

Introducción

Actividad

Señale cuáles de las siguientes actividades requieren o se benefician de la creatividad:

SÍ

1. Desarrollar nuevos productos _____
2. Mejorar la calidad _____
3. Incrementar la productividad _____
4. Dirigir y formar a los demás _____
5. Aprender a tomar la iniciativa _____
6. Tomar decisiones por consenso _____
7. Dominar el estrés _____
8. Negociación _____
9. Proporcionar un buen servicio al cliente ... _____
10. Resolver conflictos _____
11. Vender _____
12. Trabajar en equipo _____

Sí, todas estas actividades requieren o pueden mejorarse con la creatividad. La necesidad de la creatividad nunca ha sido tan necesaria como en nuestros días. Los

líderes deben desarrollar visiones sin precedentes. Se pide a los equipos que vayan más allá de los paradigmas actuales para crear innovaciones creativas. Millones de trabajadores, a los que les dijeron que cambiaran sus pensamientos en la puerta de entrada, se les pide ahora que contribuyan con sus ideas. Mejorando sus habilidades con el contenido de este libro, usted estará mejor preparado para tener éxito en esta etapa de cambio.

Capítulo 1.

Reconocer la necesidad de la creatividad

1.1. Objetivos del capítulo

Después de leer este capítulo y completar los ejercicios, debería ser usted capaz de:

- Definir la creatividad de modo que sea práctica, realizable y facultativa.
- Establecer una línea base para su aptitud creativa actual y utilizarla para medir la mejora futura.
- Diferenciar entre los problemas que deberían resolverse mediante hechos y los problemas que requieren ideas.
- Estimar el porcentaje de su trabajo que requiere innovación.

1.2. ¿Qué es la creatividad?

Estamos rodeados de creatividad. Considere las vidas y logros de Leonardo da Vinci, Albert Einstein y Thomas Edison. O Martin Luther King Jr., Walt Disney y Leonard Bernstein. Todos fueron pensadores creativos en sus campos.

¿Es usted creativo? ¡Absolutamente sí! Puede usted no sentirse creativo comparado con Einstein, Edison o Disney. Pero usted fue creativo cuando terminó el informe a pesar de la avería de la fotocopidora, ayudó a un cliente con un problema único, o preparó una presentación en equipo. Todo el mundo es creativo de algún modo.

The National Productivity Review (USA) informa que, en una encuesta de expertos en productividad de 28 países, todos dijeron que la creatividad era importante para mejorar la productividad. Y el 73% consideró la creatividad como un factor muy importante.

1.2.1. Las dos partes de la creatividad

Veamos las dos partes de la creatividad que se utilizan en un entorno de trabajo.

1. Pensamiento creativo

El proceso de búsqueda, separación y conexión de pensamientos desde muchas categorías, limitando el juicio.

2. Producción creativa

La valiosa combinación de elementos que previamente no estaban relacionados.

El pensamiento creativo es el proceso que podemos cambiar, la producción creativa es la meta que podemos medir.

¿Puede mejorar su capacidad creativa? ¡Sí! Una vez que usted entienda la creatividad, puede incrementar la cantidad y mejorar la calidad de sus capacidades creativas.

“La imaginación es más importante que el conocimiento”.

Albert Einstein

1.3. El poder de la “combinación”

El corazón de la creatividad es la combinación. Los pensamientos, inventos o soluciones creativos no ocurren sin más. Proviene de ideas que ya existen.

Las materias primas requeridas para construir una lanzadera espacial existían en la Edad de Piedra. Pero nos llevó mucho tiempo crear millones de nuevas combinaciones de pensamientos y sustancias necesarias para construir una lanzadera espacial. Y nos encontramos con la tarea de combinar sólo un pequeño número de elementos cada día.

El televisor en color parece tener cientos de colores. Pero las imágenes que usted ve sólo son combinaciones de tres colores.

Un folleto lleno de color está impreso con la combinación de cuatro tintas: amarilla, azul, magenta y negra.

Los sabores que le gustan, o no, se crean variando la combinación de cuatro sabores: dulce, ácido, salado y amargo.

Piense en los miles de elementos que son parte de su vida. Si coge sólo tres o cuatro elementos para crear sabores e imágenes, ¡su potencial es ilimitado!

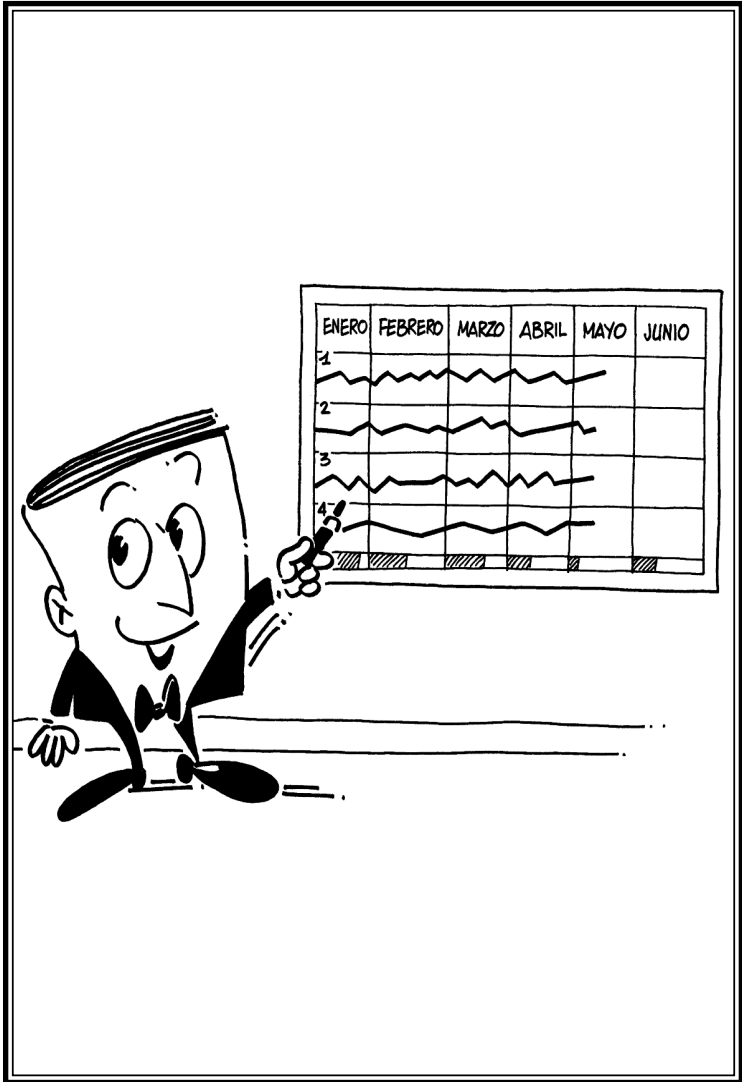
Entre los elementos que conducen a la innovación del negocio están los pensamientos, objetos, personas, lugares y procedimientos. Según vamos siendo mayores, nuestro potencial para la creatividad va aumentando porque nuestras experiencias nos dan más elementos para combinar. La clave de la creatividad es la flexibilidad mental requerida para mezclar los pensamientos desde nuestras diferentes experiencias.

***“Las ideas que represento no son mías.
Se las pedí prestadas a Sócrates.
Las robé de Chesterfield y de Jesús.
Y las puse en un libro”.***
Dale Carnegie

1.4. Medir la creatividad

Usted puede medir su producción creativa bajo cuatro criterios establecidos por el Dr. E. Paul Torrance:

- Cantidad.
- Variedad.
- Elaboración.
- Originalidad.



1.4.1. Evaluando sus ideas

Valoremos sus respuestas según los cuatro criterios de Torrance.

1. Cantidad

¿Se le ocurrieron 24 ideas en tres minutos?

Una cuota de ocho ideas por minuto es una meta admirable.

2. Variedad

¿Tiene usted, al menos, seis categorías de respuestas?

Quizá su lista incluya:

- Decoraciones de cumpleaños.
- Decoraciones de carnaval.
- Decoraciones para una fiesta.

Cada respuesta es una forma diferente de utilizar un globo, pero todas caen en la categoría de decoraciones. Cuando se valora la creatividad, se considera el número de categorías diferentes. Aquí tiene ejemplos que muestran una variedad de usos para un globo.

- Un juguete para un niño.
- Un globo plano como marcapáginas.
- Un globo estirado para atar varias cosas.
- Un globo inflado como forma de viajar.

- Un globo pequeño para desatascar las arterias de las personas.
- Un globo que se desinfla como motor de un misil de juguete.
- Una forma de capturar el aire para recobrar la seriedad.
- Un globo de agua para hacer travesuras.
- Globos de colores para ayudar a la gente a encontrar su destino.
- Globos con pintadas para promocionar un negocio o una causa.
- Explotar un globo para llamar la atención.
- Un globo bien hinchado como cojín.
- Un globo cortado en tiras para usarlo como gomas.

3. Elaboración

¿Visualizó o anotó usted formas en las que sus ideas podrían interactuar con lo que hay alrededor?

Elaborar ideas es más creativo. Aquí tiene un contraste entre una idea simple y una idea elaborada para utilizar globos.

Idea simple: hinchar un globo con helio y lanzarlo al aire.

Idea elaborada: utilizar globos para conseguir la paz en el mundo. Diez mil personas escriben notas explicando lo que estarían dispuestas a hacer como un acto de bondad con otra persona. Estas notas, junto con los nombres y teléfonos, se colocan en los globos de helio que se lanzan desde los edificios de la ciudad por la noche el segundo sábado del mes de mayo de cada año.

4. Originalidad

¿Tiene usted ideas inusuales en su lista?

Una idea es más creativa si es menos común. Digamos que el 100% de las personas responden que los globos podrían ser utilizados como decoraciones en una fiesta, pero sólo una persona sugiere utilizar globos para llenar espacios vacíos en las cajas de embalaje de las tiendas.

“Cuanto más normal y competitivo sea su negocio, más importante es para usted desarrollar y utilizar su imaginación”.

Zig Ziglar, Secrets of Closing the Sale

1.5. Medir su progreso

Tómese un momento...

El número de usos que generó usted para el ejercicio del globo servirá como base para su capacidad creativa actual. En el futuro, escriba tantos usos como pueda para cada uno de los siguientes artículos en tres minutos. Haga este ejercicio una vez a la semana con un artículo diferente.

Compruebe su progreso.

Artículos: ladrillo, lápiz, tarta, guante, clavo, toalla de playa, moneda

1.5.1. Escala de creatividad¹

Compruebe su lista según esta escala.

Número de usos en tres minutos	Valoración
0-6	Es un comienzo. Tenemos un libro para usted.
7-12	Normal. Base sólida para progresar.
13-18	Encomiable. Usted ha empezado la verdadera creatividad.
19-24	Hábil. Capaz de introducir muchas categorías.
25-30	Experto. Ha roto la barrera de las ocho por minuto.
+30	Maestro. Felicidades. Está listo para dirigir a otros.

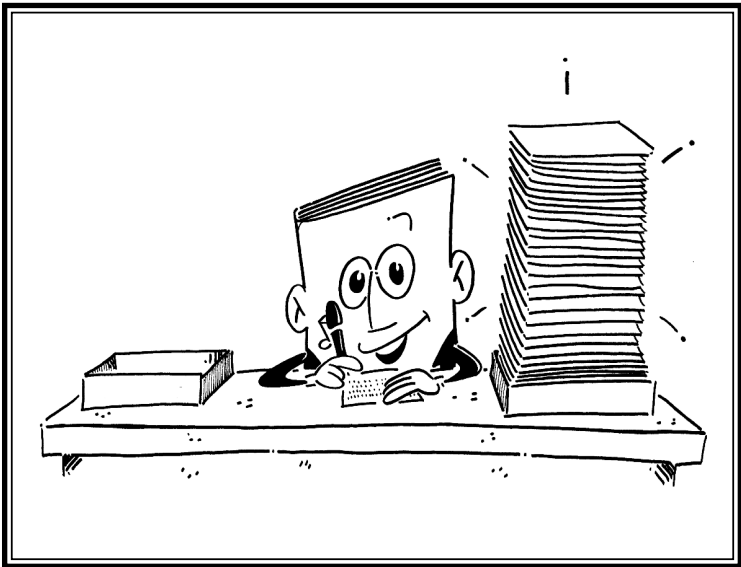
1.6. Creatividad mal empleada

Hacer una lista no siempre requiere pensamiento creativo. Un matrimonio utilizaba una sesión de brainstorming para crear su lista de la compra cada semana. Para detener este ineficaz proceso, guardaron los recibos de sus compras durante tres meses. Con esos recibos, elaboraron una

1. Este sencillo sistema utiliza una escala para medir la cantidad de sus ideas, dando un punto por cada respuesta. También puede usted valorar su progreso según la variedad, elaboración y originalidad.

lista de artículos que compraban regularmente, ordenados por tiendas. Ahora tienen una lista de comprobación para ayudarles a realizar la lista de la compra.

Moraleja: si existe una lista de respuestas, no malgaste energía en volver a crear información desde cero. Utilice la información existente siempre que sea posible. Realice el cuestionario “¿Hechos o Ideas?” para ayudarle a aclarar los momentos adecuados para un esfuerzo creativo.



Tómese un momento...

¿Hechos o Ideas?

Aquí tiene un rápido ejercicio para aclarar la diferencia entre la búsqueda de hechos y la de ideas. Marque la **H** para los problemas que requieren hechos y la **I** para aquellos que necesitan ideas. Las respuestas sugeridas aparecen en la página 133.

- | | | |
|---|----------|----------|
| 1. ¿Qué tiene que hacer nuestra compañía para cumplir con la nueva ley? | H | I |
| 2. ¿Cómo podemos mejorar el tiempo de respuesta de las peticiones de nuestros clientes? | H | I |
| 3. ¿Cómo podemos incrementar las ventas? | H | I |
| 4. ¿Cuánto va a deber la compañía en impuestos al final del año? | H | I |
| 5. ¿Cuáles son las formas para mejorar las relaciones entre los departamentos? | H | I |
| 6. ¿Qué proveedores tienen las mayores cuentas a pagar del año pasado? | H | I |

1.7. Las cuatro fuentes de acción

Otro modo de reconocer las situaciones que requieren creatividad es examinar las cuatro fuentes de acción que nos guían a través de cada día laboral.

1. Inercia

Sabemos cómo hacerlo porque lo hemos hecho antes.

2. Instrucción

Sabemos cómo hacerlo porque alguien nos los ha demostrado.

3. Imitación

Sabemos cómo hacerlo porque hemos visto a alguien hacerlo.

4. Innovación

Sabemos cómo hacerlo porque descubrimos una nueva forma de hacerlo. Cuando utilizamos la innovación, dependemos del pensamiento creativo.