



Seminarios virtuales Miércoles del exportador

Técnicas creativas para desarrollar mejores productos de exportación

Lima, 17 de mayo de 2023



Ricardo Vargas Torres
rvargast@adexperu.edu.pe
Consultor en creatividad e
Innovación/ Mentoring para
empresas

LA
CREATIVIDAD
ES LA
INTELIGENCIA
DIVIRTIÉNDOSE

ALBERT EINSTEIN



“La creatividad es, debería ser, algo más que una palabra de moda. No se trata de un nuevo concepto psicológico, ni de una imagen para el marketing, sino de un rico potencial humano que es preciso identificar, estimular y utilizar en la vida”



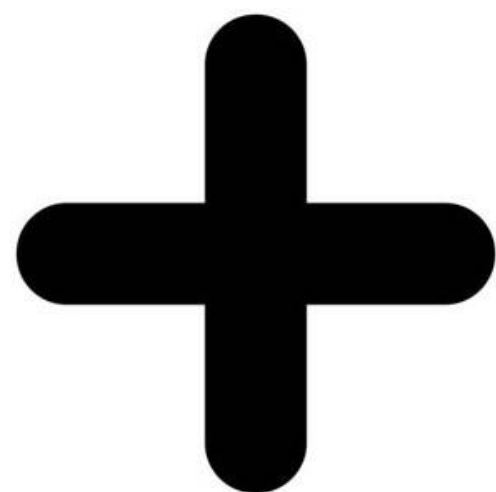
José Gómez Cumpa . (2005). Desarrollo de la creatividad. Lambayeque: Fondo Editorial Universitario

¿Qué es Creatividad?



LA CREATIVIDAD ES LA
PRODUCCIÓN DE UNA IDEA ,ES LA
CAPACIDAD DE COMBINAR DE
FORMA NOVEDOSA 2 O MÁS
CONCEPTOS CON EL OBJETIVO DE
RESOLVER ALGÚN PROBLEMA





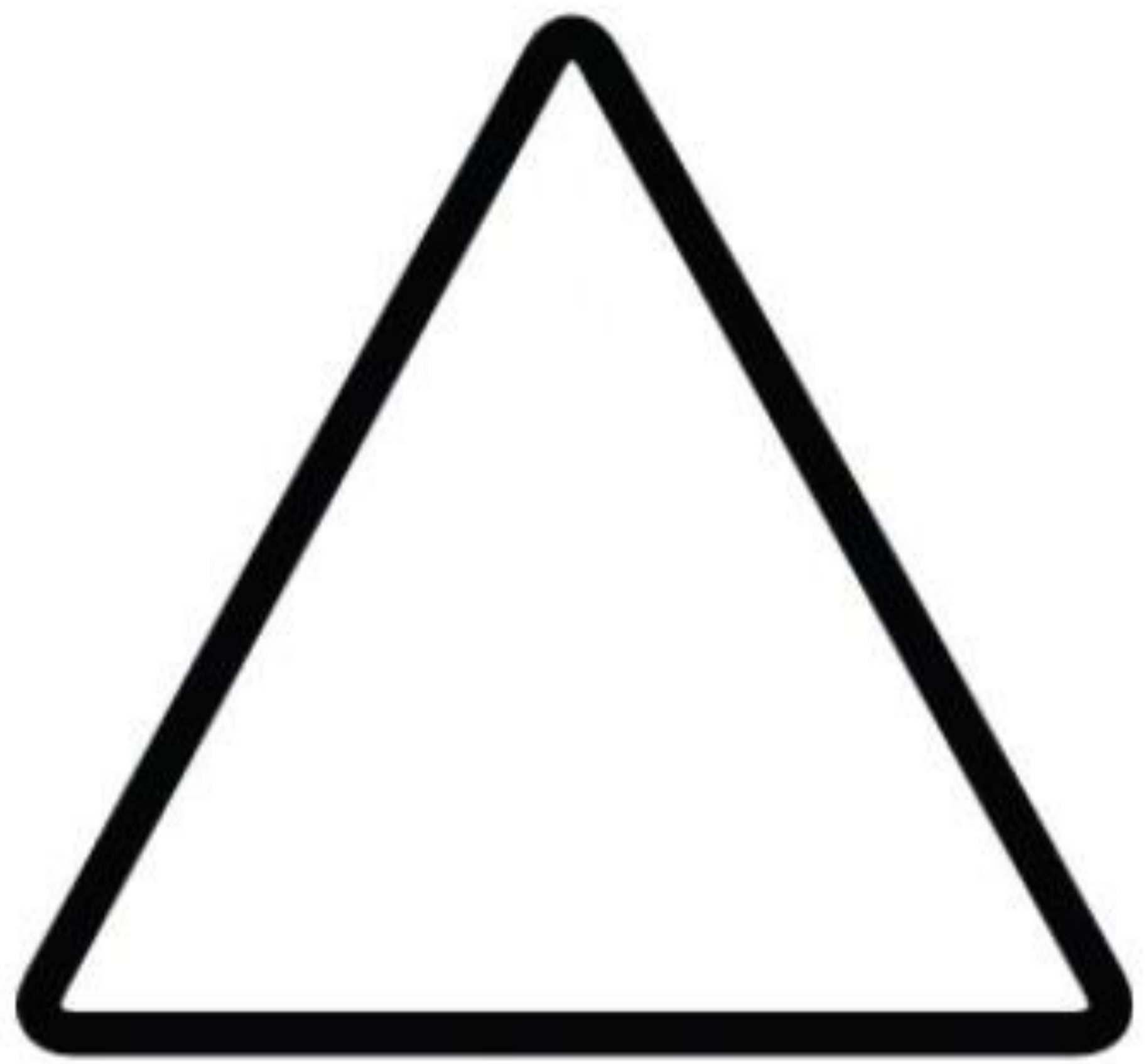


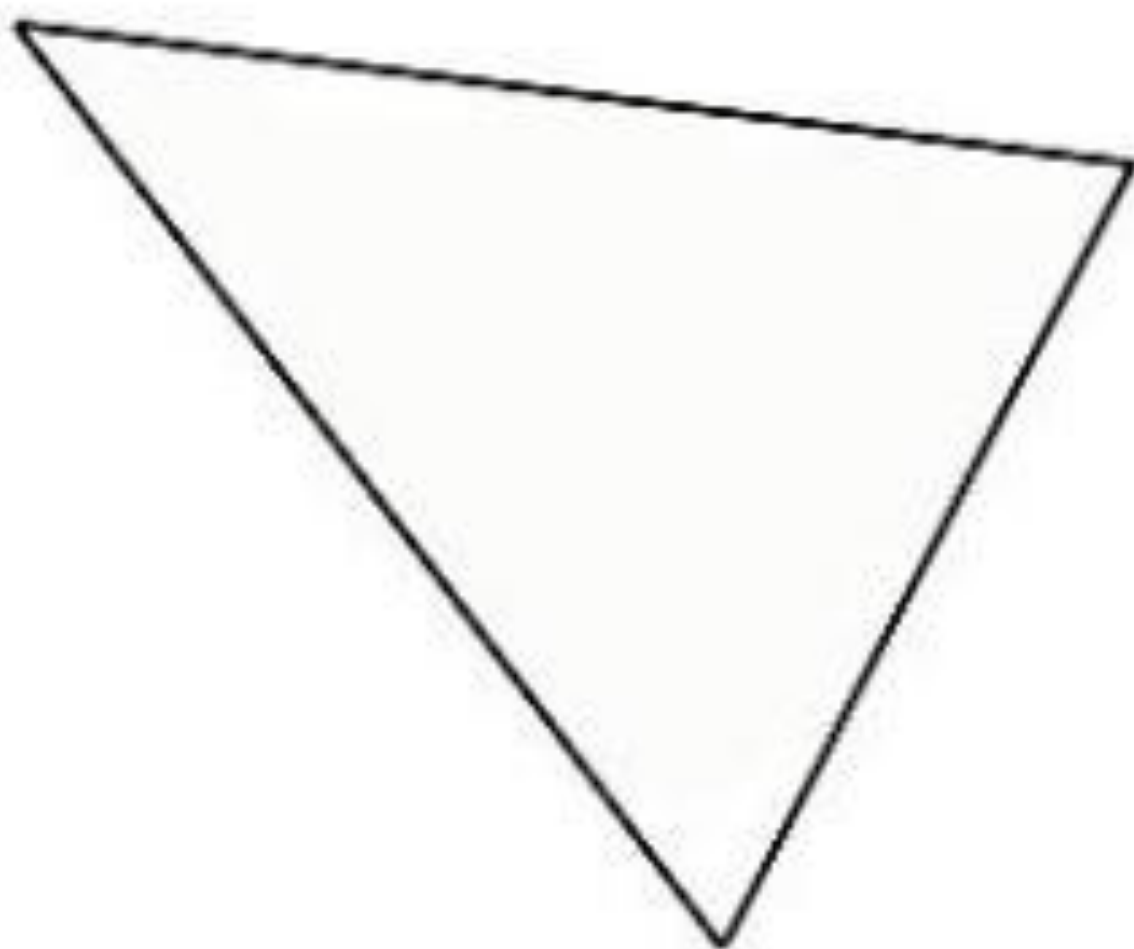
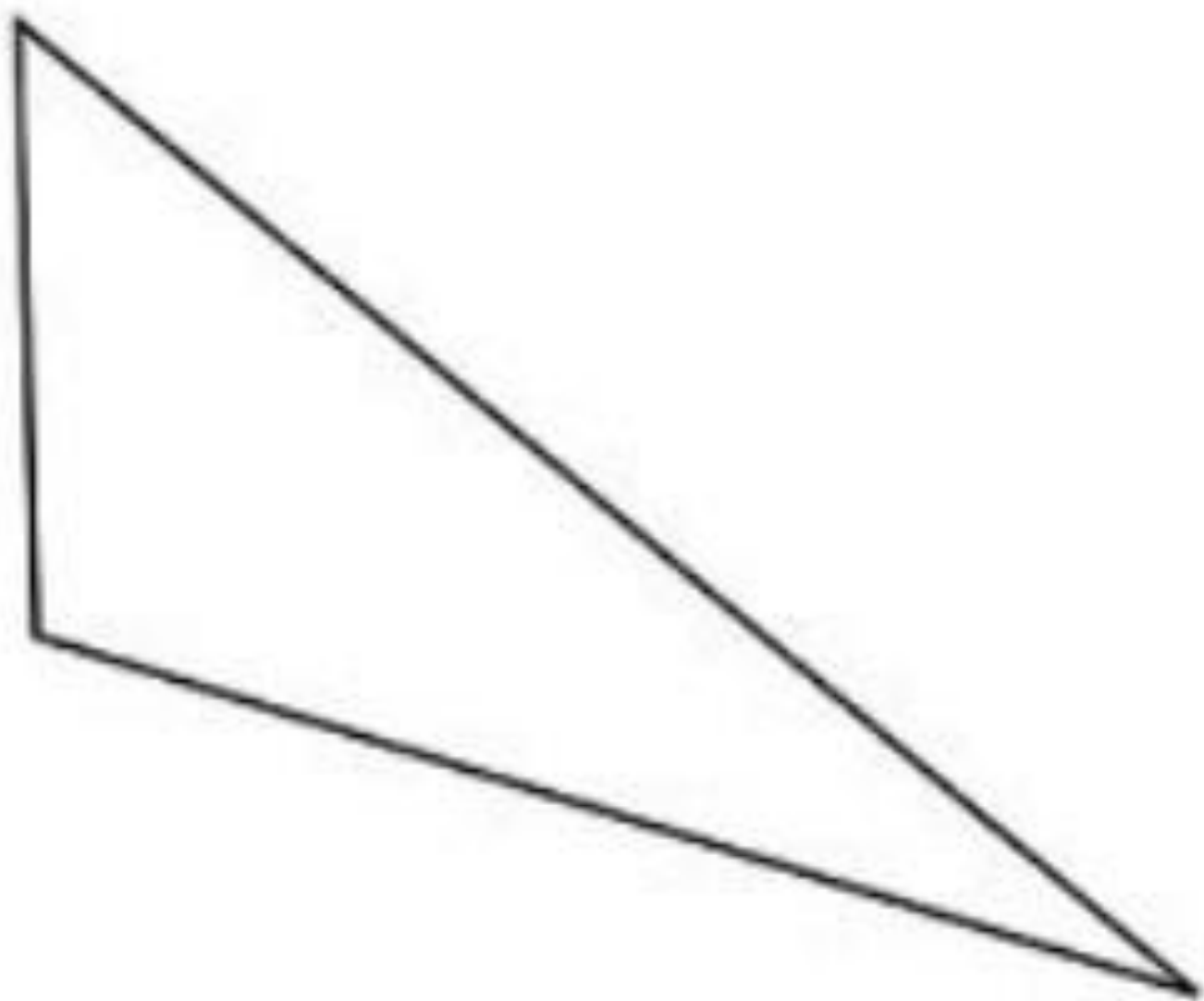
“La creatividad es un proceso de desarrollo y expresión de ideas nuevas que podrían ser útiles”

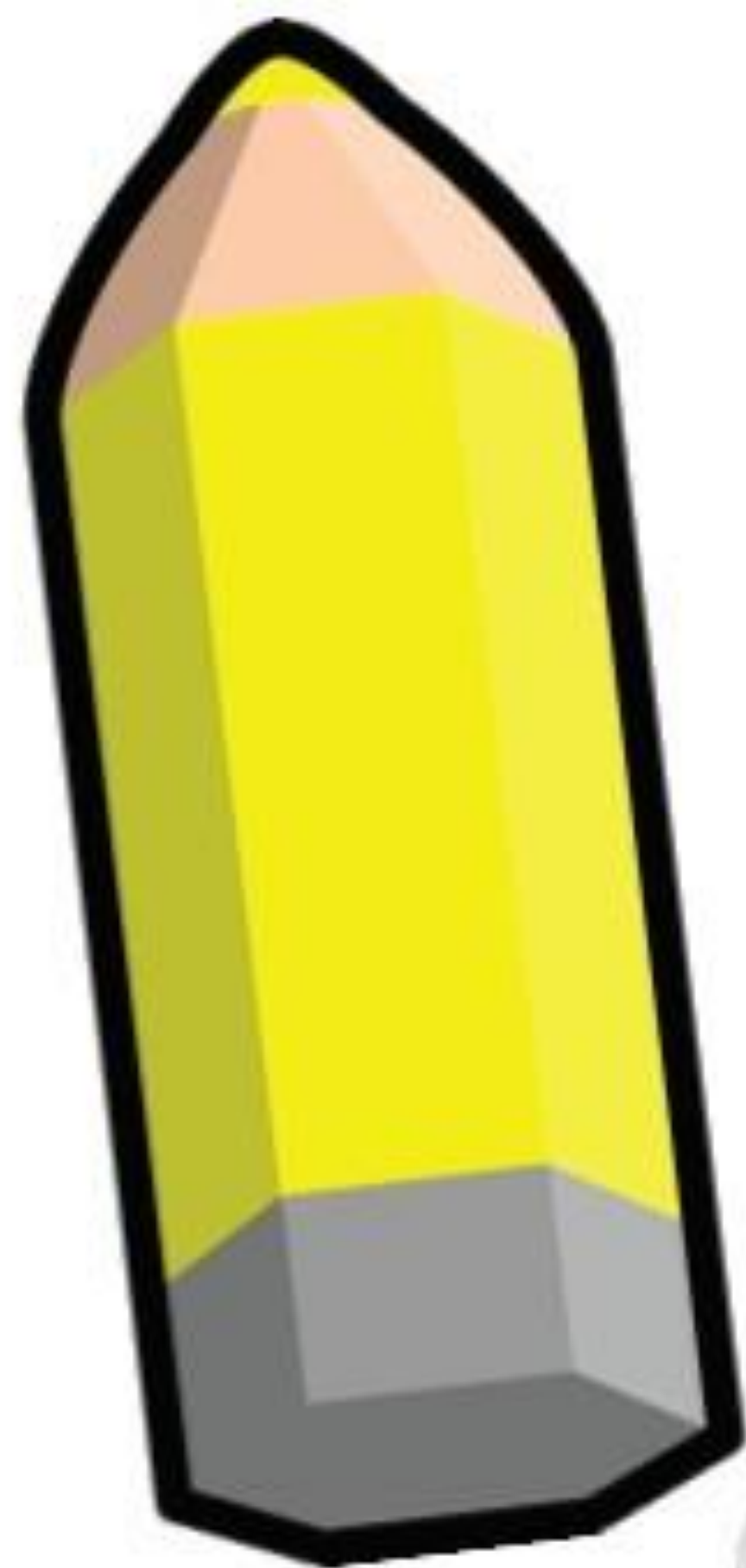
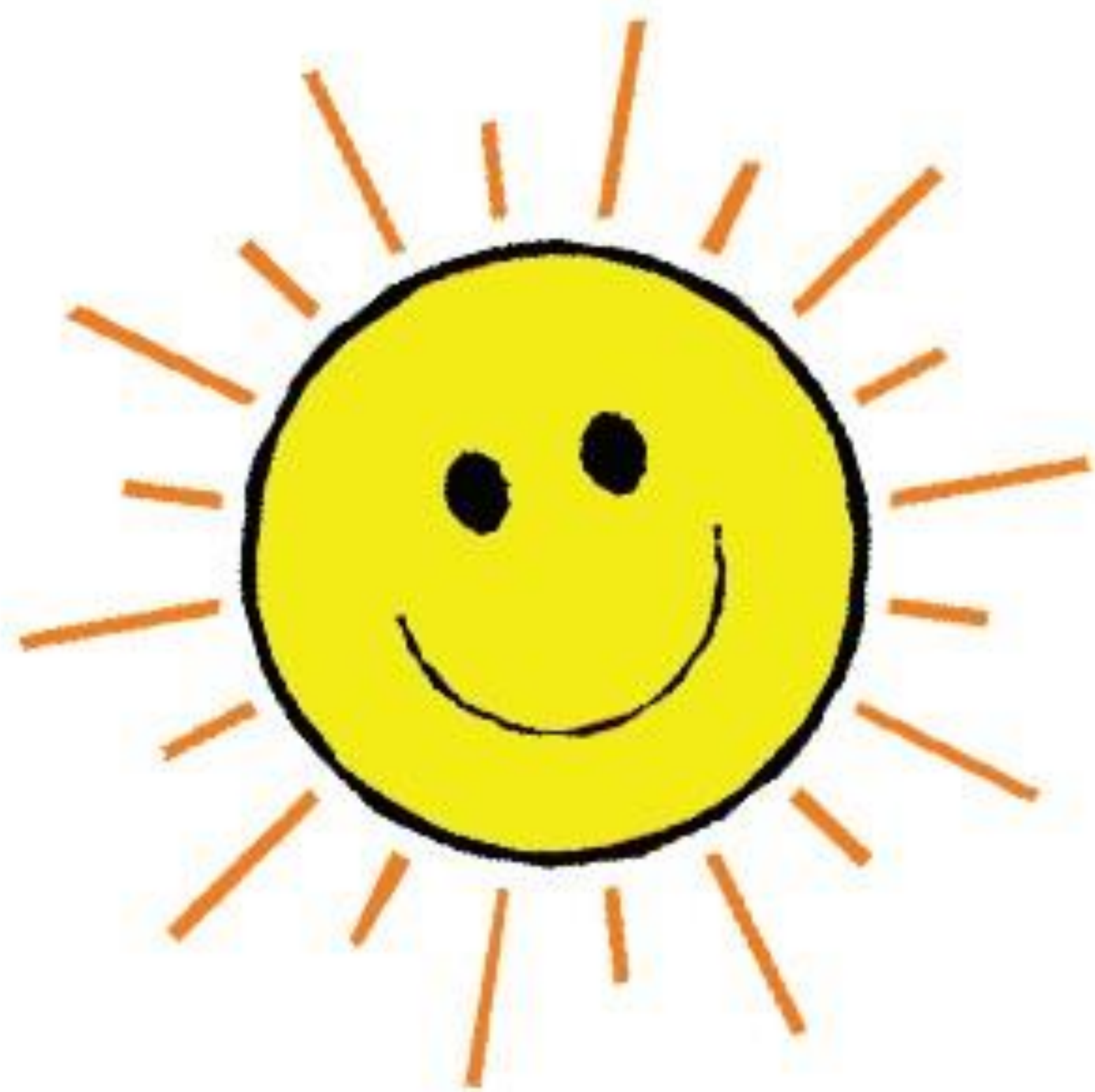


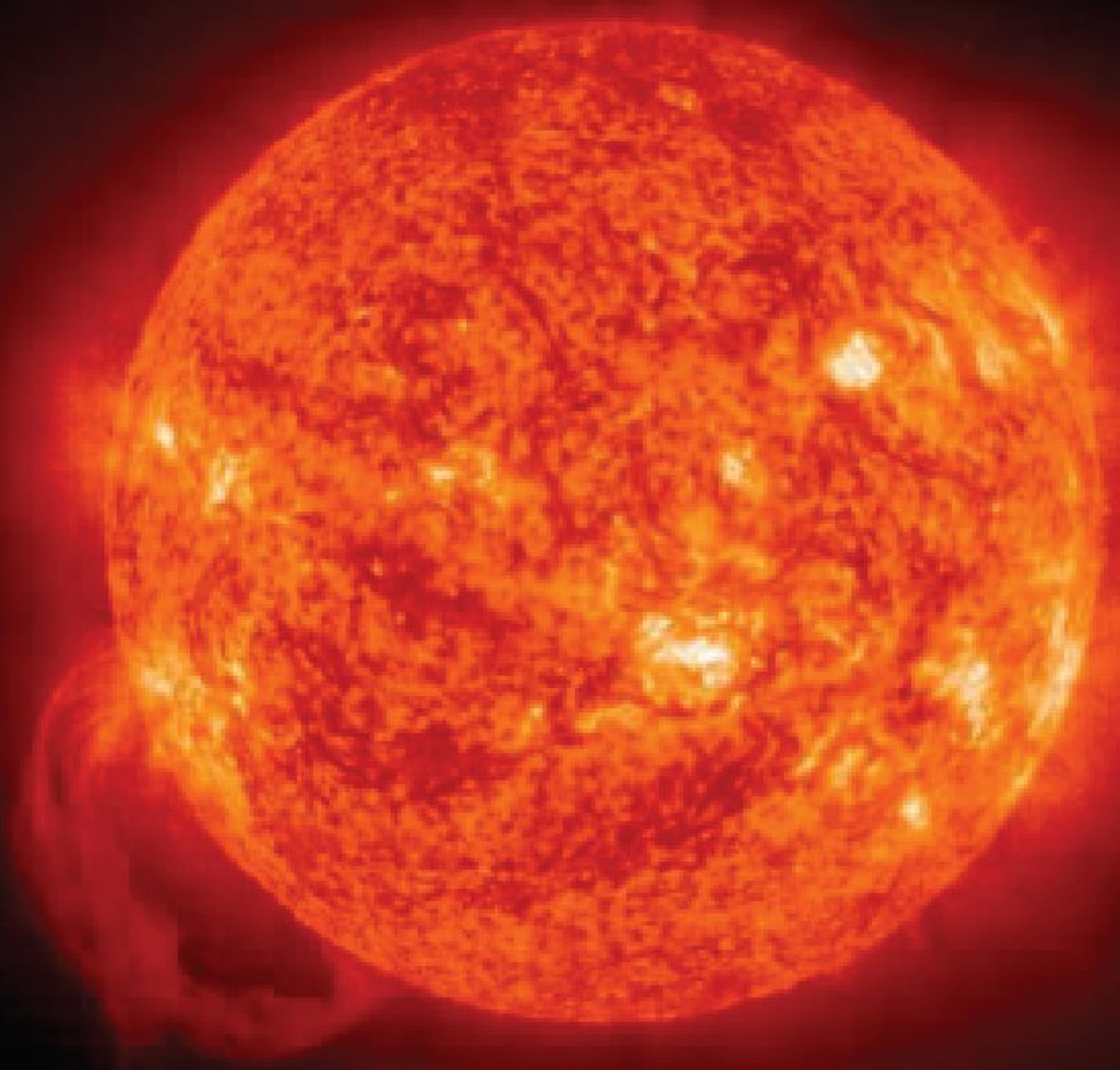
5

segundos











*-¿Por qué no le quitamos la función de grabación y el micrófono y le ponemos auriculares al grabador?
Masaru Ibuka (presidente de Sony).*



*-¿Por qué no puede haber un servicio confiable de correo veloz?-
Fred Smith (fundador de Federal Express).*

The logo for FedEx Express. The word "FedEx" is written in a bold, sans-serif font. The letters "Fed" are dark blue, and the letters "Ex" are orange. A white arrow is hidden within the negative space of the "E" in "Ex". Below "FedEx", the word "Express" is written in a smaller, dark blue, sans-serif font.

FedEx
Express

Tjénicas
para
áncertávar la
creatávádad



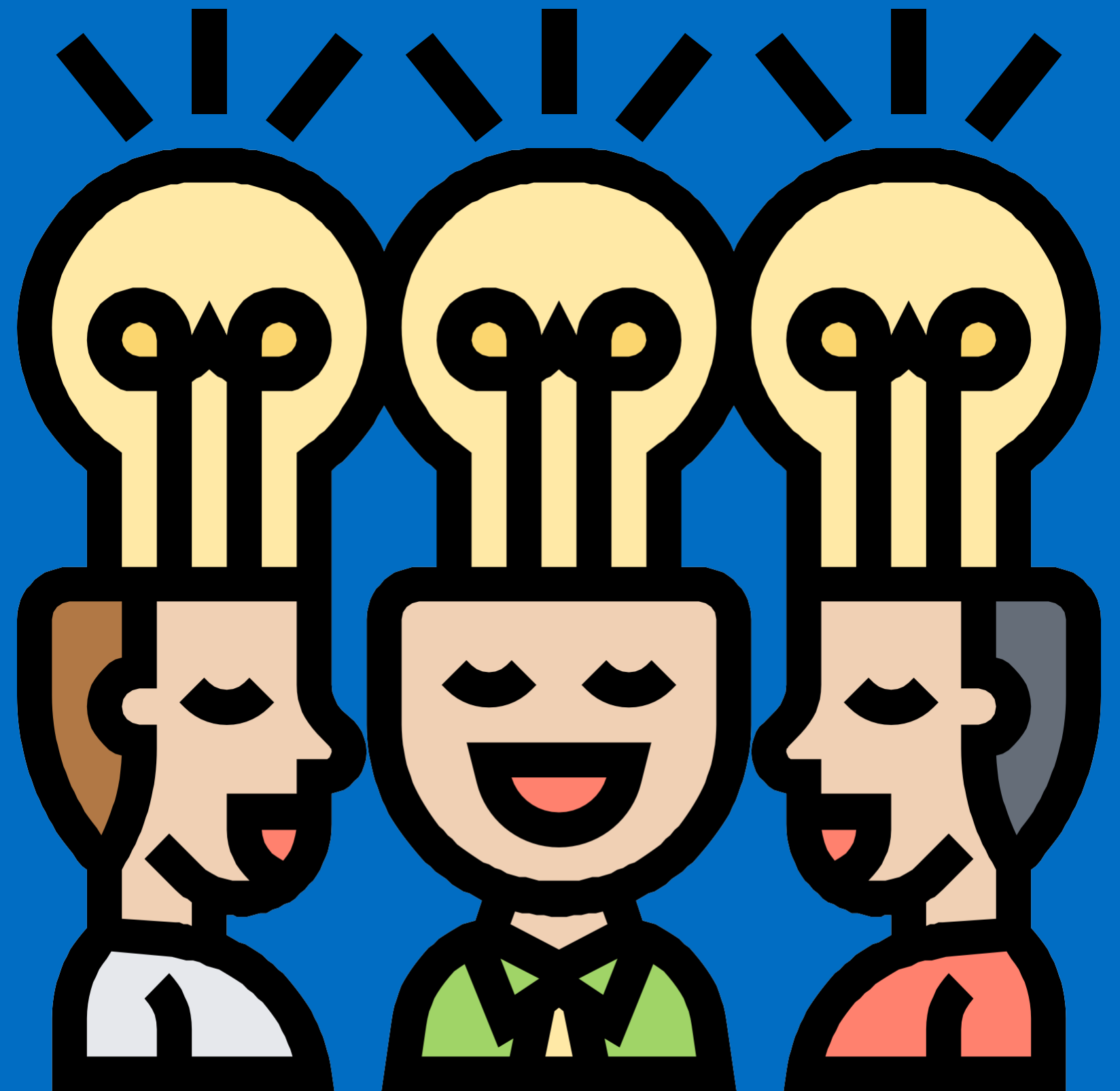
Técnicas de creatividad

Son métodos que permiten el entrenamiento creativo. Implican determinadas acciones que en general, son más importantes que la técnica en sí misma, y que sirven como estímulo.



Lluvia de ideas

Técnica usada para la generación de grandes cantidades de ideas, fomentando de la participación y el pensamiento creativo del grupo







5 Why?



¿POR QUÉ?



¿POR QUÉ?



¿POR QUÉ?



¿POR QUÉ?



¿POR QUÉ?

La Solución Real Se
Encuentra Aquí

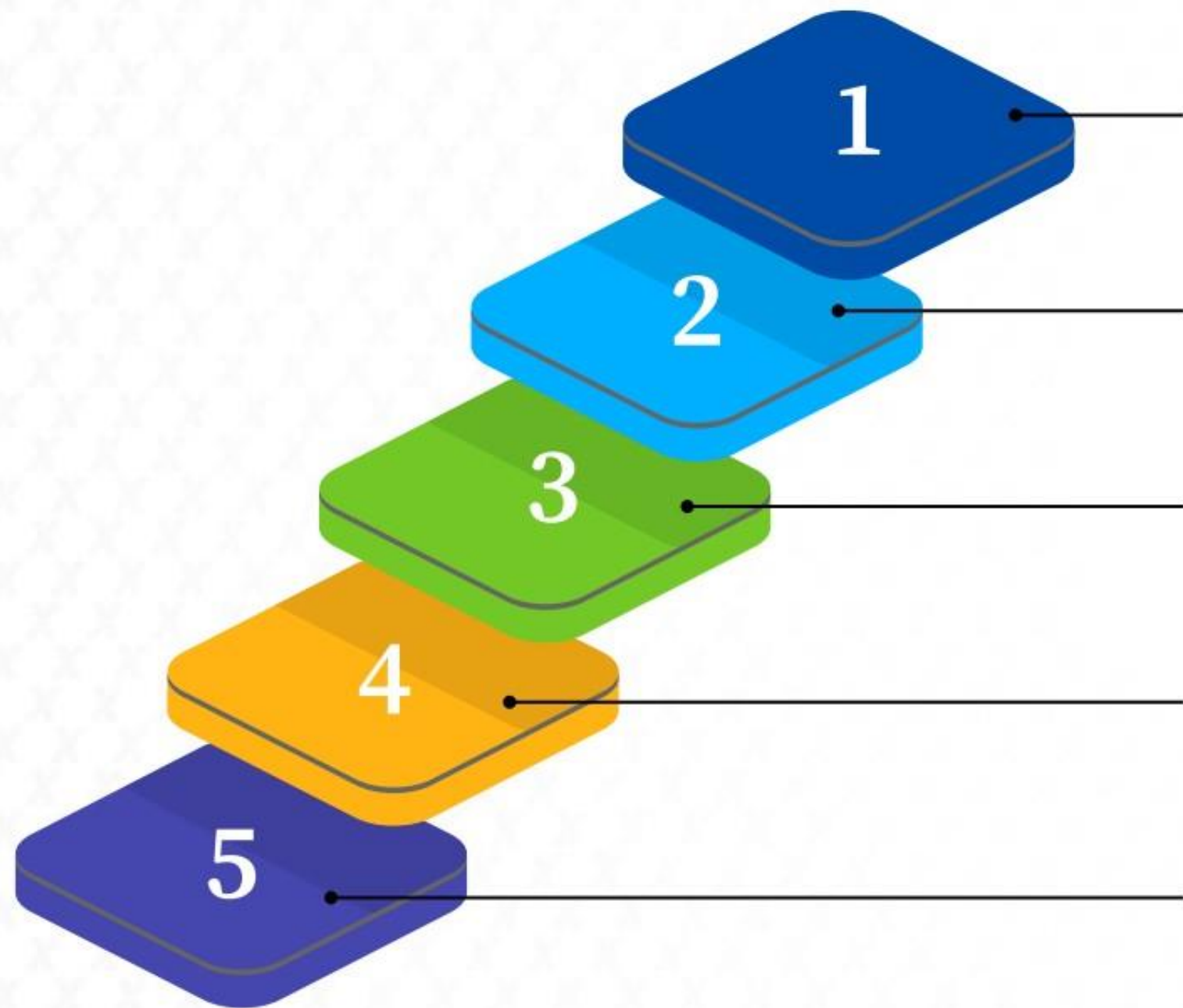


Es un método interrogativo, en el que se pregunta por qué se produjo cada evento que precedió al daño hasta encontrar la causa raíz.

Generalmente, se necesitan solo 5 preguntas para obtener la respuesta que buscas, de ahí el nombre.

Veamos el sgte ejemplo:
Imagina que tienes fiebre.
Tomas una pastilla para aliviar
los síntomas, pero eso no te
cura. Para eso, hay que
preguntarse:

¿por qué tengo fiebre?" → infección
viral → "¿por qué tengo una infección?"
→ he contraído el virus Influenza A
"¿por qué he contraído el virus?" →
tuve contacto cercano con un paciente
infectado → ¿por qué se pudo haber
contagiado ese paciente? → estuvo en
una fiesta el fin de semana → ¿por qué
no mantuvo el distanciamiento social?
→ no respeto las normas establecidas.



“Mi auto no arranca. (el problema)”

¿Por qué no arranca? *Porque la batería está muerta.*

¿Por qué la batería está muerta? *Porque el alternador no funciona.*

¿Por qué el alternador no funciona? *Porque se rompió la cinta.*

¿Por qué se rompió la cinta? *Porque el alternador está fuera de su tiempo útil de vida y no fue reemplazado.*

¿Por qué no fue reemplazado? *Porque no estoy manteniendo mi auto de acuerdo a las recomendaciones del fabricante.*



1.¿Porque?

Porque no tiene tiempo

Ricardo no
puede sacar a
su perrita
llamada Linda a
pasear

2¿Porque?

Porque tiene mucho trabajo

3¿Porque?

Porque se le esta juntando todo

4¿Porque?

Porque no le alcanza el tiempo

5¿Porque?

Porque se levanta tarde

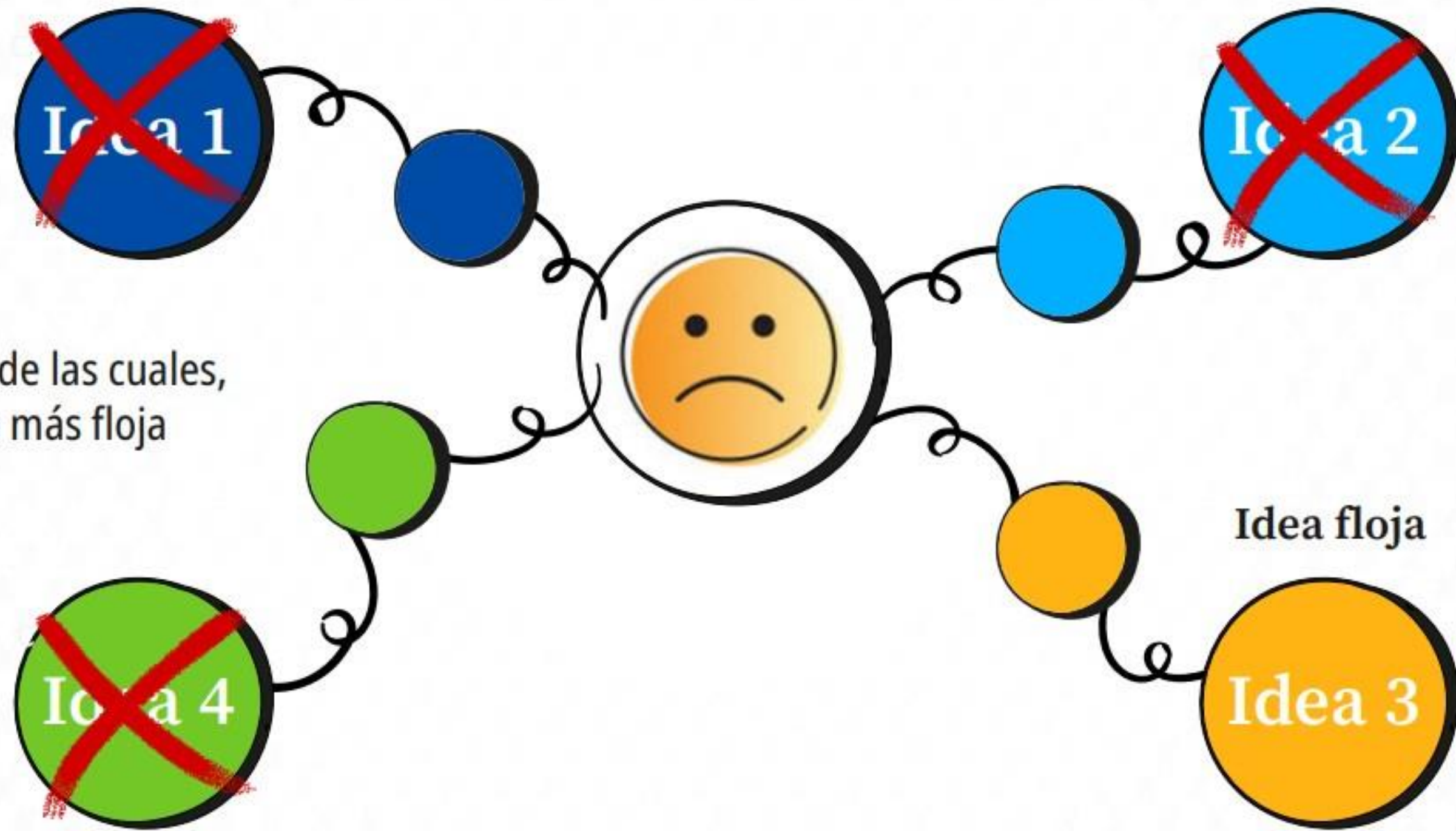
Problemáticas
comunes

¿Te ha pasado que has
querido generar ideas
creativas pero, tu mente esta
en blanco?



¿QUÉ SUCEDE
CUANDO QUIERO
DESARROLLAR
IDEAS NUEVAS?





Desarrollas 2 o 3 ideas de las cuales, terminas escogiendo la más floja

¿Cómo arreglamos esa idea floja?



SCAMPER

Es un nemotécnico:
iniciales de 7 verbos.

Es una lista de verificación (checklist)
generadora de ideas, basada en
verbos que podrían sugerir cambios a
una idea, producto, servicio o proceso
ya existente.

Podemos aplicarlo a distintos aspectos.



SUSTITUIR
COMBINAR
ADAPTAR
MAGNIFICAR / Modificar
PONERLE OTROS USOS
ELMINAR / Minimizar
REORGANIZAR / Revertir



1

Sustituir

¿Qué se puede sustituir?, ¿Quién?,
¿Puede cambiarse la regla?, ¿Los
ingredientes, el material?, ¿El
procedimiento?, ¿El formato?

2

Combinar

¿Qué ideas pueden combinarse?,
¿Combinar objetivos y
propósitos?, ¿Hacer un surtido?,
¿fusionar con otros objetos?,
¿combinar materiales?

3

Adaptar

¿Qué otra cosa es similar?, ¿qué
otra idea sugiere?, ¿se ha hecho
algo parecido antes?, ¿quién
podría copiarse?, ¿qué otras
ideas puedo incorporar?

4

Magnificar

¿Qué puede ser ampliado?, ¿qué
puede ser exagerado?, ¿qué
puede añadirse?, ¿más tiempo,
más fuerte?, ¿qué puede ser
duplicado?

5

Modificar

¿Qué se puede alterar?, ¿hay un
nuevo giro?, ¿cambiar nombre?,
¿proceso?, ¿cambiar significado?

6

Proponerle otro uso

¿Qué otra cosa podría utilizarse?,
¿existen nuevas formas de usarlo?,
¿podría utilizarse para otra cosa?, ¿se
puede dar otro uso al residuo?, ¿qué se
puede hacer modificándolo?

7

Eliminar o reducir

¿Qué pasaría si esto fuera más
pequeño?, ¿qué es lo que
debería omitir?, ¿puede
dividirse o partirse?, ¿restar,
borrar?, ¿qué no es necesario?

8

Reordenar

¿Qué otro arreglo puede tener?,
¿intercambiar componentes?,
¿qué puede añadirse?, ¿otro
dibujo?, ¿qué es lo opuesto a
esto?



Original idea



Substitute



Combine



Adapt



Multiply / Magnify



Put to other use




Eliminate



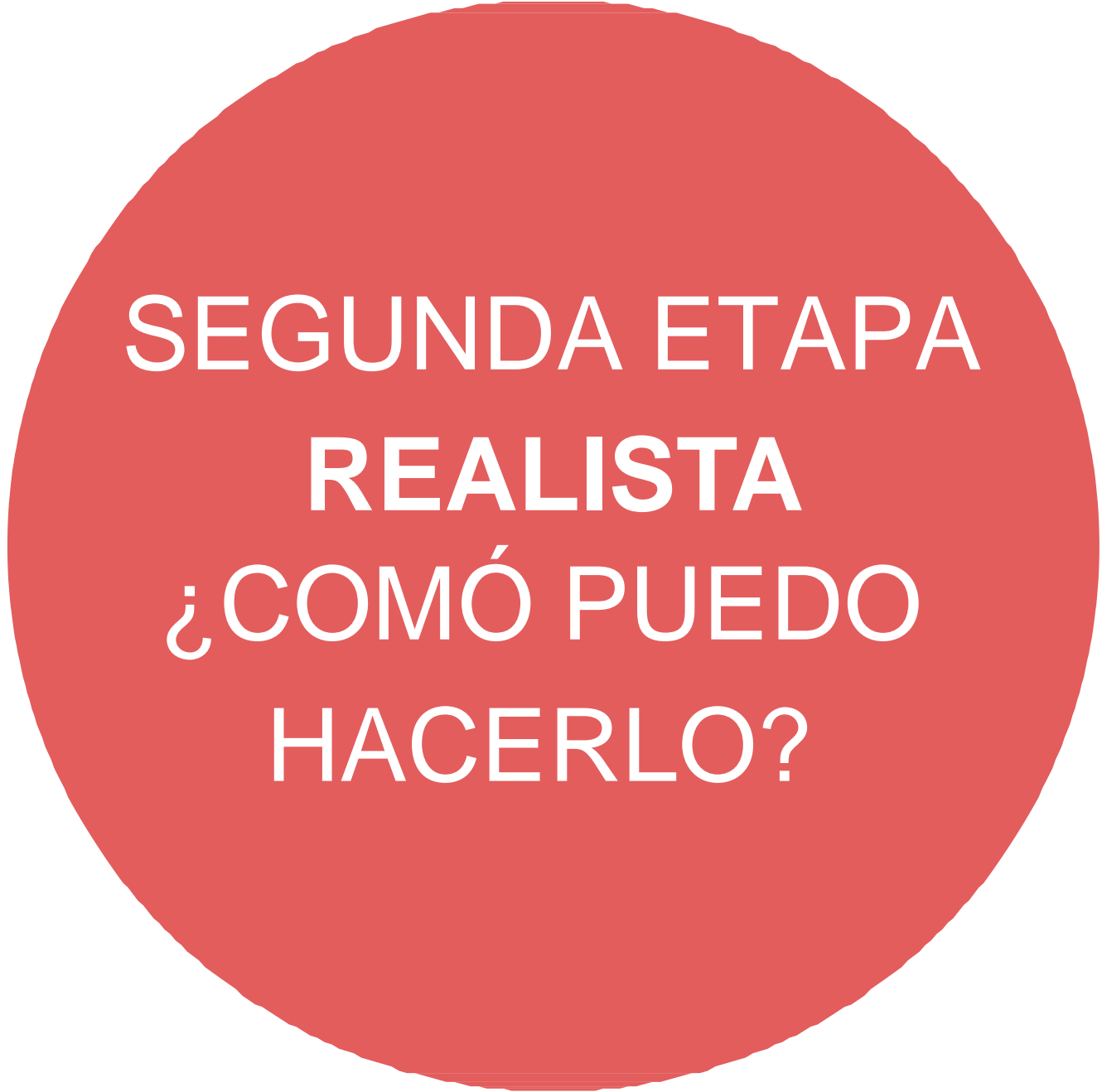
Rearrange





PRIMERA ETAPA
SOÑADOR
¿POR QUÉ NO?

**BRAINSTORMING
DIVERGENCIA**



SEGUNDA ETAPA
REALISTA
¿COMÓ PUEDO
HACERLO?

**MUNDOS REMOTOS
CONVERGENCIA**

ARTE DE PREGUNTAR

TERCERA ETAPA
CRÍTICA
¿QUÉ HACE
FALTA?

¿QUÉ CLASE DE? ¿DE DÓNDE? ¿COMO SE VA
HACER? ¿POR QUÉ?

¿PARA QUÉ? ¿POR QUÉ CAUSA? ¿POR
CUÁNTO TIEMPO?

¿A QUIÉN? ¿DE QUIÉN? ¿MÁS?

¿PARA QUIÉN? ¿CÓMO? ¿DE QUÉ MANERA?

¿QUIÉN? ¿EN QUÉ MEDIDA? ¿MENOS?

¿TODOS? ¿CUÁNTO?

¿NO TODOS? ¿A QUÉ DISTANCIA? ¿PARA QUÉ?

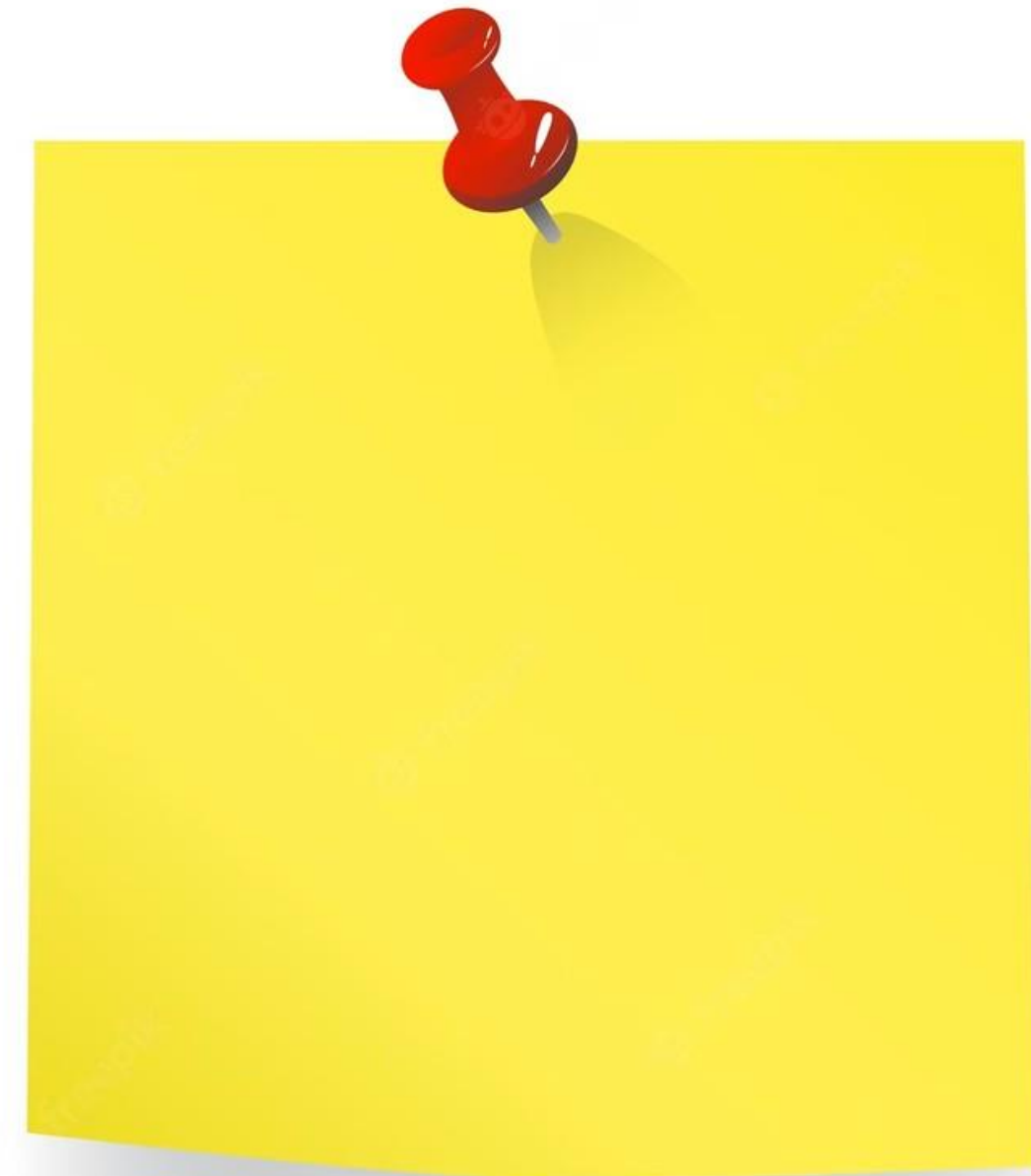
¿IMPORTANTE? ¿DÓNDE? ¿DE DÓNDE?

¿OTRA VEZ? ¿EN QUÉ OTRO LUGAR? ¿CUAN
DIFÍCIL ES?

¿CUÁNTAS VECES?



La falta de lectura en niños

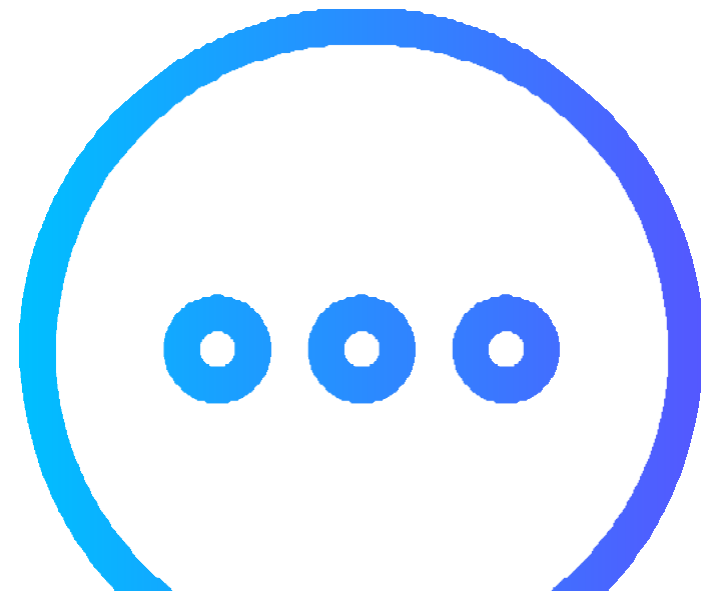


**Un app que va poder
contar historias
parciales a los niños
para que luego busquen
la continuación
comprando el libro**



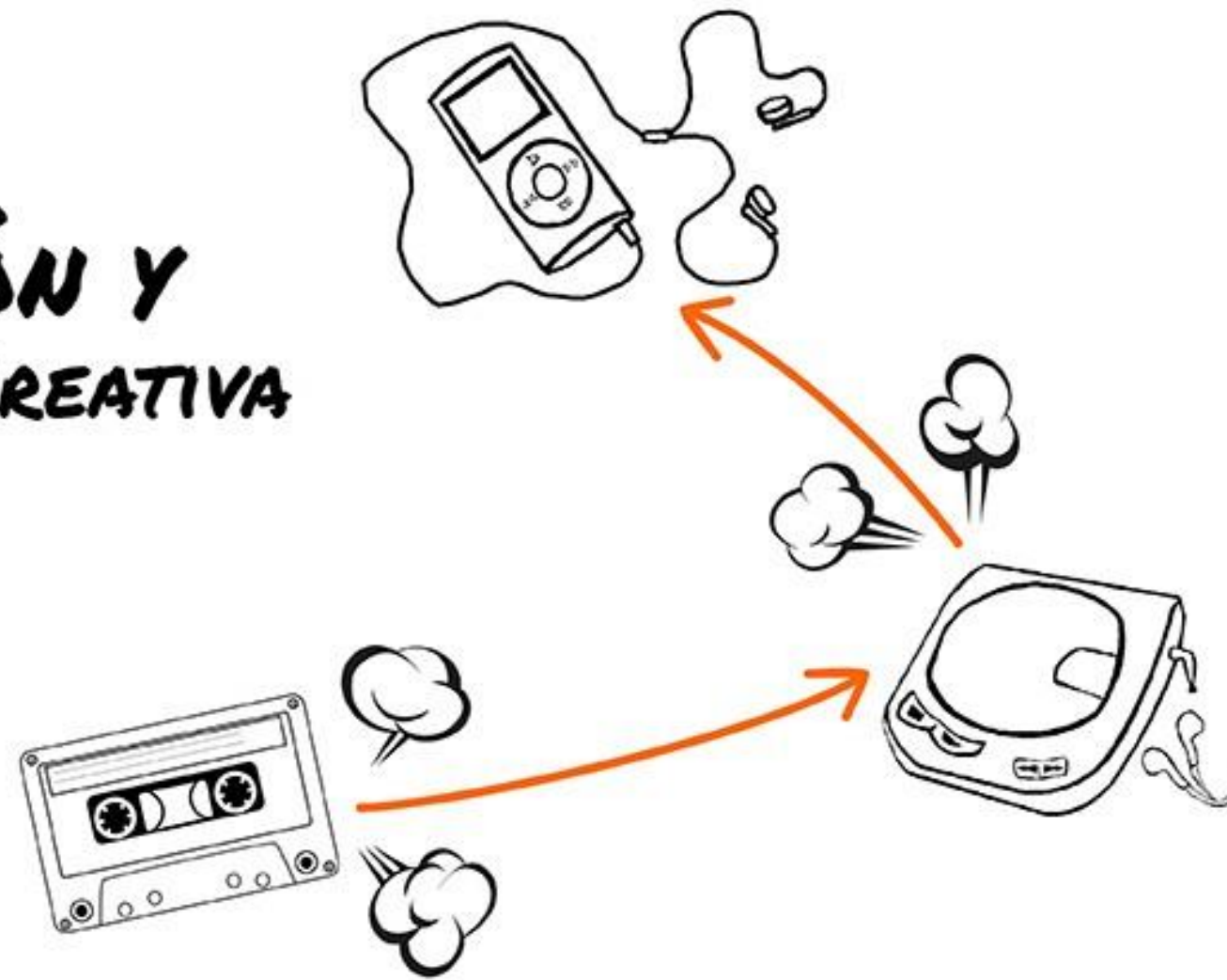
Va hacer en Android, usando gamificación, que tenga audio y pueda ser interactivo

¿Funcionará? ¿Se podrá jugar?
¿Se escuchara bien el audio? ¿Un app híbrida?
¿Nativa? ¿IOs? ¿Cómo el niño va saber donde
encontrar la continuación del libro? ¿Alianza con
alguna librería? ¿Cómo se medirá cuantos niños
finalmente terminan la historia? ¿Qué opinan los
padres? ¿Se va hacer algún focus? ¿esta app
cuanto pesara?



LA INNOVACIÓN Y LA DESTRUCCIÓN CREATIVA

© innodriven.com



ES LA CAPACIDAD
TRANSFORMADORA DEL
EMPRESARIO/EMPRENDER,
QUE LO HACE UN
INDIVIDUO
CAPAZ DE SISTEMATIZAR
IDEAS E IMPLEMENTARLAS

JOSEPH SHUMPETER



“La creatividad consiste en pensar en cosas nuevas, la innovación consiste en hacerlas”

–Theodore Levitt–



Mercado 703



Empresa dedicada a la venta de productos de uso diario con estilos personalizados y para todos los gustos



Webinar Exportador

¡Gracias!

[linkedin.com/in/martinvargas7](https://www.linkedin.com/in/martinvargas7)





Seminarios virtuales Miércoles del exportador

Preguntas y respuestas



Ricardo Vargas Torres

rvargast@adexperu.edu.pe

Consultor en creatividad e
Innovación/ Mentoring para empresas