

biblioteca FUNDIPE



Innovación en tiempos de crisis

FONS TROMPENAARS Y
CHARLES HAMPDEN-TURNER

exploran la creatividad y la innovación como fuente
de ideas para favorecer la sostenibilidad empresarial.



Autores: **Fons Trompenaars y Charles Hampden-Turner** | Editorial: **LID Editorial Empresarial**

Colección: **Acción Empresarial** | Biblioteca: **FUNDIPE** EAN-ISBN13: **9788483561584**

Precio: **19,90 euros** | Formato en centímetros: **15x22**

Encuadernación: **Rústica con solapas** | Número de páginas: **296**

Prólogo

Prefacio

Agradecimientos

Introducción

1. Introducción: innovación en tiempos difíciles

01 **Creatividad individual: las liebres, las tortugas y qué quería decir Jung**

1. Cerebro de liebre y mente de tortuga
2. La confusión debe ser nuestra amiga
3. Trabajo conjunto del cerebro de liebre y la mente de tortuga
4. Cómo crear las condiciones adecuadas para la mente de tortuga
5. MBTI revisado
6. Limitaciones del MBTI
7. Personalidad y creatividad
8. Nuestro indicador integrado de tipo
9. El modelo de Indicador de Tipo Integrado (ITI)
10. Conciliación: un nuevo paradigma para la creatividad más allá de todo sesgo cultural

02 **La creatividad individual como proceso**

1. Revisión de los estilos de aprendizaje
2. Estilos convergentes y divergentes
3. Asimilación y acomodación
4. Creatividad y estilos de aprendizaje
5. Adaptadores frente a innovadores
6. Evidencia empírica de nuestra investigación
7. Revisión de las definiciones de innovación y creatividad
8. ¿Es el individuo creativo la base para la innovación?
9. Del humor a la creatividad
10. Análisis del dilema en el episodio «Los obreros» de *Fawlty Towers*
11. Uso y abuso de las técnicas de creatividad
12. Conclusión

03 **Elementos y procesos en equipos creativos de éxito**

1. Individuos creativos en equipos
2. Innovación y equipos
3. Diversidad de roles de equipo e innovación
4. El modelo original de roles de equipo de Belbin
5. Punto de unión entre la teoría del dilema y la de roles de equipo
6. Tensión de los roles de equipo y fases de la innovación
7. Pruebas de investigación: nuestro modelo de investigación en red
8. El presidente: el jefe como conciliador

04 **Equipos multiculturales y diálogo global II**

1. Cuatro características esenciales de un equipo eficaz
2. Siete dimensiones interculturales para la innovación
3. Dimensión 1: formulación de reglas frente a búsqueda de excepciones (universal/particular)
4. ¿Se pueden medir estos valores opuestos y el resultado de su posible fusión?
5. Dimensión 2: interés y satisfacción personal frente a interés grupal y preocupación social
6. Dimensión 3: inhibición de emociones frente a expresión de emociones (neutral frente a afectivo)

05 **Equipos multiculturales y diálogo global II**

1. Dimensión 4: preferencia por parámetros precisos procesos dominantes (específico frente a difuso)
2. Dimensión 5: estatus adquirido a través del éxito frente al atribuido al puesto (logros frente a atribución)

3. Dimensión 6: control y orientación interior eficaz frente a control y orientación eficaz exterior
4. Hacia un Big Bang
5. Dimensión 7: el tiempo como una carrera con saltos rápidos o como un baile con interacciones circulares (tiempo secuencial frente a sincrónico)
6. Resumen: innovación, equipos y diferencias culturales de valores

06 **Cómo enseñar innovación e iniciativa: el experimento Singapur**

1. Desarrollo de una metodología
2. ¿Podemos definir un modelo del proceso innovador?
3. Conclusión: ¿alguna respuesta para las crisis Mundiales?

07 **Innovación, aprendizaje y estructura organizativa**

1. Las personas y los equipos creativos son necesarios, pero insuficientes
2. Resumen

08 **La cultura como herramienta de integración de valores innovadores**

1. La importancia de la cultura corporativa
2. Necesidad de un nuevo paradigma para la cultura corporativa
3. Hacia una organización integral
4. De la intimidad a la invención
5. De la invención a la intención
6. De la intención a la implantación de la rutina
7. De la implantación a la invención
8. Resumen

¿Qué debe hacer ahora un líder?

Notas

El autor

Fons Trompenaars es experto en gestión e innovación. Estudió Economía en la Universidad Libre de Amsterdam y obtuvo un doctorado de Wharton School, Universidad de Pennsylvania, con una tesis sobre las diferencias en las concepciones de la estructura de la organización en función de su cultura. Es autor de *Riding the waves of culture: understanding cultural diversity in business*, entre otros libros.



Charles Hampden-Turner es coordinador de consultoría de The Institute for Manufacturing de la Escuela de Ingeniería de la Universidad de Cambridge. Es profesor visitante en varias instituciones de China y Singapur.

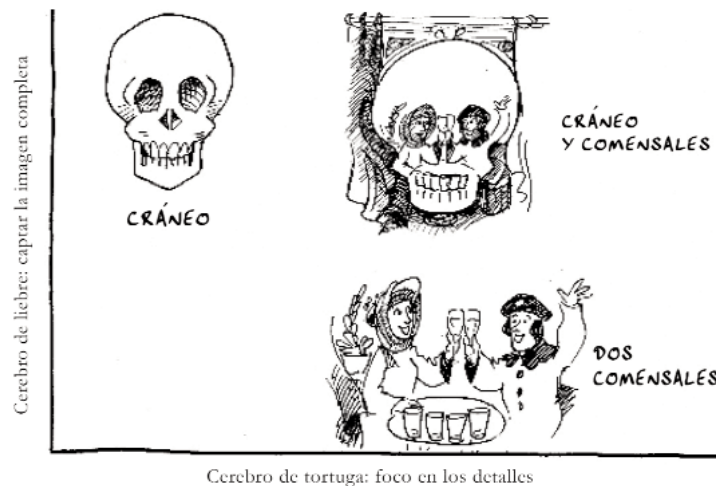
Ambos autores fundaron la consultora Trompenaars-Hampden-Turner Group hace varios años y han desarrollado un modelo de cultura con siete dimensiones.



La obra

Innovación en tiempos de crisis pretende cubrir la brecha existente en el mercado entre los libros que muestran cómo desarrollar la creatividad y los que se centran en cómo las empresas pueden crear una cultura de la innovación que explote esa creatividad. En el progresivo oligopolio del mundo de los negocios, en el que ideas ya formuladas pueden copiarse y reinventarse a un coste cada vez menor, la renovación permanente de las soluciones creativas es lo que marca la diferencia definitiva de los supervivientes. Se ha escrito mucho (aunque por separado) sobre creatividad e innovación, así como, sobre cultura corporativa y enfoques mecanicistas y estructurales en el campo de la innovación en organizaciones. Pero lo que hace falta es un único cuerpo de conocimientos en forma de libro de fácil lectura que integre todos estos temas.

¿Qué ves?



Este sencillo y divertido ejemplo nos permite cerciorarnos sobre qué tipo de mente tenemos: si captamos la imagen del cráneo completa perteneceríamos al grupo cuyo cerebro es denominado mente de liebre; por el contrario, si vemos a los dos comensales, nuestro foco se centra en los detalles por lo que sería mente de tortuga, donde nace la creatividad

Toda esta información se presenta en nueve capítulos que se desarrollan del siguiente modo:

- Capítulos 01** Los dos primeros capítulos desarrollan la creatividad individual desde un punto de vista diferente. Se definen los diferentes tipos de mentes que hay: de liebre y de tortuga, y se estudian los dilemas que enfrenta a las personas creativas. Asimismo, se estudian los modelos psicológicos relacionados con la creatividad, como lo son el Indicador de Tipo Myers Briggs (MBTI), el Inventario de Estilos de Aprendizaje de Kolb, e incluso el Inventario de Adaptación-Innovación de Kirton (KAI).
- 02**

Hablan sobre cómo promover y facilitar la innovación en equipos formados por individuos con talentos complementarios. Se hace mención de los ocho roles del equipo innovador, según Meredith Belbin, y se buscan los roles específicos para desarrollar la importancia de aliviar las tensiones entre ellos.

Capítulos
03 **04** **05**

Capítulo 06

Demuestra que la innovación puede enseñarse en un reducido espacio pero para que alcance todo su esplendor es necesario que crezca en el mayor de los entornos. Los autores han diseñado una metodología basada en definir, captar y sopesar los valores de una pedagogía innovadora y te los muestran en este apartado.

Aquí encontrarás algunas ideas y acciones para líderes y directivos cuyo objetivo es ayudar a sus organizaciones a innovar.

Así, la filosofía central de este libro es la innovación, la creatividad, la motivación y el compromiso, la conciliación y la integración de los colectivos menos favorecidos, la diversidad cultural e internacionalización y, finalmente, la conexión entre el desarrollo de las personas, en primer lugar como individuos y después como equipos dentro de la organización (lo que contribuye a la sostenibilidad a largo plazo de la misma), y la renovación constante del talento y la motivación del personal.

En definitiva, la obra innovadora en su concepción combina aspectos teóricos con ejemplos prácticos planteando la necesidad de abrir nuevos caminos, un reto al que se enfrentan diariamente los líderes de todos los sectores para conducir a sus empresas hacia un crecimiento sostenible, y plantea la posibilidad de combinar opciones en vez de tener que elegir entre una de ellas a la hora de innovar y de hacer frente a los problemas que surgen por el camino.

Para aplicar los conceptos que se presentan en este libro hay que cambiar nuestra forma de pensar y de enfocar los problemas.

