

10 actitudes de toda persona creativa

CURIOSIDAD	SUSPENSIÓN DEL JUICIO
ENFRENTANDO DESAFIOS	SÍNTESIS
INCONFORMIDAD CONSTRUCTIVA	OPTIMISMO
OPEN MIND	PERSEVERANCIA
FLEXIBILIDAD	SER APRENDIZ DE POR VIDA

Cap 3 : Herramientas de creatividad

*BRAINSTORMING

Es una herramienta enfocada en la generación de nuevas ideas, conceptos y soluciones relacionadas a un tema específico, en un ambiente libre de críticas y de restricciones para la imaginación

*DELPHI

Técnica de trabajo en equipo usada para obtener la opinión de personas seleccionadas. sobre un tema concreto a través de una serie de consultas (rondas) ¿Qué es? Objetivo: obtener un consenso

*MAPAS MENTALES

Diagrama usado para la representación de información y sus conexiones de manera gráfica vinculados con un concepto central y dispuestos radialmente alrededor.

*CUESTIONAMIENTO DE SUPOSICIONES

Cuestionar la validez de normas, procedimientos, información o comportamiento asumido como cierto e indiscutible.

¿Qué es?

Tenemos una gran dificultad para ver y reconocer estos supuestos, y en consecuencia con mucha frecuencia, estos supuestos se invocan como razones y justificaciones para evitar cambios, para dejar las cosas como están.

*DESAFÍO Y PROVOCACIÓN

Técnicas para estimular la mente a escapar de los patrones establecidos y abrirse a nuevas posibilidades en todas las direcciones de pensamiento

*ANALOGÍA Y METÁFORA

analogía: Relación o punto de similitud creado mentalmente, entre las cosas o seres diferentes

metáfora: f. Figura del lenguaje que consiste en establecer una analogía de significados entre dos palabras o frases, empleando una por otra.

OBJETIVO:

Su objetivo principal es abordar el problema mediante una vía no directa, buscando puntos de similitud entre la analogía y el problema

***VENTILADOR CONCEPTUAL**

Búsqueda ordenada de ideas a partir de un desafío (innovación radical o mejora)

¿CÓMO PODEMOS LLEGAR ALLÍ?

Respuestas en forma progresiva a través de 3 etapas: Directrices, conceptos e ideas.

SE DESARROLLA EN FORMA DE CASCADA

Objetivo deseado, ambición, solución o mejora de la situación actual

DESAFÍO: Conceptos que definen la dirección a ser explorada. Respuesta a ¿Cómo?

ORIENTACIÓN / DIRECTRIZ: Métodos o maneras de hacer algo. Respuesta a ¿Cómo?

CONCEPTOS: Maneras concretas de poner en funcionamiento un concepto

***SCAMPER**

Es una guía de preguntas que parten de siete operadores (verbos manipuladores) que llevan a plantear un cambio y lograr soluciones realmente innovadoras.

¿Qué es?

DIFERENTES MANERAS DE TRANSFORMAR, MEJORAR O INNOVAR UN OBJETO, SISTEMA O PROCESO

La técnica

-Sustituir: parte del producto o proceso por otra opción (materiales, formas, color, etc)

-Combinar: una o más partes o atributos para obtener un nuevo producto o proceso

-Adaptar: parte del producto o proceso, ideas de otros contextos

-Modificar: aumentar, disminuir o cambiar parte o la totalidad de la situación actual.

-Proponer: otros usos u otros mercados para este producto o cómo reutilizar algún elemento

-Eliminar: una o más partes o características de producto o proceso

-Reorganizar: Invertir secuencia de realización de tareas o forma en la que están dispuestas las partes del producto

Análisis de atributos:

Herramienta que separa la entidad (producto, objeto, idea, etc)

en sus atributos o componentes para analizar sus partes

y características de las partes para generar ideas

¿Qué es un atributo? Una Propiedad que distingue y caracteriza un objeto

tipos de atributos

Físicos: MATERIAL, FORMA, COLOR, PESO, OLOR, TAMAÑO, ESTRUCTURA, VELOCIDAD, FLEXIBILIDAD, TEMPERATURA, ETC

Psicológicos: EMOCIONES, SENTIMIENTOS

Funcionales: USO, APLICACIONES, FUNCIONES

Personas: PODER ADQUISITIVO, NIVEL DE EDUCACIÓN

Varios: COSTO, PRECIO, ORIGEN, REPUTACIÓN, CLASE

NUEVE VENTANAS

Es una Herramienta visual que nos permite evaluar de diversas perspectivas y soluciones en términos de tiempo y escala

Está compuesta de 6 Dimensiones :

ESCALA

SUBSISTEMA: Cada una de las partes que componen el sistema como un todo. contexto más específico

SISTEMA: Un objeto complejo cuyas partes o componentes se relacionan con al menos alguno de los demás componentes. puede ser material o conceptual

MACROSISTEMA: Entorno en el que ese sistema funciona. contexto más amplio

TIEMPO

PASADO: Analiza elementos anteriores Se asocia con medidas preventivas

PRESENTE: Analiza elementos actuales ventana central

FUTURO: Analiza elementos posteriores Se asocia con medidas correctivas

CAPÍTULO 4 DESARROLLO Y SELECCIÓN DE IDEAS

EVALUACIÓN Y DESARROLLO DE LAS IDEAS CON MENTE ABIERTA

PASO 1:

Simplemente decir "tal vez" = NO CORTAR EL MUNDO DE POSIBILIDADES(VISIÓN CONSTRUCTIVA)

PASO 2:

Busque el aspecto positivo(ACCIÓN CONSTRUCTIVA)

PASO 3:

Identificar los problemas a resolver(NEUTRALIZAR LOS DEFECTOS)

PASO 4:

Genere ideas para eliminar las barreras

PASO 5:

Genere un plan de acción

Importancia de la receptibilidad:

*TODAS LAS IDEAS DEBEN SER CONSIDERADAS ADECUADAMENTE
CRITERIOS DE EVALUACIÓN OBJETIVOS Y TRANSPARENTES*

CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DE SOLUCIONES CREATIVAS

EFICACIA: Resuelve el problema /Alcanza los objetivos deseados

EFICIENCIA: Resuelve el problema usando recursos de manera óptima

NOVEDAD: ORIGINALIDAD - ESTÉTICA - GERMINACIÓN

MATRIZ DE CLASIFICACIÓN DE IDEAS

Es una Herramienta nos ayuda a agrupar las ideas de la misma naturaleza según su color(se basa en dos conceptos innovación y viabilidad)

CORTO PLAZO(AZUL):

Mejoras incrementales o pequeñas innovaciones que se pueden

implementar en base a la tecnología, los conocimientos, habilidades y actitudes existentes. Requiere solo pequeños ajustes

INNOVACIONES(VERDE):

Cambios profundos, una ruptura con la forma tradicional de hacer las cosas, introducción de nuevos conceptos y nuevas tecnologías. Requiere de nuevos conocimientos, habilidades y actitudes.

CONCEPTOS INTERESANTES(NARANJA):

Son ideas que prometen, pero aún no lo suficientemente desarrolladas para ser utilizadas. Sirven como gatillos para la generación de ideas más específicas.

ARRIESGADAS(Amarillo):

Ideas que no pueden ser utilizadas en este momento.

PNI POSITIVO, NEGATIVO E INTERESANTE

Es una Herramienta para explorar y desarrollar un idea mediante el análisis de fortalezas, debilidades y elementos interesantes

<i>POSITIVO(Priorizar)</i>	<i>Negativo (Neutralizar)</i>	<i>Interesante(exploración de opciones que no fueron consideradas antes)</i>
-----------------------------------	--------------------------------------	---

ANÁLISIS DEL CAMPO DE FUERZA

MODERNIZACIÓN DE UNA FABRICA CON UNA NUEVA LINEA DE PRODUCCIÓN		EJEMPLO
1	1.1	1.1.1
2	2.1	2.1.1
3	3.1	3.1.1
4	4.1	4.1.1
5	5.1	5.1.1
6	6.1	6.1.1
7	7.1	7.1.1
8	8.1	8.1.1
9	9.1	9.1.1
10	10.1	10.1.1
11	11.1	11.1.1
12	12.1	12.1.1
13	13.1	13.1.1
14	14.1	14.1.1
15	15.1	15.1.1
16	16.1	16.1.1
17	17.1	17.1.1
18	18.1	18.1.1
19	19.1	19.1.1
20	20.1	20.1.1
21	21.1	21.1.1
22	22.1	22.1.1
23	23.1	23.1.1
24	24.1	24.1.1
25	25.1	25.1.1
26	26.1	26.1.1
27	27.1	27.1.1
28	28.1	28.1.1
29	29.1	29.1.1
30	30.1	30.1.1
31	31.1	31.1.1
32	32.1	32.1.1
33	33.1	33.1.1
34	34.1	34.1.1
35	35.1	35.1.1
36	36.1	36.1.1
37	37.1	37.1.1
38	38.1	38.1.1
39	39.1	39.1.1
40	40.1	40.1.1
41	41.1	41.1.1
42	42.1	42.1.1
43	43.1	43.1.1
44	44.1	44.1.1
45	45.1	45.1.1
46	46.1	46.1.1
47	47.1	47.1.1
48	48.1	48.1.1
49	49.1	49.1.1
50	50.1	50.1.1
51	51.1	51.1.1
52	52.1	52.1.1
53	53.1	53.1.1
54	54.1	54.1.1
55	55.1	55.1.1
56	56.1	56.1.1
57	57.1	57.1.1
58	58.1	58.1.1
59	59.1	59.1.1
60	60.1	60.1.1
61	61.1	61.1.1
62	62.1	62.1.1
63	63.1	63.1.1
64	64.1	64.1.1
65	65.1	65.1.1
66	66.1	66.1.1
67	67.1	67.1.1
68	68.1	68.1.1
69	69.1	69.1.1
70	70.1	70.1.1
71	71.1	71.1.1
72	72.1	72.1.1
73	73.1	73.1.1
74	74.1	74.1.1
75	75.1	75.1.1
76	76.1	76.1.1
77	77.1	77.1.1
78	78.1	78.1.1
79	79.1	79.1.1
80	80.1	80.1.1
81	81.1	81.1.1
82	82.1	82.1.1
83	83.1	83.1.1
84	84.1	84.1.1
85	85.1	85.1.1
86	86.1	86.1.1
87	87.1	87.1.1
88	88.1	88.1.1
89	89.1	89.1.1
90	90.1	90.1.1
91	91.1	91.1.1
92	92.1	92.1.1
93	93.1	93.1.1
94	94.1	94.1.1
95	95.1	95.1.1
96	96.1	96.1.1
97	97.1	97.1.1
98	98.1	98.1.1
99	99.1	99.1.1
100	100.1	100.1.1



ayuda organizar ideas o informa

¿Cuándo se utiliza?

una gran cantidad de

- ### MATRIZ DE DECISIÓN

Selección y priorización de soluciones

¿COMO SE UTILIZA?

¿Qué requis

ACEPTABILIDAD / USABILIDAD / ORIGINALIDAD / FUNCIONALIDAD

COSTO-BENEFICIO / PRACTICIDAD / FIABILIDAD

PESO

Definir

MAYOR PONDERACIÓN A LOS CRITERIOS MÁS IMPORTANTES

OPCIONES

Son las diferentes ideas o soluciones a ser evaluadas y comparadas

PUNTOS

Definir la escala de clasificación para evaluar la medida en la que cada opción cumple cada uno de los criterios

1 a 5 - La más baja cumple poco el criterio, más alta cumplimiento 100%

GESTIÓN ARCHIVOS				AUTO MATRICULADO		PARCIALES PASADOS Y RESUL.	
CRITERIOS	PESO	PUNTOS	EVALUACIÓN	PUNTOS	EVALUACIÓN	PUNTOS	EVALUACIÓN
Interfaz	3	4	12	5	15	4	12
Innovación	1	2	2	1	1	2	2
Soporte	2	3	6	3	6	3	6
Practicidad	2	5	10	5	10	5	10
Total			30		32		30

PUNTUACIÓN TOTAL Y CLASIFICACIÓN POR OPCIÓN

EVALUACIÓN: *El resultado de multiplicar el número de puntos asignados a una opción por la ponderación de ese criterio.*

CAPÍTULO 5: SOLUCIÓN CREATIVA DE PROBLEMAS

***SCP:** Permite ser más creativos e innovadores logrando solucionar problemas complejos y detectar oportunidades de mejora para la innovación de procesos, productos o servicios.

¿Cómo se compone?

CADA PASO ESTA FORMADO POR DOS PARTES:
Fase divergente (se generan muchas opciones)
Fase Convergente (evaluación y toma decisiones)

3 ETAPAS - 6 PASOS

1	ESTRUCTURACIÓN DE OPORTUNIDADES IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVO/PROBLEMA	Definición del desafío a enfrentar
2	EXPLORACIÓN DE DATOS ORGANIZAR INFO POR RELEVANCIA	
3	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA ABORDAR LA SITUACIÓN DE ≠ PERSPECTIVAS	
4	GENERACIÓN DE IDEAS IDENTIFICAR POSIBLES SOLUCIONES	Producción de ideas
5	DESARROLLO DE SOLUCIONES EXAMINAR IDEAS MÁS PROMETEDORAS	Preparación para la acción
6	FACTIBILIDAD DE LOS CAMBIOS ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN	

EJERCICIO

Definición del desafío a enfrentar	Producción de ideas	Preparación para la acción
1 APP RAPPI BAJAR EL TIEMPO	4 BENEFICIOS A LAS PARTES MOTIVACIÓN ECONÓMICA	5 RANKING DE RAPPITENDEROS
2 TIEMPO EN TIENDA DE 9 MIN A 6 MIN TIEMPO EN IR A LA TIENDA DE 7 MIN A 5 MIN RESTO A CASA DE 11 MIN A 9 MIN SUBIR TASA ACEPTACIÓN DE 50% A 70%	SISTEMA DE PUNTOS RANKING DE RAPPITENDEROS BENEFICIOS BANCARIOS (COMPRA DE MOTO)	PREMIO X EFICIENCIA MOTIVACION PLATA
3 ¿CÓMO FOMENTAR A LAS PARTES PARA OPTIMIZAR EL TIEMPO DE TRABAJO Y SERVICIO?	EMPLEADO RAPPI EN EL LOCAL COMISIÓN POR PEDIDO PREMIO AL LOCAL POR EFICIENCIA	6 RESISTENCIA AL CAMBIO RESTRICCIONES TECNO TRÁFICO EFICIENCIA DEL LOCAL LÍMITE ÉTICO LEY ECONÓMICO

preparación para SOLUCIÓN CREATIVA DE PROBLEMAS:
DEFINIR:

+RESULTADOS DESEADOS

+PERSONAS QUE PARTICIPAN

+NATURALEZA DEL PROBLEMA:

Problema estructurado: efecto - causa - solución

Son problemas más comunes, no siempre este tipo de problemas requiere creatividad e imaginación. Contar con experiencia en el tema

Problema no estructurado: difusos - ambiguos y complejos:

Tienen varias soluciones alternativas, con diferentes grados de aceptación y efectividad. Enfoque especulativo.

+DEFINICIÓN DE ENFOQUE(ESTRATEGIA , HERRAMIENTAS Y EQUIPO)

CAPÍTULO 6 :TRANSFORMANDO IDEAS EN ACCIONES

La implementación exitosa de proyectos de innovación deben ser condición y planificados correctamente.

4 PASOS:

1: DEFINICIÓN DEL OBJETIVO(puede ser):

+ESPECÍFICO:

Cualquier persona entiende de qué se trata, lo que se quiere lograr y plazos

+MEDIBLE:

Incluir cantidades y plazos establece criterios para el seguimiento y evaluación

+TANGIBLE:

Disponibilidad de recursos humanos, materiales y financieros.

+REALISTA:

Viabilidad - conocimiento y habilidades adecuados - conocer el terreno

+PLAZO DE FINALIZACIÓN:

Compromiso de cada uno y el equipo, para evaluar progreso.

2: EL PLAN DE ACCIÓN:

Es el proceso operativo del objetivo y debe indicar:

+El objetivo que debe ser alcanzado

+Pasos a seguir para lograr ese objetivo

+Actividades - Responsabilidades - Plazos - Recursos

secuencia lógica, estrategia, metas, indicadores de evaluación.

3: VIABILIDAD DEL CAMBIO

El éxito del proyecto no solo depende de la calidad de la idea y su plan de acción, sino de su capacidad de convencimiento, comunicación de beneficios, viabilidad y características.

+ / Construir alianzas: personas claves en la aprobación de su idea

+ / Identificar rivales: personas que se van a ver afectados por el cambio, o que se sientan amenazados, críticas y objeciones.

- + / Simplicidad: no sobrecargar la propuesta de datos y análisis, sea directo y conciso
- + / Destacan beneficios: cómo puede beneficiarse la gente al apoyar su proyecto.

4:EL ARTE DE VENDER SUS IDEAS

La fuerza de venta consiste en la capacidad para persuadir y transmitir sus ventajas, beneficios y viabilidad

- +Verificación previa:** pedir opiniones críticas, distintos puntos de vista
- +Público objetivo:** conocer a las personas que tienen el poder de decisión de su propuesta; intereses, preocupaciones, valores, etc.
- +Empatía:** entender las distintas perspectivas y prever como reaccionan. Sea firme en defender sus ideas, pero no subestime.
- +Credibilidad:** los oyentes pondrán en tela de juicio la veracidad de sus datos. Debe revisar los datos, decir la verdad, no exagerar, señale tanto ventajas como desventajas.

5:LA GESTIÓN DE LA EJECUCIÓN

CLAVES DE UNA APLICACIÓN EFECTIVA

- +Comunicación:** El director del proyecto debe asegurarse que todos entiendan los objetivos, plan de acción, responsabilidades y autoridad. Debe garantizar que la información fluya
- +Indicadores:** proporcionar advertencias de problemas que puedan surgir. Deben ser simples, fáciles de obtener y de reportar
- +Solución de problemas:** urgencia en resolver problemas con eficacia y cuando sea posible, por las mismas personas que lo identificaron.
- +Evaluaciones formales:** la frecuencia va depender de la duración y complejidad del esquema. Evaluar tanto el progreso de las actividades como el plan general