



International Leadership Foundation

Seminario
Liderazgo Transformacional y
Gobernancia

Liderazgo Creativo:

*Diseñando la mejor y Creativa Estrategia
hacia la mejor y Creativa Visión*

TLGS – Part A

BOSQUEJO

- I. Introducción
- II. Historia de Apertura
- III. Resultados deseados
- IV. Descripción
- V. Contenido central
- VI. Ejemplos contextuales relevantes
- VII. Aplicación personal, relacional, organizacional, y transformación de la sociedad
- VIII. Citas y referencias



I. Introducción



I. INTRODUCCIÓN

- La primera tarea de una comunidad de líderes de cambio es el ejercicio del **liderazgo creativo** en el establecimiento de una dirección, lo que incluye la visión y destino, así como las mejores estrategias que conduzcan hacia la visión.
- Los líderes creativos establecen la dirección al generar un nuevo liderazgo; nuevas formas de pensar y nuevos sistemas de valores.
- El diseño de la línea de acción debe tener como premisa el carácter, la integridad y los valores fundamentales de la organización .



II. Historia de introducción



II. HISTORIA DE APERTURA: Steve Jobs

- Desarrollo de un verdadero líder creativo:
 - Desde el principio, Microsoft dirigida por Bill Gates, aplastó sin piedad a Apple y a Steve Jobs .
 - Después de que Steve Jobs desarrolló su creatividad por años ,Apple ha aplastado a Microsoft (y prácticamente cualquier otra empresa) en los últimos 15 años más o menos.
 - El éxito para Apple vino mientras Steve Jobs maduraba como líder.
 - La estrategia de Jobs era revolucionaria e implicó en la integración de hardware de música, software, y la distribución en un sistema integrado, amigable a los consumidores.
 - El iPod, iTunes y la tienda de Apple representan la solución brillante que ejecutó la estrategia brillante que Steve Jobs desarrolló.



II. HISTORIA DE APERTURA:

Steve Jobs (2)

Lecciones:

- Las ideas , estrategias y ejecuciones de Jobs fueron brillantes .
- Una parte fundamental del desarrollo de liderazgo creativo consiste en enseñar líderes a desarrollar estrategias que sean revolucionarias en esencia (en lugar de meramente incrementales).
- Como resultado, los líderes creativos tienden a ejemplificar las cualidades de los líderes visionarios que piensan y actúan fuera de las cajas convencionales.



III. Resultados Deseados



III. RESULTADOS DESEADOS

Los participantes podrán :

- Explicar las diferencias entre el liderazgo convencional y creativo.
- Explicar las diferencias entre innovación y creatividad.
- Aprender técnicas para la creatividad o la resolución de problemas.
- Aplicar técnicas para la creatividad o la resolución de problemas.
- Identificar medidas prácticas para la construcción de un entorno creativo en un contexto institucional específico
- Demostrar la utilización de un proceso de Liderazgo Estratégico para el ejercicio de el Liderazgo Creativo .



IV. Descripción



IV. DESCRIPCION

- Liderazgo creativo proporciona la visión, dirección y estrategia para lograr el estado deseado de las cosas
- Los líderes creativos generan nuevas ideas, *insights* y direcciones mediante la creación de ambientes que se caracterizan por la seguridad en la toma de riesgo, la afirmación, el desafío y el compromiso .
- El proceso del liderazgo creativo consiste en reunir a una comunidad de líderes de cambio para diseñar la *Mejor Visión Creativa* y la *Mejor Estrategia Creativa* para llevarla a cabo .



IV. DESCRIPCION (2)

- El ejercicio real del liderazgo creativo se encuentra dentro de la creación de un ambiente seguro y acogedor, que también se caracteriza por la pasión, la alta energía y la propiedad.
- Identificar, reclutar, participar y optimizar las mejores mentes y los corazones en la misión, es el objetivo primordial de liderazgo creativo.



V. Contenido Básico



V. CONTENIDO BASICO

- A. Definición del liderazgo creativo
- B. La Fuente de la Creatividad
- C. Ambiente para el liderazgo creativo
- D. Cualidades de un líder creativo
- E. Prácticas de un líder creativo
- F. Habilidades para resolver problemas para los líderes creativos
- G. Obstáculos para la creatividad
- H. Los intensificadores para la creatividad
- I. Pasos para la innovación
- J. Análisis SWOT
- K. Liderazgo Estratégico



A. DEFINICION DE LIDERAZGO CREATIVO

- Creatividad, Crear significa llevar un producto o idea a la existencia (nacer, incubar, innovar, hacer, ser pionero, procrear, producir); traer a la existencia, o fomentar el desarrollo (cultivar, producir, crecer, plantar, aumentar, levantar); inventar o fabricar; improvisar, imaginar, soñar, pensar, o concebir *(Extraído de American Heritage Talking Dictionary. Copyright 1997 The Learning Company, Inc.)*.
- ✓ El liderazgo creativo implica el involucrar a las mejores mentes y corazones para diseñar la mejor visión creativa para una idea, y la mejor estrategia creativa para la ejecución más eficaz.



A. DEFINICION DE LIDERAZGO CREATIVO (2)

- El liderazgo creativo comienza con la vida personal de los líderes. Los líderes necesitan tener sueños para su futuro.
- Ellos pueden pasar a diseñar las estrategias más creativas para ejecuciones más eficaces de la visión para sus vidas
- Son líderes que están teniendo éxito en capturar y vivir sus sueños, que son capaces de utilizar un liderazgo creativo para la transformación de las instituciones.



A. DEFINICION DE LIDERAZGO CREATIVO (3)

2. Creatividad e Innovación

- Liderazgo creativo es la creación de valor por llevar a la gente en la implementación de nuevas ideas .
- *Creatividad* suele ser utilizada para referirse al acto de producir nuevas ideas, enfoques o acciones.
- *Innovación* es el proceso de generación y aplicación de dichas ideas creativas en un contexto específico .



A. DEFINICION DE LIDERAZGO CREATIVO (4)

- a. La creatividad es la capacidad o acto de concebir algo original o inusual.
- b. La innovación es la implementación de algo nuevo
- c. La invención es la creación de algo que nunca se había hecho antes y es reconocido como el producto de una perspectiva original (Daniel Burrus)

*“La **creatividad** es pensar cosas nuevas. La **innovación** es hacer cosas nuevas” (Theodore Levitt).*



B. FUENTE DE LA CREATIVIDAD

- *Ejercicio (Discusión Abierta):* ¿Cuál es la fuente de la creatividad?
 1. **SER HUMANO**—¿Cuál es la fuente de la complejidad e interrelación del cuerpo humano?
 2. **NATURALEZA**—Tomó gran creatividad para conseguir que el mundo, los sistemas solares y las galaxias existan de una manera bien organizada y sostenible. ¿Cuál es la fuente de la fuerza que mantiene unido el universo?



C. EL AMBIENTE PARA EL LIDERAZGO CREATIVO

- Las siguientes son algunas de las características esenciales de el Liderazgo Creativo:
 - a. Una buena actitud hacia los desafíos de uno mismo, el equipo, la organización e incluso los problemas (ver desafíos como oportunidades para aprender y para crecer).
 - b. Transparencia/apertura a nuevas formas de hacer las cosas.
 - c. La libertad para que todo el mundo contribuya a la organización
 - d. Mentoría intencional de la próxima generación.



C. EL AMBIENTE PARA EL LIDERAZGO CREATIVO⁽²⁾

Ejercicio (Discusion Abierta)

- Que fue lo que contribuyó a la creatividad ilustrada en los siguientes grandes logros de la civilización?
 1. Piramide Egipcia
 2. Gran Muralla de China
 3. Primera vez que el ser humano camina sobre la luna



D. CUALIDADES DE UN LIDER CREATIVO

Las siguientes son algunas de las características esenciales de los líderes creativos:

1. Mente cuestionadora
2. Perspectiva Intelectual
3. Perspectiva Espiritual (dones o revelación)
4. Innovación
5. Construcción de Argumentos
6. Riesgo Intelectual
7. Capacidad Emocional—capaz de trabajar bien con otras personas de diversos orígenes
8. El buen carácter, vocación clara, y el crecimiento integral (en todos los aspectos)



E. PRACTICAS DE UN LIDER CREATIVO

Ejercicios (Grupos de Trabajo)

¿Cuáles son algunas de las prácticas de un líder creativo?



F. HABILIDADES PARA LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS PARA LOS LIDERES CREATIVOS

Pasos para la resolución de problemas

1. Definir el problema
2. Determinar la secuencia de o el punto en el cual se generó el problema
3. Hacer una lluvia de ideas para las posibles soluciones al problema
4. Elegir la mejor alternativa posible
5. Implementar la solución



F. HABILIDADES PARA LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS PARA LOS LIDERES CREATIVOS₍₂₎

6. Monitorear y evaluar la solución
7. Revisar el problema de nuevo (utilizando los conocimientos adquiridos a partir del proceso anterior).
 - a. Supervisión de varios métodos de creatividad
 - b. Necesidad de una preparación integral del líder (emocional, espiritual, físico, mental y social) para el proceso.



F. HABILIDADES PARA LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS PARA LOS LIDERES CREATIVOS⁽³⁾

I. PREFACE

1. Problema—definir el problema y su causa
2. Establecer—los criterios de cómo se parecerá una buena solución
3. Hechos — ¿Qué son los hechos relevantes?
4. Alternativas— ¿Cuales son las soluciones alternativas?
5. Elija — la(s) que mejor resuelva su problema
6. Ejecutar — ¡Hágalo!



G. OBSTACULOS DE LA CREATIVIDAD

Ejercicio (Reflexión sobre 1 y 2 y el Grupo de Discusión sobre 3 y 4)

Reflexionar sobre sus experiencias de la infancia (edades 1-12):

1. ¿Qué cosas creativas recuerda hacer como un niño?
2. ¿Qué cosas creativas usted ha hecho después de los 13 años?
3. ¿Qué considerarías que cuentan como factores esenciales que mejoran su creatividad?
4. ¿Qué considerarías como obstáculos a la creatividad?



H. POTENCIADORES PARA LA CREATIVIDAD

Los siguientes son algunos de los factores que potencian la creatividad:

1. Actitud positiva
2. El conocimiento (Lectura, la exposición a otros contextos, Internet, etc.)
3. Habilidades
4. Las competencias - aumento de la capacidad de aplicar los conocimientos y habilidades (comprensión de sí mismo, exposición, facilitación, entornos favorables, etc.)
5. El estilo de liderazgo que crea un ambiente libre y de potencialización



H. POTENCIADORES PARA LA CREATIVIDAD⁽²⁾

6. Habilidades de pensamiento creativo
7. Coraje, Valor
8. Perseverancia—esperar por el momento adecuado o completando el proceso/ciclo
9. Tecnología o formas de pensar - cambios en la tecnología o el pensamiento puede hacer nacer la creatividad que cambia paradigmas; la forma en que la sociedad ve las cosas; la forma en que se hacen las cosas.



H. POTENCIADORES PARA LA CREATIVIDAD⁽³⁾

Ejercicio (Reflexión)

¿Cómo eres, como un agente de la creatividad?



H. POTENCIADORES PARA LA CREATIVIDAD⁽⁴⁾

- La creatividad a menudo resulta de sesiones de lluvia de ideas y del proceso de pensamiento de grupo. Algunos avances pueden incluso llegar inesperadamente después de intenso trabajo, durante el reposo o una actividad no relacionada.
- Los líderes creativos se han comprometido a ser continuamente transformados por la renovación de su mente , su visión de la vida, y su forma de pensar.



I. PASOS PARA LA INNOVACIÓN

1. *Haz nuevas preguntas*
2. *Embarga las respuestas convencionales*
3. *Acceder a nuevas alternativas*
4. *Reconocer las mejores alternativas*
5. *Activar la mejor alternativa*
6. *Evaluar y ajustar*
7. *Afirmar*
8. *Accelerar la multiplicación*



I. PASOS PARA LA INNOVACIÓN (2)

Ejercicio (Discusión de Grupos)

- ¿Cuál es un ejemplo de un problema que persistente en su institución?
- ¿Cuáles son las respuestas usuales o soluciones a este problema?
- ¿Por qué no han funcionado estas soluciones?
- ¿Cómo aplicarías los 8 pasos para la innovación para explorar nuevas soluciones?
- ¿Cómo implementarías la nueva solución para promover la efectividad?



J. ANÁLISIS FDOA (SWOT)

FDOA provee un recurso útil para una formulación de estrategia relevante.

Fortalezas

Debilidades

Oportunidades

Amenazas



J. ANÁLISIS FDOA⁽²⁾

I. Fortalezas

- a. ¿Qué ventajas tiene su organización?
- b. ¿Qué haces mejor que los demás?
- c. ¿Qué recurso único o de menor costo, puede tener que otros no pueden?
- d. ¿Cuáles son las fortalezas que, la gente en su mercado, ven en ustedes?
- e. ¿Qué factores hacen que usted “haga la venta”?
- f. ¿Cuál es la “Propuesta Única de Venta” (PUV) de su organización?



J. ANÁLISIS FDOA⁽³⁾

2. Debilidades

- a. ¿Qué podría mejorar?
- b. ¿Qué debería evitar?
- c. ¿Qué ven las personas en su mercado como una debilidad en ustedes?
- d. ¿Cuáles son los factores que hacen que pierda la venta?



J. ANÁLISIS FDOA⁽⁴⁾

3. Oportunidades

- a. ¿Qué buenas oportunidades puede detectar?
- b. ¿De cuáles tendencias interesantes es consciente?



J. ANÁLISIS FDOA⁽⁵⁾

4. Amenazas

- a. ¿Qué obstáculos enfrenta?
- b. ¿Qué están haciendo sus competidores?
- c. ¿Los patrones de calidad o de especificaciones para su trabajo, productos o servicios, están cambiando?
- d. ¿Es la tecnología cambiante una amenaza para su posición?
- e. ¿Tiene problemas con malas deudas o problemas de flujo de efectivo?
- f. ¿Alguna de sus debilidades pondría en serio peligro su negocio?



K. LIDERAZGO ESTRATÉGICO

La Formulación de la Estrategia Creativa se refiere a la de ruta para trabajar hacia una Mejor Visión Creativa.

La pregunta clave tiene que ver con cómo se llevará a cabo la visión.

La pregunta clave tiene que ver con *como* será cumplida la visión.



K. LIDERAZGO ESTRATÉGICO⁽²⁾

I. Liderazgo Estratégico (definición):

El Liderazgo Estratégico consiste en tres areas principales:

- a. Pensamiento Estratégico
 - b. Planificación Estratégica
 - c. Ejecución Efectiva
- El marco para Liderar Estratégicamente cubre estas áreas para asegurar la eficacia global del liderazgo en relación a la misión.
 - El Liderazgo Estratégico se define como el pensamiento creativo, la planificación y ejecución para llevar a cabo con mayor eficacia una visión.



K. LIDERAZGO ESTRATÉGICO⁽³⁾

2. Proceso de Dirección del Liderazgo Estratégico— (dirección global; misión, visión, valores, criterios de éxito)

- a. Realidad Actual
- b. Visión para un nuevo futuro
- c. Cambios Necesarios (Imperativos)
- d. Resultados
- e. Objetivos
- f. Recursos Críticos
- g. Plan de Acción
- h. Ejecución



K. LIDERAZGO ESTRATÉGICO⁽⁴⁾

3. **Las preguntas claves que mejoran el Pensamiento Estratégico**
 - a. ¿Cuál es el *acuerdo* sobre la **visión, misión, valores y criterios de éxito**?
 - b. ¿Cuál es la realidad actual (a la luz de la misión, visión, valores y **criterios de éxito**)?
 - c. ¿Cuál es la **realidad actual** (a la luz de la misión, visión, valores y criterios de eficacia)?
 - d. ¿Cuál es la mejor **visión** para un nuevo futuro?



K. LIDERAZGO ESTRATÉGICO⁽⁵⁾

- e. ¿Qué debe **cambiar** (imperativo) con el fin de ser capaz de moverse hacia la visión de un nuevo futuro?
- f. ¿Qué **resultados** tienen que ser establecidos para la visión como una medida del éxito?
- g. ¿Qué **objetivos** tienen que llevarse a cabo con el fin de lograr los resultados?
- h. ¿Qué **recursos críticos** son necesarios para la ejecución efectiva de los objetivos?



K. LIDERAZGO ESTRATÉGICO⁽⁶⁾

- i. ¿Cuáles son los **planes** para el desarrollo de los recursos necesarios para la ejecución efectiva de las etapas estratégicas?
- j. ¿Cuáles son los **planes de acción** para la ejecución de cada uno de los objetivos?
- k. ¿Qué tipo de **liderazgo** está siendo usado para asegurar la ejecución efectiva de los planes de acción?
- l. ¿Qué debe hacerse para garantizar una mayor eficacia del liderazgo en la ejecución de los planes de acción?



K. LIDERAZGO ESTRATÉGICO⁽⁷⁾

La Planificación Estratégica Simple provee un formato sencillo para la formulación de estrategias:

(L.I.F.E.)

- Objetivos a Largo Plazo (Long-term Objectives)
- Objetivos Intermedios (Intermediate Objectives)
- Primeros Pasos (First Steps)
- Resultados Estadísticos Estimados (Estimated Statistical Results)



K. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA⁽²⁾

1. Objetivos a largo plazo

- La visión es por lo general un lenguaje gráfico y cautivador. En la visión de planificación estratégica se traduce en objetivos medibles a largo plazo.

2. Objetivos Intermedios

- Objetivos intermedios se centran en objetivos que deben realizarse a fin de que los objetivos a largo plazo puedan cumplirse.

3. Primeros Pasos

- Los primeros pasos se centran en lo que hay que hacer de manera diferente en el corto plazo con el fin de estar en el camino correcto hacia los objetivos a largo plazo.

4. Estimaciones

- Los objetivos numéricos estimados son extraídos de los objetivos.



VI. Ejemplos Contextuales Relevantes



EJEMPLOS CONTEXTUALES RELEVANTES



Vii. .Aplicación para la transformación personal, relacional, organizacional y social



VII. APLICACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN PERSONAL, RELACIONAL, ORGANIZACIONAL Y SOCIAL

A. PERSONAL

Ejercicio (Proyecto)

1. Descúbrase a sí mismo (saber su vocación, dones/personalidad, pasión) y el propósito para su vida
 - a. Estudio para entender su misión / asignación o llamado (hechos).
 - b. Pensar en grande / fuera de la caja
 - c. Determinar la manera mejor / mas creativa de lograr algo
2. ¿Qué clase de visión creativa estas persiguiendo en tu vida ahora?
3. ¿Cuáles son las estrategias creativas que estas aplicando para la realización de tu visión de vida personal?
4. ¿Qué ayuda necesitarías para realizar más eficazmente tu visión?



VII. APLICACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN PERSONAL, RELACIONAL, ORGANIZACIONAL Y SOCIAL⁽²⁾

B. RELACIONAL

Ejercicio (Proyecto)

1. Identifica un grupo de personas
2. Capacita a los líderes (Entrenador de Entrenadores– EDE)
3. Experimenta pensamientos creativos y habilidades de liderazgo (resuelva los problemas reales que afectan a la organización o comunidad que te rodea)
4. Deje que las personas capacitadas identifiquen y capaciten a otros.
5. Las personas recién entrenadas volverán a pilotar/experimentar el pensamiento creativo y habilidades de liderazgo creativo.
6. Multiplica este proceso para formar una comunidad de líderes de cambio creativos.



VII. APLICACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN PERSONAL, RELACIONAL, ORGANIZACIONAL Y SOCIAL⁽³⁾

C. ORGANIZACIONAL Y SOCIAL

Ejercicio (Discusión en Grupos)

Estas son preguntas de reflexión útiles :

1. ¿Cuáles son las barreras (cultural, política, organizativa y tecnológica) que debe superar su organización para desarrollar líderes más creativos?
2. ¿Cuáles son las estructuras, los sistemas de recompensa, los procesos, las métricas y metas que se han establecido para recompensar a los líderes creativos?
3. ¿Cómo se puede motivar a asumir riesgos y al aprendizaje con los fracasos? ¿Como lo mides?
4. ¿Simplemente adopta las mejores prácticas de la industria, o inventa las "próximas prácticas" que harán que su organización sea líder de la industria en el futuro?
5. ¿Qué tan efectivo eres en asociarse con los clientes, proveedores, empleados y su competencia para improvisar mejores soluciones ?



VIII. Citas & Referencias



Citas

“Hay una manera de hacerlo mejor, encuéntrala.”

—Thomas Edison

“Nunca le diga a la gente cómo hacer las cosas. Diles lo que hacer y te sorprenderán con su ingenio.”

—General George Patton



Citas

“La creatividad es permitirse cometer errores. El arte es saber con cuáles quedarse.”

—Scott Adams

“Un hombre que quiere dirigir una orquesta debe darle la espalda a la multitud.”

—Max Lucado



Citas

“El liderazgo es el arte de conseguir que otra persona haga algo que usted desea que sea hecho porque él quiere hacerlo.”

—Dwight D. Eisenhower

“Miramos ni al oeste o ni al este, miramos adelante.”

—Kwame Nkrumah

“La visión es el motor para la creatividad. La gente está motivada para hacer compromisos inusuales con las visiones más grandes que ellos mismos.”

—Dela Adadevoh, *Leading Transformation in Africa*



Citas

“Los buenos líderes deben demostrar carácter y valores que reflejen seguridad, valor y dignidad de las personas en su contexto cultural. Los líderes creativos que son éticos no roban las ideas de otros para salir adelante; ellos también crean valor para la mayoría - no sólo para sí mismos o para unos pocos; hacen causas comunes, nobles - no sólo para sí mismos o por dinero; tener una orientación a largo plazo - no sólo en el contexto inmediato, pero para el bienestar de las generaciones futuras; guían y promueven líderes emergentes; y dejan un legado, que dura más que ellos .” (Dr. Detlef Reis, 2014, Bangkok Post)



Referencias

Adadevoh, D. (2007). *Leading Transformation in Africa*. Orlando, FL: International Leadership Foundation.

Adadevoh, Delanyo. (2008). *Strategic Planning Made Simple*. Orlando, FL: International Leadership Foundation.

American Heritage Talking Dictionary. (1997). The Learning Company, Inc.

<http://www.cru.org/content/dam/cru/legacy/2012/03/Effective-Problem-Solving.pdf>, October 18, 2015.

Nkrumah, Kwame. (1967). *The Challenge of the Congo: A Case Study of Foreign Pressures in an Independent State*. London: Nelson.

Gates, Henry Louise. (1999). *Wonders of the African World*. PBS DVD Video.

Burrus, Daniel. (2011). *Flash Foresight: How to See the Invisible and Do the Impossible*. New York: HarperBusiness.

Reis, Detlef. (09/07/2015). *The Innovation Manager of the Future*. Bangkok Post.

Radjou, Prabhu, Kaipa and Ahuja. (2010). *How to Ignite Creative Leadership in Your Organization*. Harvard Business Review. May 2010.

