

# ENSEÑAR EL PENSAMIENTO EMPRESARIAL Y CREATIVO

---

**MENTALIDAD EMPRESARIAL Y FLUJO  
CREATIVO**

"El apoyo de la Comisión Europea a la elaboración de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, esta refleja únicamente la opinión de los autores, y la comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella."



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Introducción y descripción del módulo

### Objetivos:

- Comprender la esencia y la importancia de la mentalidad empresarial.
- Analizar la viabilidad de los conceptos empresariales de una nueva empresa mediante herramientas empresariales.
- Realizar un *brainstorm* de ideas para productos o servicios nuevos e innovadores mediante la sostenibilidad y la viabilidad financiera, de marketing, tecnológica y política.
- Comprender la necesidad lógica de la creatividad y aplicar el proceso de creatividad estructurado.
- Elaborar la importancia del pensamiento creativo para abordar los desafíos globales, así como en los escenarios de resolución de problemas cotidianos.

## MÓDULO 2

ENSEÑAR EL PENSAMIENTO EMPRESARIAL Y  
CREATIVO: MENTALIDAD EMPRESARIAL Y FLUJO  
CREATIVO





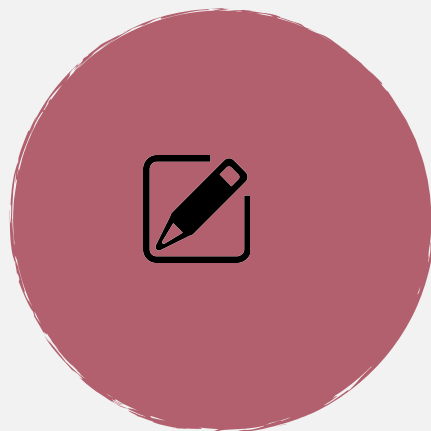
1. Desarrollo de la  
mentalidad empresarial



2. Evaluación y generación  
de ideas de negocio  
mediante la aplicación de  
herramientas empresariales



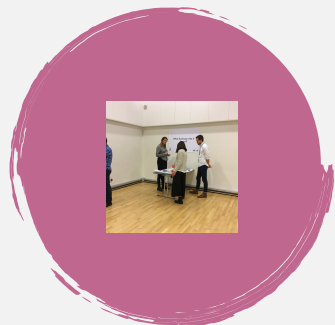
3. Detalles del  
pensamiento  
creativo



4. Evaluación y aplicación  
de técnicas creativas

# TEMAS





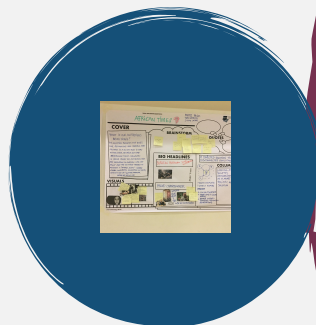
### En parejas

Cuenta 1, 2; 1, 2 y así  
tendrás todos las  
parejas aleatorias



### Momento de compartir

Cada persona habla  
durante 4 minutos sobre  
sí misma y la otra  
escucha activamente.



### En escena

Cada persona presenta a  
la otra durante 3  
minutos en el escenario  
al resto del grupo.

# Actividad para romper el hielo

Ponerse en la piel del otro



Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.



En el centro de la estrategia de Lisboa: garantizar que la proporción de mujeres en el empleo activo supera el 60% en 2010.

El potencial emprendedor femenino constituye una fente subdesarrollada de crecimiento económico y de nuevos empleos

Las mujeres constituyen, en media, el 30% de los empresarios en la UE (36% *start-up* y 20% industria)

# PROMOVER A LAS MUJERES EMPRESARIAS ES SABIO Y NECESARIO

Suelen tener más dificultades que los hombres para crear empresas y para acceder a la financiación y a la formación.

Es esencial proporcionar a las mujeres el apoyo que necesitan para poner en marcha y gestionar su propia empresa.



# Emprendimiento e inclusión social

## **Cuando:**

1. Leyes/políticas formales controvertidas, o práctica social informal, valores y creencias...

***Permita que los miembros de ciertos grupos sociales tengan igual acceso a:***

1. Activos, oportunidades y beneficiarios
2. Bienes, servicios y derechos públicos
3. Voz e influencia política



# DESARROLLO DE LA MENTALIDAD EMPREENDEDORA

## TEMA 1



# Descripción del tema

- La **mentalidad empresarial** se define como el modo de pensar que ayuda a las personas a alcanzar sus objetivos (en términos de crear, desarrollar y dirigir su negocio).
- La **mentalidad activa y dinámica** es el núcleo de lo que hace que los empresarios de éxito se esfuercen por conseguir más retos, acepten el fracaso como un nuevo comienzo y una oportunidad para triunfar en el futuro mucho mejor.
- En el marco de este tema, los alumnos aprenderán a **poner en práctica el conjunto de habilidades** que conlleva la mentalidad empresarial como tal: 1) capacidad de enfrentarse a la duda; 2) responsabilidad; 3) resiliencia y 4) voluntad de experimentar.

## DESARROLLO DE LA MENTALIDAD EMPRENDEDORA



# ¿Qué es el emprendimiento?

La Iniciativa empresarial consiste en la habilidad de un individuo para convertir ideas en actos.

- ☐ *creatividad,*
- ☐ *inovación*
- ☐ *aceptación del riesgo,*
- ☐ *la habilidad para planificar y gestionar proyectos destinados a lograr objetivos.*





“El emprendimiento es una forma de pensar, razonar y actuar enfocada en las oportunidades, con un enfoque holístico y un liderazgo equilibrado”.

- Cualidades empresariales:
- ❖ compromiso, determinación, liderazgo, obsesión por la oportunidad, tolerancia al riesgo, ambigüedad, incertidumbre, creatividad, autosuficiencia, capacidad de adaptación, la motivación para sobresalir, y capacidad para usar la experiencia de fracaso como una forma de aprendizaje.



# Iniciativa empresarial

Y más allá.



Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.

# Las mujeres en la iniciativa empresarial. Posibles piedras en el camino:

Como mujeres, algunas se enfrentan a abusos físicos y emocionales

Abuso sexual

Divorcio

Muerte de un ser querido, ya sea por enfermedad o muerte violenta

Diagnosticado con VIH/SIDA

Niños en los que ha invertido tanto, pero que no han salido como lo deseaba

Rechazo



## La importancia del empoderamiento



El comienzo del empoderamiento está en la capacidad de lidiar con su pasado y presente hiriente y el avance hacia un futuro más brillante.

El emprendimiento se trata de creatividad; se trata de dar a luz a un sueño empresarial. Significa que atraviesas terrenos que otros han temido atravesar. Se trata de correr riesgos. Se trata de creer en ti mismo.



# Capacidad para hacer frente a las dudas de uno mismo

Crecer más allá del miedo y la vacilación



## DIGA ALTO

Evite caer en la desesperación y renuncie a esos pensamientos negativos.



## HABLE CON ALGUIEN AL RESPECTO

Deja que tus pensamientos y sentimientos salgan a la luz al compartirlos.



## DEJE DE COMPARARSE

Sigue tu propio camino, no el de los demás.



## TENGA UN DIARIO

Mantenga un registro realista de su vida y reflexione continuamente.



## NO SIEMPRE SE TRATA DE USTED

Las personas a menudo hablan de otras personas o cosas, no encuentran en sus palabras algo que nunca dijeron/quisieron decir.



Cofinanciado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.



# Rendición de cuentas



Describe la voluntad de aceptar la responsabilidad de nuestras propias acciones y su impacto.



Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.



# Resiliencia

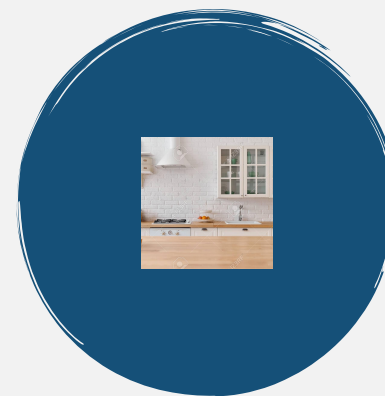
¿Qué es?



La resiliencia es lo que da a las personas la fuerza psicológica para hacer frente al estrés y las dificultades.



Es la reserva mental de fuerza a la que la gente es capaz de recurrir en tiempos de necesidad para llevarlas a cabo sin desmoronarse.



Las personas resilientes pueden utilizar sus habilidades y fortalezas para hacer frente y recuperarse de los problemas y desafíos. Dichos problemas y desafíos pueden incluir la pérdida de empleo, problemas financieros, enfermedades, desastres naturales, emergencias médicas, divorcio o la muerte de un ser querido.

# ¿Qué hace que las personas sean resilientes?

¿Y cómo se puede nutrir aún más?

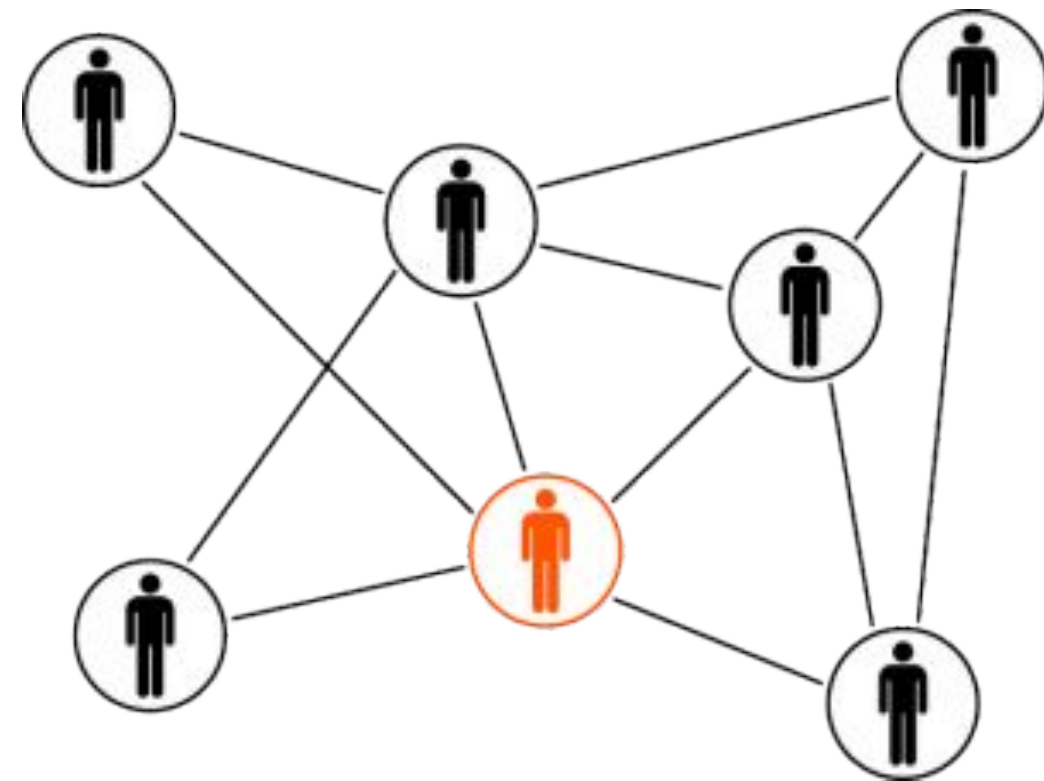


- Mezcla de características personales y habilidades.
- Cuatro características personales que contribuyen a los niveles "naturales" de resiliencia:
  - Confianza en uno mismo
  - Determinación
  - Poder de adaptación
  - Apoyo social (cuánto lo desarrolla)
- Las habilidades y estrategias para mejorar aún más los niveles de resiliencia se pueden desarrollar a través de la capacitación, el autodesarrollo, etc.



# Redes sociales de apoyo

- Ser independiente no significa estar aislado
- Asume la responsabilidad de mantenerte en contacto
- Construye relaciones sólidas que sobrevivan al contacto poco frecuente
- Nutre tus redes sociales informales



# GENERACIÓN CON IDEAS DE NEGOCIO

## TEMA 2



Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.





Entorno de  
Negocio

Dinámico

Complejo

Incierto

Multifacético

Relativo

# Análisis del medio ambiente

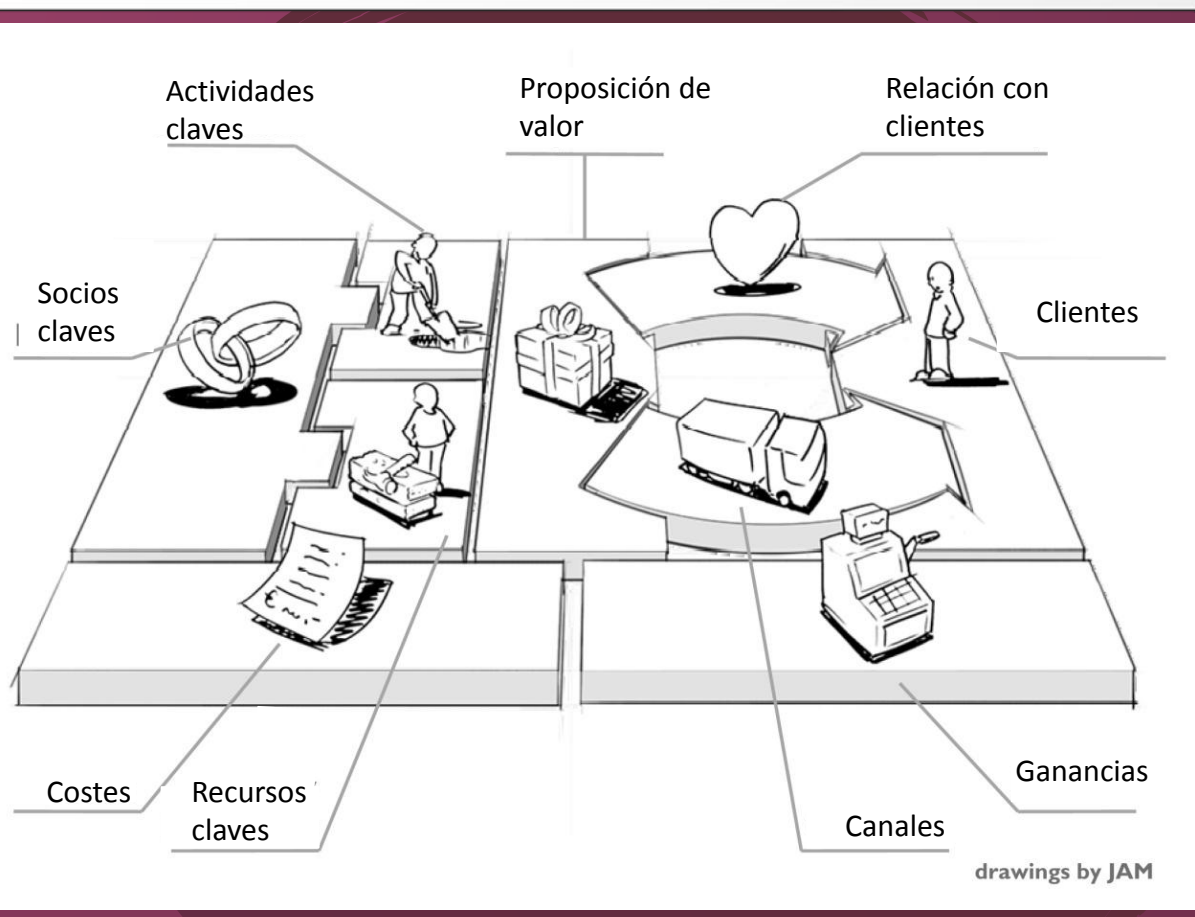
Externo -del derecho y  
del revés



Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.





## Modelo de negocio Canvas

Generación de ideas



Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.

# Esquema

---

- Negocios en tiempos complejos
- Modelo de negocio Canvas
- ¿Cómo puedo innovar?



**GENERADOR  
DE IDEAS DE  
NEGOCIOS**




# Modelado de negocios – USR para cada empresario

El modelo de negocio adecuado  
puede inclinar la balanza del éxito...



... diversificará el riesgo asociado  
con el problema del RSI constante



...te ayudará a navegar sin ningún  
problema
















## *Osterwalder & Pigneur, 2010*

- Un modelo de negocio que describe la lógica de cómo una organización **crea valor, ofrece valor y captura valor**



# Actividad:

## Modelo de negocio Canvas

<b>Socios clave</b>  <p>¿quiénes son nuestros socios clave? ¿quiénes son nuestros suministradores clave? ¿qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios? ¿qué actividades clave realizan los socios?</p> <p><b>motivaciones para socios:</b> complementar y economizar enfocar el riesgo o tener un futuro especialización del conocimiento y actividades particulares</p>	<b>Actividades clave</b>  <p>¿qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿nuestros canales de distribución? ¿nuestras relaciones con clientes? ¿nuestras fuentes de ingresos?</p> <p><b>categorías:</b> productos o servicios restricción de problemas plataformas y red</p>	<b>Propuestas de valor</b>  <p>¿qué valor entregamos al cliente? ¿cuáles de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudar a resolver? ¿qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de cliente? ¿qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?</p> <p><b>características:</b> novedad rendimiento superior personalización "batería en frío" flexible modular y adaptable precio personalización de datos reducción del riesgo movilidad compatibilidad / escalabilidad</p>	<b>Relaciones con clientes</b>  <p>¿qué tipo de relación esperamos que establezcamos y mantengamos con cada uno de nuestros segmentos de cliente? ¿cómo hemos establecido? ¿cómo están integrados con el resto de nuestro modelo de negocio? ¿cuánto cuestan?</p> <p><b>ejemplos:</b> clubes de personas clubes de personas dualidad clubes de personas servicios de atención al cliente comunidades cooperativas</p>	<b>Segmentos de cliente</b>  <p>¿para quién estamos creando valor? ¿quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p><b>ejemplos:</b> mercado de masas mercado de nicho segmentos de clientes segmentos de clientes segmentos de clientes</p>			
<b>Recursos clave</b>  <p>¿qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿nuestros canales de distribución? ¿relaciones con clientes? ¿flujos de ingresos?</p> <p><b>tipos de recursos:</b> Canal relaciones (gobierno de marca, copyright, datos) Humanos Procedimientos</p>		<b>Canales</b>  <p>¿a través de qué canales quieren ser contactados nuestros segmentos de cliente? ¿cómo los contactamos ahora? ¿cómo están integrados nuestros canales? ¿cuáles funcionan mejor? ¿cuáles son más eficientes en costes? ¿cómo los integramos con las rutinas de cliente?</p> <p><b>fases del canal:</b> 1. Planificación 2. Selección 3. Implementación 4. Evaluación 5. Mantenimiento 6. Mejora</p>					
<b>Estructura de costes</b>  <p>¿cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿qué recursos clave son los más caros? ¿qué actividades clave son las más caras?</p> <p><b>esta negociación:</b> Análisis de costes (estructura de costes, estructura de costes, estructura de costes, estructura de costes) Análisis de costes (estructura de costes, estructura de costes, estructura de costes, estructura de costes)</p> <p><b>características de ejemplo:</b> Estructura de costes (estructura de costes, estructura de costes, estructura de costes, estructura de costes) Estructura de costes (estructura de costes, estructura de costes, estructura de costes, estructura de costes) Estructura de costes (estructura de costes, estructura de costes, estructura de costes, estructura de costes)</p>		<b>Fuentes de ingresos</b>  <p>¿para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿para qué pagan actualmente? ¿cómo están pagando ahora? ¿cómo prefieren pagar?</p> <p>¿cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?</p> <table><tr><td><b>tipos:</b> venta de activos precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta</td><td><b>precio fijo:</b> precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta</td><td><b>precio dinámico:</b> precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta</td></tr></table>			<b>tipos:</b> venta de activos precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta	<b>precio fijo:</b> precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta	<b>precio dinámico:</b> precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta
<b>tipos:</b> venta de activos precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta	<b>precio fijo:</b> precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta	<b>precio dinámico:</b> precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta precio de venta					



# Los Nueve Bloques de Construcción

Crear un núcleo



1. Asociaciones claves
2. Actividades principales
3. Recursos claves
4. Propuesta de valor
5. Segmentos de cliente
6. Relación con los Clientes
7. Canales de comunicación
8. Fuentes de ingresos
9. Control de costos

# Segmentos de clientes

¿Quiénes son las personas y organizaciones para las que estás creando valor?

Pueden ser tanto clientes pagos como clientes no pagos.



# Relaciones con los clientes

---

- ¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros segmentos de clientes que establezcamos y mantengamos con ellos?
  - Asistencia personalizada
  - Asistencia personal dedicada
  - Autoservicio
  - Servicios automatizados
  - Comunidades
  - Co-creación



# Proposición de valor

---

- ¿Qué necesidades de los clientes estamos satisfaciendo?
- ¿Qué valor entregamos al cliente?





# Principales asociaciones

¿Quién puede ayudarnos a aprovechar nuestro modelo de negocio?

¿Quién estaría interesado en nuestros clientes?





# Actividades claves

¿Cuáles son las actividades más importantes que una organización debe hacer para que su modelo de negocio funcione?



# Recursos Claves

¿Qué recursos claves requiere nuestra organización para prestar el servicio/ producto?

Propiedades físicas

Intelectual

Humana

Financiera

Tecnológica

## Recursos Claves



# Canales

3  
2

- ¿A través de qué canales quieren llegar nuestros segmentos de clientes?
- ¿Cómo los estamos alcanzando ahora?
- ¿Cómo se integran nuestros canales?
- ¿Qué canales funcionan mejor?
- ¿Cuáles son los más eficientes?
- ¿Cómo los estamos integrando con las rutinas de los clientes?





# Fuentes de Ingresos

---

- Para estar en el negocio, tarde o temprano alguien tiene que pagarnos. ¿Quién lo hará?
- Probablemente la persona que realmente se beneficia más del producto/servicio, ¡y puede no ser la persona que lo usa!







# ESTRUCTURA DE COSTOS

**¿Cuáles son los costos más importantes de nuestro negocio?**



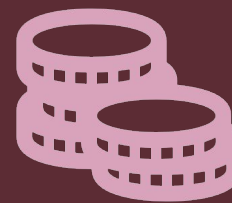
Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.

# Descripción del tema

- Dentro de este tema se explorarán y discutirán los siguientes pasos relevantes para iniciar y mantener la expedición empresarial:
- **Preparación:** En esta fase, se analizan los antecedentes, la situación actual y la experiencia y conocimientos aportados por el empresario. Es la fase en la que el empresario observa las tendencias políticas, económicas, sociales, tecnológicas y jurídicas.
- **Incubación:** La exploración de la idea o la inmersión en el problema/tema en cuestión que hay que resolver.
- **Idea:** El "momento ¡Eureka!" cuando se ve la solución a un problema o nace una idea.
- **Evaluación:** Análisis minucioso y escrutinio de la idea.
- **Elaboración:** Todo se pone en marcha, se traduce en una puesta en práctica con todos los detalles elaborados. La idea se transforma en un producto, un servicio o un concepto empresarial.

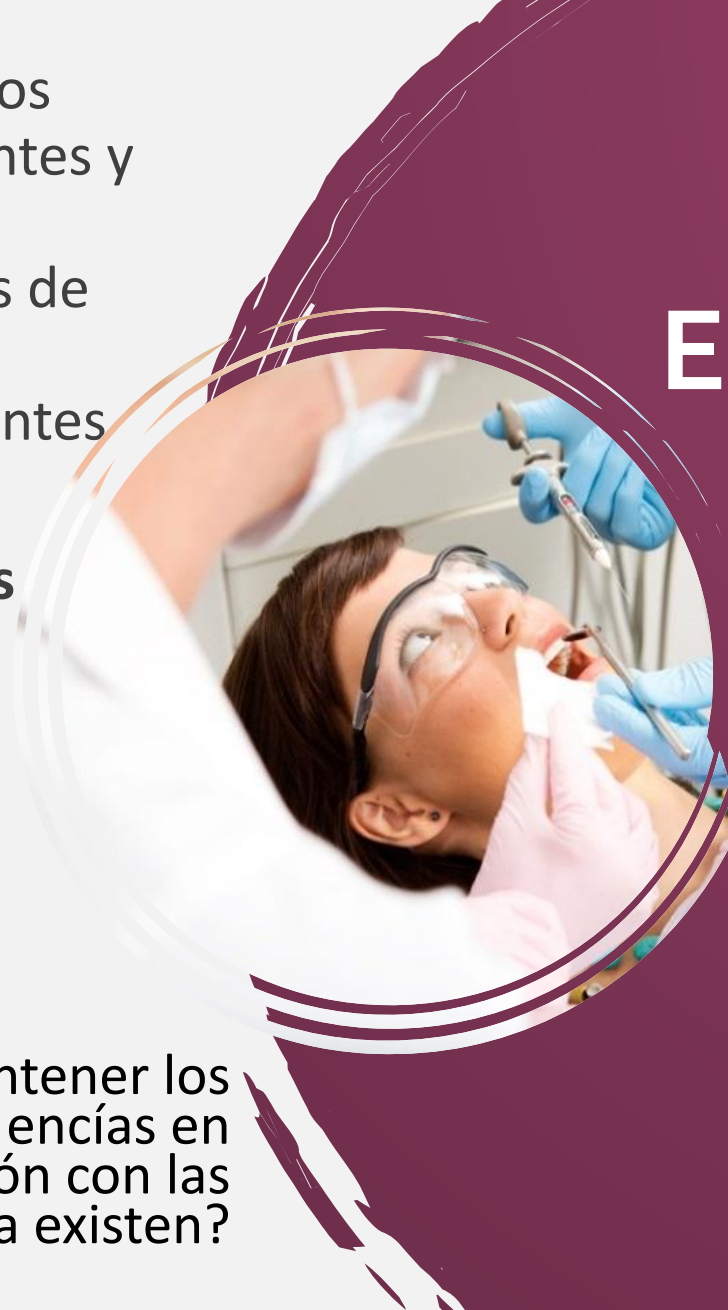
## TEMA 2



- Contratamos soluciones para hacer trabajos
- Para el trabajo de mantener sanos los dientes y las encías,
- contrate dentistas e instrumentos conexos de tortura
- contrate cepillos de dientes y pasta de dientes

**Creamos valor cuando permitimos que los clientes logren un trabajo determinado más rápido, más fácil y/o a un menor coste.**

# ESTRUCTURA DEL COSTO



***"La gente no quiere comprar un taladro de un cuarto de pulgada. ¡Quieren un agujero de un cuarto de pulgada!"***

**Theodore Levitt**

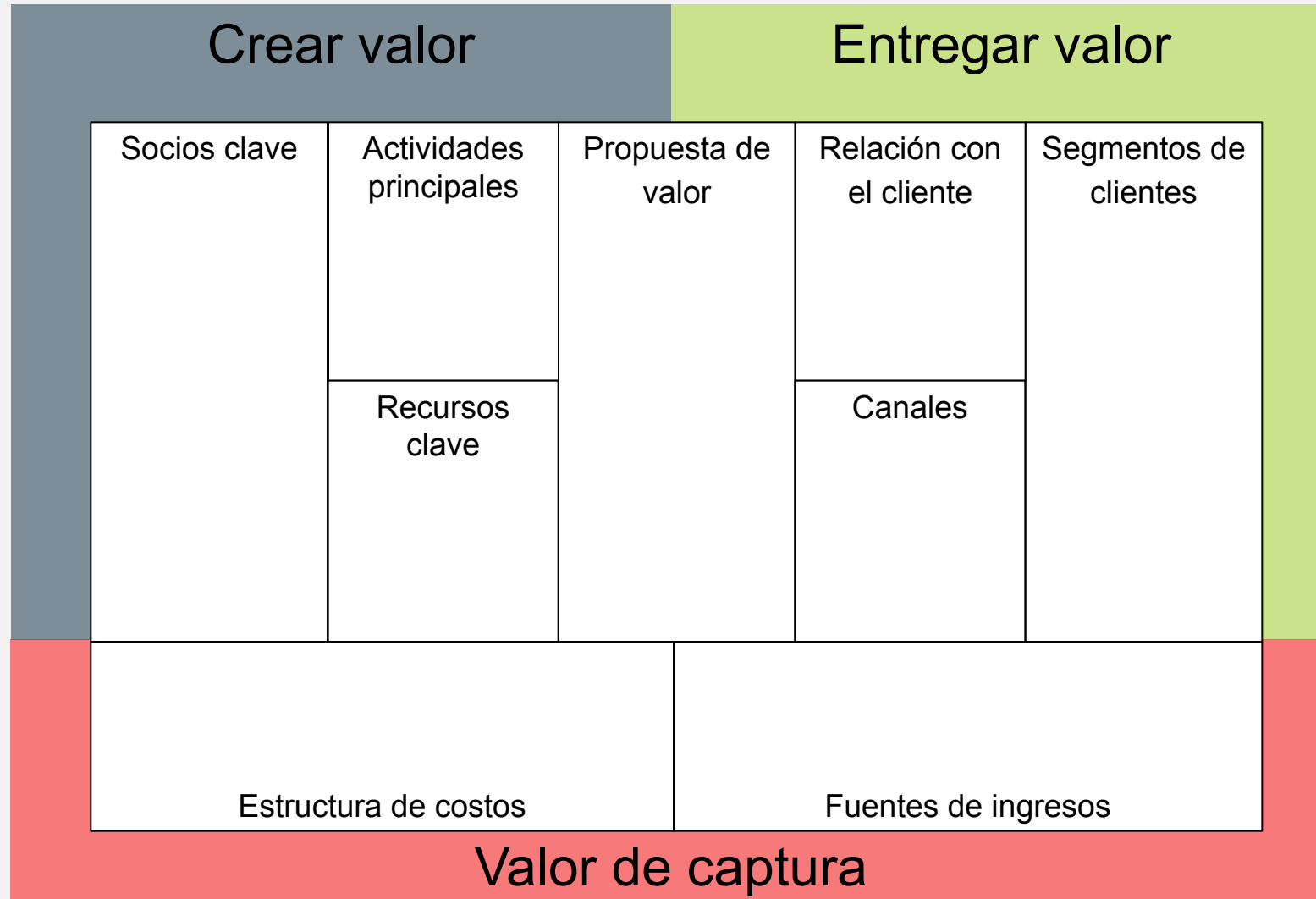
¿el deber de mantener los  
dientes sanos y las encías en  
buena condición con las  
soluciones que ya existen?



Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.

# Crear, entregar, capturar





# Para seguir buscando más preguntas

¿Tiene su objetivo una oportunidad de modelo prevaleciente que pueda ser desafiado?

- ¿Ese modelo maximiza el valor del cliente?

¿Puede crear un nuevo valor para el cliente ofreciendo trabajos hechos de una manera más efectiva?

- ¿Utilizar nuevos canales para comercializar?  
¿Diferentes modelos de precios?

¿Hay aspectos del modelo de negocio que están completamente arraigados?

- Propuesta de valor Alianzas

¿Puede simplificar la entrega y/o la propuesta de valor para eliminar una parte completa de los costos?

**¡Tienes todo disponible!**



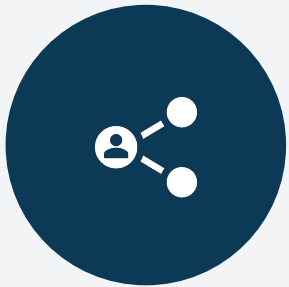
# Descripción general del producto / servicio

¿Qué está proporcionando, vendiendo o haciendo específicamente que resuelva el problema y aborde los trabajos que deben realizar los clientes?

¿Cuál es la experiencia del cliente?



# Modelo de negocio



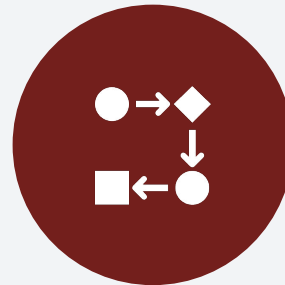
¿Cómo creará un modelo de negocio sólido?



¿Cuál es su ventaja competitiva "injusta" que será distintiva para su modelo de negocio?



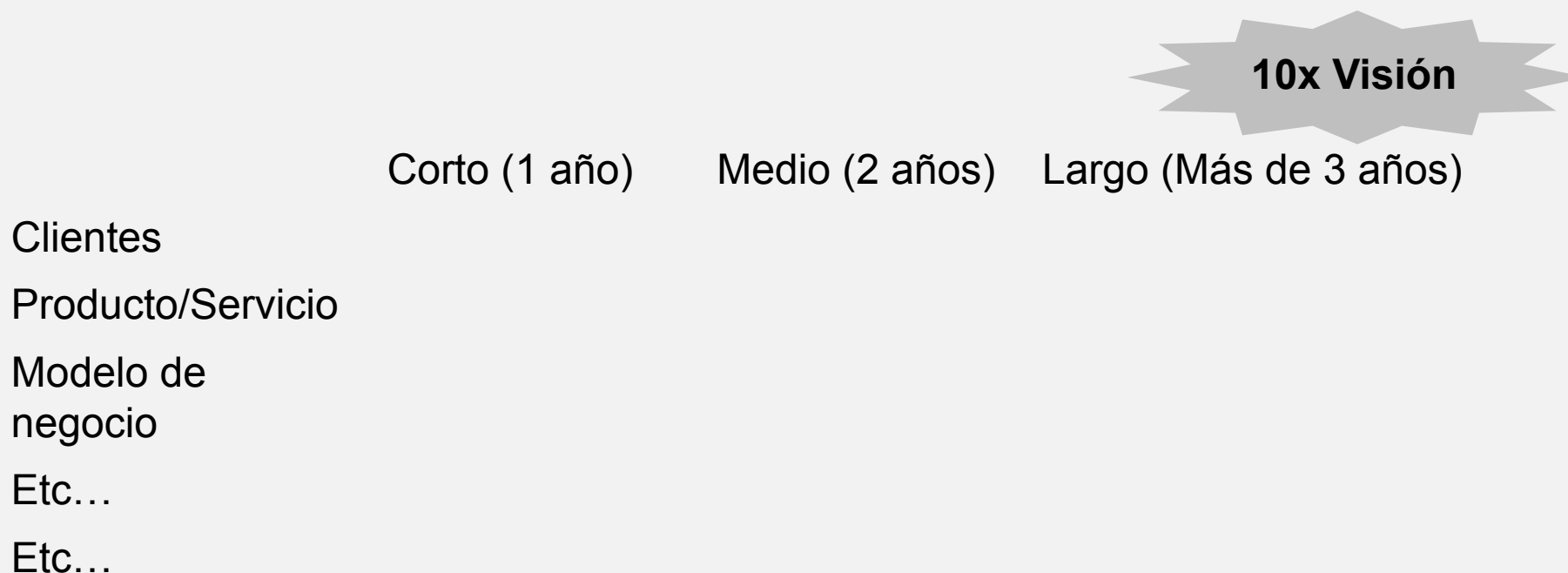
¿Cómo ganará dinero de manera sostenible?



Incluye un diagrama sencillo e intuitivo o una imagen de cómo funciona tu modelo de negocio.

# Estrategia de mercado

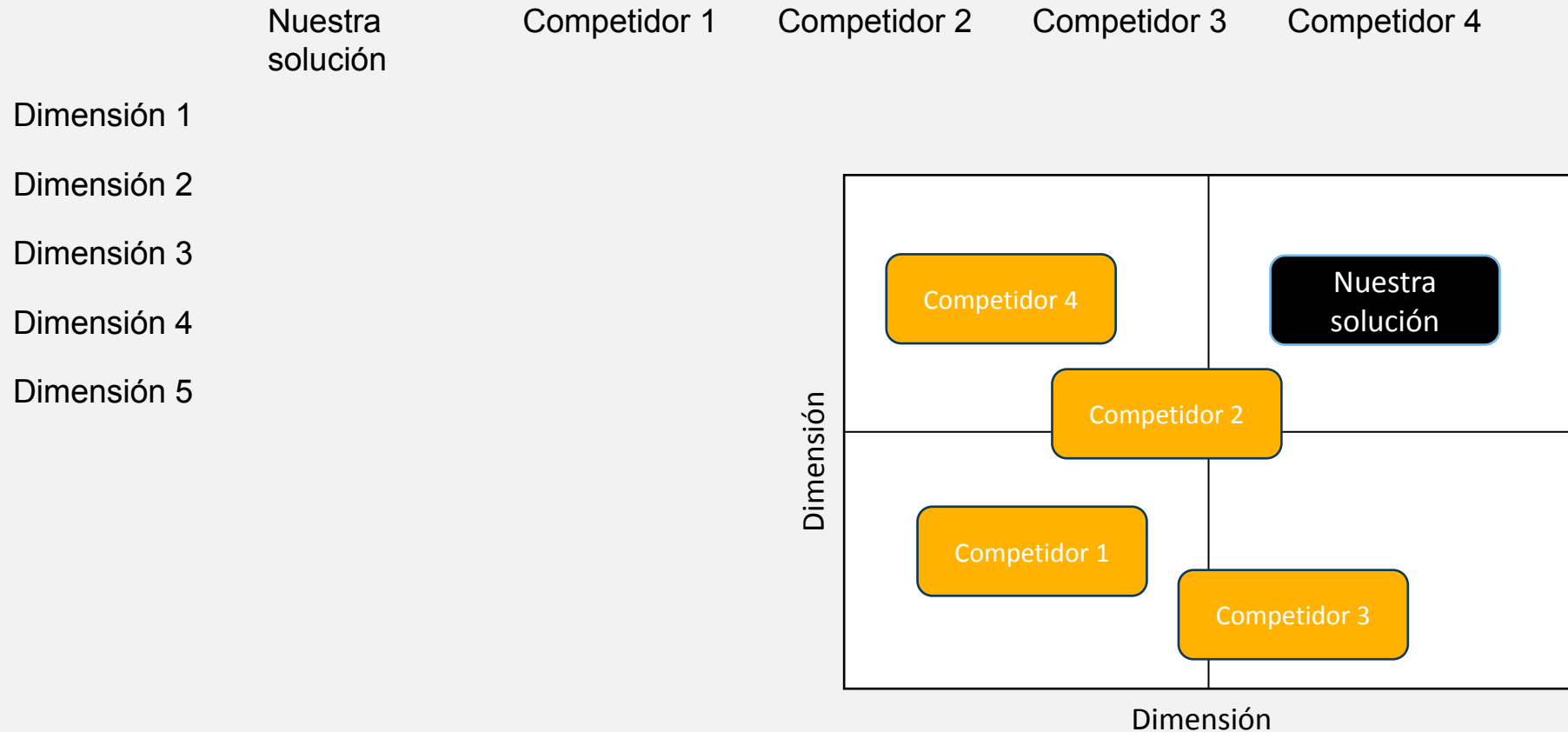
- ¿Cuál es su "estrategia de adopción" para escalar?
- ¿Por dónde empezará y cómo ganará tracción y se expandirá con el tiempo?
- ¿A qué realidades del mundo se enfrenta y cómo se abordarán?
- Diseñe su plan de juego para mostrar tu enfoque del crecimiento a corto, medio y largo plazo.






# Competition

- What is the competitive landscape?
- What choices to customers have as alternatives to your solution?
- Map the compelling difference in a way that clearly highlights the competitive landscape and why you stand out.




# Ventaja competitiva

¿Qué hace que su solución sea 10 veces mejor que la de la competencia?



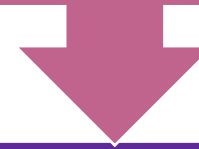
¿Qué le dará una ventaja competitiva injusta sobre otras soluciones alternativas?



¿Qué datos cualitativos o cuantitativos tiene que respalden esto?

# Finanzas

¿Cuáles son sus proyecciones básicas de 5 años, en el mejor y en el peor caso, y las suposiciones clave detrás de ellas?



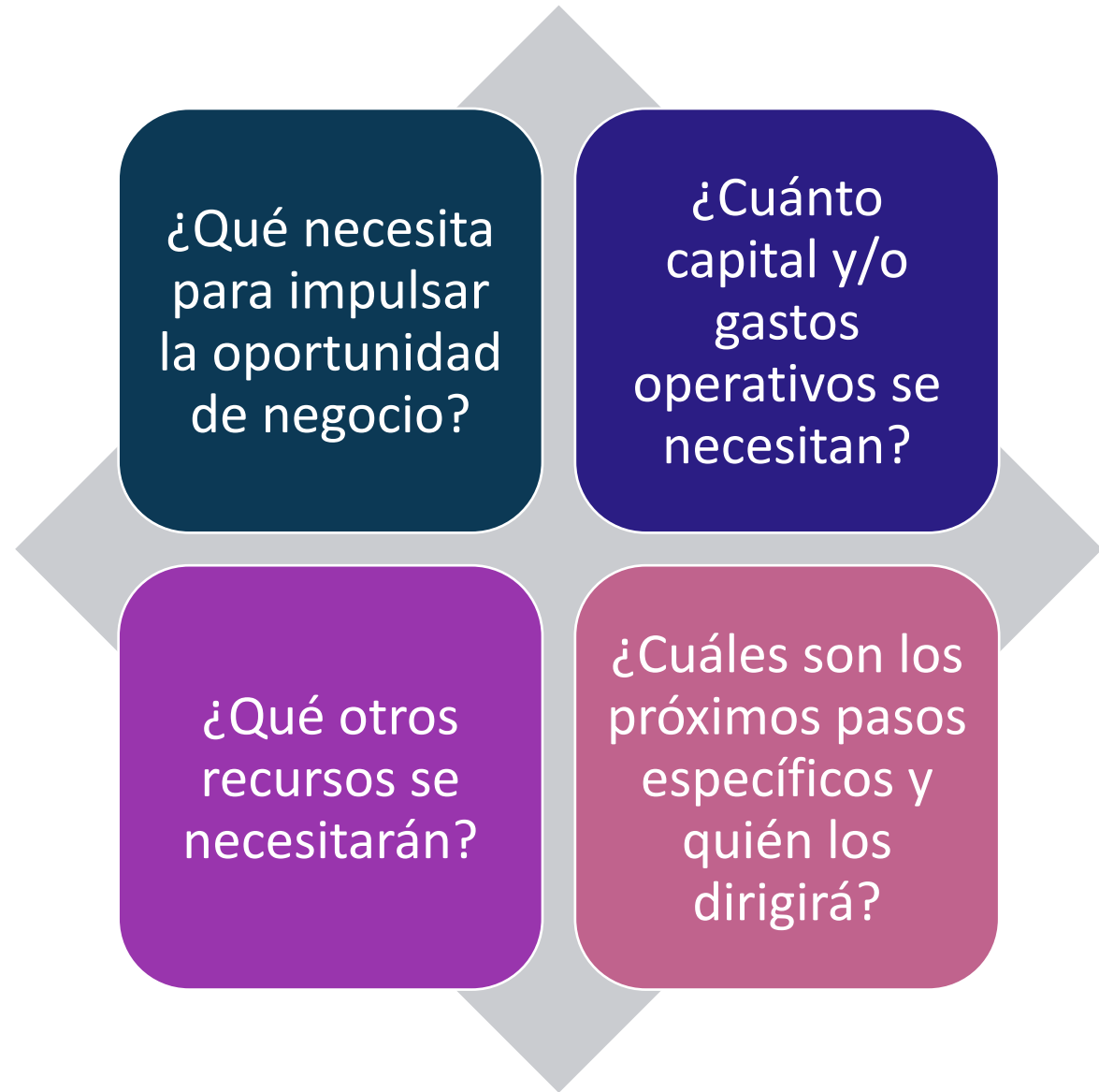
¿Existe una visión clara entre sus finanzas y su modelo de negocio?



¿Se tienen en cuenta los diferentes tipos de ingresos, servicios y costos?



# Las preguntas





# ESPECIFICACIONES DEL PENSAMIENTO CREATIVO

TEMA 3



# Descripción del tema

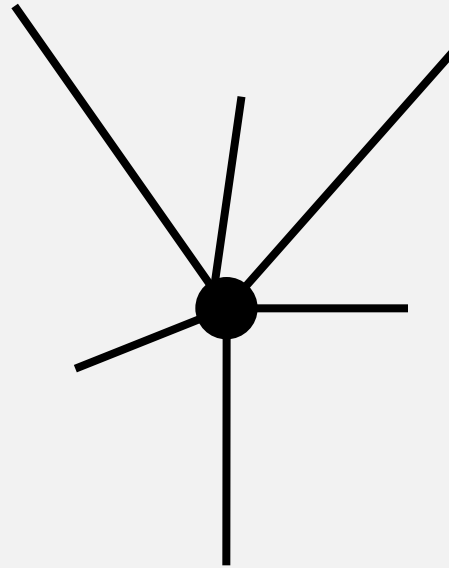
- Cuando se trata de la creatividad, hay muchos puntos de vista sobre cómo se puede ver, tales como:
- **“La creatividad es la capacidad de generar ideas nuevas y valiosas para productos, servicios, procesos y procedimientos”** Martins y Terblanche
- **“La creatividad es la capacidad de producir un trabajo que es **novedoso (original)** y además apropiado (útil)”** Sternberg
- Dentro de este tema, **se explorará el pensamiento creativo como una habilidad que permite a las personas tener ideas originales y no convencionales**. Quienes conocen la importancia del pensamiento creativo tienen un enfoque abierto. Sus suposiciones son imparciales, poseen la capacidad de resolver problemas y son comunicadores verbales y escritos impactantes. Son capaces de analizar un informe y destilarlo hasta su esencia.

## TEMA 3



# Pon a prueba su creatividad

*¿Qué cree que es esto?*



# Generar ideas para resolver un problema

*se puede hacer de distintas maneras:*

*pensamiento lógico tradicional,  
también conocida como  
pensamiento vertical:  
es **selectivo**  
(y un poco fácil, porque  
has sido capacitado para usarlo)*

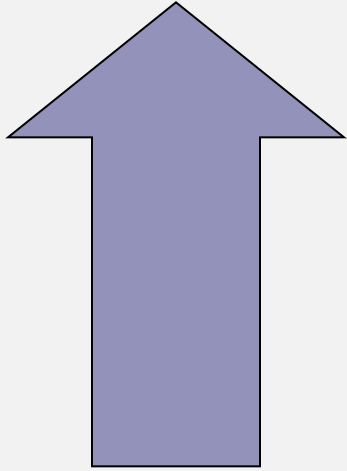
*pensamiento creativo  
o  
pensamiento lateral:  
es **generativa**  
(y un poco difícil, porque  
has sido entrenado para no*

*son **complementarios**, no opuestos*



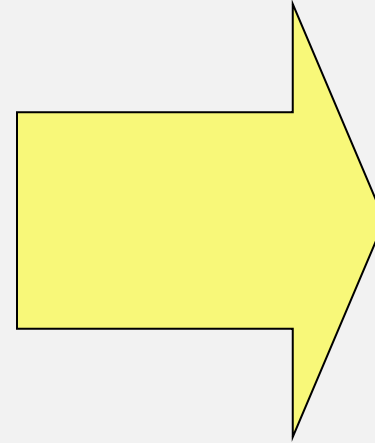


# Pensamiento vertical versus lateral



***Pensamiento vertical***

***avanzar directamente***



***Pensamiento lateral***

***avanzando horizontalmente***



# Pasos lógicos

'pensamiento vertical'

Es un proceso que se hace paso a paso.

cada paso debe estar justificado

utiliza información relevante

se trata de probar o desarrollar los patrones en tu mente

es analítico

se utiliza para cavar un agujero más profundo



# Estructuras creativas

Pensamiento lateral

es un proceso deliberado hacia la comprensión

se trata de mirar de una manera diferente

puede utilizar información irrelevante

puede dar saltos

es reestructurar, provocar y escapar de los patrones en tu mente

se utiliza para cavar un agujero en un lugar diferente



# Estructura del cerebro

*la coordinación  
estructura del lado  
derecho del cuerpo  
es:*

- digital*
- tratamiento de  
información  
dominante*
- verbal*
- lógico*
- patrón-usuario*



*la coordinación  
del lado izquierdo:*

- análogo*
- tratamiento de la  
información*
- sumiso*
- no verbal*
- intuición*
- buscador de patrones*





# Esencial para la creatividad



DESAFÍOS ABIERTOS



COMPORTAMIENTO  
EXPLORATORIO



LA RECOMPENSA ESTÁ EN  
PROCESO



# La creatividad es...

# Pregunta

¿Cómo se define la  
creatividad?



# *Contenido académico*

*“La creatividad es el resultado de la interacción de un sistema compuesto por tres elementos:*

- una cultura que contiene reglas simbólicas,*
- una persona que introduce la novedad en el dominio simbólico,*
- y un campo de expertos que reconocen y validan la innovación ”.*

*Mihály Csíkszentmihályi*

*“La creatividad es la capacidad de generar ideas nuevas y valiosas para productos, servicios, procesos y procedimientos” Martins y Terblanche*

*"La creatividad es la capacidad de producir trabajo que es a la vez novedoso (es decir, original) y apropiado (es decir, útil)"*

*Sternberg*

*"La creatividad es el conjunto de cualidades de productos o respuestas que los observadores*





# Otros

*"Ser creativo es ver lo mismo que todos los demás, pero pensar en algo diferente". Anónimo*

*La creatividad es inventar, experimentar, crecer, correr riesgos, romper reglas, cometer errores y divertirse". Mary Lou Cook*

*"La creatividad le está permitiendo cometer errores. Arte es saber cuáles conservar." Scott Adams, Caricaturista americano*

*"Todo acto de creación es ante todo un acto de destrucción." Pablo Picasso*

*"La creación de lo nuevo o la reordenación de lo viejo de una manera nueva".*

*Mike Vance, Walt Disney Corporation*

*"La creatividad implica romper con los patrones establecidos para ver las cosas de una manera*



# La creatividad es...

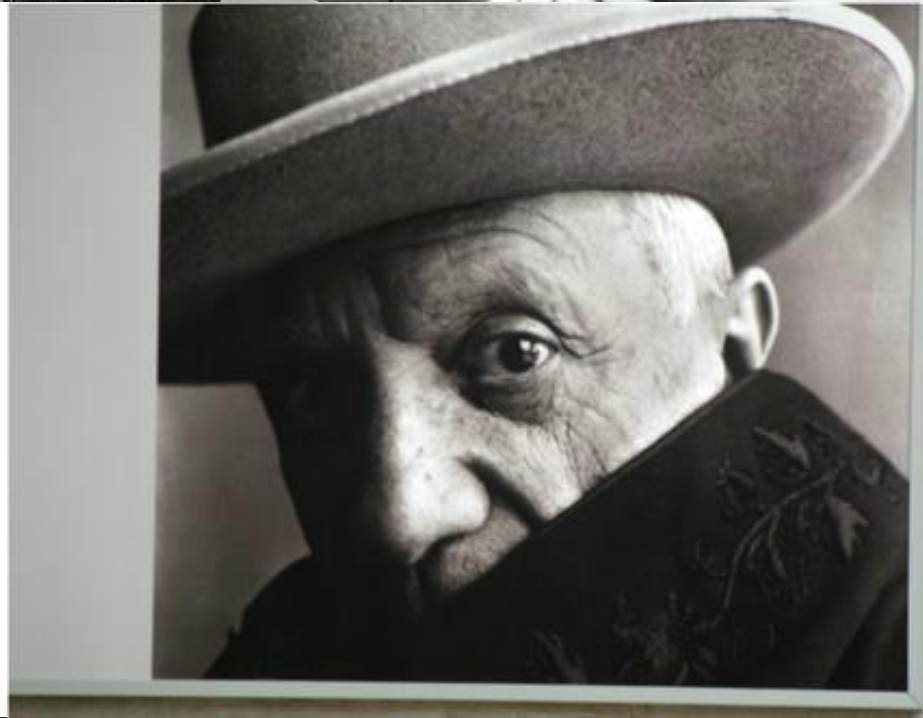
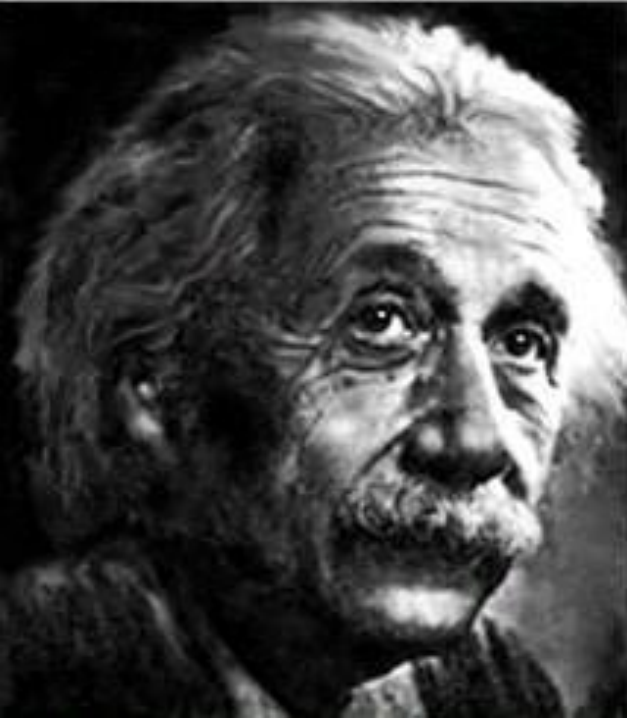
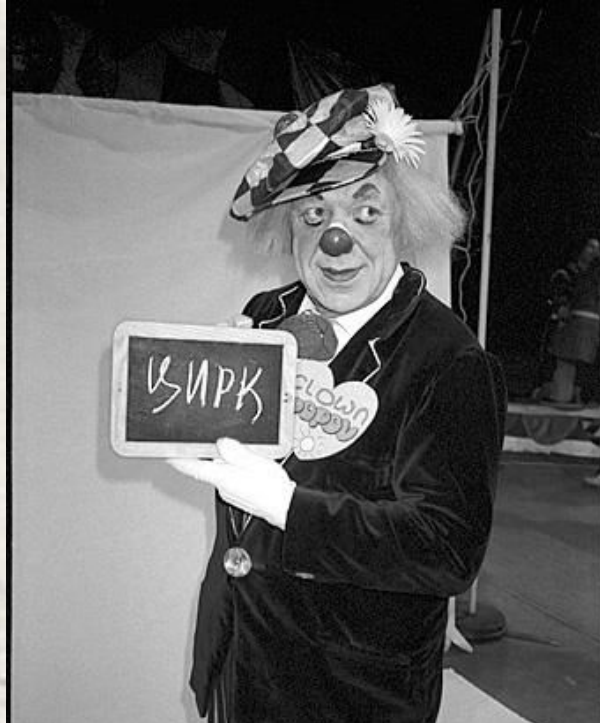
## Un Estado de ánimo

*Geoff Marée*

# ***Pregunta***

*¿Qué **modelos** creativos  
tienes?*







# TÉCNICAS CREATIVAS

## TEMA 4



# Técnicas de Creatividad

Supuestos de  
impugnación

Analogía

Otro punto  
de entrada

Superhero  
Mascara

Analogía  
personal

Suerte

Incubación

Fantasía de  
escenario

# Supuestos desafíos

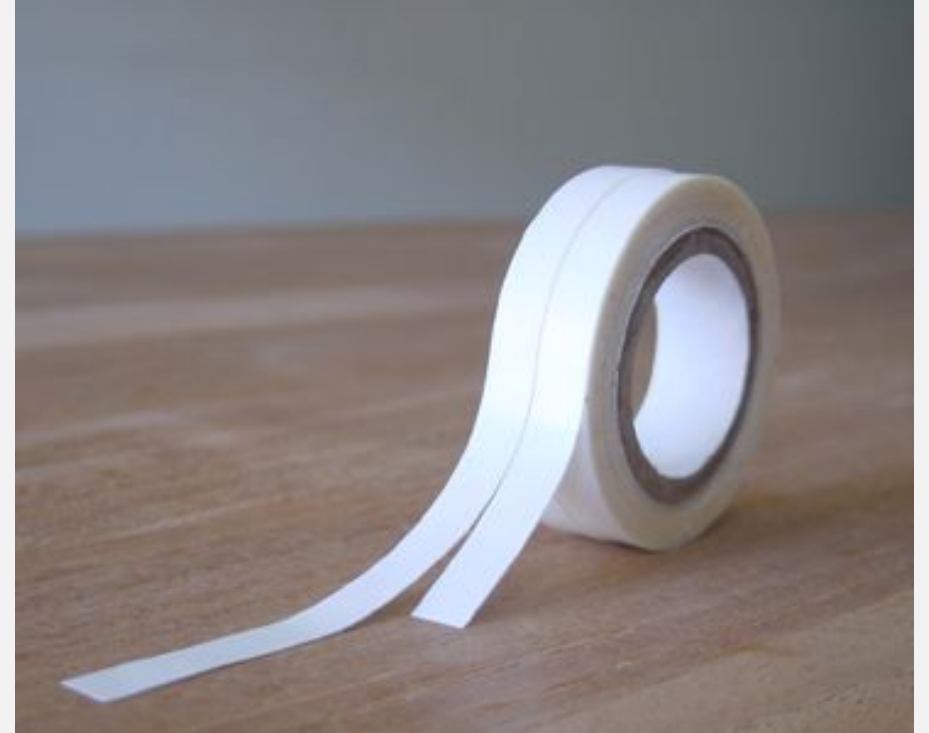
*localizarlos y desafiarlos*

*¿Cómo organizar distribuir estas formas en una forma general que sea fácil de describir?*



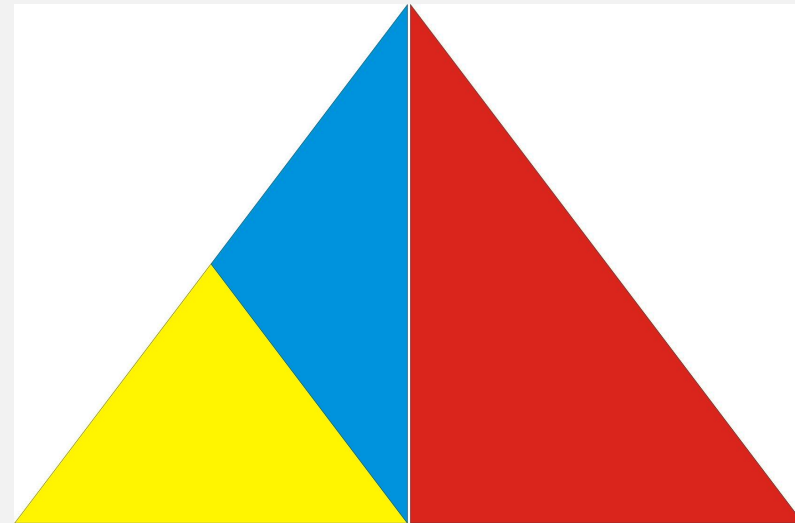
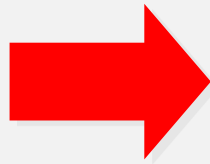
# Analogía

*Dedo del pie de rana*



# Elegir otro punto de entrada

*Divida un triángulo en tres partes de tal manera que las partes se puedan juntar nuevamente para formar un rectángulo o cuadrado...*





# Super heroe

*¿Cómo resolvería el problema Spiderman?*

*O Trump?*

*O Cher, o....?*



Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.

# Analogía personal

*ejemplo: paloma de arcilla*



# Suerte

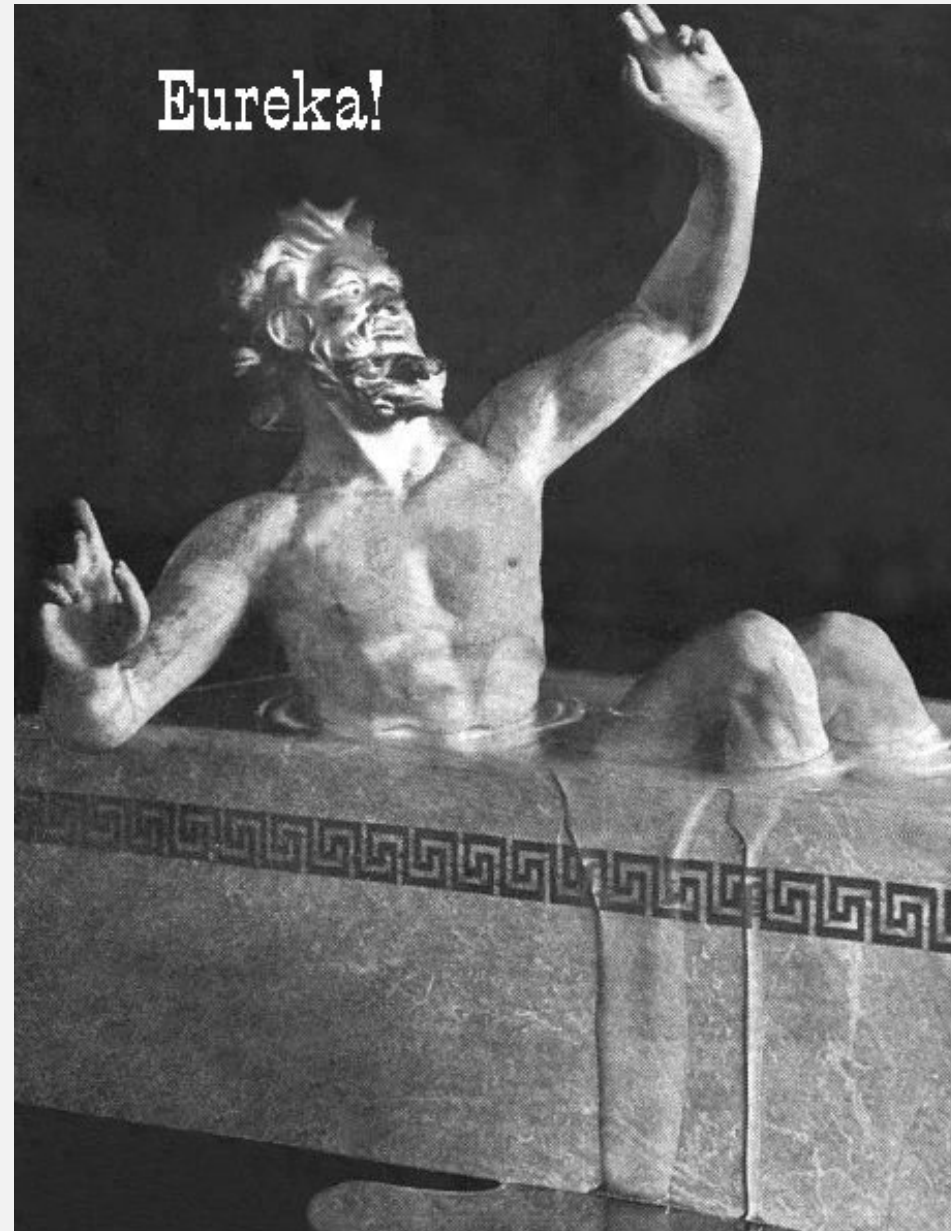


*montaña, cerveza, mono,  
viernes, \$, intenso, azul, hogar, cansado,  
1984, Amsterdam,  
supercalifragilistico-expialidoso,  
Hopmans, €, hospital,*





# Incubación



Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.

# Fantasia de escenario



Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.



# Chindogu



Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.

Sociedad Chindogu;  
<http://chindogu.com/chindogu/>



Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.

# TÉCNICAS CREATIVAS EN PROCESOS GRUPALES

FACILITAR, DISCUTIR, INTERCAMBIAR  
IDEAS, GENERAR Y EVALUAR IDEAS,  
CREAR Y DISEÑAR

# La esencia del *World Café*

El propósito de cualquier *World Café* es facilitar el diálogo de grupos grandes.

El primer *World Café* fue el resultado espontáneo de una reunión en la casa de Brown e Isaacs en California en 1995.

Según sus fundadores, es "más que un método, un proceso o una técnica, es una forma de pensar y de estar juntos en una filosofía de liderazgo conversacional".



- El *World Café* se basa en **siete principios de diseño**:

- 1- establecer un contexto claro (es decir, la razón y el objetivo de la reunión deben ser claros);
- 2- crear un espacio hospitalario;
- 3- explorar las preguntas que importan;
- 4- fomentar la contribución de todos;
- 5- conectar perspectivas diversas;
- 6- escuchar juntos los patrones y las percepciones;
- 7- compartir descubrimientos colectivos.



# World Café





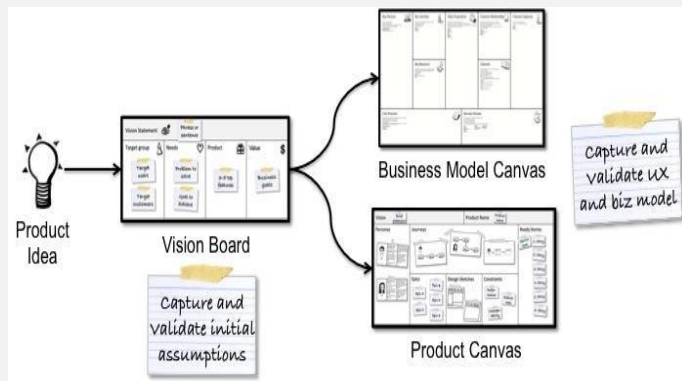
# La Idea Canvas

una herramienta de diseño que ayuda a los participantes del taller a expresar su historia (la historia que se contará no es necesariamente la de un usuario);

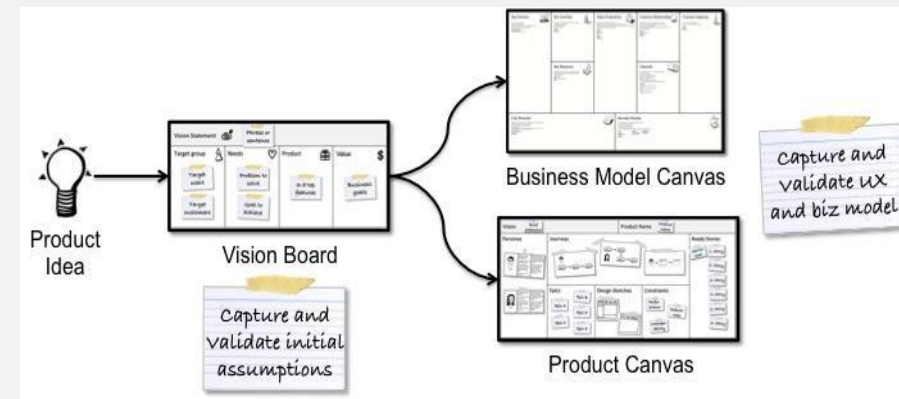
se recomienda incluir a los miembros del personal/empleados del proveedor de servicios y posiblemente a otras partes interesadas también.

Es una herramienta para describir, analizar y (dar un primer paso para) resolver problemas.

## TÉCNICAS CREATIVAS PARA PROCEDIMIENTOS EN GRUPO



# TÉCNICAS CREATIVAS PARA PROCEDIMIENTOS EN GRUPO



La idea *Canva* es un lienzo grande (o pedazo de papel) que invita a los participantes a contar su historia pidiéndoles que inventen un título/lema para la historia, una descripción de los héroes de la historia, una trama, una escena final, aspectos destacados, dramas, un final feliz e incluso accesorios.

Es un proceso iterativo: los accesorios se añaden o eliminan dependiendo de los dramas y aspectos destacados. Los personajes pueden ser añadidos o descartados en el proceso, etc.

Ofrece la oportunidad de presentar y comparar diferentes direcciones conceptuales de forma clara y sencilla.

# Mapa de la experiencia del cliente



El mapeo del recorrido del cliente es una técnica utilizada **para investigar las experiencias de los clientes mientras realmente "consumen" un servicio.**



Esto revela las necesidades y deseos de los clientes de una manera que no sería posible a través de una entrevista estándar de preguntas y respuestas.



Se puede utilizar un estudio de viaje del cliente para indagar sobre las experiencias de los clientes de los procesos primarios (por ejemplo, una visita a un parque temático o asistir a un concierto), así como los procesos secundarios (por ejemplo, registrarse y embarcarse en un avión). Los resultados se pueden utilizar para mejorar la experiencia del producto/servicio específico.

## El enfoque de cuatro pasos :

- adquirir información sobre los clientes
- desarrollar el concepto
- implementación y medición de referencia
- asegurar una nueva política y seguimiento a través de la medición constante de la satisfacción del cliente (cuantitativa).



**Mapa de la experiencia del cliente**



# Descripción del tema

- “La creatividad es inventar, experimentar, crecer, arriesgarse, romper las reglas, equivocarse y divertirse.” Mary Lou Cook

- “La creatividad consiste en romper los esquemas establecidos para ver las cosas de otra manera.” Edward de Bono

- Basado en las definiciones anteriores, aquí se aprenderá cuál es el marco para aplicar las técnicas creativas. Con mucha práctica se dominarán las herramientas de divergencia y convergencia para encontrar nuevas ideas y utilizar diferentes técnicas para construir conceptos a partir de las ideas. Los alumnos aprenderán trucos específicos para ejercer el control de la ideación como facilitadores. También tendrán una caja de herramientas con técnicas creativas que se utilizarán en diversos procesos para resolver planteamientos de problemas individuales y de equipo en el entorno de trabajo diario.

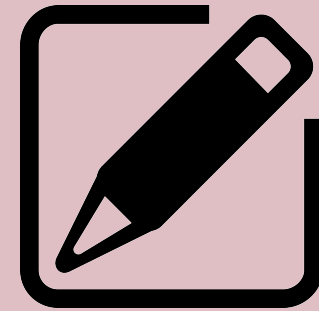
## TEMA 4





# ¡Hora de practicar!

- Dos actividades prácticas para que los alumnos pueden realizar y poner en práctica lo aprendido en este módulo:
- Actividad 1
  - Diseño *canvas* del modelo de negocio sobre un caso práctico introducido a lo largo de la formación.
- Actividad 2
  - Probar dos técnicas creativas en un ejemplo práctico



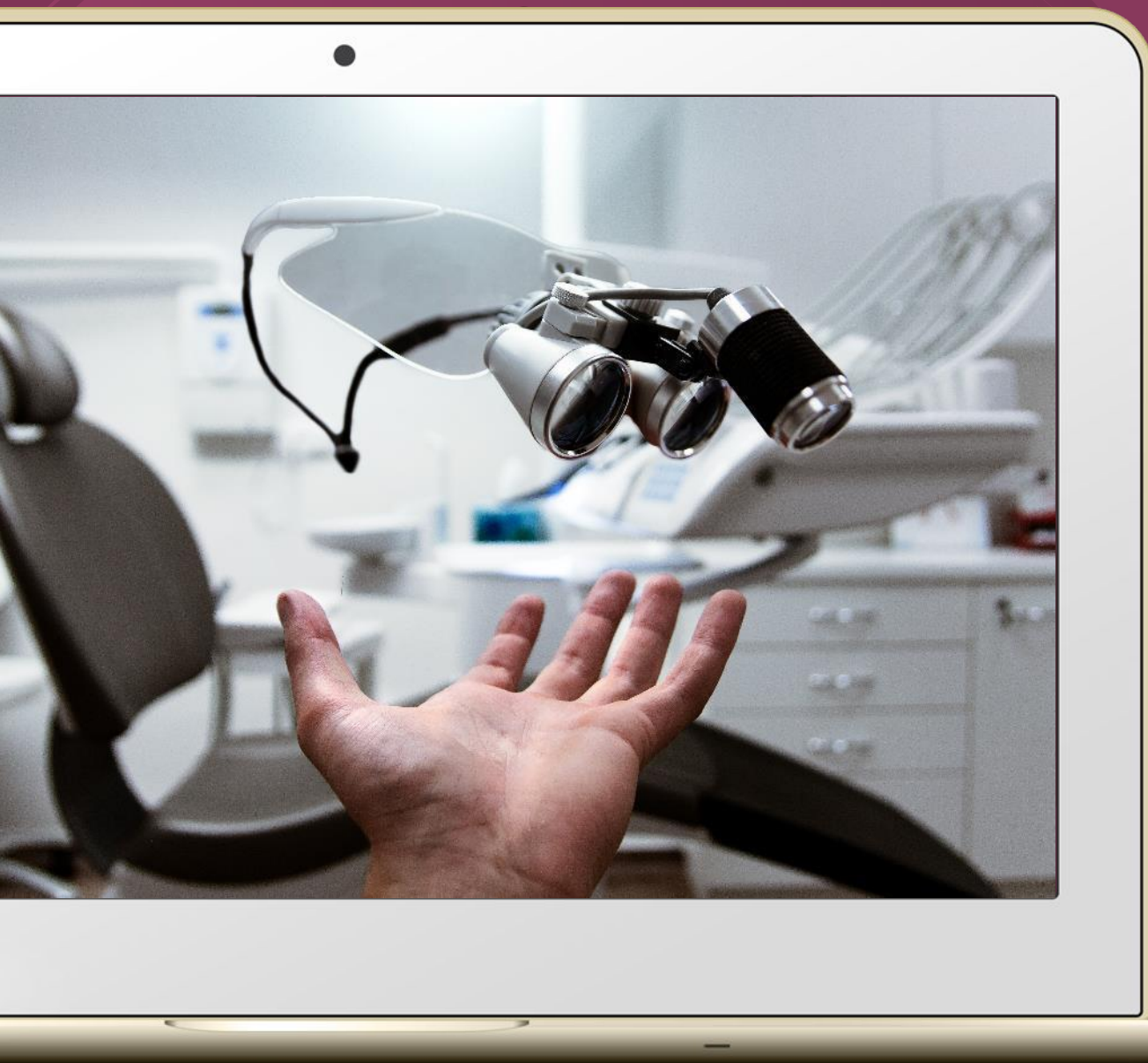
# Resumiendo

Este módulo está diseñado para educadores y formadores de adultos que trabajarán con futuros empresarios y generadores de ideas de negocio. Es un módulo para aquellos que quieran dedicar su atención al método de desarrollo creativo de la mentalidad emprendedora de proyectos y facilitadores de ideas de negocio.

El módulo está compuesto por sesiones dinámicas y co-creativas en las que se han incorporado los pensamientos críticos y creativos.

El formato del módulo es práctico e interactivo, con debates y ejercicios individuales y en equipo. Los participantes recibirán un cuaderno de ejercicios con diversas herramientas, resúmenes de las sesiones y descripciones de las actividades utilizadas. Se compartirán recursos para profundizar en la comprensión y la práctica para un estudio más profundo.





# ¿DUDAS?



Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.

# Referencias 1.

- ❖ Osterwalder, A., y Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation (Generación de modelos comerciales). John Wiley & Sons.
- ❖ Generación de ideas de negocio: <https://www.viima.com/blog/idea-generation>
- ❖ Llevando su negocio al siguiente nivel – Un plan esencial de éxito paso a paso para la pequeña empresa por Frances McGuckin (Sourcebooks, Inc.)
- ❖ International Entrepreneurship in Small and Medium Size Enterprises- Orientation, Environment and
- ❖ Strategy by Haid Etemad (The McGill University International Entrepreneurship Series)
- ❖ Essentials of International Management: A Cross-Cultural Perspective by David C. Thomas (Sage Publishers)
- ❖ Kuratko, Donald F. and Richard M. Hodgetts, Entrepreneurship: A Contemporary Approach, Fifth Edition, South-Western, 2001 ISBN 0-03-019604-3
- ❖ Council Recommendation on Key Competences for Lifelong Learning COM(2005)548
- ❖ Promoting women entrepreneurs  
[https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship/women-entrepreneurs\\_en](https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship/women-entrepreneurs_en)
- ❖ Creativity: The Need for Pretend Play in Child Development. (n.d.). The Creativity Post. Retrieved May 14, 2014, from [http://www.creativitypost.com/education/the\\_need\\_for\\_pretend\\_play\\_in\\_child\\_development](http://www.creativitypost.com/education/the_need_for_pretend_play_in_child_development)
- ❖ <https://www.coursera.org/learn/creative-thinking-techniques-and-tools-for-success>
- ❖ [https://www.ownr.co/blog/what-is-entrepreneurship/#Entrepreneurship\\_Definition](https://www.ownr.co/blog/what-is-entrepreneurship/#Entrepreneurship_Definition)

# Referencias 2.

- ❖ Estrategia de impacto social: herramientas para emprendedores e innovadores, Universidad de Pensilvania <https://www.coursera.org/lecture/social-impact/4-3-business-models-along-the-business-model-spectrum-I7tQ3>
- ❖ Mentalidad de crecimiento versus mentalidad fija Dweck, C., 2016. *What having a “growth mindset” actually means. Harvard Business Review*, 13, pp.213-226. <https://leadlocal.global/wp-content/uploads/2016/12/Dweck-What-Having-a-%E2%80%9CGrowth-Mindset%E2%80%9D-Actually-Means-HBR.pdf>
- ❖ The Reservoir of Wellbeing <https://www.robertsoncooper.com/blog/how-different-aspects-of-your-work-and-life-can-affect-your-wellbeing-reservoir/>
- ❖ Análisis PESTLE <https://pestleanalysis.com/what-is-pestle-analysis/>
- ❖ Plantilla de presentación empresarial <https://aim.gov.in/pdf/Business-pitch-template.pdf>
- ❖ Principales cualidades de liderazgo <https://2021.ai/top-10-critical-leadership-skills/>
- ❖ Chindogu <https://www.tofugu.com/japan/chindogu-japanese-inventions/>
- ❖ Ejercicios creativos [https://www.mindtools.com/pages/article/newCT\\_02.htm](https://www.mindtools.com/pages/article/newCT_02.htm) y <https://www.skillsconverged.com/FreeTrainingMaterials/tabid/258/articleType/ArticleView/articleId/982/Creativity-Exercise-Introducing-Random-Associations.aspx>
- ❖ Todas las imágenes tienen la ubicación donde se han recuperado o son fotos personales o imágenes de PowerPoint instaladas



*Gracias*



# OBTENEMOS MUJERES EMPRESARIAS QUE GENERAN UNA FORMACIÓN MEJORADA



✉ [wegetproject@gmail.com](mailto:wegetproject@gmail.com)

🌐 [we-get.eu](http://we-get.eu)



Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, únicamente refleja las opiniones de sus autores/as. Asimismo, la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la publicación.