

## Contenido

INTRODUCCIÓN .....	11
<b>1. LOS CONCEPTOS DE CREACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE EMPRESAS .....</b>	<b>15</b>
1.1. Motivación básica .....	15
1.2. Empresarismo o emprendedurismo y su presencia permanente en la educación administrativa .....	16
1.3. Retos empresariales constantes .....	19
1.4. Qué se entiende por creación y fortalecimiento de empresas .....	21
1.4.1. La creación de empresa y el "proyecto personal de vida" .....	21
1.4.2. Cultura empresarial para la vida .....	22
1.4.3. Fortalecimiento de empresas .....	30
1.5. Los proyectos empresariales como parte de una estrategia educativa hacia el emprendimiento .....	32
1.6. Vinculaciones con procesos de creatividad e innovación, fortalecimiento de procesos educativos con el apoyo de técnicas de creatividad e innovación.....	34
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	37
<b>2. LA CREATIVIDAD EN LOS PROCESOS DE CREACIÓN DE EMPRESAS .....</b>	<b>39</b>
2.1. Cuestionamientos a la planeación estratégica en referencia a los enfoques de la innovación y la creatividad.....	39
2.2. La creatividad aplicada en la actividad empresarial .....	40
2.2.1. El concepto general de creatividad .....	40
2.2.2. Competencias y habilidades personales de la persona creativa. El concepto de los hemisferios cerebrales.....	43
2.2.3. Obstáculos para la creatividad .....	46
2.2.4. Estrategias de creatividad .....	47
2.2.5. Métodos y herramientas para promover la creatividad. Definición de ideas creativas .....	48
Brainstorming. Lluvia o tormenta de ideas .....	49
Palabras al azar o asociación libre .....	51
Pensar y decir .....	51
Sinéctica. Unión de elementos diferentes y aparentemente inconexos .....	52
Pensamiento lateral .....	52
2.2.6. Aportes específicos de creatividad e innovación en relación con la actividad empresarial.....	55
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	57

<b>3. TÉCNICAS BÁSICAS DE DESARROLLO EMPRESARIAL VINCULADAS A PROCESOS DE CREACIÓN DE EMPRESAS .....</b>	<b>59</b>
3.1. Pasos prácticos en la definición y formulación de una idea creativa y su desarrollo hacia proyectos personales y familiares de vida empresarial.....	59
3.1.1. Elaboración de matriz DOFA personal.....	59
La matriz o cuadro DOFA (TOWS) .....	60
Uso de la matriz DOFA para el estudio empresarial de una persona .....	62
3.2. Consolidación de la idea creativa con herramientas básicas de creatividad.....	64
3.3. Priorización de ideas empresariales.....	66
3.3.1.El método "democrático" usado por los círculos de calidad y en algunos proyectos de desarrollo.....	67
3.3.2. El método SICREAEMPRESA.....	68
3.3.3. Matriz de Vester.....	70
3.3.4. Matrices sistematizadas .....	71
3.4. Surgimiento de ideas creativas.....	71
3.5. Planteamiento de la idea en forma sistémica.....	71
3.5.1. Conceptos generales de la teoría de sistemas.....	71
3.5.2. Sistemas cerrados y abiertos.....	72
3.5.3. Elementos de un sistema.....	74
3.5.4. La idea creativa vista en forma de sistema.....	74
3.5.5. Los procesos dentro del sistema, como base para identificar innovaciones.....	75
3.6. Análisis estratégico de la idea creativa .....	80
3.6.1. Análisis estratégico con uso de la Matriz DOFA.....	80
3.6.2. Metodología de diagnóstico estratégico para la idea creativa (SICREAEMPRESA)....	81
Antecedentes .....	82
Relaciones externas .....	82
El sistema de comercialización de los productos o servicios generados al ejecutarse la idea creativa. ....	83
Aspectos internos de una empresa .....	84
3.6.3. Síntesis general del diagnóstico estratégico .....	85
Determinación de alternativas a corto, mediano y largo plazo, con base en el diagnóstico estratégico .....	85
Análisis integral de las alternativas surgidas del diagnóstico estratégico .....	86
3.6.4. Un ejemplo de aplicación del diagnóstico estratégico SICREAEMPRESA: competitividad sistémica y los sistemas empresariales agropecuarios.....	86
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	92
<b>4. PRIMERA VERSIÓN DE PROYECTO EMPRESARIAL (PERSONAL Y/O FAMILIAR) .....</b>	<b>95</b>
4.1. Reforzamiento de la idea creativa.....	95
4.2. Orientación de proyecto en la empresa .....	95
4.3. Etapas seguidas en curso introductorio sobre generación de proyectos empresariales con creatividad e innovación .....	98
4.4. Proceso sistematizado hacia la preparación de Planes de Negocios con Creatividad e Innovación .....	101
4.4.1. Orientación general.....	101
4.4.2. Componentes básicos del programa SICREAEMPRESA.....	103
Identificación del estudio .....	103
Elaboración del diagnóstico del sistema empresarial .....	103

Definición y análisis de alternativas .....	104
Evaluación .....	105
Programación para el ordenamiento y definición de los presupuestos (ingresos y costos) de las alternativas .....	105
Impresión y presentación de informes y reportes .....	106
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	108
<b>5. MÉTODOS PRÁCTICOS DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL.....</b>	<b>109</b>
5.1. Algunos antecedentes de la aplicación del concepto de innovación.....	109
5.2. Creciente trascendencia de la Innovación Empresarial.....	112
5.3. Metodologías, clasificación y medidas de las innovaciones.....	115
5.3.1. Los Manuales .....	115
El Manual de Frascati .....	115
El Manual de Oslo .....	116
Otros Manuales .....	118
5.3.2. Métodos para analizar la innovación en la empresa .....	119
Enfoque holístico .....	119
Delimitación de aspectos del concepto de innovación .....	122
Zona de innovación .....	122
Innovación Tecnológica .....	123
5.4. Estudios de casos sobre empresas destacadas y su clasificación según los métodos de innovación.....	123
5.5. Estrategias de innovación y de medición y observación de sus resultados.....	128
5.5.1. Según la teoría económica de la innovación industrial.....	128
5.5.2. La estrategia del "Océano Azul".....	130
5.5.3. Otras estrategias recientes de innovación y de medición de sus avances.....	130
Supervivencia en mercados saturados. ....	130
Los siete movimientos de la innovación .....	131
PRO INNO Europe .....	131
5.5.4. Innovación social.....	133
Factores endógenos para la innovación social .....	134
Factores exógenos para la innovación social .....	134
Criterios para definir una innovación social .....	134
Una aplicación del análisis de innovación social para caracterizar prácticas educativas innovadoras .....	135
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	137
<b>6. UNA METODOLOGÍA PARA EL FORTALECIMIENTO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL Y ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>141</b>
6.1. Importancia del fortalecimiento de organizaciones con técnicas de gestión empresarial y de creatividad e innovación.....	141
6.2. Metodología de capacitación.....	142
6.2.1. Motivación .....	142
6.2.2. Objetivos .....	142
Objetivo general .....	142
Objetivos específicos .....	143
6.2.3. Metodología CARIBE .....	143
6.2.4. Desarrollo de la metodología .....	145

<b>MÓDULOS.....</b>	<b>147</b>
MÓDULO 1. La empresa como un sistema.....	149
MÓDULO 2. Estudio de la situación administrativa de la empresa (Elementos para apoyar procesos de innovación organizacional).....	155
MÓDULO 3. Análisis estratégico e integral de la organización como sistema.....	165
MÓDULO 4. Aplicación de metodología de calidad total en la empresa apoyada .....	173
MÓDULO 5. Misión y visión .....	183

### Tabla de figuras

Figura 1.1 Retos empresariales iniciales .....	20
Figura 2.1. Conceptos de creatividad e innovación .....	42
Figura 2.2. Algunos Métodos de Pensamiento Lateral .....	52
Figura 3.1 Oportunidades del entorno .....	62
Figura 3.2 Fortalezas personales .....	63
Figura 3.3. El surgimiento de la idea creativa .....	75
Figura 3.4. Sistema del cultivo de arroz ( <i>oryza sativa</i> ) 1 ha en una región colombiana (ejemplo para idea creativa) .....	79
Figura 4.1 Reforzamiento de la idea creativa .....	99
Figura 5.1 Enfoque lineal de la innovación .....	113
Figura 5.2. Algunos métodos de innovación estudiados en procesos de enseñanza aprendizaje (Murcia, 2010) .....	123
Figura 1.M-1. El sistema de una empresa de servicios .....	154
Figura 1.M-4. Diagrama de Pareto .....	182
Figura 2.M-4. Diagrama causa-efecto, por que-por que o de espina de pescado de Asorural .....	182
Figura 3.M-4. Diagrama CÓMO-CÓMO de Asorural .....	183