

Pensamiento Creativo e Innovación

Historia de las ideas y evolución de la creatividad e innovación en los negocios

Clase 1

INTRODUCCIÓN DE LA CLASE

A lo largo de la historia, las ideas han transformado la manera en que entendemos el mundo y actuamos en él. Esta clase te invita a recorrer el origen del pensamiento creativo, analizando cómo han evolucionado las ideas a lo largo del tiempo y cómo se han transformado en motores clave de la innovación en los negocios. Veremos que la creatividad no surge de la nada, sino que se construye sobre contextos históricos, económicos y culturales que impulsan nuevas formas de pensar y hacer.

Comenzaremos explorando qué se entiende por **“historia de las ideas”**, y cómo estas han influido en la creatividad aplicada a las organizaciones. Luego, nos enfocaremos en la evolución de la creatividad en los negocios, la innovación como ventaja competitiva, y finalizaremos con una contextualización económica que nos ayudará a entender por qué, hoy más que nunca, necesitamos cultivar el pensamiento innovador.

Clase 1: Historia de las ideas y evolución de la creatividad e innovación en los negocios

RDA 1: Analizar los fundamentos teóricos de la creatividad e innovación en el contexto económico y de los negocios.

En esta clase te invito a ponernos en modo exploradores de ideas. Vamos a mirar hacia atrás para entender cómo las ideas han transformado la forma en que vivimos, trabajamos y creamos valor en los negocios. No se trata solo de memorizar fechas o nombres, sino de comprender cómo y por qué ciertas ideas fueron tan revolucionarias en su tiempo.

Vamos a comenzar con algo muy sencillo, pero profundo: ¿cómo surgieron las ideas que hoy consideramos normales? Por ejemplo, ¿alguna vez te has preguntado quién inventó la rueda o cómo nació el concepto de empresa? Pues bien, esa es la historia que vamos a recorrer hoy. Además, veremos cómo esa evolución del pensamiento ha llegado a los negocios y cómo la creatividad se ha convertido en una herramienta poderosa para generar innovación y mantenerse vigente en un mundo cambiante.

Recuerda, todo lo que hoy conocemos como “normal” en el mundo empresarial nació como una idea. Y, muchas veces, una idea loca. Así que prepárate para desafiar lo que das por sentado y, sobre todo, para empezar a mirar el mundo con otros ojos.

La historia de las ideas es un campo de estudio que nos permite comprender cómo han evolucionado las formas de pensamiento a lo largo del tiempo. Desde los filósofos griegos como Platón y Aristóteles hasta los teóricos contemporáneos de la creatividad e innovación, el pensamiento humano ha transitado por diversos paradigmas que han moldeado la manera en que abordamos los problemas, generamos soluciones y transformamos nuestro entorno. Comprender este recorrido no solo permite valorar el legado de los pensadores del pasado, sino también reconocer que las grandes ideas surgen en contextos específicos, respondiendo a necesidades sociales, culturales y económicas particulares. A través de la siguiente figura podemos imaginar cómo el pensamiento humano ha evolucionado y se ha nutrido.

Figura 1

Evolución del pensamiento humano



Nota. Representación esquemática que muestra cómo las formas de pensamiento han evolucionado desde contextos primitivos hasta paradigmas contemporáneos. Adaptado de Evolución del Pensamiento Humano, creación propia con Napkin, 2025.

La historia de las ideas

Antes de que existieran los teléfonos inteligentes o las redes sociales, incluso antes de que existieran las empresas como las conocemos hoy, ya existían las ideas. Y no cualquier tipo de ideas: ideas capaces de transformar civilizaciones. Imagina a las primeras personas compartiendo símbolos en una pared de cueva, o a un grupo debatiendo si vale la pena construir un puente de madera sobre el río para llegar más fácil al otro lado. Esas decisiones, nacidas de ideas, marcaron el inicio de una larga historia creativa.

Hoy vamos a hacer un recorrido por esa historia, no como quien repasa una línea de tiempo aburrida, sino como quien abre un mapa del tesoro lleno de momentos clave que nos muestran cómo pensar diferente ha sido, y sigue siendo, una forma de cambiar el mundo.

Ideas como motor del desarrollo humano

Piensa en un grupo de personas que vivían hace miles de años, enfrentando el frío, los peligros del entorno y la falta de recursos. ¿Qué es lo que los hace diferentes de otros seres vivos? Su capacidad para tener ideas, para imaginar soluciones. La idea de usar pieles para abrigarse, de tallar piedras para cortar carne, de formar un lenguaje común: todo eso nació de la necesidad, sí, pero también de una chispa creativa.

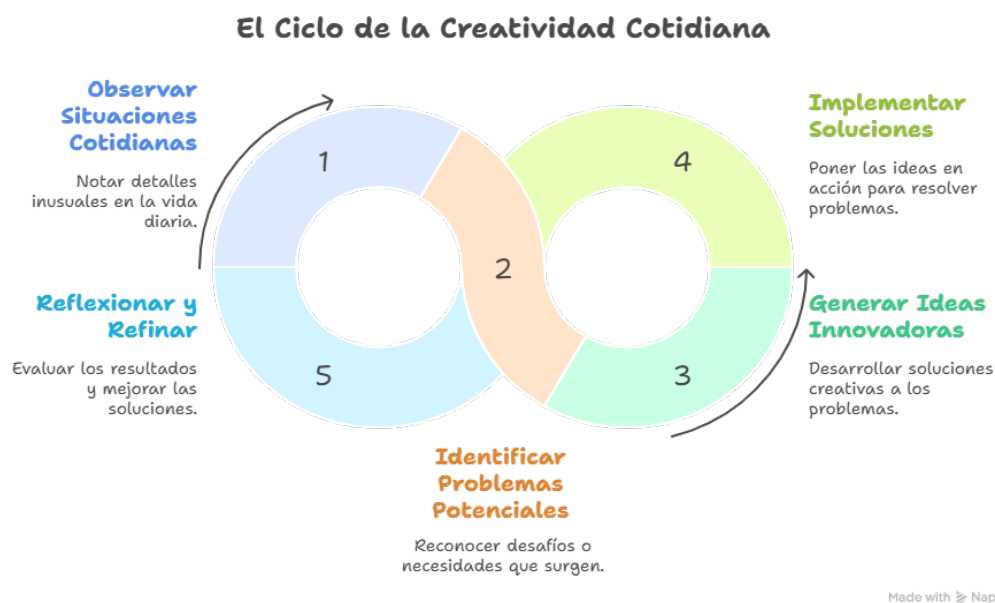
A lo largo del tiempo, esa capacidad fue sofisticándose. La escritura permitió almacenar ideas. Las ciudades permitieron compartirlas. Las escuelas comenzaron a enseñarlas. Y, con cada salto, el ser humano fue construyendo un mundo más complejo, pero también con más posibilidades. Cada paso del desarrollo humano tiene detrás una serie de ideas potentes que conectaron pasado, presente y futuro.

Y estas ideas no siempre vienen de grandes genios. Muchas veces nacen de situaciones cotidianas, de personas comunes que observan algo distinto. ¿Sabías, por ejemplo, que el microondas fue inventado por accidente cuando un ingeniero notó que una barra de chocolate se derretía cerca de un radar? O que el velcro fue creado al observar cómo las semillas se adherían a la ropa tras una caminata en el bosque. Estas historias, tal

como se muestra en la siguiente figura, nos enseñan que la creatividad está a nuestro alrededor, esperando a ser activada por una mente curiosa.

Figura 2

El ciclo de la creatividad cotidiana



Nota. Esquema que representa las etapas del proceso creativo en la vida diaria, desde la observación hasta la transformación de ideas en soluciones aplicables. Adaptado de El ciclo de la creatividad cotidiana, creación propia con Napkin, 2025.

En el mundo organizacional ocurre lo mismo. Una observación distinta, una pregunta valiente o una conexión inesperada puede cambiar la forma en que se hace algo. Por eso, más allá del conocimiento técnico, se valora la actitud creativa: esa capacidad de imaginar nuevas formas de resolver, conectar o transformar.

En las organizaciones esa misma lógica se aplica. Toda mejora, todo proceso eficiente o estrategia disruptiva nació primero como una idea en la mente de alguien que se atrevió a pensar diferente. Y, así como en la antigüedad se premiaban los inventos útiles, hoy las empresas que fomentan las ideas creativas son las que más avanzan en sus sectores. Basta mirar la evolución de estas ideas, representadas por el fuego en la siguiente figura, que nos lleva desde la fogata de leña y la hojarasca hasta imponentes sistemas de iluminación con tecnología domótica en la actualidad.

Figura 3

Evolución de las ideas empresariales



Made with Napkin

Nota. Representación del desarrollo de las ideas en el ámbito empresarial, desde sus formas iniciales hasta su consolidación en procesos innovadores y estratégicos. Adaptado de Evolución de las ideas empresariales, creación propia con Napkin, 2025.

Para ampliar este tema, te invito a escuchar un episodio de un podcast en vivo con Diego Golombek que explora cómo surgen las buenas ideas desde la ciencia, basado en su libro “La ciencia de las buenas ideas”:

- ✓ **Título del enlace relacionado:** La ciencia de las ideas (Parte I)
- ✓ **Descripción del enlace relacionado:** Un episodio de podcast en vivo con Diego Golombek explora cómo surgen las buenas ideas desde la ciencia, basado en su libro “La ciencia de las buenas ideas”. Por su extensión, lo dividiremos en dos partes.

Por su extensión, lo escucharemos en dos partes, ahora escucha únicamente hasta el minuto 53.

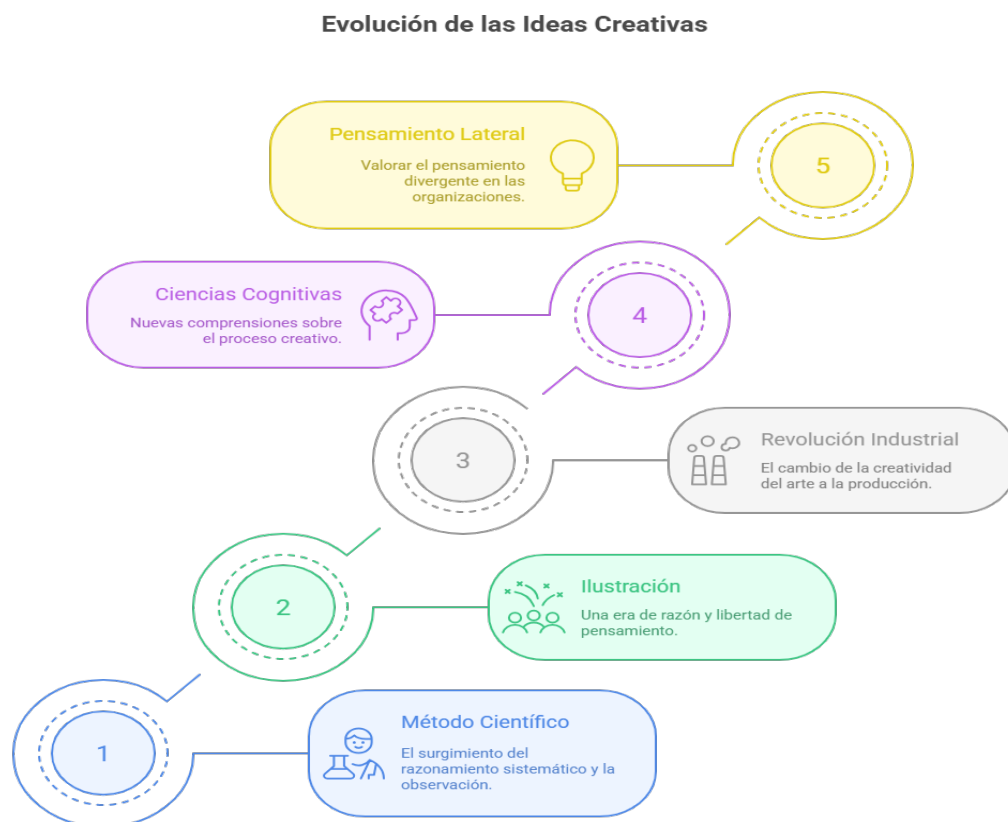
✓ **Enlace:** <https://youtu.be/uN42uKLrEA4?si=ycTsaZum6ANqs08F>

Principales hitos históricos en la evolución del pensamiento creativo

Entre los hitos que marcan la evolución de las ideas podemos mencionar el surgimiento del método científico en el siglo XVII, la Ilustración como época de florecimiento de la razón y la libertad de pensamiento, y la Revolución Industrial, que trasladó la creatividad desde el arte hacia la producción. En el siglo XX, el auge de las ciencias cognitivas y la psicología aportó nuevas comprensiones sobre el proceso creativo. Figuras como Edward de Bono, con el concepto de “pensamiento lateral”, cambiaron la forma en que las organizaciones valoran el pensamiento divergente (véase la siguiente figura que lo muestra a través de una línea del tiempo).

Figura 4

Evolución de las ideas creativas



Made with Napkin

Nota. Línea del tiempo que ilustra los principales hitos históricos de la creatividad, desde el método científico y la Ilustración hasta los enfoques contemporáneos en psicología y pensamiento lateral. Adaptado de Evolución de las ideas creativas, creación propia con Napkin, 2025.

La creatividad desde la filosofía hasta la ciencia

¿Te has preguntado alguna vez por qué algunas personas son tan buenas para encontrar soluciones creativas? La respuesta no está solo en su talento innato, sino también en el enfoque que tienen sobre el mundo. A lo largo de la historia, la filosofía y la ciencia han abordado la creatividad desde distintos ángulos. La filosofía la ha relacionado con la libertad del pensamiento, con la capacidad de imaginar mundos posibles. Por su parte, la ciencia la ha estudiado como un proceso complejo que combina imaginación, lógica, emoción y experiencia.

Por ejemplo, Kant veía la creatividad como una facultad del juicio estético, mientras que Nietzsche hablaba del artista como creador de realidades. En el terreno científico se han desarrollado teorías sobre los hemisferios cerebrales, el pensamiento lateral y la neuroplasticidad. Estas teorías coinciden en que todos y todas podemos ser creativos si entrenamos nuestra mente para pensar de forma distinta. No es magia, es práctica, observación y sensibilidad para detectar oportunidades.

Hoy sabemos que la creatividad se alimenta de la diversidad de experiencias, de la curiosidad y del deseo de mejorar lo que ya existe. Las empresas exitosas promueven la creatividad no solo con espacios coloridos o juegos de oficina, sino con autonomía, confianza y tiempo para pensar. Tú mismo puedes comenzar a potenciar tu creatividad saliendo de la rutina, combinando ideas de diferentes campos y, sobre todo, creyendo que tus ideas tienen valor.

Evolución de la creatividad en los negocios

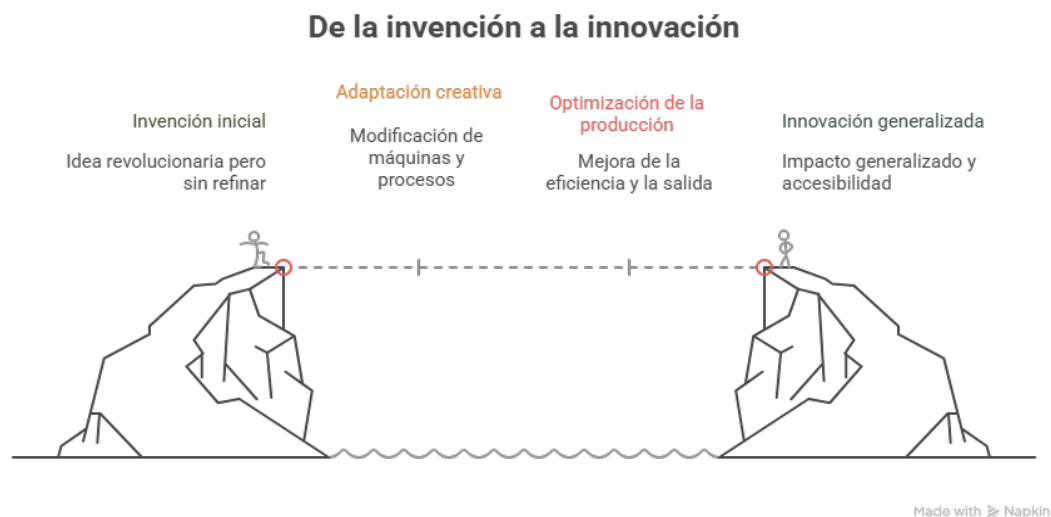
Creatividad en la revolución industrial y tecnológica

Imagina por un momento el impacto que tuvo la invención de la máquina de vapor. Gracias a esa idea, nacieron fábricas, se aceleró el transporte, se multiplicaron los

empleos... y también surgieron nuevas necesidades. Fue en ese contexto donde la creatividad encontró un campo fértil para florecer. Personas comunes, con ideas poco convencionales, comenzaron a modificar máquinas, mejorar procesos y optimizar la producción. Uno de los casos más famosos es el de Henry Ford, quien no inventó el automóvil, pero sí revolucionó la forma de fabricarlo, introduciendo la línea de ensamblaje para hacerlo accesible a más personas; es así como la humanidad transita desde la invención a la innovación, tal y como se ejemplifica en la siguiente figura.

Figura 5

De la invención a la innovación



Nota. Ejemplo visual del tránsito de la invención a la innovación en el contexto industrial y tecnológico, mostrando cómo una idea inicial se transforma en un proceso implementado que genera valor. Adaptado de De la invención a la innovación, creación propia con Napkin, 2025.

Más adelante, con la revolución digital, la creatividad empresarial pasó de centrarse únicamente en la producción de bienes físicos a imaginar nuevas formas de ofrecer valor. ¿Te has preguntado cómo una empresa como Netflix pasó de enviar DVDs por correo a convertirse en la plataforma de streaming líder en el mundo? Fue gracias a una idea disruptiva, ejecutada en el momento preciso y con una mentalidad abierta al cambio constante.

Y no olvidemos el impacto de la tecnología en la forma en que trabajamos. Hoy muchas herramientas digitales, como la inteligencia artificial o el trabajo remoto, son fruto de ideas creativas que respondieron a nuevas realidades. La pandemia, por ejemplo, aceleró la transformación digital, y muchas empresas que supieron adaptarse con creatividad no solo sobrevivieron, sino que crecieron exponencialmente.

La creatividad como ventaja competitiva en la economía actual

Piénsalo así: cuando dos empresas ofrecen lo mismo, ¿por qué eliges una sobre la otra? Muchas veces la diferencia está en la experiencia, en el diseño, en cómo te hacen sentir. Todo eso proviene de decisiones creativas. En otras palabras, la creatividad es lo que le da alma a un negocio. Por ello, las empresas que cultivan la creatividad dentro de sus equipos son las que lideran los rankings de innovación.

Por ejemplo, piensa en marcas como Tesla, que no solo vendieron autos eléctricos, sino que cambiaron la forma en que las personas perciben el transporte. O en Amazon, que transformó la experiencia de compra con una idea simple: pedir lo que quieras desde casa y recibirlo en 24 horas. Estas ideas, como se muestra en la siguiente figura, parten de factores como la percepción del consumidor, las ideas transformadoras y las culturas organizacionales donde las ideas de todos y todas agregan valor.

Figura 6

Factores que impulsan la innovación en los negocios



Made with Napkin

Nota. Diagrama que muestra los principales factores que impulsan la innovación empresarial, como la percepción del consumidor, las ideas transformadoras y las culturas organizacionales abiertas al aporte colectivo. Adaptado de Factores que impulsan la innovación en los negocios, creación propia con Napkin, 2025.

Además, ser creativo no significa únicamente inventar cosas nuevas. Muchas veces se trata de mejorar lo que ya existe. Algo tan simple como rediseñar una caja para que ocupe menos espacio en el transporte puede ahorrar millones a una empresa. Lo importante es generar una mentalidad abierta, crítica y flexible que nos permita ver oportunidades donde otros solo ven obstáculos.

La creatividad como ventaja competitiva en la economía actual

Hoy más que nunca las empresas requieren adaptarse a entornos complejos y cambiantes. La creatividad permite generar propuestas de valor únicas, diferenciarse de la competencia y responder con agilidad a los desafíos del mercado. Castro y Fernández de Lucio (2020) destacan que, en el contexto actual de innovación abierta y digitalización, las organizaciones más exitosas son aquellas que promueven culturas creativas y colaborativas. La creatividad ya no se limita al departamento de diseño o marketing, sino que se extiende a todas las áreas de la empresa, desde la logística hasta la atención al cliente.

Contextualización económica de la creatividad

Hoy en día vivimos en lo que muchos expertos llaman la **“economía del conocimiento”**. Esto significa que las ideas valen tanto o más que los productos físicos. Si lo piensas bien, muchas de las empresas más grandes del mundo no fabrican nada: ofrecen servicios, experiencias o soluciones digitales, todo basado en ideas. Un buen ejemplo es Google: su valor no está en sus oficinas, sino en los algoritmos y en las personas que piensan cómo organizar la información del mundo.

En este escenario los países que apuestan por la innovación tienen ventajas. Corea del Sur, por ejemplo, invierte fuertemente en educación creativa desde edades tempranas, y eso se traduce en productos tecnológicos competitivos. En América Latina todavía hay desafíos, pero también oportunidades: muchos emprendedores están desarrollando

soluciones sostenibles, productos locales con impacto global y servicios digitales que nacen de mirar la realidad con otros ojos.

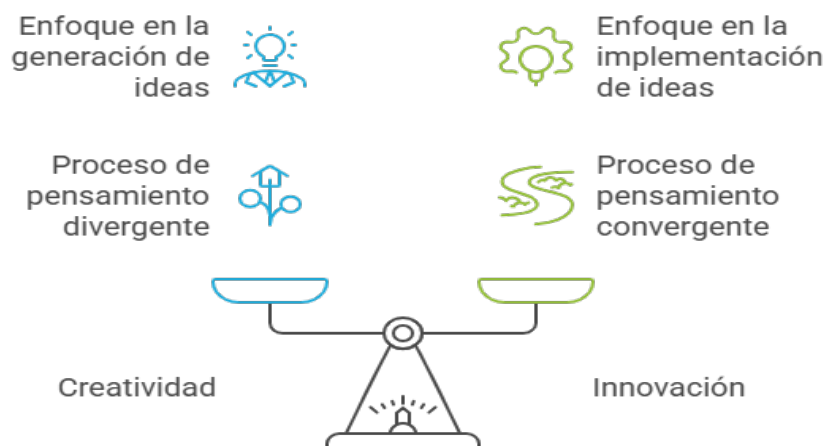
Hablemos también de Ecuador. ¿Sabías que varios startups tecnológicos están emergiendo desde ciudades como Quito, Cuenca o Guayaquil? Estas empresas están aprovechando el talento local para crear soluciones innovadoras en sectores como la educación, la salud y la movilidad urbana. Esto demuestra que la creatividad no es exclusiva de los grandes centros tecnológicos del mundo, sino que puede surgir desde cualquier rincón, siempre que haya personas comprometidas con transformar su entorno.

Para comprender mejor la relación entre creatividad e innovación en el entorno empresarial resulta útil analizar el equilibrio que se debe alcanzar entre ambas para lograr una verdadera ventaja competitiva. La siguiente figura ilustra cómo estos dos elementos, lejos de ser conceptos aislados, se complementan y potencian mutuamente, permitiendo que las organizaciones se adapten y prosperen en mercados cada vez más dinámicos.

Figura 7

Equilibrio entre creatividad e innovación para la ventaja competitiva

Equilibrando Creatividad e Innovación para la Ventaja Competitiva



Made with Napkin

Nota. Esquema que ilustra cómo la creatividad y la innovación se complementan y potencian mutuamente, permitiendo a las organizaciones generar ventajas competitivas sostenibles en contextos dinámicos. Adaptado de Equilibrio entre creatividad e innovación para la ventaja competitiva, creación propia con Napkin, 2025.

Otro aspecto importante es cómo las universidades y centros de formación también están adoptando modelos educativos que promueven la creatividad. Carreras como diseño, tecnología, negocios o incluso medicina están incorporando el pensamiento creativo como parte de su currículo. Porque hoy no solo basta con saber hacer las cosas, hay que saber hacerlas de manera diferente, más eficiente, humana y sostenible.

Esto nos lleva a entender que no basta con “tener buenas ideas”. Hay que saber cómo transformarlas en propuestas viables, con valor económico, social y ambiental. Y eso comienza aquí, en esta asignatura, en tu propio proceso creativo. Porque tú también puedes generar ideas que transformen tu entorno.

Te invito seguir escuchando el podcast en vivo con Diego Golombek, ahora desde el minuto 53 en adelante.

- ✓ **Título del enlace relacionado:** La ciencia de las ideas (Parte II)
- ✓ **Descripción del enlace relacionado:** Un episodio de podcast en vivo con Diego Golombek explora cómo surgen las buenas ideas desde la ciencia, basado en su libro “La ciencia de las buenas ideas”. Por su extensión, lo escucharemos en dos partes, retomemos en el minuto 53.
- ✓ **Enlace:** <https://youtu.be/uN42uKLEA4?si=kAe3fnlmp0tXk9xT&t=3158>

Referencias citadas en la Clase 1

Castro, E., & Fernández de Lucio, I. (2020). La innovación y sus protagonistas (ed.). Editorial CSIC, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

<https://elibro.puce.elogim.com/es/lc/puce/titulos/172827>

Fernández, A. (2005). Creatividad e innovación en empresas y organizaciones:

Técnicas para la resolución de problemas. Ediciones Díaz de Santos, S. A.

<https://bibliotecadigitalpuce.puce.elogim.com/library/publication/creatividad-e-innovacion-en-empresas-y-organizaciones-tecnicas-para-la-resolucion-de-problemas>

Definición de los términos citados en la Clase 1.

Creatividad. Capacidad de generar ideas nuevas, originales y valiosas que permitan resolver problemas o proponer soluciones innovadoras.

Innovación. Proceso mediante el cual una idea creativa se transforma en un producto, servicio o mejora implementada que genera valor en un contexto específico.



La excelencia no se improvisa

síguenos

