

Métodos de estimulación de la creatividad

**Condiciones de puesta en marcha y
recomendaciones**

Guy Aznar.

- **Para desarrollar la creatividad global**
- **De una empresa y organizar la producción de ideas,**
- **Dos estrategias:**

ya sea,

buscando volver a la estructura en su conjunto más flexible, es decir:

- crear un ambiente creativo en toda la empresa, (*para que se abra al cambio y reciba las innovaciones, y que produzca espontáneamente ideas*)
- desarrollar la aptitud personal a imaginar,
- Buscar modificar las actitudes y los comportamientos,
(desarrollar la escucha positiva en relación a las ideas de los demás, diferir el juicio y las críticas algunos minutos para darle paso a las ideas).

O bien, organizar al interior de la estructura, la producción de ideas con los grupos especializados

- células de producción de ideas,
internas o externas, temporales o permanentes que responden a demandas particulares de creatividad, como un empresario respondería a un contrato.

- organizar un proceso de innovación
para resolver problemas precisos, utilizando técnicas de producción de ideas, en el marco de un planteamiento de proyecto.

Estrategia 1 :
Crear un ambiente creativo,
desarrollar la aptitud de imaginar;
7 proposiciones.

- **1) Haga que participen un gran número de colaboradores a seminarios de « creatividad, comunicación, cambio » (el vivero creativo)**
- **2) Formar animadores de creatividad internos**

3) Promover la creatividad individual (prácticas, promociones)

4) Establecer un sistema de « innovación participativa » animada por los « innov'actores ».

- **5) Organizar « forums creativos » abiertos al exterior, o jornadas participativas con una animación de tipo « open space»**
- **6) Organizar la información sobre todas las innovaciones del sector o de todos los sectores vecinos (boletines de información, salones etc..)**
- **7) Integrar la creatividad dentro de las evaluaciones profesionales anuales**

Estrategia 2 :
organizar al interior de la estructura,
la production de ideas con grupos especializados

8 ejemplos concretos

Caso N°1.

Un grupo dentro del sector de productos alimenticios debe lanzar varios productos nuevos cada año, lo que implica numerosas innovaciones.

Dispone de una Dirección de Innovación capaz de hacer el trabajo de preparación y de seguimiento.

Solución elegida :

Una célula permanente de producción de ideas. El grupo está compuesto de ocho personas (investigación, comercial, estudios).

Un animador interno ha sido formado; el grupo es autónomo.

En un año, trabaja en 9 « talleres de búsqueda de ideas ».

Caso N° 2.

Importante sociedad de edición y de venta por correspondencia desea tener un vivero de colaboradores susceptibles de trabajar espontáneamente en creatividad

Solution elegida :

Formación en creatividad de **la totalidad de los empleados y formación de un animador interno. Reuniones cortas y frecuentes de grupo para las búsquedas puntuales seran organizadas**

Caso N° 3.

Grupo bancario desea con frecuencia resolver urgentemente problemas puntuales en relacion con sus clientes.

Solución elegida :

Un grupo de creatividad **externa se reúne cuando se les llama; compuesto de arquitectos, decoradores, publicistas, sociólogos, mercadólogos, clientes colaboradores, habituados a trabajar en grupo.**

Caso N°4.

Importante sociedad del sector de electrónicos desea estimular la investigación y la innovación.

Solución elegida :

Un grupo de 15 investigadores y dos animadores en creatividad, trabajan **cada uno a su turno en creatividad al ritmo de una jornada o dos días en el marco de equipos proyectos.**

Caso N°5.

Gran empresa, sector de productos lácteos. Debe innovar en permanencia.

Innovación a medio camino de la técnica de marketing

Solución elegida:

Una **célula de innovación** se reúne regularmente (laboratorio, empaque, marketing, agencia de publicidad).

La célula **llama** regularmente a los grupos de creatividad interna, ella se inspira de grupos de consumidores (estudios cualitativos creativos) y desarrolla uno o varios proyectos a largo plazo.

- **Caso N° 6.**

Fabricante de material de trabajos públicos. Debe resolver constantemente problemas nuevos para adaptar las máquinas a contextos distintos.

- **Solución elegida :**

El conjunto de colaboradores del bureau de estudios se capacita con una formación en creatividad (dos seminarios). Enseguida trabajan en pequeños grupos « comandos »

Caso N°7.

Una sociedad acaba de comprar un nuevo inmueble para instalar sus oficinas.

Solución elegida:

Una **serie de seminarios** de dos días con el personal y con la participación de arquitectos. Los grupos designan los esquemas de arquitectura internos, la organización de las oficinas, los muebles, etc...

Caso N°8.

Una firma internacional desea efectuar una búsqueda prospectiva orientada a grandes temas: la disminución de recursos de agua, el calentamiento de la tierra, etc..

Solución elegida:

Luego de los estudios preliminares, se planifica una serie de seminarios en los que participan los colaboradores de diferentes profesiones y formaciones, y de diferentes países para elaborar **escenarios prospectivos (objetivo- innovar y sensibilizar).**