

Indice

Prefacio	15
1. El papel de la creatividad en las organizaciones de éxito.....	19
¿Qué significa "creatividad"?	19
Influencias sobre la creatividad	21
Los ingredientes faltantes.....	22
La creatividad en el nivel estratégico	32
La creatividad en el nivel administrativo	33
La creatividad en el nivel operativo	37
"Embudos" de ideas	38
2. La organización creativa	43
Las principales características de una organización creativa.....	46
El clima de la organización	47
Un sistema eficaz para comunicar ideas	52
Comunicación internacional.....	58
Procedimientos para administrar la innovación..	66
3. La persona creativa.....	76
La esencia de una persona creativa	76
Use el cerebro.....	86
El espectro de actitudes	89
Conocimientos.....	90
Aptitudes.....	90
Actitudes.....	92
Localizar al ejecutivo creativo	95
Fluidez conceptual	95
Flexibilidad mental	96
Originalidad	97
Suspensión del juicio.....	97
Aceptación impulsiva.....	98

10 COMO GENERAR IDEAS PARA GENERAR...

Actitud hacia la autoridad	99
Tolerancia	100
Respuestas y explicaciones a los ejercicios	102
4. Las barreras a la creatividad.....	107
Falta de "relajamiento" organizativo.....	108
"Pensar" y "hacer"	111
Burocracia	113
La estructura	115
Comunicación lateral pobre	122
El síndrome del "talento importado".....	126
"Recuento de habichuelas"	126
5. De los "círculos de calidad" a los	
"círculos de creatividad"	129
La historia de los "círculos de calidad".....	131
De los círculos de calidad a los círculos de	
creatividad.....	133
Los círculos de calidad en funcionamiento.....	134
Círculos de creatividad	140
Creatividad normativa	141
Creatividad exploratoria.....	141
Creatividad por buena fortuna.....	143
Las diferencias entre los círculos de calidad	
y los círculos de creatividad.....	145
Las recompensas	147
Estableciendo un círculo de creatividad.....	149
Un enfoque integrado	149
6. Resolución de problemas y creatividad.....	154
Abordando los problemas	154
El proceso de resolución de problemas	158
Hallazgo del problema.....	160
Búsqueda de datos	162
Análisis causa-efecto	166
El Diagrama del Pez.....	167
Enunciación del problema	172
Generación de ideas	174
Selección de ideas.....	185
Plan de implementación.....	190
Innovación.....	191

7. Brainstorming: ¿técnica o estímulo?	192
La teoría del <i>brainstorming</i>	194
Composición de un grupo de <i>brainstorming</i>	195
Temas adecuados para el <i>brainstorming</i>	198
Temas inapropiados para el <i>brainstorming</i>	199
Preparativos	200
Explicar la técnica	200
Ejercicios de calentamiento	201
Definir la tarea	201
La sesión de <i>brainstorming</i>	202
8. Análisis morfológico	211
El método del análisis morfológico	211
Una morfología tetradimensional para productos nuevos en el negocio de los recipientes descartables	219
Evaluación de ideas por series	219
Escrutinio multifase	220
Composición de los grupos	221
Tópicos para el análisis morfológico	221
Tópicos apropiados	222
Tópicos inapropiados	224
Preparativos	225
Explicación del método	225
Ejercicios de calentamiento	226
Definición de la tarea	227
El análisis morfológico en funcionamiento	228
Posiciones	228
Diagramas en blanco	229
Funcionamiento del método	229
9. Escenarios	235
Los escenarios y la planificación empresarial	236
Estilo de vida e industria alimentaria	236
Los ópticos y la ley	237
Los ferries y el Túnel del Canal de la Mancha	238
La creación de escenarios y el desarrollo administrativo	238
La creación de escenarios escritos y la creatividad	240

12 COMO GENERAR IDEAS PARA GENERAR...

La creación de escenarios verbales y la creatividad	242
La creación verbal de escenarios en la práctica.....	243
Composición del equipo	244
Lugar	247
Temas adecuados	248
La creación verbal de escenarios en funcionamiento.....	249
Preparativos	249
Determinación de los factores principales	250
Deliberaciones subgrupales y plenarias	259
10. Los <i>think tanks</i> y la innovación	259
Condiciones para el éxito de un <i>think tank</i>	260
Funciones y objetivos claros	260
Otras condiciones para el éxito	265
Composición de un <i>think tank</i>	268
Selección de un líder adecuado.....	268
Otros miembros.....	271
La administración eficaz de un <i>think tank</i>	276
Frecuencia de las reuniones	276
Longitud de las reuniones.....	277
Lugar	278
Orden del día.....	278
Uso de técnicas	279
Tarea subgrupal	281
Actas de las reuniones.....	283
Reseña de progresos	283
Resumen.....	283
11. Programas de sugerencias	286
La justificación de los programas de sugerencias	286
Razones del fracaso.....	290
Mala “promoción” del plan.....	290
Falta de motivación	291
Falta de realimentación	293
Mal sistema de selección.....	294
Falta de réditos tangibles.....	294
Negatividad general ante las ideas ajenas	295
El síndrome del “no se inventó aquí”	296

Un enfoque integrado	296
Compromiso de los directivos	299
Evaluación periódica de progresos.....	299
Una actitud emprendedora	300
Selección y evaluación de sugerencias	301
Miembros del comité de selección	302
Procedimientos de selección.....	303
Frecuencia de la selección	304
Forma de presentación	305
Comunicación de los resultados	306
 12. Administrando la innovación:	
un enfoque práctico	310
Caso 1: Industrias Escala S.A.....	312
Enfoque del proyecto	313
El equipo en funcionamiento	314
Caso 2: Compañía de dragado Nogard	330
Enfoque del proyecto	331
Generación de ideas	333
Selección y evaluación de ideas	335
 Apéndice:	
Cómo evaluar la creatividad y la innovación	340
Puntaje	344
Evaluación N° 1 Nivel empresarial	346
Evaluación N° 2 Marketing	351
Evaluación N° 3 Producción	360
Evaluación N° 4 Personal	368
Evaluación N° 5 Investigación y Desarrollo	376
Evaluación N° 6 Finanzas/Contabilidad	382
Evaluación N° 7 Administración	
Central/Servicios.....	390
 Bibliografía	395
 Índice temático	399