



APRENDER CON SOPORTES · RUTA FORMATIVA

Creatividad para emprender

Generar alternativas, probar ideas y aprender en acción

Autores

Juanita Lozano · Isabella Ocampo · Sofía Ortega · Sara Parra

Esta cartilla hace parte de Aprender con Soportes. La colección integra contenidos conceptuales, herramientas prácticas, actividades y ejercicios de aplicación para fortalecer capacidades de las personas emprendedoras.

Contenido

Presentación

¿Para qué Sirve esta Cartilla?

Objetivo de Aprendizaje

Autodiagnóstico

Antes de comenzar, las emprendedoras deberán responder 8 preguntas reflexivas con el propósito de identificar cómo perciben actualmente su creatividad en relación con su actividad emprendedora. Esto con el fin de reconocer las fortalezas y aspectos que deben ser fortalecidos mediante herramientas y actividades propuestas en la cartilla.

Situación Real

Comprensión del Problema

Referentes Académicos

Conceptos Clave

¿Como se Presenta en un Emprendimiento?

Señales para Reconocerlo

Mitos y Realidades

13. Herramientas prácticas para fortalecer la creatividad

14. Actividad Practica 1: Mi Termómetro Creativo

15. Actividad practica 2: Tarjetas para resolver

16. Actividad practica 3: Del boceto a la clienta

17. Toma una decisión

18. Construye tu herramienta

19. Plan de acción

20. Después de trabajar la cartilla

Después de haber respondido las 8 preguntas, compara tus respuestas con la percepción que tenías sobre tu creatividad al comenzar la cartilla y reflexiona:

21. ¿Qué se espera aprender?

22. Teoría del Cambio: modelo de la cartilla y del cambio esperado en el emprendedor

23. Para seguir aprendiendo

Referencias

Presentación

La creatividad es una competencia importante para el emprendimiento ya que le permite al emprendedor generar ideas originales, identificar nuevas oportunidades y desarrollar propuestas que se diferencien de la competencia. En este contexto, es necesario fomentar y estimular la creatividad mediante diferentes estrategias y experiencias que favorezcan la generación de ideas. Esto es relevante, puesto que el contexto emprendedor exige constantemente explorar nuevas posibilidades, adaptarse a diferentes situaciones y encontrar formas innovadoras de desarrollar productos, servicios o modelos de negocio.

Sin embargo, hay factores presentes en el contexto laboral que pueden dificultar la expresión de la creatividad. Entre las principales barreras identificadas se encuentran la presión de tiempo, el miedo a asumir riesgos y la falta de autonomía o libertad (Walter, 2012). Asimismo, las situaciones en las que existe temor a resultados negativos o al fracaso pueden generar una motivación de evitación que se ha relacionado con una menor creatividad (Roskes, 2015). Por ello, resulta relevante desarrollar estrategias que permitan favorecer y maximizar el potencial creativo de los emprendedores.

¿Para qué Sirve esta Cartilla?

La presente cartilla resulta útil para los emprendedores ya que ayuda a fortalecer la creatividad de los emprendedores mediante herramientas psicosociales y actividades prácticas que les permitan desarrollar y aplicar su potencial creativo. Es por esto, que, a través de juegos, ejercicios de reflexión, análisis de casos, toma de decisiones y construcción de herramientas personales, se busca que el emprendedor aprenda diferentes estrategias para estimular su creatividad y pueda utilizarlas de manera autónoma.

Por otra parte, la cartilla será útil en situaciones en las que el emprendedor necesite generar nuevas ideas, explorar diferentes alternativas, identificar oportunidades de mejora e incluso desarrollar propuestas innovadoras. De igual manera, esta permitirá fortalecer habilidades para la innovación como lo es la originalidad, la flexibilidad y la fluidez en la generación de ideas. Como beneficio, el emprendedor podrá reconocer su potencial creativo, aprender estrategias para estimularlo y establecer un plan de acción para incorporar estas herramientas tanto en su emprendimiento como en su vida cotidiana. De esta manera, la cartilla busca que la creatividad pueda ser practicada y aplicada de forma concreta en diferentes situaciones del proceso emprendedor.

Objetivo de Aprendizaje

El objetivo general es fortalecer la creatividad de los emprendedores mediante el aprendizaje y aplicación de herramientas psicosociales que favorezcan la generación de ideas, la exploración de nuevas perspectivas y el desarrollo de propuestas innovadoras en diferentes situaciones de su actividad emprendedora.

En primera mano como primer resultado de aprendizaje esta reconocer diferentes estrategias y herramientas psicosociales que pueden utilizarse para estimular y fortalecer la creatividad. En la otra mano, se espera que los emprendedores puedan aplicar estas herramientas en diferentes situaciones, para que, de este modo, generen diferentes ideas y perspectivas. Finalmente, se espera que los emprendedores puedan realizar un plan de acción personal dónde incorporen las herramientas aprendidas.

Autodiagnóstico

Antes de comenzar, las emprendedoras deberán responder 8 preguntas reflexivas con el propósito de identificar cómo perciben actualmente su creatividad en relación con su actividad emprendedora. Esto con el fin de reconocer las fortalezas y aspectos que deben ser fortalecidos mediante herramientas y actividades propuestas en la cartilla.

Todas las preguntas deberán responderse utilizando una escala del 1 al 10, donde 1 representa el nivel más bajo y 10 el nivel más alto. Las preguntas son las siguientes:

1. ¿Qué tanto consideras que la creatividad forma parte de tu manera habitual de trabajar y tomar decisiones en tu emprendimiento?
2. Cuando tienes una idea, ¿qué tan fácil te resulta pensar en diferentes formas de desarrollarla o llevarla a cabo?
3. ¿Con qué frecuencia se te ocurren ideas nuevas para mejorar tu emprendimiento, productos o servicios?
4. Cuando enfrentas una situación inesperada en tu emprendimiento, ¿qué tan fácilmente puedes pensar en varias alternativas para afrontarla?
5. ¿Qué tan dispuesta estás a experimentar con nuevas ideas, incluso cuando no sabes con certeza cuál será el resultado?
6. Cuando alguien cuestiona o rechaza una de tus ideas, ¿qué tan fácilmente puedes seguir generando otras alternativas sin desmotivarte?
7. ¿Qué tan frecuente encuentras inspiración en experiencias, personas o situaciones cotidianas para generar nuevas ideas?
8. ¿Qué tan fácil te resulta encontrar diferentes maneras de hacer una actividad o tarea dentro de tu emprendimiento?

Situación Real

María es una mujer emprendedora que vive con su familia en una zona rural, alejada del pueblo más cercano. En su hogar cuenta con un pequeño cultivo de piñas, que ha construido y cuidado a lo largo de los años; estas las vende en el pueblo más cercano. Este emprendimiento representa una fuente importante de ingresos para su familia, por lo que María se encarga de cultivarlas, recogerlas y transportarlas hasta el pueblo para venderlas.

Sin embargo, las condiciones de la zona hacen que esta actividad sea difícil. Lastimosamente, María no cuenta con transporte público cercano es por lo que para desplazarse cuenta con un burro, dónde lleva las piñas todos los días al pueblo. Este recorrido requiere de tiempo y esfuerzo, lo que limita la cantidad de piñas que puede transportar y el tiempo que le puede dedicar a las ventas.

Adicionalmente, María tiene un hijo que aún no cuenta con acceso a educación entonces debe acompañarla durante sus jornadas de trabajo. Asimismo, su esposo trabaja en construcción y permanece fuera de casa durante gran parte del día, por lo que no puede encargarse del niño. Como consecuencia, María debe llevar a su hijo al trabajo y estar pendiente de sus necesidades a lo largo del día. Esta situación dificulta su concentración, reduce el tiempo que puede dedicarse a sus clientes y limita las posibilidades de buscar nuevas formas de comercializar sus piñas.

A pesar de estas dificultades, María reconoce que necesita pensar de manera diferente y utilizar su creatividad para encontrar alternativas que le permitan continuar con su emprendimiento. Es por esto, que, en lugar de centrarse únicamente en las dificultades que enfrenta, comienza a considerar nuevas posibilidades para aprovechar los recursos que tiene disponibles y mejorar la forma en que comercializa sus productos.

Comprensión del Problema

El caso de María permite comprender la importancia de fortalecer las habilidades creativas en los emprendedores. María cuenta con un emprendimiento de cultivo y venta de piñas, pero las condiciones en las que desarrolla su actividad presentan desafíos. En primera mano, María vive lejos del pueblo y no cuenta con transporte además del burro, además, debe hacerse cargo de su hijo durante la jornada de trabajo, debido a que su esposo trabaja fuera de casa y no puede acompañarlo. Estas circunstancias hacen necesario que María pueda pensar en diferentes alternativas para organizar su actividad y desarrollar su emprendimiento.

Sin embargo, el problema de este caso no consiste en que María no tenga creatividad, sino en que necesita fortalecer habilidades que le permitan utilizar su potencial creativo de manera más efectiva. La creatividad puede ser estimulada y desarrollada mediante actividades que permitan practicar la generación de ideas y la exploración de diferentes posibilidades. Estudios sobre el entrenamiento creativo muestran que este tipo de intervenciones puede favorecer el desempeño creativo; por lo que desarrollar estas habilidades puede ser útil para que emprendedoras amplíen sus formas de pensar y actuar frente a diferentes situaciones (Sio & Lortie-Forgues, 2024). Una parte importante de las habilidades creativas corresponde al pensamiento divergente, el cual implica generar diferentes respuestas o ideas frente a una situación. Este pensamiento se constituye de la fluidez, relacionada con la cantidad de ideas generadas; la flexibilidad, relacionada con la variedad de las ideas; y la originalidad, relacionada con el carácter novedoso de las respuestas (Weiss & Wilhelm, 2022).

En el caso de María, fortalecer estas habilidades podría ayudarla a generar diferentes ideas y considerar nuevas posibilidades relacionadas con su emprendimiento. Por ejemplo, ante las dificultades para transportar y comercializar sus productos, podría explorar distintas formas de venta, distribución o uso de los recursos que ya tiene disponibles en su entorno. No obstante, el propósito no sería encontrar inmediatamente una única solución, sino desarrollar la capacidad de generar varias alternativas antes de tomar una decisión. De esta manera, la situación permite trabajar habilidades como la fluidez y la flexibilidad, ya que María podría practicar la generación de múltiples ideas y explorar diferentes maneras de abordar una misma situación.

En conclusión, el caso de María permite reconocer que fortalecer las habilidades creativas puede ampliar las posibilidades que tiene una emprendedora para pensar y actuar frente a diferentes situaciones. Por esta razón, no se busca enseñar una solución específica para cada problema, sino proporcionar herramientas que permitan desarrollar la capacidad de generar ideas, explorar diferentes perspectivas y construir alternativas, potenciando la creatividad de las emprendedoras.

Referentes Académicos

La creatividad y la innovación han sido estudiadas por muchos años por distintas personas. Aquí se encuentran algunas ideas importantes para emprendimientos.

Barrios-Hernández et al. (2022) explican que emprender es ante todo una relación entre la actitud, la cultura y la capacidad personal de crear o desarrollar negocios con una alta dosis de creatividad, respondiendo a lo que pide el mercado. Esto significa que la creatividad no es un talento aparte que algunas personas tienen y otras no, es parte de la misma capacidad de emprender, y se relaciona directamente con la actitud y la cultura de cada persona, no con un don fijo e inmodificable. Los mismos autores recuerdan, que desde hace siglos se ha entendido al emprendedor como la persona que toma recursos que ya existen y los combina de una forma lógica para obtener algo nuevo, es decir, no hace falta inventar algo que nadie ha visto en el mundo, muchas veces basta con tomar lo que ya existe y combinarlo de una manera distinta. Y para lograr esto, destacan la importancia de construir relaciones de colaboración con el entorno como con otros emprendedores, instituciones, la comunidad, porque eso fortalece la creatividad y la innovación de un negocio. Esto es especialmente útil para un emprendedor que no cuenta con muchos recursos propios y es que apoyarse en la red de contactos y en el entorno cercano puede ser tan valioso como el capital económico.

De Bono (1970) mostró que se puede aprender a pensar de forma distinta a propósito, sin esperar a que la idea llegue por inspiración. Por ejemplo, en vez de resolver un problema siempre de la misma forma, se puede probar a preguntarse ¿y si lo hago al revés? o ¿por qué siempre lo he hecho así? Este tipo de preguntas rompen el piloto automático con el que solemos enfrentar los problemas del negocio, y ayudan a encontrar soluciones que antes no se habían considerado, simplemente porque nunca nos habíamos detenido a buscarlas. Si la forma habitual de vender o de atender al cliente ha sido siempre la misma, preguntarse qué pasaría si se hiciera de una manera completamente distinta puede abrir puertas que antes ni siquiera se habían considerado.

Brown (2008) propone algo muy práctico para no quedarse solo en la idea, antes de gastar todo el tiempo y el dinero en algo nuevo, conviene probarlo primero a pequeña escala, observando bien qué necesitan realmente los clientes. Así se pueden hacer ajustes a tiempo, antes de comprometer todos los recursos del negocio en una idea que todavía no se ha puesto a prueba con la gente que realmente la va a usar. En el caso de un emprendimiento de la región, esto podría significar mostrar un producto nuevo a un grupo pequeño de clientes de confianza antes de invertir en una producción grande, o probar una forma distinta de publicar en redes sociales antes de rediseñar toda la estrategia de comunicación del negocio.

Conceptos Clave

Es importante explicar algunos conceptos que se van a tratar a lo largo de la cartilla.

Cuando hablamos de creatividad, nos referimos a la capacidad personal de crear o desarrollar un negocio respondiendo a lo que pide el mercado; se relaciona con la actitud y la cultura de cada persona, no con un talento especial que unos tienen y otros no (Barrios-Hernández et al., 2022).

La innovación es distinta a la creatividad, aunque van de la mano. Está relacionada con transformar recursos que ya existen en soluciones prácticas que sí generan valor real para el negocio: un producto mejorado, una forma más rápida de trabajar, o una manera distinta de atender al cliente (Barrios-Hernández et al., 2022).

Otra palabra importante es pensar distinto, que es la capacidad de buscar varias soluciones posibles frente a un mismo problema, en lugar de quedarse solo con la primera idea que aparece (De Bono, 1970). Es como cuando uno le da vueltas a un problema desde varios ángulos, en lugar de intentar resolverlo siempre de la misma manera.

También hablaremos de combinar lo que ya existe, una idea que recuerda que no siempre hay que inventar algo totalmente nuevo, desde hace mucho tiempo se ha entendido al emprendedor como quien toma cosas que ya existen y las combina de una forma distinta para lograr algo mejor (Barrios-Hernández et al., 2022).

Un concepto muy útil es el de empezar con lo que se tiene, apoyándose en el entorno cercano como otros emprendedores, instituciones, la comunidad, en lugar de esperar a tener todos los recursos ideales para comenzar algo nuevo (Barrios-Hernández et al., 2022).

Por último, está la idea de probar en pequeño, que viene de Brown (2008) y consiste en poner a prueba una idea a baja escala, de forma rápida y sin gastar mucho, antes de invertir todos los recursos del negocio en ella. Esto permite corregir errores a tiempo, sin arriesgar demasiado.

¿Como se Presenta en un Emprendimiento?

La falta de creatividad e innovación no es algo difícil de ver. Se nota en cosas muy sencillas del día a día del negocio.

Con los clientes.

Un negocio que no innova ofrece siempre lo mismo, de la misma forma, sin fijarse en lo que el cliente realmente necesita. Un negocio que sí innova, en cambio, va ajustando lo que ofrece. Por ejemplo, empezar a vender porciones más pequeñas para las personas que viven solas, o recibir pedidos por WhatsApp porque ya casi nadie llama por teléfono.

Con los empleados.

También se nota en cómo se trabaja puertas adentro. Un negocio innovador escucha las ideas de las personas que trabajan ahí, no solo las del dueño. Si un empleado propone una forma más rápida de empacar los pedidos y el dueño la prueba, eso también es innovar.

Con los socios.

Buscar alianzas nuevas también es una forma de creatividad. Por ejemplo, juntarse con otro emprendimiento de la zona para compartir el costo del transporte, o hacer una venta conjunta en una feria. No es inventar algo nuevo, es aprovechar lo que ya existe de una forma distinta.

Con la familia.

En muchos emprendimientos, el negocio y la familia están muy conectados. La creatividad aquí se ve en cosas como involucrar a un familiar en una tarea puntual del negocio, en lugar de querer hacerlo todo solo y eso libera tiempo para pensar en cómo mejorar.

En la forma de manejar el negocio.

Se ve en decisiones como cambiar de proveedor cuando el actual ya no conviene, ajustar los precios sin solo bajarlos, o buscar una forma distinta de promocionarse en redes sociales en lugar de depender solo del voz a voz.

En todos estos casos pasa lo mismo, el emprendedor deja de hacer las cosas siempre igual por costumbre, y empieza a preguntarse si hay una mejor manera de hacerlas.

Señales para Reconocerlo

A veces cuesta darse cuenta de que un negocio necesita más creatividad e innovación, por ello se mencionarán algunas señales para darse cuenta de esas deficiencias en los emprendimientos.

Una señal clara es que el negocio ofrezca siempre lo mismo, de la misma forma, sin ningún cambio desde hace mucho tiempo. Otra señal es que, cuando aparece un problema, siempre se resuelva como se ha resuelto toda la vida, sin pararse a pensar si existe otra manera de hacerlo. Muchas veces esto pasa porque las decisiones se toman solo por costumbre, sin mirar qué están haciendo otros negocios parecidos en la zona.

También es una señal el miedo a probar cosas nuevas por temor a perder lo poco que se tiene, aunque ese mismo miedo termine frenando el crecimiento del negocio. A veces ese miedo hace que las ideas de otras personas como empleados, clientes o familiares ni siquiera se escuchen o se prueben.

Otra señal es que el negocio no haya cambiado la forma de promocionarse ni de conseguir clientes nuevos en mucho tiempo, o que frente a la competencia la única respuesta haya sido bajar los precios, en lugar de buscar otra forma de diferenciarse. Y una señal muy común es que, cuando sí se intenta algo nuevo, se abandone apenas sale algo mal, en lugar de ajustarlo y volver a intentarlo.

Mitos y Realidades

Alrededor de la creatividad y la innovación existen varias ideas que no son ciertas, y que muchas veces alejan al emprendedor de trabajar en ellas.

Un primer mito es pensar que la creatividad es un don: o se tiene, o no se tiene. La creatividad es una capacidad personal ligada a la actitud y la cultura de cada uno, no un don fijo e inmodificable (Barrios-Hernández et al., 2022).

Otro mito muy común es creer que innovar significa inventar algo que nadie ha visto antes. La realidad es que la mayoría de las innovaciones son simplemente combinaciones nuevas de cosas que ya existían, no inventos completamente originales (Barrios-Hernández et al., 2022).

También se suele pensar que innovar es caro, y solo lo pueden hacer las grandes empresas. La realidad es que muchas innovaciones útiles nacen de cambios pequeños y económicos: una forma distinta de atender al cliente, un ajuste en el empaque, un nuevo canal de venta (Brown, 2008).

Otro mito frecuente es que, si algo le ha funcionado siempre al negocio, no hay que cambiarlo. La realidad es que lo que antes funcionaba puede dejar de ser suficiente cuando cambian los clientes o la competencia, la adaptación permanente a las nuevas condiciones del entorno es parte de mantener un negocio sostenible en el tiempo (Barrios-Hernández et al., 2022).

Por último, está el mito de que hay que tener todos los recursos listos antes de intentar algo nuevo. La realidad es que muchos emprendedores exitosos muchos emprendedores exitosos avanzan apoyándose en su entorno cercano y en lo que ya tienen disponible, en lugar de esperar a tener condiciones perfectas (Barrios-Hernández et al., 2022).

13. Herramientas prácticas para fortalecer la creatividad

El aumento de la creatividad es una habilidad importante para el manejo de situaciones a las cuales las emprendedoras se enfrentan constantemente en su día a día. Esta puede desarrollarse a través de herramientas que permiten observar una situación desde diferentes perspectivas, generar alternativas, identificar necesidades y buscar nuevas formas de resolver problemas. Desde esta perspectiva, la creatividad puede entenderse como la capacidad de generar ideas que sean **originales y, al mismo tiempo, útiles o adecuadas para una situación determinada** (Runco & Jaeger, 2012).

Para esto se proponen cuatro herramientas prácticas basadas en las competencias psicosociales las cuales buscan que las emprendedoras desarrollen nuevas ideas para la solución de problemas, generación de ideas, entre más cosas.

13.1. SCAMPER

Esta herramienta ayuda para las capacidades de adaptarse ante situaciones nuevas, cambiantes o inciertas que pueda presentar el emprendimiento. Es importante para saber qué hacer ante el cambio o las nuevas necesidades que puede tener el emprendimiento al ir creciendo.

SCAMPER es una técnica para crear o transformar ideas para cambiar ideas, productos o servicios a partir de dar respuesta a 7 preguntas, después de encontrar algo que quieran cambiar de su emprendimiento.

1. **Sustituir:** ¿Qué podemos reemplazar?
2. **Combinar:** ¿Qué características podemos combinar o fusionar?
3. **Adaptar:** ¿Qué podemos añadir o agregar?
4. **Modificar:** ¿Qué podemos cambiar?
5. **Poner en otros usos:** ¿En qué contexto lo puedo usar?
6. **Eliminar:** ¿Qué puedo eliminar?
7. **Reordenar:** ¿Qué puedo cambiar de orden para obtener nuevos resultados?

13.2. La nube de ideas.

Sirve para generar muchas ideas rápido, sin quedarte solo con la primera que se te ocurra.

1. Escribe tu problema en el centro de una hoja.
2. Alrededor, dibuja al menos 8 nubes y escribe una idea distinta dentro de cada una. No te detengas a pensar si son buenas o malas, solo llena nubes.

13.3. Storytelling – cuenta historias

Esta herramienta te ayuda a darle una vista distinta a como las demás personas pueden ver tu producto o como puedes ayudar a los demás con este. Consiste hacer cuentos, historias, dibujos que expresen las experiencias, ideas nuevas o mensajes que quieres reflejar en tu emprendimiento.

Los invito a construir una historia a partir de tus propias experiencias, viendo las situaciones que te han dificultado tu proceso, aprendizajes o logros. Unas recomendaciones de preguntas que te podrías hacer por si no sabes por qué iniciar

1. ¿cómo estaba yo al inicio de este proceso?
2. ¿Qué recursos use o puedo usar para mejorar?
3. ¿Cómo puedo usar mis aprendizajes para mejorar mi emprendimiento?
4. ¿Cuáles fueron mis mayores retos?

13.4. Mi caja de herramientas

Esto te hace reflexionar sobre tus capacidades para buscar tus habilidades, conocimientos, fortalezas y recursos que puedes explotar para mejorar tu emprendimiento, te hace ver que cosas necesitas reorganizar y ejecutar o inclusive adquirir nuevas experiencias que te pueden llegar a ser útiles.

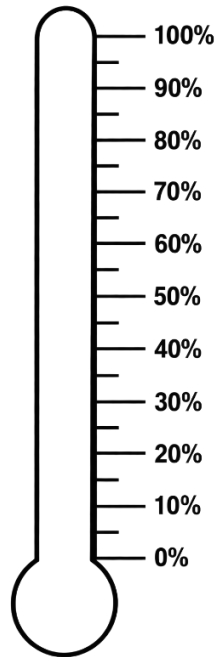
¿Cómo lo hago?

1. Dibuja una caja, esa caja va a representar tu caja de herramientas.
2. En cada espacio, dibuja o escribe una o más habilidades, conocimientos, experiencias o fortalezas que tengas.
3. Recuerda incluir también a esas personas que te pueden ayudar a lograr tus metas.
4. Escoge una situación o problema que quieras mejorar de tu emprendimiento.
5. Escoge cuales de esas herramientas te podrían ayudar.
6. Crea una posible solución con la unión de todas las herramientas que te ayudan.

14. Actividad Practica 1: Mi Termómetro Creativo

Piensa en cómo te sientes hoy respecto a tu creatividad para resolver problemas, en una escala de 0 a 100.

Colorea tu termómetro hasta el número que elegiste.



3. Completa esta frase con lo primero que se te venga a la mente:

"Siento que mi creatividad está en ese número porque

4. Piensa en el número al que te gustaría llegar y escribe una sola palabra que resuma qué necesitas para subir.

Quiero llegar al número: ____ Lo que necesito para subir es: _____

15. Actividad practica 2: Tarjetas para resolver

Objetivo: practicar con un caso ajeno antes de enfrentar un reto propio, combinando ideas y pensando rápido bajo el reloj.

Fase 1: Con un caso dado

Doña Marta vende arepas hace 5 años y no tiene plata para publicidad. Muchas vecinas también venden arepas. Aquí tienes sus problemas y algunos recursos al azar:



Cierra los ojos y señala un problema y un recurso al azar. Inventa una solución para Doña Marta combinando ambos.

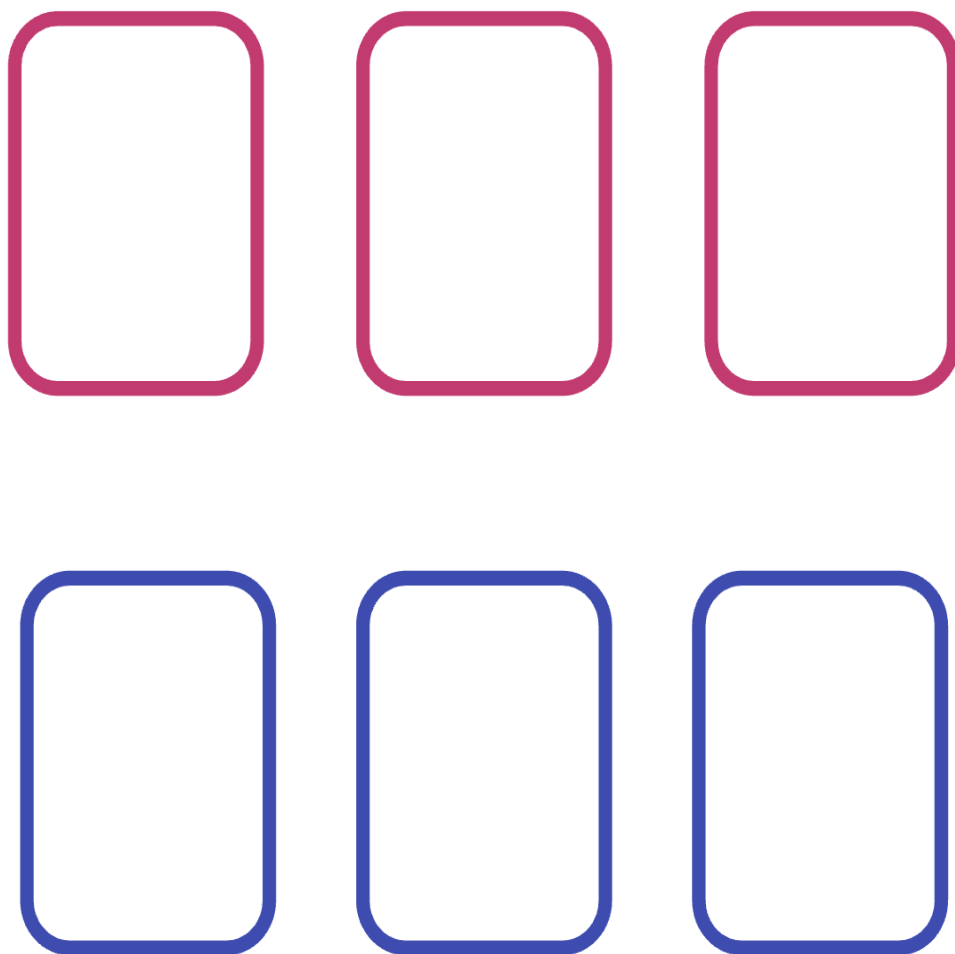
Piensa rápido en una solución y escríbela (30 segundos para encontrarla)

Ahora tomate tu tiempo y escribe otra solución que se te ocurra

- Compara: ¿cuál te gusta más?
- Recuerda: la primera idea no siempre es la mejor, pero hay que empezar por algo.

Fase 2: Con tu propio problema

Ahora te toca a ti. Crea tus propias tarjetas:



Escribe 3 problemas reales de tu emprendimiento y 3 recursos que te podrían ayudar, después escoge 1 de cada uno al azar.

Piensa rápido en una solución y escríbela (30 segundos para encontrarla)

Ahora tomate tu tiempo y escribe otra solución que se te ocurra

Marca la mejor idea y piensa si la podrías hacer esta semana.

16. Actividad practica 3: Del boceto a la clienta

Objetivo: convertir una idea en una mejora y pensar en cómo la recibirían distintas clientas, antes de aplicarla de verdad.

Fase 1: El antes y el después dibujado

Dibuja en cada recuadro:

Recuadro 1: Cómo es mi producto o servicio hoy:

Recuadro 2: Cómo podría ser (con una mejora posible):

Escribe los 2 o 3 cambios concretos que hiciste del dibujo 1 al dibujo 2, y qué necesitarías para lograrlo esta semana.

Fase 2 3 clientas, 3 reacciones

Imagina que le muestras tu dibujo del “después” a tres clientas distintas. Escribe qué le dirías a cada una:

Cliente 1: la ahorradora Le preocupa el precio	Cliente 2: la exigente Se esta fijando mucho en cada detalle del producto	Cliente 3: la fiel de siempre Ya te conoce y confía en ti
¿Qué le dirías? _____	¿Qué le dirías? _____	¿Qué le dirías? _____
¿Como reaccionaria a tu producto? _____ _____ _____	_____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____	_____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____
	¿Como reaccionaria a tu producto? _____ _____ _____ _____ _____	¿Como reaccionaria a tu producto? _____ _____ _____ _____ _____

17. Toma una decisión

¿Qué idea debemos elegir?

Selecciona la idea que mejor combine **creatividad, necesidad del usuario y viabilidad**.

Califica cada idea de **1 a 5** según los siguientes criterios:

Criterio	Peso	Idea 1	Idea 2	Idea 3
Creatividad y originalidad	25%	—	—	—
Necesidad del usuario	25%	—	—	—
Viabilidad	20%	—	—	—
Potencial de alianza	15%	—	—	—
Diferenciación	15%	—	—	—
Resultado final	100%	—	—	—

Escala: 1 = muy bajo · 2 = bajo · 3 = medio · 4 = alto · 5 = muy alto.

Preguntas para decidir

- ¿Qué evidencia demuestra que el problema existe?
- ¿Qué idea responde mejor a la necesidad del usuario?
- ¿Cuál puede convertirse rápidamente en un prototipo?
- ¿Qué recurso nos hace falta y qué aliado podría aportarlo?
- ¿Qué podría hacer que nuestra idea no funcione?

Decisión final

Idea elegida: _____

¿Por qué? _____

Aliado potencial: _____

Primer paso: _____

18. Construye tu herramienta

1. Construye tu Herramienta: Mi Registro de Ideas

En esta sección vas a construir tu propio Registro de Ideas, una herramienta que podrás seguir usando después de terminar la cartilla, cada vez que necesites resolver algo de forma creativa.

1. Ponle un nombre a tu registro (por ejemplo: "Las ideas de María").

Nombre: _____

2. Completa la tabla con un ejemplo de algo que ya hayas pensado en esta cartilla.

Situación o problema	Idea	¿La probé?	¿Qué pasó?

Cada vez que uses una herramienta de la sección 13, anota el resultado aquí. Completa también esta frase: "Voy a revisar mi registro de ideas cuando

19. Plan de acción

Del juego a la acción

El objetivo del plan es evitar que la actividad creativa termine solamente en una idea. Durante la siguiente semana, el equipo deberá convertir la propuesta seleccionada en un primer experimento.

Plan de 7 días

- Día 1 — Definir: concretar el problema, usuario y propuesta de valor.
- Día 2 — Investigar: entrevistar o consultar al menos a cinco usuarios.
- Día 3 — Prototipar: construir una versión sencilla de la solución.
- Día 4 — Aliarse: contactar un posible aliado y presentar la propuesta.
- Día 5 — Probar: mostrar el prototipo a usuarios y registrar reacciones.
- Día 6 — Mejorar: identificar qué debe mantenerse, cambiarse o eliminarse.
- Día 7 — Decidir: definir si se continúa, modifica o replantea la idea.

Responsables y seguimiento

- Responsable del producto: _____
- Responsable de usuarios: _____
- Responsable de alianzas: _____
- Responsable del seguimiento: _____

Indicador principal: número de usuarios consultados, cantidad de pruebas realizadas y número de mejoras realizadas a partir de la retroalimentación.

La meta no es demostrar que la primera idea era correcta. La meta es aprender rápidamente y reducir la incertidumbre.

20. Después de trabajar la cartilla

Luego de haber realizado las actividades de la cartilla, deberás responder nuevamente 8 preguntas las cuales tienen como propósito identificar cómo percibes tu creatividad después de haber trabajado las diferentes herramientas y actividades. Para responderlas usarás una escala del 1 al 5, dónde 1 es el nivel más bajo y 5 el nivel más alto. Las preguntas son las siguientes:

Pregunta	(1) Nunca	(2) Casi nunca	(3) A veces	(4) Casi siempre	(5) siempre
¿Qué tan capaz te sientes ahora de generar varias ideas antes de elegir una para tu emprendimiento?					
¿Qué tan fácil te resulta pensar en una situación desde diferentes puntos de vista?					
¿Qué tan capaz te sientes de combinar ideas o recursos que ya tienes para crear nuevas posibilidades?					
¿Qué tan cómoda te sientes explorando ideas diferentes a las formas habituales de hacer las cosas?					
¿Qué tan capaz te consideras de generar ideas originales para mejorar algún aspecto de tu emprendimiento?					
¿Qué tan dispuesta estás ahora a experimentar con una idea nueva antes de descartarla?					
¿Qué tan capaz te sientes de utilizar alguna de las herramientas aprendidas en la cartilla cuando necesitas generar nuevas ideas?					
¿Qué tanto consideras que las actividades realizadas fortalecieron tu capacidad para utilizar la creatividad en tu emprendimiento?					

Después de haber respondido las 8 preguntas, compara tus respuestas con la percepción que tenías sobre tu creatividad al comenzar la cartilla y reflexiona:

21. ¿Qué se espera aprender?

La cartilla busca que el emprendedor comprenda que la creatividad emprendedora puede desarrollarse mediante herramientas y dinámicas concretas. La lluvia de ideas aumenta las alternativas; Design Thinking permite comprender mejor el problema y al usuario; y la gamificación puede convertir la generación de ideas en un reto participativo. También busca dejar claro que una buena idea no es suficiente: debe ser probada, mejorada y conectada con recursos que permitan hacerla realidad.

Preguntas de metacognición

- ¿Qué aprendí que antes no sabía?
- ¿Qué herramienta usaría nuevamente?
- ¿Qué debo seguir practicando?

El principal aprendizaje esperado es que crear no significa acertar a la primera, sino construir, probar y aprender.

22. Teoría del Cambio: modelo de la cartilla y del cambio esperado en el emprendedor

A partir de ese recorrido, el siguiente modelo representa el cambio esperado en el emprendedor: pasa de un punto de partida en el que evalúa las ideas demasiado rápido, a un proceso formativo de aprendizaje, desarrollo de capacidades y aplicación, hasta llegar a un resultado esperado de ideas más sólidas y alianzas viables.

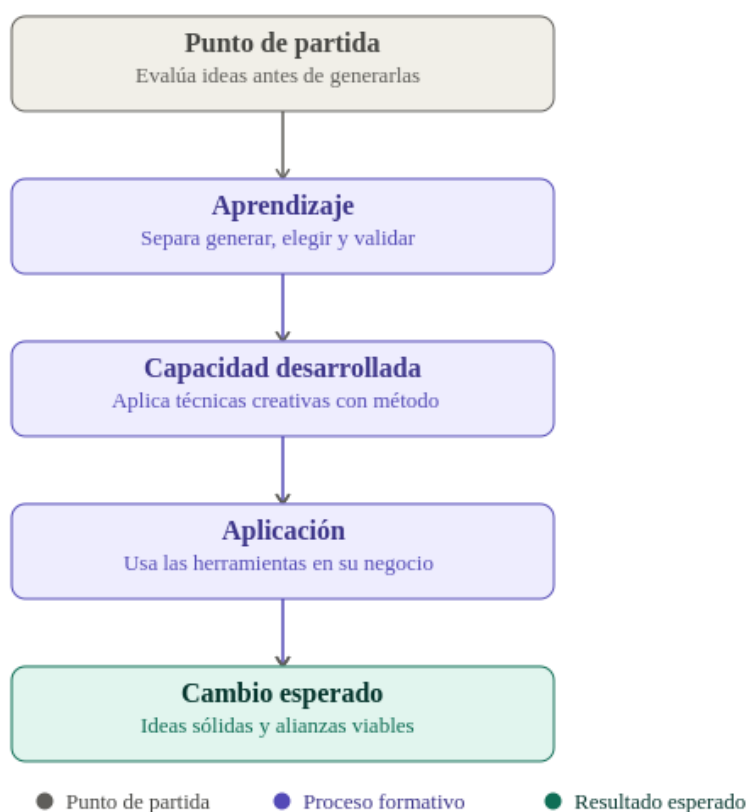


Figura 2. Modelo de cambio esperado en el emprendedor.

23. Para seguir aprendiendo

Recursos complementarios

- IDEO Design Thinking: explorar el enfoque de diseño centrado en las personas y sus herramientas. <https://designthinking.ideo.com/IDEO.org>
- Stanford d.school: consultar métodos para empatizar, definir, idear, prototipar y probar. dschool.stanford.edu/tools/design-thinking-bootleg
- Gamificación: revisar conceptos de mecánicas, dinámicas y motivación aplicados a contextos no lúdicos. <https://www.coursera.org/learn/gamification>

Creatividad: practicar técnicas de asociación, combinación, reformulación y generación de alternativas. <https://tecnologia3bunlp.files.wordpress.com/2015/03/edward-de-bono-pensamiento-lateral.pdf>

Referencias

- Barrios-Hernández, K. D., Figueroa-Saume, B. C., & Palacio-Pérez, R. D. (2022). *Condiciones facilitadoras para el desarrollo del emprendimiento: una mirada al caribe colombiano*. Información Tecnológica. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642022000100071>
- Brown, T. (2008). *Design thinking*. Harvard Business Review (Ed. en español)
- De Bono, E. (1970). *Lateral thinking: A textbook of creativity*. Penguin Books. https://emprendedoresupa.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/08/p02_brown-design-thinking.pdf
- Roskes, M. (2015). Constraints that help or hinder creative performance: A motivational approach. *Creativity and Innovation Management*, 24(2), 197–206. <https://doi.org/10.1111/caim.12086>
- Runco, M. A., & Jaeger, G. J. (2012). The standard definition of creativity. *Creativity Research Journal*, 24(1), 92–96. <https://doi.org/10.1080/10400419.2012.650092>
- Sio, U. N., & Lortie-Forgues, H. (2024). The impact of creativity training on creative performance: A meta-analytic review and critical evaluation of 5 decades of creativity training studies. *Psychological Bulletin*, 150(5), 554–585. <https://doi.org/10.1037/bul0000432>
- Walter, C. (2012). Work environment barriers prohibiting creativity. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 40, 642–648. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.243>
- Weiss, S., & Wilhelm, O. (2022). Is flexibility more than fluency and originality? *Journal of Intelligence*, 10(4), 96. <https://doi.org/10.3390/jintelligence10040096>