

Debate: ¿la creatividad empresarial se aprende o se nace con ella?

Debate sobre si la capacidad de innovar es un talento innato o una competencia entrenable, con implicaciones para la gestión de la innovación en la empresa.

DURACIÓN

50 min · 1 sesión

AGRUPACIÓN

dos equipos grandes + jurado

UNIDAD 5

Diseño creativo de modelos de negocio

MATERIALES

- Ficha con ejemplos de innovadores y de empresas con cultura innovadora (3M, IDEO)
- Cronómetro visible
- Plantilla de argumentos por equipo

ENCAJE CURRICULAR · Saberes C.2, C.3, C.4 · Comp. específicas CE3 · Comp. clave CCL, CC, CPSAA

Planteamiento

¿Steve Jobs nació creativo o lo aprendió? ¿Una empresa puede *fabricar* innovación con métodos, o depende de tener genios en plantilla? La respuesta a esta pregunta cambia por completo cómo una empresa invierte en innovación: si la creatividad se entrena, conviene formar y crear procesos; si es innata, conviene fichar talento y poco más.

Hoy debatimos:

¿La creatividad e innovación empresarial es sobre todo un talento innato, o es una competencia que se puede enseñar y sistematizar en una organización?

Objetivos didácticos

- Conectar la creatividad individual con la innovación como proceso organizativo.
- Argumentar sobre las implicaciones de gestión de cada postura.
- Manejar evidencia (técnicas como SCAMPER, design thinking, cultura del error) frente a tópicos sobre el genio.

Pasos

- 1. Asignación de equipos (5 min).** Dos equipos al azar: **Pro-innata** y **Pro-entrenable**.
- 2. Preparación (15 min).** Cada equipo busca tres argumentos, dos ejemplos y prepara la refutación del argumento más fuerte del rival.
- 3. Debate (25 min).** Apertura (3 min) → réplicas (2 min) → preguntas cruzadas (8 min) → conclusión (2 min).
- 4. Voto y cierre (5 min).** El jurado vota la mejor argumentación; cada alumno escribe qué implicación tendría su postura para una empresa que quiere innovar más.

Datos de partida (para preparación)

- Existen técnicas estructuradas de creatividad (SCAMPER, design thinking, brainstorming, los seis sombreros) que mejoran los resultados de equipos no especialmente *creativos*.
- Empresas como 3M reservan tiempo laboral para proyectos libres; IDEO sistematiza el design thinking como método replicable.
- A favor de lo innato: ciertos rasgos (apertura a la experiencia, tolerancia a la ambigüedad) tienen componente personal estable.
- Matiz útil: la innovación empresarial es un proceso colectivo, no solo el chispazo de una persona.

Reglas del debate

1. Cada argumento se apoya en un ejemplo o en una técnica concreta.
2. Las réplicas vienen en su turno.
3. La conclusión sintetiza lo expuesto.

Rúbrica de evaluación (para el jurado)

CRITERIO	EQUIPO A	EQUIPO B
Solidez de los argumentos (1-5)		
Calidad de los ejemplos (1-5)		
Calidad de la refutación (1-5)		
Claridad expositiva (1-5)		

Variantes y extensiones

- **Variante de síntesis:** tras el debate, la clase construye en común una postura intermedia (*la creatividad tiene base personal pero la innovación se gestiona*).
- **Conexión con la Unidad 8:** discutir cómo diseñar un sistema de incentivos que fomente la innovación sin penalizar el error.