



Create sustainable Innovation in SMEs using creative methods and processes

CrealInnovation

Priority Axis 1: Promoting Mediterranean innovation capacities to develop smart and sustainable growth

Specific Objective 1.1: To increase transnational activity of innovative clusters and networks of key sectors of the MED area

D4.1.2: National handbook on CrealInnovation Labs

D4.1.2: Manual Nacional sobre els CrealInnovation Labs

Project Partner in charge: PP4 – SRC Bistra Ptuj

Project partner: PP3 – Barcelona Chamber of Commerce

1.	INTRODUCCIÓ.....	3
2.	NATIONAL REGULATIONS AND STRATEGIES	4
3.	ANÁLIS DAFO SOBRE TALLER CREATIUS.....	6
3.1	Anàlisi DAFO del tallers creatius a Espanya	7
4.	CREACIÓ DELS LABORATORIS CREATIUS - CreaLab	9
5.	ORIENTACIONS I PASOS PER A LA IMPLANTACIÓ DEL TALLER DE CREATIVITAT	11
6.	PASSOS PER A IMPLEMENTAR UN ECOSISTEMA DE TALLERS CREATIUS A ESPANYA	13
7.	TALLERS CREATIUS A ESPANYA.....	15
8.	CONCLUSIONS	16

1. INTRODUCCIÓ

El projecte CrealInnovation demostra que és possible generar idees factibles, innovadores i sostenibles en tallers d'una jornada. Agrupant persones d'una PIME, professors i estudiants universitaris, liderats per un consultor i expert en creativitat, és possible promoure la innovació en els processos i productes de les empreses. D'un total de 52 tallers, amb 59 empreses, hem generat 62 idees innovadores i 26 productes innovadors. Aquests resultats són la prova del poder dels diferents mètodes creatius per innovar en les pimes europees.

El projecte CrealInnovation es centra en crear una atmosfera innovadora per a les pimes amb l'ajuda de diferents mètodes i tècniques creatives. Per tant, seria desitjable crear llocs on les pimes puguin fàcilment i a un cost limitat trobar els recursos (Lloc, eines i habilitats) per desenvolupar tallers creatius.

Aquest document pretén servir com a guia per implementar tallers creatius a Espanya. En les properes pàgines es podrà trobar informació essencial per la implementació, la organització i desenvolupament de tallers de creativitat. El primer pas es fer una ullada a possibles regulacions i estratègies ja marcades. Seguidament es presenta un anàlisi DAFO sobre els tallers creatius desenvolupats en el marc del projecte europeu CrealInnovation per tal de millorar la seva implementació, també s'aprofundeix en els concepte de laboratori creatiu (CreaLab). En la segona part, s'ofereix un llistat de passos que guien en la implementació de tallers de creativitat i en com crear un ecosistema de tallers creatius per a les empreses. Finalment, una visió general sobre els tallers ja desenvolupats serveix com a exemple en la creació del ecosistema.

2. NATIONAL REGULATIONS AND STRATEGIES

Espanya està dividida en 17 Comunitat Autònomes (CA). Cada CA és diferent a la resta en termes d'estructura econòmica, nivell de riquesa i desenvolupament. Les més destacades són la Comunitat de Madrid, el País Basc, la Comunitat Valenciana i Catalunya. Considerant les diferències entre CA, aquest manual es centrarà en Catalunya que a més és on es troba la Cambra de Comerç de Barcelona.

Catalunya es manté com la comunitat autònoma amb un nombre més elevat d'empreses (el 18,5% del total a Espanya), per davant de la Comunitat de Madrid (16,1%) i Andalusia (15,3%). Amb una densitat empresarial de 80,6 empreses per cada 1.000 habitants, ocupa la segona posició, després de les Illes Balears (82,8 empreses per cada 1.000 habitants)¹. Les dimensions de les empreses a Catalunya són molt reduïdes amb un clar predomini de les pimes que representen més del 95% del teixit empresarial segons dades del DIRCE².

Catalunya combina una sèrie de factors altament atractius que la converteixen en una ubicació fantàstica per a activitats de R + D i que són difícils de trobar en altres zones del món. Aquests factors són el talent, la publicació científica i la R + D industrial. La seva capital, Barcelona, és un imant per a joves professionals, estudiants i investigadors de tot Europa a causa d'una combinació de qualitat educativa i qualitat de vida. Aprofitar els avantatges de la recerca i la innovació és una prioritat estratègica per a Catalunya. Els nivells científics assolits per la investigació a Catalunya es demostren pel fet que la major part de l'ajut financer atorgat per l'ERC (Consell Europeu de la Recerca) a Espanya es concentra a Catalunya. Catalunya és la quarta regió d'Europa en nombre de subvencions ERC per milió d'habitants (Biocat)³. En aquest context, la creativitat proporciona més de 100.000 llocs de treball a Barcelona. De fet, segons l'enquesta sobre la marca Barcelona City, 2016, la capital catalana és la quarta ciutat més creativa del món i la primera ciutat creadora emergent⁴.

Els enfocaments de creativitat (processos i tècniques) són poc coneguts a les micro i pimes de Catalunya. Tot i això, és important tenir en compte que, segons l'experiència dels experts, s'ha produït una millora en els darrers tres o quatre anys que fa que les pimes siguin més receptives a elles. Hi ha diverses iniciatives a Catalunya que promouen la creativitat i la innovació. Tot i això, la majoria estan finançats per institucions privades.

En l'àmbit públic trobem ACCIÓ que és l'agència pública per a la competitivitat de l'empresa catalana, adscrita al Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya. El seu objectiu és promoure la competitivitat i el creixement del teixit empresarial català, mitjançant el foment de la innovació, la internacionalització empresarial i l'atracció d'inversions. Ofereixen diferents serveis d'orientació i suport. També reben pressupost del govern i concedeixen projectes de recerca i innovació.

En l'esfera privada, diverses iniciatives que fomenten les activitats creatives, un exemple són:

- Imagine Creativity Center- Xavier Verdaguer

¹ Informe d'estructura empresarial 2018. Observatori del Treball i Model Productiu, Generalitat de Catalunya 2018.

² Directorio Central de Empresas (DIRCE).

³ https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736160707&menu=ultiDatos&idp=1254735576550

⁴ http://agaur.gencat.cat/web/.content/Documents/Internacionalitzacio/FactSheetERC_CAT_set18.pdf

⁴ <http://catalonia.com/catalonia-barcelona/innovation-talent/creativity-entrepreneurship.jsp>

Imagine Creativity Center imparteix programes d'innovació disruptius a tot el món amb la missió de transformar organitzacions i persones.

En els seus programes, treballen conjuntament amb empreses per trobar solucions a reptes importants als quals s'enfronten. Juntament amb somiadors amb talent (participants al programa), mentors i experts, treballen intensament per trobar solucions significatives. Ofereixen diferents programes amb els mateixos aspectes comuns: pensar diferent, explorar altres maneres de fer, noves idees, creativitat, transformació i innovació. Amb aquests programes permeten a les empreses treballar amb innovació disruptiva i promoure actitud emprenedora.

- Audi Creativity Challenge

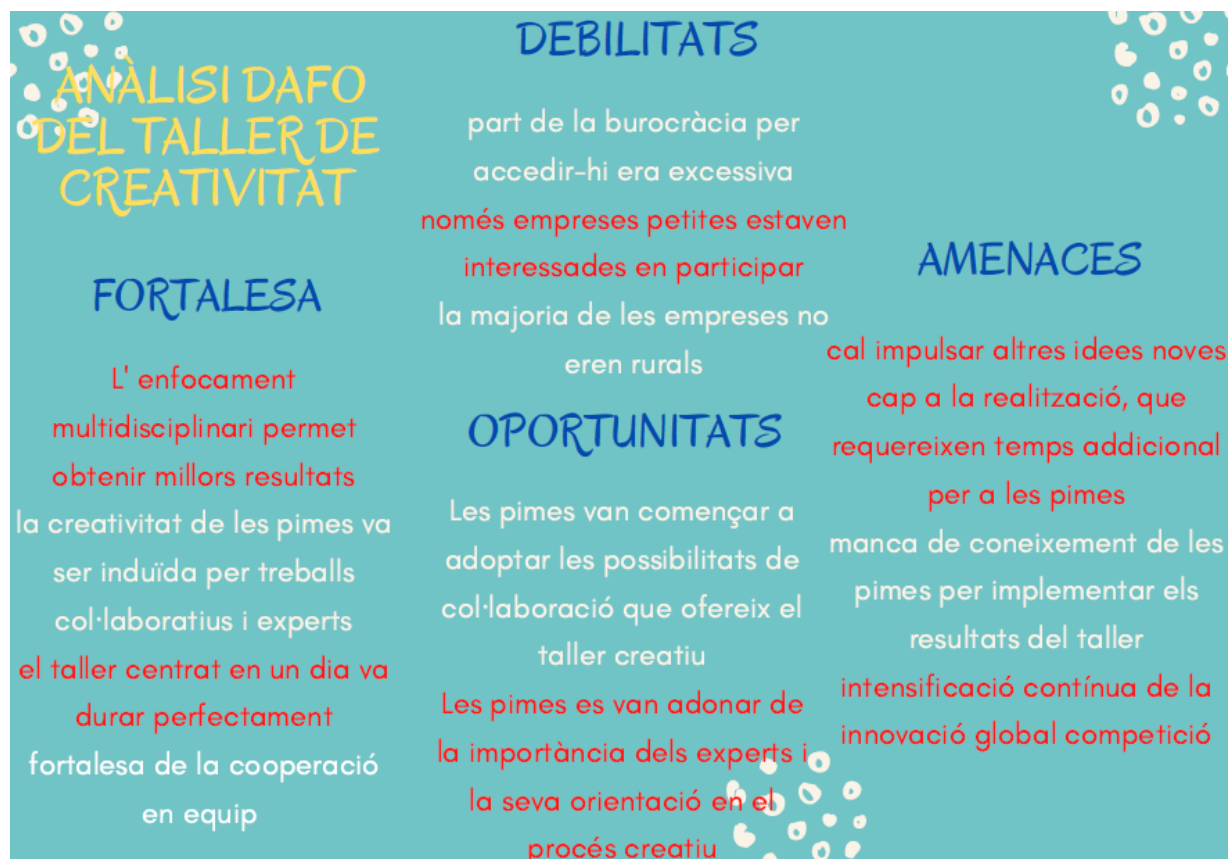
Audi Creativity Challenge és un concurs educatiu i social creat per fomentar la creativitat entre els més joves (de 12 a 18 anys). Consisteix en el desenvolupament d'un projecte de creativitat per part de tres joves, acompanyats d'un "conductor" (entrenador). El premi és desenvolupar el projecte seleccionat al bressol de la innovació: Silicon Valley. Els estudiants podran visitar les empreses més avançades en tecnologia, cosa que farà possible el seu projecte.

- ESADECREAPOLIS

ESADECREAPOLIS forma part de la Universitat privada de negocis ESADE. Ajuda les empreses a innovar proporcionant ecosistemes dinàmics que inspiren, faciliten i acceleren la innovació. Ofereixen diferents serveis al voltant de la innovació.

3. ANÁLIS DAFO SOBRE TALLER CREATIUS

Les experiències internacionals en el projecte van presentar les fortaleeses, debilitats, oportunitats i problemes amb respecte a la realització d'un taller creatiu.



L'enfocament multidisciplinari dels tallers creatius ens permet obtenir millors resultats per a l'organització participant. Amb diferents mètodes i tècniques, els participants són més interactius i productius. S'acostumen més a la idea de que "no hi ha una resposta equivocada" o s'obliden de pensar en respostes incorrectes. Els experts en el camp de la creativitat són un factor essencial per afavorir la interacció dels participants a través del treball col·laboratiu. Les experiències del projecte van demostrar que els tallers d'un dia eren la millor opció. Especialment per a participants de pimes ja que han de ser molt estratègiques amb l'ús del seu temps i, per tant, el taller creatiu ha de ser el més productiu en un període curt.

Quan prepareu el taller creatiu, intenteu minimitzar els tràmits. Les pimes més petites i urbanes són les que estan més preparades per participar-hi. Per tant, són necessaris més esforços per guanyar empreses mitjanes i rurals.

Les pimes es van adonar de la importància de la creativitat en el procés de desenvolupament d'una organització. Van adoptar les possibilitats de col·laboració d'un taller creatiu i, el més important, la importància de l'orientació d'experts a través del procés creatiu.

Tot i que les pimes tenen un calendari ajustat, algunes idees necessiten més temps per desenvolupar-se adequadament. I hem d'estar preparats per oferir a les pimes possibilitats de com implementar la idea amb èxit després del taller. A causa de l'amenaça que les pimes no tindran coneixement per implementar la idea, és necessari un pla d'acció ben preparat.

3.1 Anàlisi DAFO del tallers creatius a Espanya

<i>FORTLESES</i> Treball col·laboratiu Participació d'agents externs Barreja d'aspectes i valors	<i>DEBILITATS</i> Reticència de mitjanes empreses Dificultats per involucrar empreses rurals Falta d'acompanyament posterior
<i>OPORTUNITATS</i> Apropament a la universitat Processos de col·laboració Familiaritat amb tècniques creatives	<i>AMENACES</i> Falta de links entre empresa i universitat Falta de recursos financers per invertir Falta d'un pla de continuïtat

Debilitats:

El fet de celebrar els tallers en una universitat, a Barcelona, dificultava la participació d'empreses del món rural que s'han de desplaçar uns 100km per poder assistir-hi. Per una altra banda, tot i que les petites empreses difícilment es poden permetre aturar el seu personal durant un dia per participar en aquest tipus de taller, eres les més motivades per participar-hi. Per contra, les empreses mitjanes ja acostumen a incorporar sessions de creativitat en el seu dia a dia i eren més reticents a participar-hi.

D'una altra banda, la falta d'acompanyament posterior al taller per desenvolupar les idees generades suposa una debilitat per a la implementació de les innovacions.

Amenaces:

La falta de lligams entre el món empresarial i l'universitari, la falta de recursos financers per a invertir en innovació així com un pla de continuïtat són amenaces per al bon funcionament dels tallers. Especialment la que fa referència al finançament. Una pime preocupada pel desenvolupament de la seva activitat diària, amb dificultats de finançament difícilment dissenyarà un pla de continuïtat pel desenvolupament i continuació de les innovacions generades.

Fortaleses:

El treball col·laboratiu que es realitza en aquests tallers, juntament amb agents externs, permet a les empreses obtenir nous punts de vista sobre la seva activitat de manera constructiva i idear la superació de reptes que es plantegen de manera conjunta i col·laborativa. A més, la incorporació i barreja de

diferents valors com la sostenibilitat i aspectes com la innovació permeten capturar l'atenció de les empreses ja que estan molt conscienciades sobre la necessitat de cuidar el medi ambient i aportat components innovadors en el seu dia a dia.

Per tant, la inclusió del treball col·laboratiu amb la participació d'agents aliens a l'empresa sobre els reptes de les mateixes empreses i incorporant valors i aspectes necessaris per a la continuïtat i creixement dels participants suposa una fortalesa del taller ja que incentiva i augmenta l'interès de les pimes.

Oportunitats:

Generalment les pimes amb un nivell d'innovació baix no tenen una estreta relació amb les universitats i els centres de recerca, inclús aquest vincle és inexistent. La participació en aquest taller representa per a les empreses l'oportunitat d'iniciar una col·laboració amb el món acadèmic. Addicionalment, els tallers permeten als directius apropar-se a processos de col·laboració amb un elevat valor afegit i incorporar en el seu dia a dia empresarial tècniques creatives.

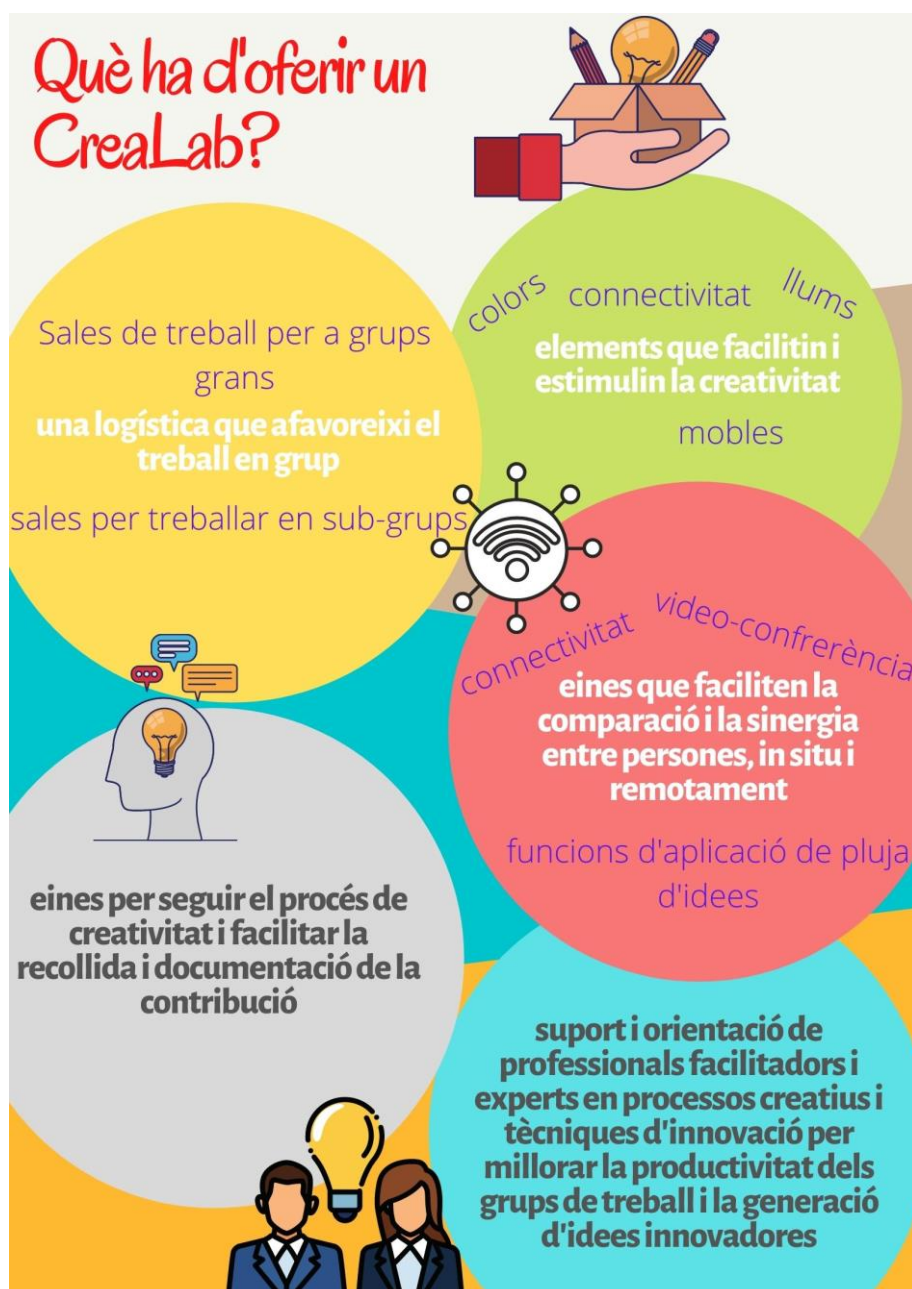
Al final del dia, la participació en aquests tallers suposa una oportunitat per a que l'empresa s'emporti a casa un apropament amb la universitat, noves tècniques de creatives per a fomentar la innovació i diferents processos de col·laboració.

4. CREACIÓ DELS LABORATORIS CREATIUS - CreaLab

CreaInnovation labs (CreaLabs) són un entorn ideal per a fomentar la creativitat i la innovació. CreaLab és una estructura d'espais variable i replicable que acull esdeveniments, iniciatives i tallers. El disseny de CreaLab és la definició d'espais flexibles, fluids, adaptables i duradors en el temps.

CreaLabs permet allotjar els tallers, tant presencials com virtuals. Inclou requisits funcionals de IT que donen suport a la col·laboració remota i a sessions específiques d'interacció amb la creativitat per superar el problema existent dels tallers en línia.

La configuració de CreaLabs es basa en la necessitat de respondre a les característiques d'un procés creatiu.



A l'hora d'establir un CreaLab és essencial tenir en compte diferents aspectes com la ubicació, l'estructura, el disseny, el mobiliari, les eines de treball que hi trobarem... L'objectiu principal dels CreaLabs és identificar i implementar un model d'entorn ideal, entès com una estructura variable i que es pugui replicar arreu del territori d'espais que acullen esdeveniments, iniciatives i tallers per fomentar la creativitat i la innovació.

El primer pas per a la creació d'un CreaLab és escollir una bona ubicació, accessible als possibles beneficiaris i personal extern que participi. Ha d'estar ben connectat amb transport públic per tal de facilitar la participació de tothom. D'altra banda, es recomana escollir una zona amb possibilitat de combinar espais interiors i exteriors.

El disseny de les instal·lacions han de consistir en configuracions variables, obtingudes a través d'illes cooperatives i estacions flexibles; pantalles i connexions, àrees especialitzades junt amb àrees menys especialitzades per utilitzar-se amb fluïdesa i fins i tot simultàniament, superant el component fix de l'aula tradicional. Afavorir zones separables mitjançant parets mòbils, mobles mòbils i dispositius individuals o col·lectius en carretons, creant entorns de treball i temporals separats. Mobles, colors i les llums han d'estar orientats a dirigir i crear zones de benestar.

Per tal de construir un CreaLab que sigui operatiu és necessari dotar-lo d'una estructura específica, és recomana que estigui compost de:

- 1 Sala plenària per a tots els membres del grup
- 4 o 5 sales per treball en grups petits
- Connexió a banda ampla o connexió wi-fi
- Connexió Wi-fi

En relació al mobiliari, aquest ha de permetre la seva mobilitat de manera fàcil, la forma no té perquè seguir el patró de línies rectes sinó que es prefereix mobiliari amb línies corbes. D'altra banda, és molt important la llum natural i l'obertura d'espais.

5. ORIENTACIONS I PASOS PER A LA IMPLANTACIÓ DEL TALLER DE CREATIVITAT

- Pas 1: Un lloc per al CreaLab (preferiblement) permanent (in situ o en línia)
- Pas 2: Selecciona un expert en creativitat
- Pas 3: Selecciona una empresa
- Pas 4: Organitza reunions prèvies amb l'empresa per definir els reptes
- Pas 5: L'expert en creativitat prepara una metodologia apropiada pel taller de creativitat amb la duració apropiada
- Pas 6: L'expert en creativitat prepara l'agenda del taller amb parts dividides (introducció i identificació): hauria d'incloure un descans d'una hora per dinar o breus pauses per al cafè
- Pas 7: El taller creatiu produeix un pla d'acció que conté tots els elements (investigació i desenvolupament, finances, màrqueting, empleats) per desenvolupar una nova idea de negoci sostenible

Per tal de desenvolupar un taller de creativitat és important seguir els passos anunciats prèviament i que es detallen a continuació:

- 1- Lloc per al CreaLab: La correcta elecció i disseny de la ubicació és primordial per construir les bases de l'èxit del taller i l'ecosistema de tallers creatius. La ubicació, la estructura i el contingut poden afavorir una millora de l'activació de la creativitat que es veurà repercutida durant el taller.
- 2- Selecciona un expert en creativitat: L'elecció d'una persona que faciliti el taller i que sigui capaç de conduir-lo de manera eficient i eficaç és imprescindible per a que els tallers siguin exitosos.
- 3- Selecciona una empresa: La selecció de les empreses participants permetrà focalitzar el taller en els reptes d'aquesta.
- 4- Organitza reunions prèvies: Per tal d'assegurar l'èxit del taller cal conèixer la realitat de la empresa que participarà així com avaluar el seu nivell de sostenibilitat a través del Ciset Model
- 5- Metodologia apropiada per a cada taller: L'expert en creativitat ha de dissenyar una metodologia específica i adaptada als reptes de cada empresa per tal de conduir la sessió a la resolució d'aquest reptes de manera innovadora i sostenible
- 6- Agenda: La gestió del temps és molt important per a dur a terme el taller amb èxit. Per aquesta raó, la planificació i el respecte a l'agenda són essencials per aconseguir uns bons resultats
- 7- Pla d'acció: El resultat del taller s'ha de poder materialitzar i capitalitzar amb un pla d'acció que serveixi de suport a les empreses participants en la implementació de les idees innovadores generades en el transcurs dels tallers.

6. PASSOS PER A IMPLEMENTAR UN ECOSISTEMA DE TALLERS CREATIUS A ESPANYA

Les experiències guanyades pels socis del projecte en el CreaInnovation ens han demostrat que tres parts de l'ecosistema del taller creatiu són essencials: ubicació (on preparar CreaLab, com preparar CreaLab), recursos humans (qui serà el líder del taller creatiu, qui participarà a tallers, necessiteu una llista de persones, que es dirà quan l'empresa tindrà un repte que requerirà experiència específica) i finançament (on obtindrem els fons necessaris per donar suport al funcionament de l'ecosistema de tallers creatius).



UBICACIÓ

Es realitzen tallers creatius als CreaLabs. Però la decisió essencial és on establir un CreaLab. Això depèn de la decisió si el CreaLab és d'ús local, regional o estatal, també si funcionarà a nivell empresarial, cultural o educatiu. Dins de la decisió, també hem de tenir en compte qui finançarà l'ecosistema. Si un municipi aporta fons, serà fonamental tenir una ubicació dins de les fronteres del municipi. Si la zona empresarial la funda, la ubicació serà a la zona empresarial.

A partir d'aquests exemples, l'establiment de l'ecosistema del taller creatiu ha de triar acuradament la ubicació que serà accessible per als grups objectiu i que estarà d'acord amb els fons rebuts.

Quan escollim la ubicació, hem de dissenyar el CreaLab. L'establiment pot trobar les instruccions sobre les condicions de l'espai i quins equips han d'estar presents al CreaLab adequat al capítol 4.

FONTS DE FINANÇAMENT

L'ecosistema de tallers creatius necessita un sistema de finançament segur. La construcció del CreaLab tindrà costos de preparació i posta en marxa. També, empleats i experts, que treballaran en el taller de creativitat suposaran una despesa a través de costos de personal o costos externs.

- ✓ Els clients paguen la totalitat de la implementació del taller creatius
- ✓ El promotor del CreaLab obté subvencions i fons de convocatòries i per tant el client final paga menys
- ✓ L'ecosistema de tallers creatius es finançat per autoritats municipals, regionals, estatals o per associacions empresarials en la seva totalitat, per tant les empreses gaudirien de tallers de creativitat gratuïtament

RECURSOS HUMANS

L'èxit d'un taller de creativitat, principalment, resideix en les persones escollides per implementar el taller. Fer obtenir un taller exitós, necessites un **expert creatiu, ajuda administrativa** (qui redactarà el pla d'acció), **experts** en matèria de **innovació, sostenibilitat i finances**. Com que els clients (empreses) poden ser de diferents sectors empresarials, diferents cultures, educació... el promotor ha de tenir una llista d'expert que pugui cobrir qualsevol tipus de repte. La experiència obtinguda gràcies al projecte mostra que **alumnes, professors, directors o responsables d'àrees, els fills dels propietaris...** són una excel·lent valor afegit per a la qualitat del taller.

El promotor de l'ecosistema de tallers creatius necessita dedicar-se amb cura a l'elecció de la o les persones adequades per desenvolupar el taller. És molt important destinar una part del pressupost a despeses de personal i el cost derivat de la participació dels experts.

Per construir un ecosistema de tallers de creativitat és imprescindible trobar una font de finançament compromesa amb la promoció d'aquesta activitat. Poden ser des de l'administració local, regional o nacional per tal d'afavorir la innovació creativa en les empreses del seu territori a organitzacions empresarials privades que vulguin oferir aquest servei a les seves empreses o associats, també s'inclou en aquesta categoria clústers empresarials. A més del finançament, la gestió ha de ser eficient, és a dir, s'han de destinar recursos a la gestió del CreaLab que permeti, no només posar-lo en marxa sinó també assegurar la seva continuïtat en el temps. Cal trobar un gestor encarregat de trobar empreses interessades en participar en aquest tipus de tallers i que pugui fer un seguiment de les empreses que han participat i avaluar l'impacte del taller en aquestes empreses, tant mateix aquesta figura pot servir de suport al expert en creativitat que facilitarà les sessions.

Per aconseguir un nivell desitjable d'empreses participants és important donar a conèixer el CreaLab i els tallers, per fer-ho, es recomana l'organització d'activitats comunicatives per a que les empreses puguin veure el valor afegit de participar en aquesta activitat.

7. TALLERS CREATIUS A ESPANYA

A Espanya, mitjançant 9 tallers, es van arribar a 9 pimes. La tipologia de les pimes era diversa. Tres d'elles eren empreses mitjanes i la resta eren microempreses. Els sectors d'activitat representats van ser l'alimentació, les joguines, la confecció, els serveis professionals immobiliaris, de qualitat i informàtics, el turisme, els serveis professionals del dret. La majoria es localitzaven a zones urbanes i algunes a les zones rurals.

Durant tots els tallers, les empreses van experimentar un embut de innovació. En general, tots els tallers tenien el següent camí:

- 1.- Introducció al taller i principis de pensament eficaç
- 2.- Compartir informació de les pimes entre tots els assistents
- 3.- Identificació de reptes
- 4.- Ideació
- 5.- Avaluació i selecció d'idees
- 6.- Pla d'acció
- 7.- Principals aprenentatges i resum

Hi va haver 2 tallers que no van seguir exactament aquest camí. Un era la Companyia d'advocats que ja tenia el repte definit i volia explorar en profunditat totes les restriccions possibles i afrontar-les des del propòsit i els valors de l'empresa. L'altre era el taller multisectorial on participaven quatre pimes. Cada pime treballava pel seu compte, només comptava amb el suport de membres de la UIC i de la Cambra de Comerç de Barcelona.

En tots els tallers, durant la fase de la ideació, es van crear almenys 90 idees, arribant en un cas a 160 idees i sent la mitjana de 120 idees. Com que les idees responien al desafiament que ja tenia l'enfocament ecològic en el seu contingut, podem considerar que les idees eren totes ecològiques.

A cada taller les persones es van dividir en grups que finalment van avaluar les idees i en van seleccionar algunes per treballar per al seu desenvolupament posterior. Es va perfeccionar les idees finals i es va crear un pla d'acció per a elles.

El CreaLab es va celebrar en col·laboració amb el soci universitari (UIC). Han estat un soci actiu i estan molt satisfets amb el projecte. Alguns professors d'innovació / empresa estaven entusiasmats amb la metodologia que representava per a ells, professors i estudiants, un enfocament nou o més ampli de la innovació i la creativitat.

La sala seleccionada per desenvolupar el taller de creativitat s'anomena "Aula-Jardí" i és una sala de conferències multifuncional. Es poden col·locar i moure cadires, taules, pissarres en negre i pissarres electròniques, taulers i parets addicionals sense restriccions. També té un escenari d'actuació a un costat, un ordinador, àudio i un projector per a presentacions. Ofereix la possibilitat de comptar amb un equip tècnic si calen gravacions, altaveus, vídeo o qualsevol altre requisit. El Aula-Jardí té totes les instal·lacions necessàries per desenvolupar els tallers de creativitat i és un espai inspirador, molta llum i energia.

8. CONCLUSIONS

La innovació i el desenvolupament sostenible de les pimes tenen un paper fonamental en el desenvolupament de tota la regió. La creativitat és un factor essencial en el procés de desenvolupament. Les experiències del projecte ens han demostrat la importància de la creativitat per desenvolupar idees innovadores per a les pimes. Els empresaris van obtenir una visió vital sobre com produir una idea innovadora per al seu negoci.

Hi ha un creixent interès i consciència sobre el paper i la rellevància de la creativitat i la innovació a Europa. Es reconeix que Europa necessita reforçar la seva capacitat de creativitat i innovació per poder respondre eficaçment al desenvolupament de la societat del coneixement i ser més competitiva en termes econòmics i socials. El coneixement i la innovació es veuen com el cor bategant del creixement europeu.

Com hem vist, Catalunya és una de les regions més innovadores d'Espanya i Europa on la creativitat està impulsada des del sector públic mitjançant ACCIÓ però especialment a través del sector privat amb iniciatives com l' Imagine Creativity Center- Xavier Verdaguer, l'Audi Creativity Challenge o l'ESADE Creapolis.

L'ecosistema de tallers creatius ha complir tres requisits per tal d'obtenir resultats exitosos – ubicació, finançament i recursos humans. L'establiment d'un ecosistema de tallers creatius ha de fer especial atenció a la ubicació que ha de ser accessible per als grups objectiu i estarà en concordança amb els fons rebuts i el seu origen.

El taller creatiu es duu a terme en el CreaLab, que és el lloc ideal per fomentar la innovació i la creativitat. En el cas dels tallers desenvolupats a Espanya, el CreaLab escollit va ser la "Aula-Jardí" i és una sala de conferències multifuncional. Es poden col·locar i moure cadires, taules, pissarres en negre i pissarres electròniques, taulers i parets addicionals sense restriccions. També té un escenari d'actuació a un costat, un ordinador, àudio i un projector per a presentacions. La metodologia seguida va estar dissenyada però com hem vist al capítol 7, ha seguit els mateixos patrons en tots els tallers.

La creativitat ofereix dotzenes de noves idees, però aquestes idees nos són innovacions fins que són implementades. S'ha d'assumir el risc i oferir alguna cosa més per a que una idea creativa es converteixi en una innovació.

En aquests moments la creativitat és un factor fonamental per trobar solucions als reptes que ens trobem. Ni el món, ni la societat seran els mateixos que abans de la pandèmia de la COVID-19, estem afrontant nous reptes que requereixen noves solucions, noves metodologies i noves preguntes. La creativitat és l'eina perfecta per superar aquesta situació i idear noves solucions innovadores. Com hem vist, els CreaLabs poden ajudar a fomentar i a incentivar la creativitat que, ara més que mai, és imprescindible per dissenyar solucions sostenibles i innovadores per poder continuar creixent i desenvolupant-nos econòmicament i socialment.