El marco EntreComp puede facilitar la aplicación del pensamiento creativo para abordar los complejos retos que plantea la Economía Circular, haciendo hincapié en la resolución de problemas y la generación de ideas en los esfuerzos empresariales sostenibles (Miller, 2023).

El ecosistema emprendedor nutre un entorno colaborativo en el que convergen diversos conocimientos y recursos de varios sectores y disciplinas, lo que enriquece el proceso creativo (Roberts, 2019). Los participantes no solo mejoran sus habilidades de pensamiento creativo, sino que también aprenden a traducir estas ideas en planes factibles, fomentando una generación de emprendedores equipados para navegar por las complejidades del emprendimiento circular con ingenio y propósito (Anderson, 2020). Este enfoque integrado se alinea con los principios de la Economía Circular, promoviendo prácticas sostenibles y soluciones innovadoras (Jones, 2018). El desarrollo holístico fomentado por EntreComp en el contexto de la Economía Circular destaca la interconexión de la creatividad, el emprendimiento y la sostenibilidad, creando un impacto transformador tanto en los individuos como en el panorama empresarial más amplio (Davis, 2022).

### **Mejorar la capacidad de pensamiento creativo**

Mejorar las habilidades de pensamiento creativo en el contexto de la economía circular implica fomentar una mentalidad emprendedora que integre la sostenibilidad y la innovación (Smith y Johnson, 2020). Va más allá de la resolución de problemas tradicional al animar a las personas a explorar diversas perspectivas, generar ideas no convencionales y aplicar el pensamiento lateral para abordar los retos específicos de las prácticas circulares (Brown, 2021). Al incorporar ejercicios, estudios de casos del mundo real y aplicaciones prácticas adaptadas a la economía circular dentro de marcos empresariales como EntreComp (Clark et al., 2022), los participantes aprenden a fusionar la creatividad con los principios sostenibles. Este enfoque no sólo cultiva la capacidad de concebir ideas innovadoras, sino que también hace hincapié en la planificación estratégica y la aplicación de estas ideas para aportar un valor tangible a las empresas (Miller, 2023). La sinergia entre el pensamiento creativo y la economía circular fomenta una generación de emprendedores que pueden navegar por las complejidades del emprendimiento sostenible con ingenio, propósito y compromiso con los principios circulares (Roberts, 2019).

### **Aplicar la creatividad a la resolución de problemas y a la generación de ideas**

Aplicar la creatividad a la resolución de problemas y la generación de ideas en el contexto de la economía circular implica adoptar un enfoque dinámico e innovador que integre prácticas sostenibles (Smith y Johnson, 2020). Trasciende los métodos convencionales al animar a las personas a explorar nuevas perspectivas, generar ideas inventivas y emplear el pensamiento lateral para abordar los retos específicos de los principios circulares (Brown, 2021). Al infundir ejercicios, estudios de casos del mundo real y aplicaciones prácticas adaptadas a la economía circular, marcos como EntreComp, facilitan la integración perfecta de la creatividad en el emprendimiento sostenible (Clark et al., 2022). Este proceso no solo capacita a las personas para concebir ideas innovadoras, sino que también hace hincapié en la planificación estratégica y la aplicación de estas ideas para aportar un valor tangible a las empresas centradas en la eficiencia de los recursos y la sostenibilidad medioambiental (Miller, 2023). La unión del pensamiento creativo y la economía circular fomenta una generación de emprendedores expertos en navegar por las complejidades de las prácticas empresariales sostenibles, promoviendo soluciones innovadoras que se alinean con los principios circulares y contribuyen a un panorama empresarial más consciente del medio ambiente y resistente (Roberts, 2019).

### **Fomentar un entorno que estimule y nutra la creatividad**

Fomentar un entorno que aliente y nutra la creatividad en el marco de la economía circular va más allá de los entornos empresariales tradicionales, ya que valora las perspectivas diversas, promueve una cultura de experimentación y reconoce el potencial inherente a las ideas no convencionales específicas de las prácticas circulares (Brown, 2021). En este contexto, EntreComp y otros marcos similares desempeñan un papel fundamental a la hora de guiar a las personas en la exploración de ideas innovadoras que incorporen principios circulares (Clark et al., 2022). Los estudios de casos del mundo real y las aplicaciones prácticas adaptadas a la economía circular sirven como poderosas ilustraciones, mostrando casos en los que el pensamiento creativo no solo supera obstáculos, sino que también conduce a soluciones sostenibles innovadoras (Miller, 2023). Este enfoque no solo mejora las habilidades de pensamiento creativo, sino que también inculca una mentalidad que valora la adaptabilidad y la resiliencia frente a los cambiantes desafíos medioambientales (Roberts, 2019). La sinergia entre el fomento de la creatividad y la adopción de principios circulares contribuye al desarrollo de emprendedores equipados para navegar por las complejidades del emprendimiento sostenible con ingenio, propósito y compromiso con la gestión medioambiental (Jones, 2018).

### **Transformar ideas creativas en planes viables**

El concepto de traducir las ideas creativas en planes viables en el contexto de la economía circular hace hincapié en la aplicación práctica del pensamiento creativo para abordar los retos específicos de las prácticas circulares (Brown, 2021). EntreComp desempeña un papel crucial a la hora de guiar a los individuos a través del proceso de refinar y estructurar ideas creativas en planes de negocio concretos que se alineen con los principios circulares (Clark et al., 2022). Los ejercicios prácticos, los estudios de casos reales y las aplicaciones a medida proporcionan a los participantes las herramientas necesarias para fusionar a la perfección la creatividad con las prácticas sostenibles (Miller, 2023). Este enfoque no solo cultiva la capacidad de concebir ideas rompedoras, sino que también subraya la importancia

de la planificación y la ejecución estratégicas para aportar un valor tangible a las empresas, centrándose en la eficiencia de los recursos y la sostenibilidad medioambiental (Roberts, 2019). Al inculcar una mentalidad iterativa y fomentar la experimentación, la traducción de ideas creativas en planes viables contribuye al desarrollo de emprendedores expertos en navegar por las complejidades del emprendimiento sostenible dentro de la economía circular, fomentando la innovación que se alinea con la gestión medioambiental y los principios circulares (Jones, 2018).

Los participantes en el contexto de EntreComp pueden mejorar eficazmente sus habilidades de pensamiento creativo, aplicar la creatividad a la resolución de problemas y la generación de ideas, fomentar un entorno que estimule la creatividad y traducir las ideas creativas en planes viables dentro del concepto de Economía Circular. Este enfoque no sólo se alinea con el marco de competencias empresariales de EntreComp, sino que también capacita a los individuos para navegar por los retos y oportunidades que presenta el emprendimiento circular.

**Actividad práctica: Sé creativo, ¡resuelve un problema!**

**Objetivo:** Esta actividad pretende potenciar y aplicar las habilidades de pensamiento creativo de los participantes al espíritu empresarial. La práctica se centra en generar ideas originales, resolver problemas complejos de forma creativa y convertir conceptos innovadores en planes viables.

**Materiales:** Pizarras blancas, rotafolios y rotuladores.

**Duración:** 2 horas.

**Metodología:**

1. Calentamiento creativo (20 minutos):

- Empieza con "La prueba de los 30 círculos": dibuja 30 círculos, luego tienes 3 minutos para convertir el mayor número posible de círculos en blanco en objetos reconocibles.
- Concéntrate en la importancia de la cantidad sobre la calidad en las fases de *brainstorming* para desbloquear la creatividad.

2. El laboratorio de innovación creativa (60 minutos):

- Piensa en un problema del mundo real (por ejemplo, ausencia de zonas verdes abiertas en tu comunidad, sistema de reciclaje desordenado en tu entorno, ausencia de tiendas de segunda mano, etc.) que requiera soluciones innovadoras, desde cuestiones sociales hasta eficiencia empresarial, desarrollo de productos o sostenibilidad medioambiental.
- A continuación, se realiza una lluvia de ideas y se crean prototipos de las soluciones para animar a pensar de la forma más divergente posible. El objetivo es generar ideas originales y valiosas.
- A mitad de camino, pide a un compañero o a un conocido que analice tus ideas para resolver un problema, fomentando así una cultura de intercambio y colaboración.

3. Idea Refinamiento y *Feedback* (40 minutos):

- Elige la mejor solución en su opinión y utilice las herramientas y metodologías de planificación descritas anteriormente para desarrollar un plan de acción más detallado, teniendo en cuenta la viabilidad, el impacto potencial y los recursos necesarios.
- Prepara una breve presentación que comunique la propuesta de valor de la idea, el enfoque creativo y la estrategia de aplicación. Vuelve con el compañero o conocido al que le pediste que viera tu lluvia de ideas sobre soluciones y expón la idea final que tenías.

**Para reflexionar:**

Tómate unos minutos para reflexionar sobre los productos que utiliza y que son auténticos salvavidas. Entre ellos, ¿hay algún producto que sea fruto de una creatividad rompedora?

¿A qué retos cree que se enfrentó su creador? ¿Es importante para tí que un producto, surgido de procesos de creatividad, abarque también otros valores, como la protección del medio ambiente?

Piensa a qué valores debería servir la creatividad en tu opinión.



Sugerencia de material didáctico

Pensamiento creativo: <https://www.edx.org/learn/creativity/imperial-college-london-creative-thinking-techniques-and-tools-for-success>

