

Unidad de aprendizaje

EMPRENDIMIENTOS

Programa educativo: Especialidad en Administración de Empresas Turísticas

Lugar donde se imparte: Facultad de Turismo y Gastronomía

Responsable de la elaboración:

M. en A. Mónica del Valle Pérez

Fecha de elaboración: Septiembre 2019

Unidad 1. Fundamentos de Creatividad e Innovación

Contenido:

1.1 Conceptos de creatividad e innovación.

1.2 Tipos de creatividad.

1.3 Tipos de innovación.

1.4 Modelos de proceso de innovación.

1.5 Equipos de trabajo.

1.1 Conceptos de creatividad e innovación.



La **OCDE (2015)** define el concepto de innovación como la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo, aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas.

Innovación



Schumpeter, J. en Rodriguez, H. (2007) la define como la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad.

1.1 Conceptos de Innovación

En la actualidad la innovación **es una necesidad** que hace ser la supervivencia de la empresa

Posibilidad de **Competir**

Busca impactar al público siendo la preferencia de consumidores

Vincular la innovación con la **economía**.

Conseguir **la aceptación social**

Impulsar el aprendizaje multidireccional.

Generan participación, compromiso y motivación.

Creatividad

Valdés, L. (2015) define a la **creatividad** como la capacidad de crear, de **producir cosas nuevas y valiosas**, es la capacidad de un cerebro para llegar a conclusiones nuevas y resolver problemas en una forma original. Debe ser intencionada y **apuntar a un objetivo**.



1.1 Creatividad

• **Fluidez**

Es la característica de la creatividad o la facilidad para generar un número elevado de ideas que permitan hacerse llegar de las mejores.

• **Sensibilidad a los problemas**

Capacidad para descubrir diferencias, dificultades, fallos o imperfecciones, dándose cuenta de lo que debe hacerse para crear algo nuevo.

Autor: Esquivias, M. T. (2015)



1.1 Creatividad

Autor: Ordoñez, R. (2010).

• Flexibilidad

Transformación, o un cambio en la creación de algo nuevo. Puede ser de dos tipos: espontánea, y adaptación.

• Originalidad

Producir soluciones, productos, o servicios ingeniosos o novedoso.



1. 2 Tipos de Creatividad

a) Creatividad Expresiva

Es aquella que se manifiesta en los primeros años de vida, por lo que tiene atribuciones congénitas, es decir, comprende habilidades propias de cada persona. Es a partir de ella precisamente, que se pueden desarrollar otras habilidades. Ordoñez, R. (2010).



1. 2 Tipos de Creatividad

b) Creatividad
Inventora.

Es aquella en la que las ideas que se generan, surgen del empleo de la experiencia y conocimientos ya adquiridos con anterioridad, de manera original.

Ordoñez, R. (2010).



1. 2 Tipos de Creatividad

c) Creatividad Productividad.

Este es uno de los tipos de creatividad conocido por su carácter práctico, puesto que implica el desarrollo de aptitudes, que distinguirán al individuo. Ordoñez, R. (2010).



1. 2 Tipos de Creatividad

d) Creatividad Emergente.



Taylor plantea que la creatividad emergente es una de las más complejas, puesto que conduce al desarrollo de principios, fundamentos e ideas totalmente innovadoras. Naturalmente, estas son poco comprendidas por los otros niveles descritos, puesto que esta separada de las imágenes prefijadas. Ordoñez, R. (2010).

1.3 Tipos de Innovación

a) Innovación en producto/servicio

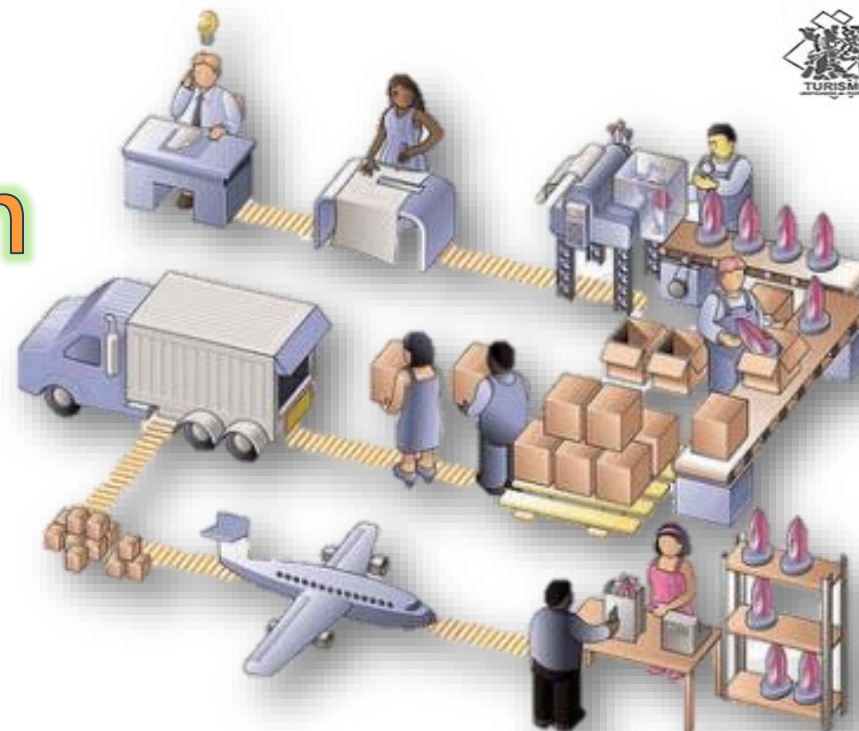
• Cuando se introduce en el mercado nuevos (o significativamente mejorados) productos o servicios, incorporando alteraciones significativas en las especificaciones técnicas, los componentes, los materiales o en otras características funcionales incluyendo la incorporación de software.



1.3 Tipos de Innovación

b) Innovación en procesos

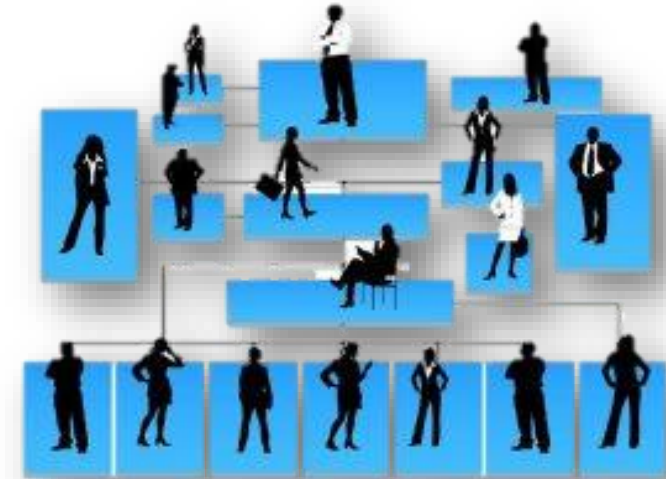
(OCDE, 2015)



Se refiere a la implementación de nuevos (o significativamente mejorados) procesos de fabricación, logística o distribución. Apunta a modificar la forma en que se hacen las cosas en la empresa. Por ejemplo: la redefinición de los procesos productivos puede aportar al incremento del valor del producto final en virtud de un menor costo de producción, un menor tiempo de respuesta o mayor calidad.

1.3 Tipos de Innovación

C) Innovación Organizacional



Se da cuando se desarrollan nuevos métodos organizacionales en el negocio, aplicados a la gestión del conocimiento, formación, evaluación y desarrollo de los recursos humanos, gestión de la cadena de valor, reingeniería de negocio, gestión del sistema de calidad, administración, etc.), en la organización del trabajo y/o en las relaciones hacia el exterior. También se consideran las nuevas formas de hacer llegar los servicios a los clientes: incorporación de sistemas de comercio electrónico, sistemas de gestión on-line, banca electrónica, etc. (OCDE,2015)

1.3 Tipos de Innovación

d) Innovación Marketing



Cuando se implementan nuevos métodos de marketing, incluyendo mejoras significativas en el diseño de un producto o embalaje, precio, distribución y promoción.

- Se dan casos en los que se agrupan las definiciones de innovación organizacional y de marketing bajo la denominación general de innovación en la gestión.

1.4 Modelos de Proceso de Innovación

Proceso de
innovación



Se refiere a la parte de la identificación de las necesidades latentes, debemos clarificar en qué tenemos que innovar, un nuevo producto o servicio, o un nuevo modelo organizativo en la empresa, o un cambio tecnológico en el proceso productivo, etc. Esa necesidad puede venir dada, entre otros, por la exigencia de los clientes, por nuestros competidores, una nueva estrategia comercial. (Diccionario de la Real Academia, 2016)

1.4 Modelos de Proceso de Innovación

Figura 1. Modelo de Empuje de la Tecnología



Fuente: Rothwell, R. (1994)

1.4 Modelos de Proceso de Innovación

Figura 2. Modelo de Tirón de la Demanda



Fuente: Rothwell, R. (1994)

1.4 Modelos de Proceso de Innovación

Figura 3. Modelo por etapas departamentales.

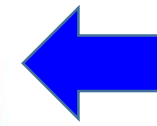
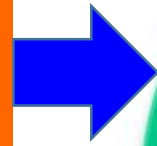


Fuente: Saren (1984)

1.3 Modelos de Proceso de Innovación

Figura 4. Modelo de Integración de Sistemas y Redes.

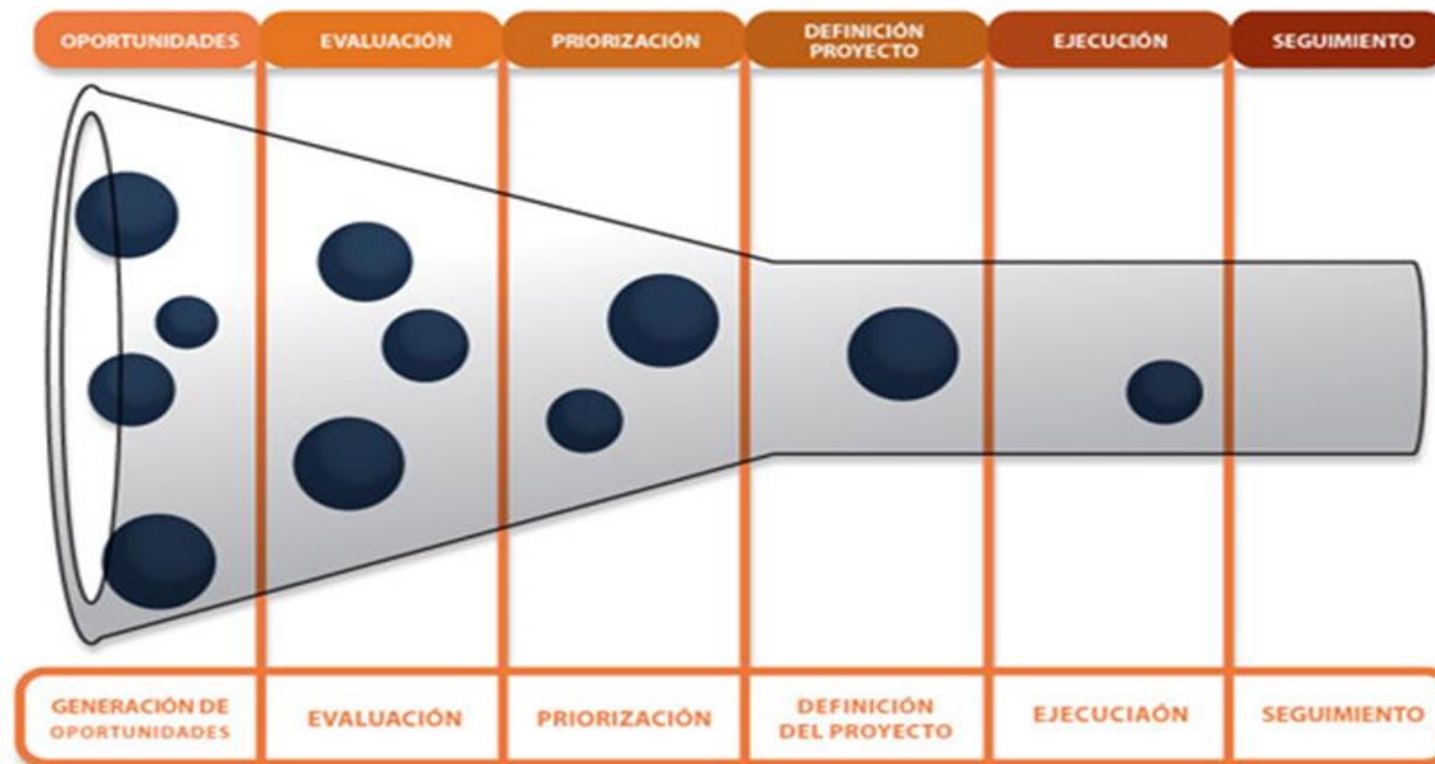
Competidores
Distribuidores
Clientes
Usuarios
Conocimiento



Proceso de
innovación de
producto es una
acumulación de
conocimiento para
resolver problemas
creados por
necesidades
articuladas

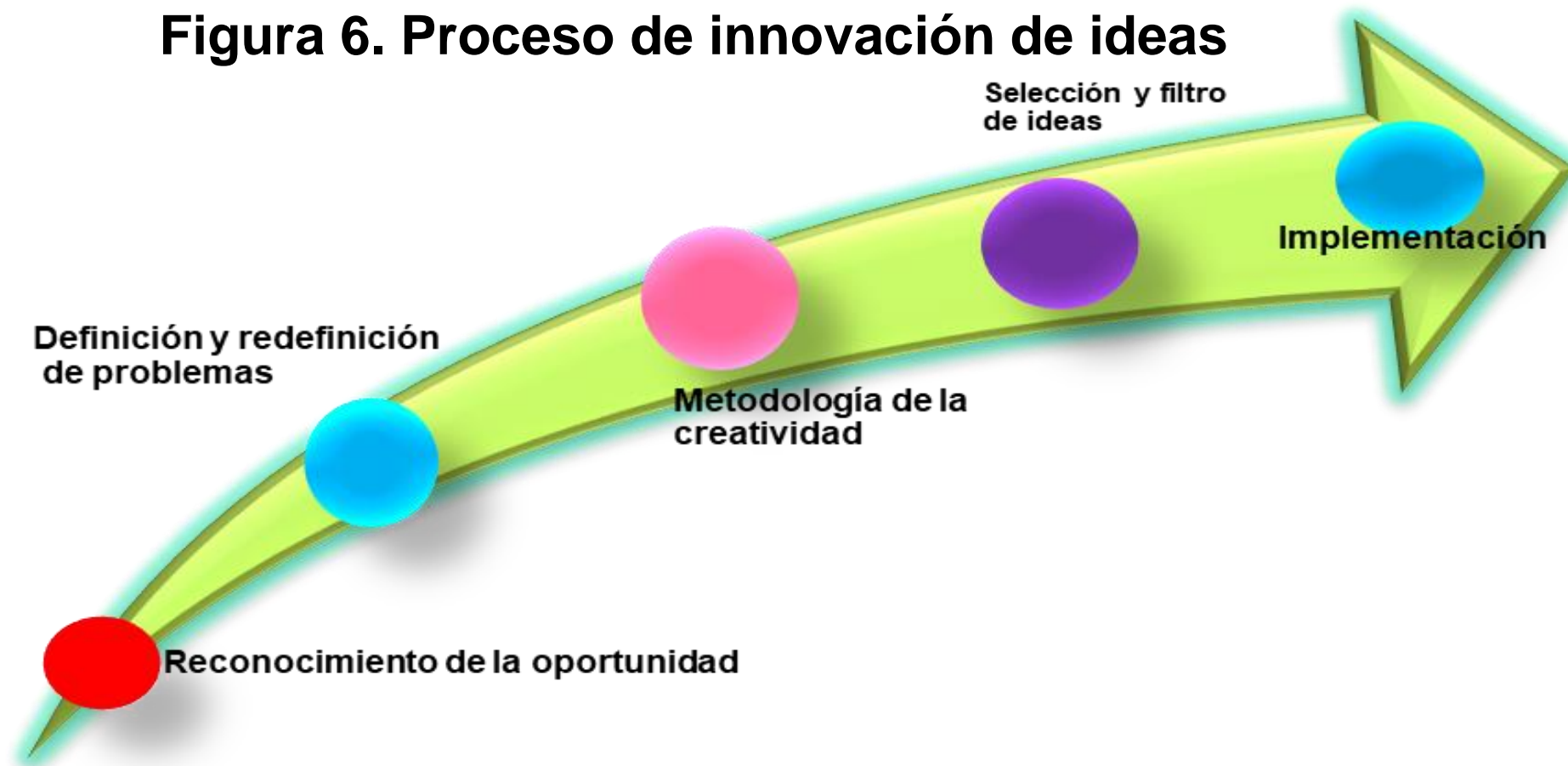
1.4 Modelos Proceso de Innovación

Figura 5. Proceso de Innovación



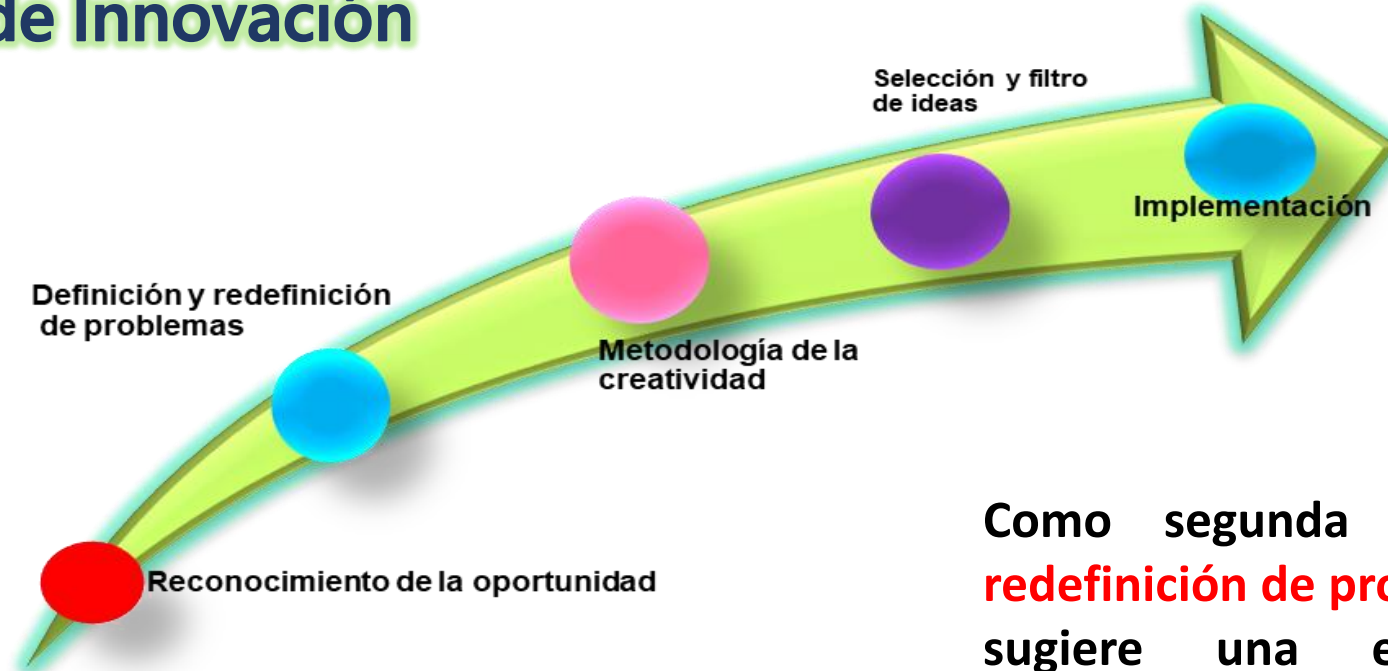
1.4 Modelos de Proceso de Innovación

Figura 6. Proceso de innovación de ideas



1.4 Modelos Proceso de Innovación

El primer paso para la innovación es **reconocer oportunidades** y generar ideas. Para ello se pueden utilizar técnicas de análisis de procesos, productos y servicios, así como de creatividad que ayudan a pensar más allá de lo evidente.



Como segunda etapa es la **redefinición de problemas** la cual sugiere una estrategia de solución creativa cuya lógica consiste en definir el problema claramente, analizándolo desde diferentes perspectivas con los riesgos que implica.

1.4 Modelos de Proceso de Innovación



La tercera etapa es sobre **Metodologías de creatividad**, lo que se reconoce como pensamiento divergente, es decir, el momento en que se generan múltiples ideas para dar solución o atender el problema u oportunidad planteado

La cuarta se refiere a la **selección y filtro de ideas**, luego de tener múltiples ideas, se evalúan y seleccionan las ideas, reduciéndolas, acorde con criterios que defines previamente (viabilidad, articulación con la organización, tiempo, etc.).

Implementación que consiste en poner en marcha la iniciativa por ejemplo, una nueva idea de producto podría requerir un prototipo, una investigación de mercado, realizar testeo del producto o servicio.

1.5 Equipos de trabajo

Smith (2001)

“Es un número reducido de individuos con capacidades complementarias, comprometidos con un propósito, un objetivo de trabajo y un plan comunes, además de que comparten responsabilidades”

Holp (2003)

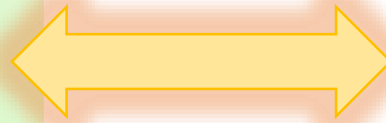
“Un grupo de personas que trabajan juntas hacia una serie de objetivos específicos dentro de una estructura operativa determinada”



1.5 Equipos de trabajo

Trabajo en equipo

- Cumplen metas individuales
- Trabajo amistoso sin coordinación ni objetivos.
- Estructura informal: tienden a especializarse en funciones determinadas.
- Organismo que tiene un desempeño laboral a cambio de un ingreso monetario.



Equipo de trabajo

- Objetivos comunes y acordados
- Buenas relaciones interpersonales
- Procedimientos explícitos
- Alto grado de interdependencia
- Tareas definidas y negociadas

1.5. Equipos de trabajo

Características de un equipo de trabajo

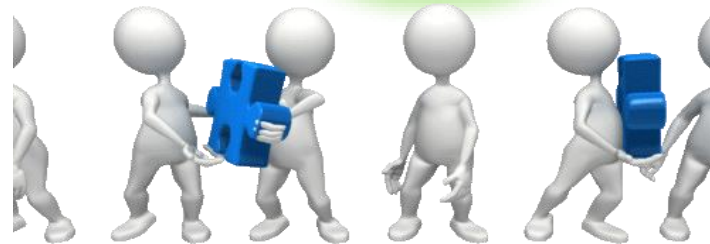
Procedimientos explícitos

Objetivos comunes y acordados

Buenas relaciones interpersonales

Alto grado de interdependencia

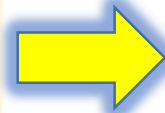
Tareas definidas y negociadas.



1.5 Equipos de trabajo

Procesos de creación de equipo de trabajo

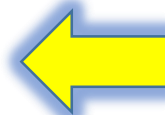
Formación: Evalúan normas, definen límites de tarea, ilusión ambiente cordial.



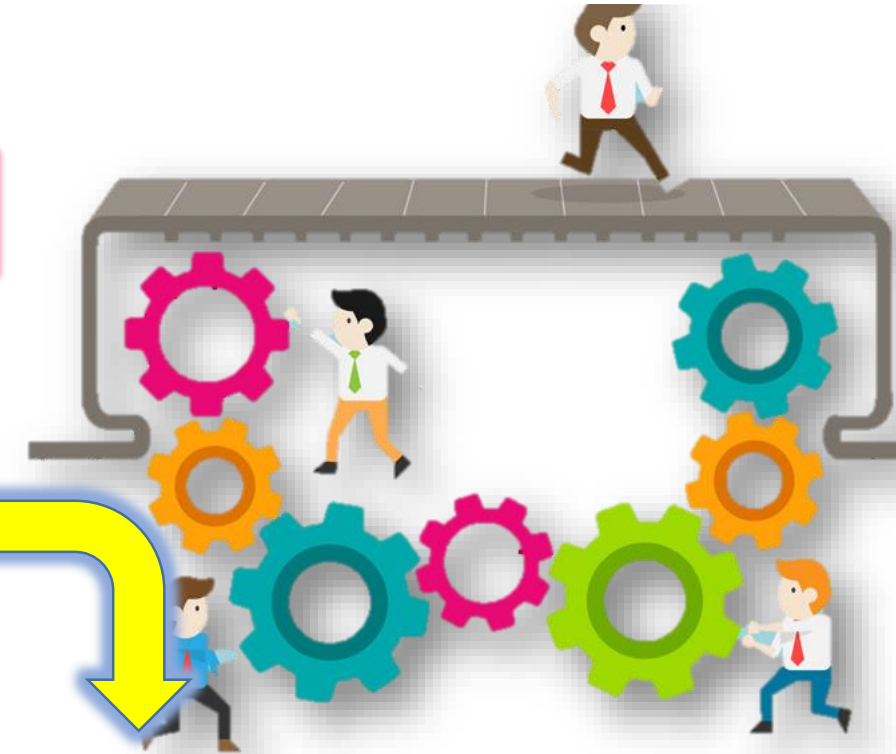
Agitación: Surgen los primeros conflictos



Realización: Etapa de madurez, equipo acoplado, aprenden a trabajar juntos. Fase productiva.



Normalización: Superan problemas, desarrollo de interdependencia, surgimiento de ideas y opiniones



1.5 Equipos de trabajo

Características de un equipo eficaz



•Objetivo de equipo

•Funciones definidas

•Interdependencia

•Comunicación eficaz

•Eficiencia en el desempeño

•Responsabilidad

•Liderazgo

•Pensamiento positivo: errores como oportunidades de trabajo.

•Reglas fundamentales definidas.

CONCLUSIONES

- ✓ **La Innovación es un proceso que se debe de desarrollar a partir de la invención.**
- ✓ La creatividad es parte de este proceso
- ✓ **Existen diferentes modelos de proceso de innovación.**
- ✓ Las organizaciones deben de trabajar con un modelo que les permita desarrollar habilidades de innovación.

Referencias Bibliográficas

- Esquivias, M. T. (2015) **“Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones”** en *Revista Digital*, Universidad Nacional Autónoma de México, 5 (1): 2-17
- Diccionario de la Real Academia Española (2016)
- Lerma K. (2015). **Desarrollo de nuevos productos. Una visión integral.** (8ª ed.). México: Cengage.
- Schnarch K. (2012). **Desarrollo de nuevos productos y empresas.** (7ª ed). México: McGraw Hill.
- Ulrich K. (2016) **Diseño y desarrollo de productos. Enfoque multidisciplinario.** (7ª ed.). México: McGraw Hill.
- OCDE (2015) **Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico.**
- Ordoñez, R. (2010). **Cambio, Creatividad e Innovación: Desafíos y Respuestas.** España: Garnica
- Ponti F. (2010). **Los 7 movimientos de la innovación.** México: Norma.
- Rodríguez, H. (2007) **Innovación mas allá de los cálculos.** Universidad de Pamplona. 1ª Edición.
- Schnarch K. (2014). **Desarrollo de Nuevos Productos, Creatividad, Innovación y Marketing.** (6ª ed.). México: Mc.Graw Hill.
- Rodríguez , M. (2016) **Manual de creatividad: Los procesos psíquicos del desarrollo.** Quinta edición, Trillas: México.
- Rothwell, R. (1994) To wards the fifth-generation innovation process. *International Marketing Review*, 11 (01), 7-31.
- Saren, M. (1984) A classification and reiew of models of the intra-firm innovations process. *R&D Management*, 14 (01), 11-24.
- Valdés, L. (2015) **El Dado de siete caras: Guía para encontrar oportunidades innovadoras de negocio.** México. Fundación para el liderazgo e innovación estratégica, A.C

Guion explicativo

La presente unidad titulada “**Fundamentos de Innovación y creatividad**” esta diseñada por temas y subtemas de una manera clara y concreta, que permite al lector llevarlo de la mano, para que vaya siguiendo la continuidad de los temas. Siendo el **objetivo general**: Analizar las diferentes metodologías para el diseño de planes de negocios. Por lo que se invita a revisarla y consultarla.

Por su atención muchas gracias!