

EDITORIAL

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN Y SU RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN FORMATIVA

CREATIVITY AND INNOVATION AND ITS RELATIONSHIP WITH FORMATIVE RESEARCH

Pensar como un diseñador puede transformar la forma en que usted desarrolla sus productos, servicios, procesos y hasta su estrategia.

Tim Brown

Las ciencias aplicadas no existen, sólo las aplicaciones de la ciencia.

Louis Pasteur

Desarrollar la capacidad innovadora en las organizaciones requiere fomentar la creatividad, una propuesta es utilizar metodologías ágiles como Design Thinking.

Design Thinking “es una metodología que impregna todo el espectro de actividades de innovación con un espíritu de diseño centrado en el hombre” (Castillo-Vergara, Alvarez-Marin & Cabana-Villca, 2014, p.303).

También se define como

... una filosofía de diseño centrado en las personas. Con esto quiero decir que la innovación es impulsada por una comprensión sólida, mediante la observación directa, de lo que las personas quieren y necesitan en sus vidas y lo que les gusta o les disgusta respecto de cómo se fabrican, empaquetan, comercializan, venden y apoyan productos particulares.

(Brown, 2008, p. 4).

Esta metodología propone cinco pasos: Empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar. Se busca experimentar a través de un prototipo, evaluar si los consumidores potenciales estarán dispuestos a adquirirlos cuando se muestren en el mercado. Y adicionalmente incluir al potencial consumidor en la co-creación del producto o servicio a través de su retroalimentación.

La metodología ha sido incorporada en las clases de la asignatura Taller de Creatividad e Innovación – Escuela Profesional de Negocios Globales como parte del syllabus, se busca desarrollar la capacidad innovadora en los estudiantes. La asignatura contempla la realización de la Feria de Creatividad e Innovación, el objetivo es que los estudiantes muestren sus ideas de negocios y validen la idea frente a la comunidad URP; se realiza durante las últimas semanas de clases del semestre.

Vinculando la creatividad e innovación con la investigación formativa

Entendemos por investigación formativa al proceso de utilizar el conocimiento como herramienta para la solución de los problemas (Esteban, 2016). Tanto el acceso como la producción de conocimiento puede realizarse desde el pre grado. Los artículos publicados en los tres números de *Global Business Administration Journal* sustentan esta afirmación. Fomentar la inserción de los estudiantes en actividades de investigación es ampliar su campo de acción profesional a futuro, es procurar que las capacidades de innovación se sostengan por la práctica pero también en la investigación; amplía el ensayo - error al análisis y toma de decisiones. Es fundamental promover el desarrollo de capacidades como la planificación, ejecución y presentación de resultados tanto de productos de innovación como de investigación. Para ello se debe recolectar y procesar datos, analizar la información obtenida, evaluar críticamente los resultados de otros autores, comunicar los resultados de acuerdo a estándares internacionales.

Vincular la creatividad e innovación es un desafío que nos debe comprometer a todos. Un país con menos desigualdades y con una diversidad maravillosa de oportunidades nos lo demanda.

Luisa Ávila Bolívar

David Esteban Espinoza

REFERENCIAS

Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*, 86(9), 1-10.

Castillo-Vergara, M., Alvarez-Marin, A. & Cabana-Villca, R. (2014). Design thinking: como guiar a estudiantes, emprendedores y empresarios en su aplicación. *Ingeniería Industrial*, 35(3), 301-311.

Esteban, D. (2016). Propiciar la investigación desde el pre grado. *Global Business Administration Journal*, 1(1), 2-3.