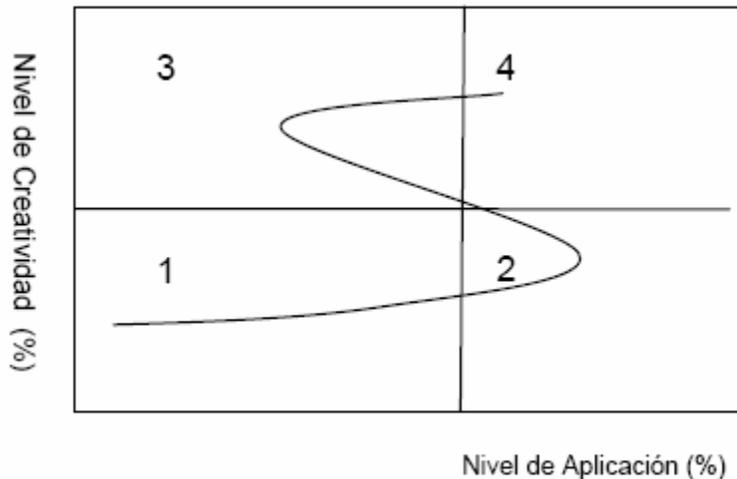


Medición de Creatividad Corporativa

Existen propuestas de interrelación de la creatividad con la innovación tecnológica y su medición, como la de Buglione y Abran (2001) que busca identificar el *qué* y el *cómo* medir la creatividad. Su enfoque busca analizar la creatividad <<corporativa>> y no solo del individuo diseñador de productos y para ello involucran aspectos organizativos tales como métodos, técnicas y herramientas, que permitan mejorar los procesos empresariales para lograr mejores resultados y la identificación de la trayectoria evolutiva seguida durante la progresiva adopción de tales métodos o técnicas.



Matriz Creatividad-Aplicación
Fuente: Buglione y Abran (2001)

Para ello sugieren el uso de una matriz bidimensional, denominada CA, dividida en cuatro zonas que indican diferentes grados de madurez dentro del proceso señalado, en la que la distribución de los diferentes puntos representa la implementación de una técnica o método de trabajo corporativo y su proceso de maduración.

La tendencia lógica normalmente tiene una forma de “s” que atraviesa los cuatro cuadrantes. A partir de esta matriz siguiendo una formulación sencilla llegan a proponer una expresión para medir la creatividad corporativa.

$$C = \sum_{j=1}^4 \sum_{i=1}^m \frac{P_{ij} * w_j}{n}$$

Donde.

C= Creatividad corporativa.

P= coordenadas del punto P (% nivel de aplicación, % nivel de creatividad) en la matriz CA

N= número total de puntos de implementación (de métodos o técnicas).

M= número de puntos en el cuadrante j.

I= aplicación actual.

J= cuadrante actual.

w_j = peso del cuadrante j

Cada compañía adoptará su propio nivel de pesos w , en función de sus propiedades y requerimientos. Pero siempre se supone que $w_1 \leq w_2 \leq w_3 \leq w_4$.

Así, esta propuesta se orienta más a medir la creatividad empresarial con base en los métodos y técnicas implementados y en la forma en que lo hacen. Aunque podría intentarse su aplicación en la investigación actual adaptando como puntos de implementación las diferentes técnicas creativas de cada programa, y representando en cada cuadrante el nivel de aplicación (por ejemplo a través del número de ideas generadas), no parece muy claro si las diferencias de resultados serán significativas y se vería estructuralmente poco consistente las conclusiones que pudiesen proponerse.

Tomado de

Diseño conceptual de productos asistido por ordenador: Un estudio analítico sobre aplicaciones y definición de la estructura básica de un nuevo programa

Autor Chaur Bernal, Jairo