

Seminarios virtuales Miércoles del exportador

**LA GESTIÓN DE LA CREATIVIDAD
EN LA INNOVACIÓN
EMPRESARIAL EXPORTADORA**

Lima, 15 de Junio de 2022



Ricardo Vargas Torres

**Consultor en creatividad e
Innovación/ Mentoring para
empresas**

rmvargas@pucp.edu.pe



“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”

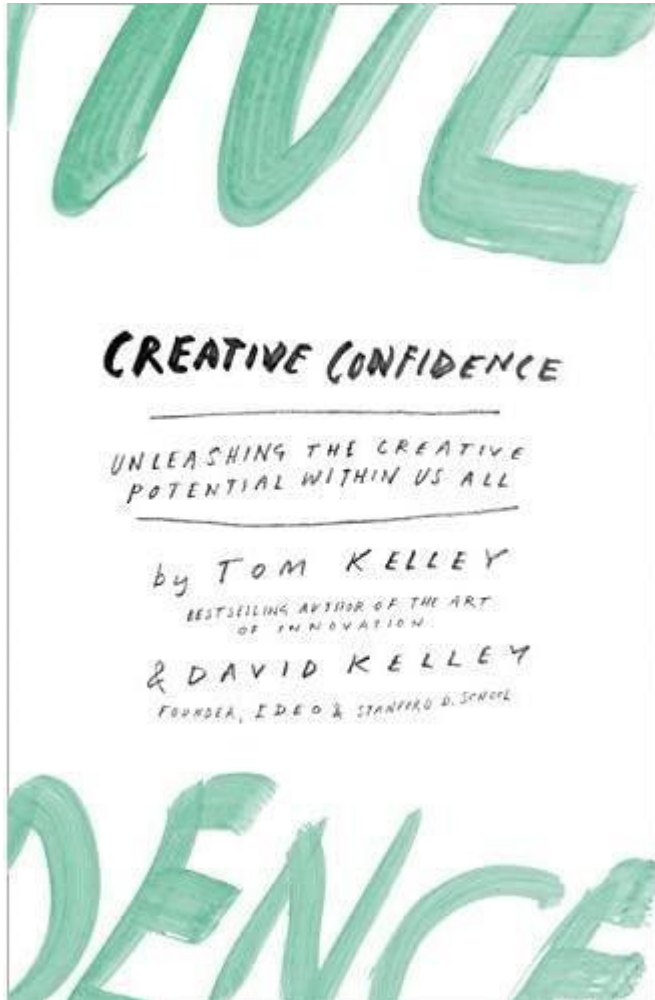
“La creatividad es un proceso de desarrollo y expresión de ideas nuevas que podrían ser útiles”





CREATIVIDAD

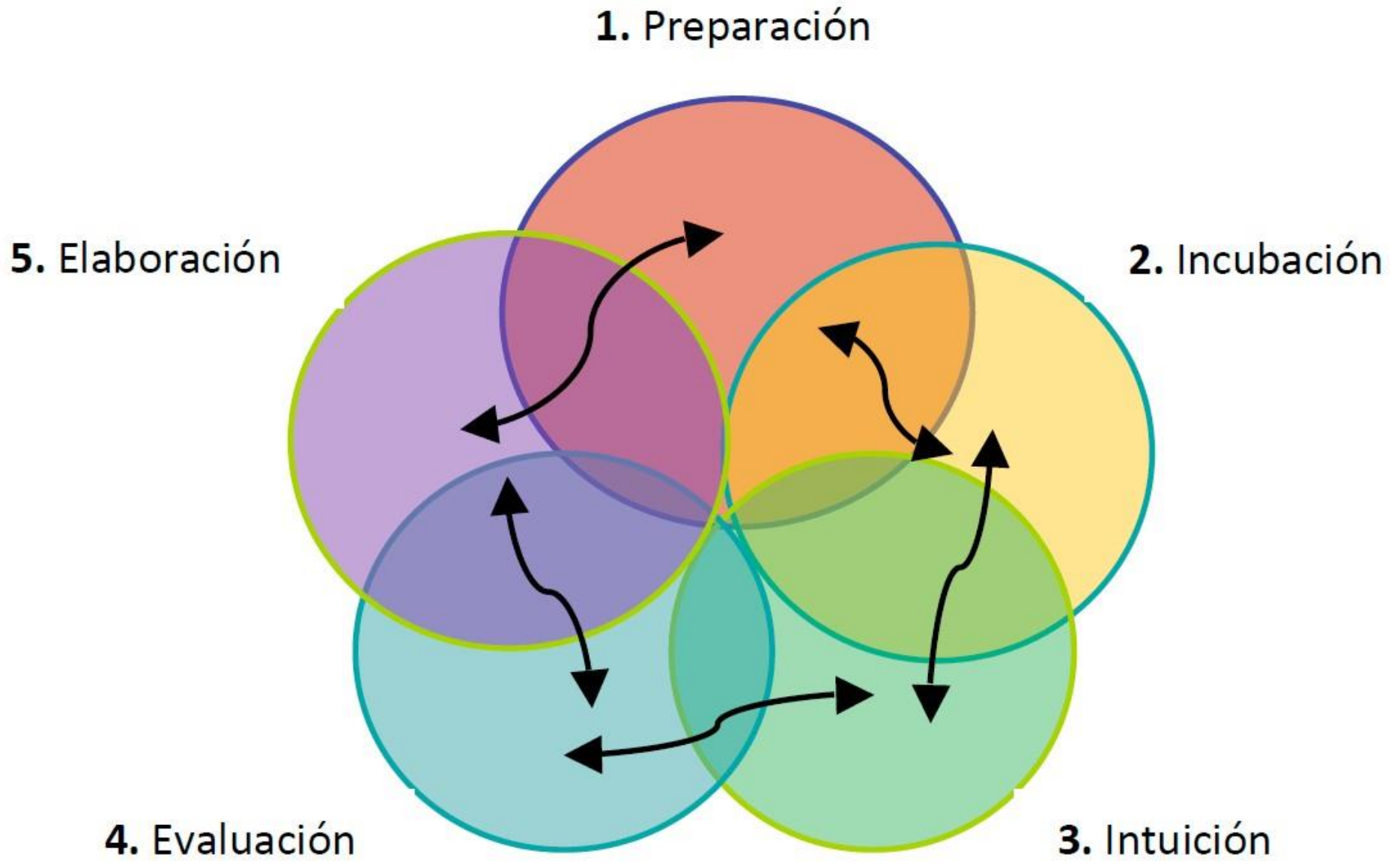
Una innovación es el resultado final del proceso creativo.



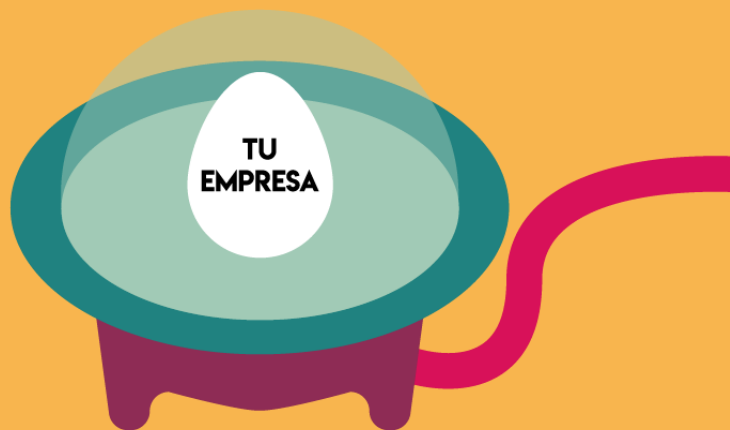
Tom y David Kelley (IDEO)

LA CONFIANZA CREATIVA

“la creatividad es el corazón de la innovación”



Incubación



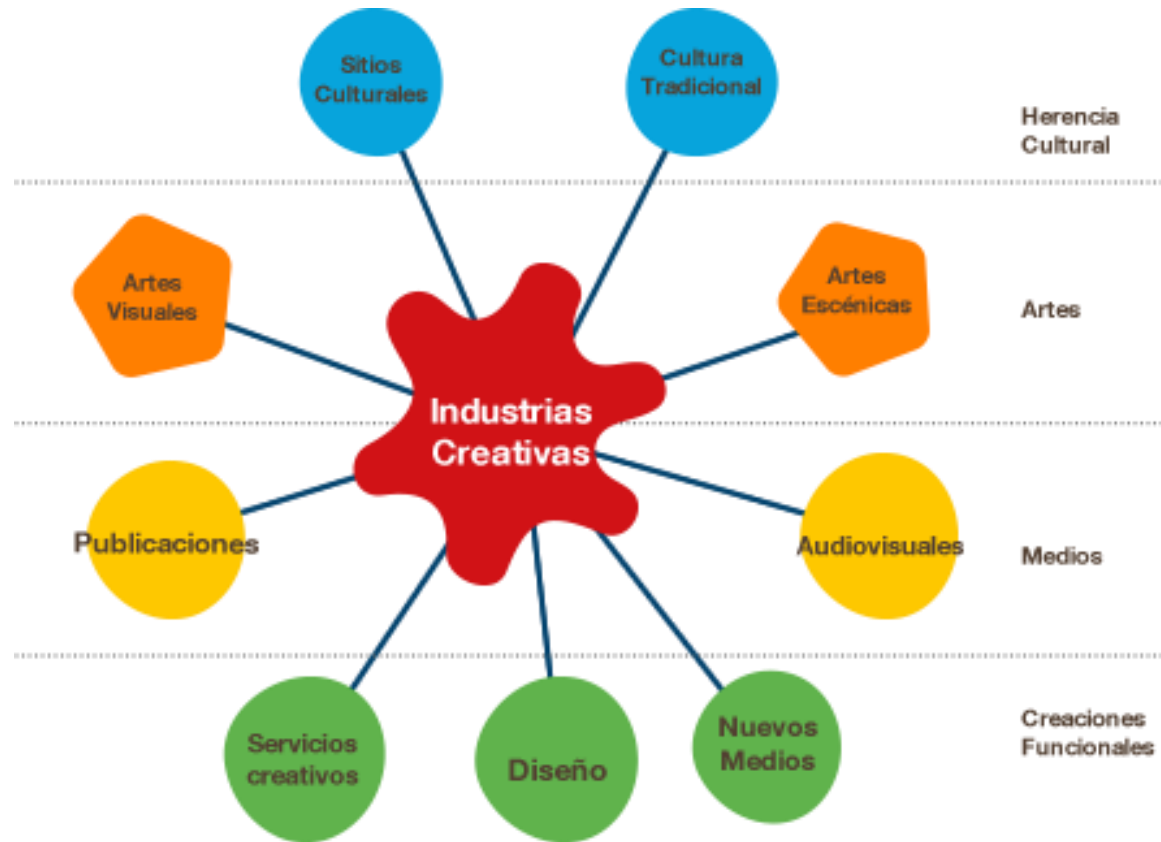
Esta etapa hace referencia a dejar “reposar esa idea creativa” esa solución que estamos buscando, quizás dar un paseo relajante, hacer meditación, tomar un baño, irnos a dormir, tomar una siesta, despejar nuestra mente, tener una conversación amena con alguien.

Insight



Son esas “revelaciones” - esa idea creativa y única que viene a nuestra mente sin aparente explicación, esa comprensión repentina de un problema que enfrentábamos y su correspondiente solución, incluso el entendimiento de un chiste o la resolución de un acertijo

Las Industrias Creativas



Comprenden actividades nacidas del talento e imaginación individual: música, artes escénicas, audiovisuales, animación digital y multimedia, diseño, literatura e impresión, danza, artes visuales e industrias culturales

Según el BID su aporte al PBI en países de América Latina fluctúa entre 2.5% a 3.5%. Brasil, Argentina, Colombia, Chile, Uruguay ya aplican políticas promotoras.

Tabla 01. Diferencias entre la creatividad y la innovación

Aspecto	Creatividad	Innovación
Enfoque	Pensar nuevas ideas	Ejecutar las ideas creativas
Persona	Intrapersonal	Interpersonal
Carácter	Proceso mental	Proceso productivo
Cuantificación	No se puede cuantificar	Se pueden establecer indicadores
Inversión	No requiere de inversión monetaria	Requiere de inversión monetaria
Tiempo	No tiene plazos establecidos	Sujeta a las necesidades del producto.

¿Qué ocurre con la creatividad en ámbitos como la organización, el liderazgo, la gestión de proyectos o para los emprendedores?







airbnb

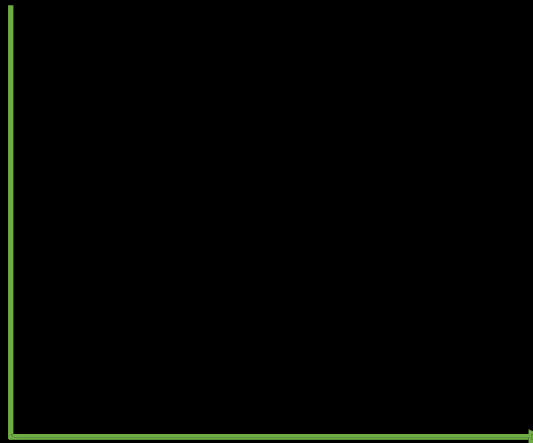
https://www.youtube.com/watch?v=bVe0_9Ppe4M&t=304s



**La historia de Aquilina Palomino
Empresaria Huaralina que hace chocolates
que combaten la anemia**



“Encontrar la idea de negocio”



escalar



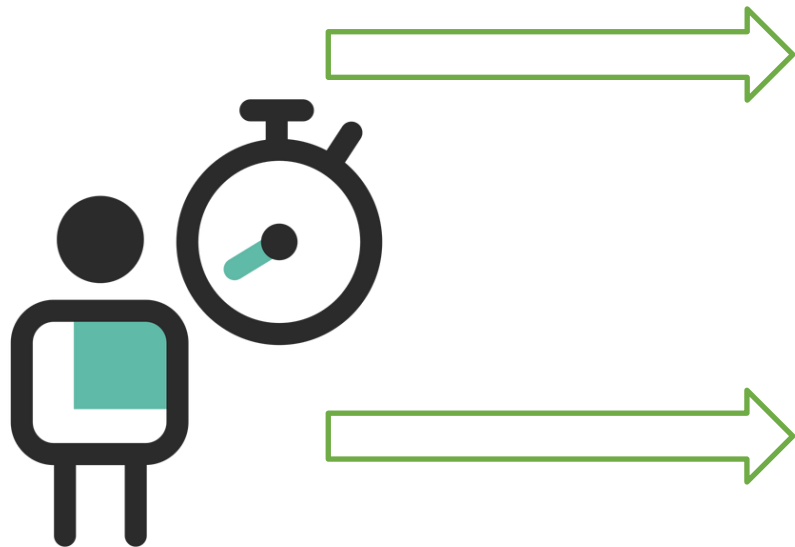
La gestión de la creatividad en la Innovación es la organización y dirección de los recursos tanto humanos como económicos, con el fin de aumentar la creación de nuevos conocimientos, la generación de ideas que permitan obtener nuevos productos, procesos y servicios o mejorar los ya existentes, y la transferencia de esas mismas ideas a las fases de producción, distribución y uso.

1





Gestión de la creatividad e innovación es el desarrollo de **nuevos negocios**



Cultura organizacional para la innovación

Se ha encontrado que la eficacia creativa de los empleados sobre el comportamiento innovador es más influyente cuando los empleados trabajan bajo un líder empresarial fuerte en su equipo.

Entorno laboral

Espacios para la generación de ideas, la interfaz tecnológica para la colaboración y los espacios para un breve descanso mental o un encuentro social.

Para ser diferentes y aportar una oferta innovadora, hay que detectar nuevas necesidades, nuevos conceptos de producto.



Valor Diferencial



**¿Qué te hace
diferente?**



Webinar
Exportador



¿Cuál es el **valor diferencial** que aporta a sus clientes, que sea diferente y de mayor valor que su competencia?

Valor, que hace referencia a que es importante para los clientes, les supone un beneficio real y concreto

Diferencial como la propia palabra indica es diferente a lo que otros ofrecen.



Análisis

Matriz DAFO

Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. En cada uno de ellos, ve listando esas características que conforman tu identidad como marca.



Propuesta de valor

Relevancia: explicando qué problemas o necesidades resuelve a nuestros clientes.

Especificidad: tiene que ser capaz de hablar de beneficios concretos, incluso cuantificables.

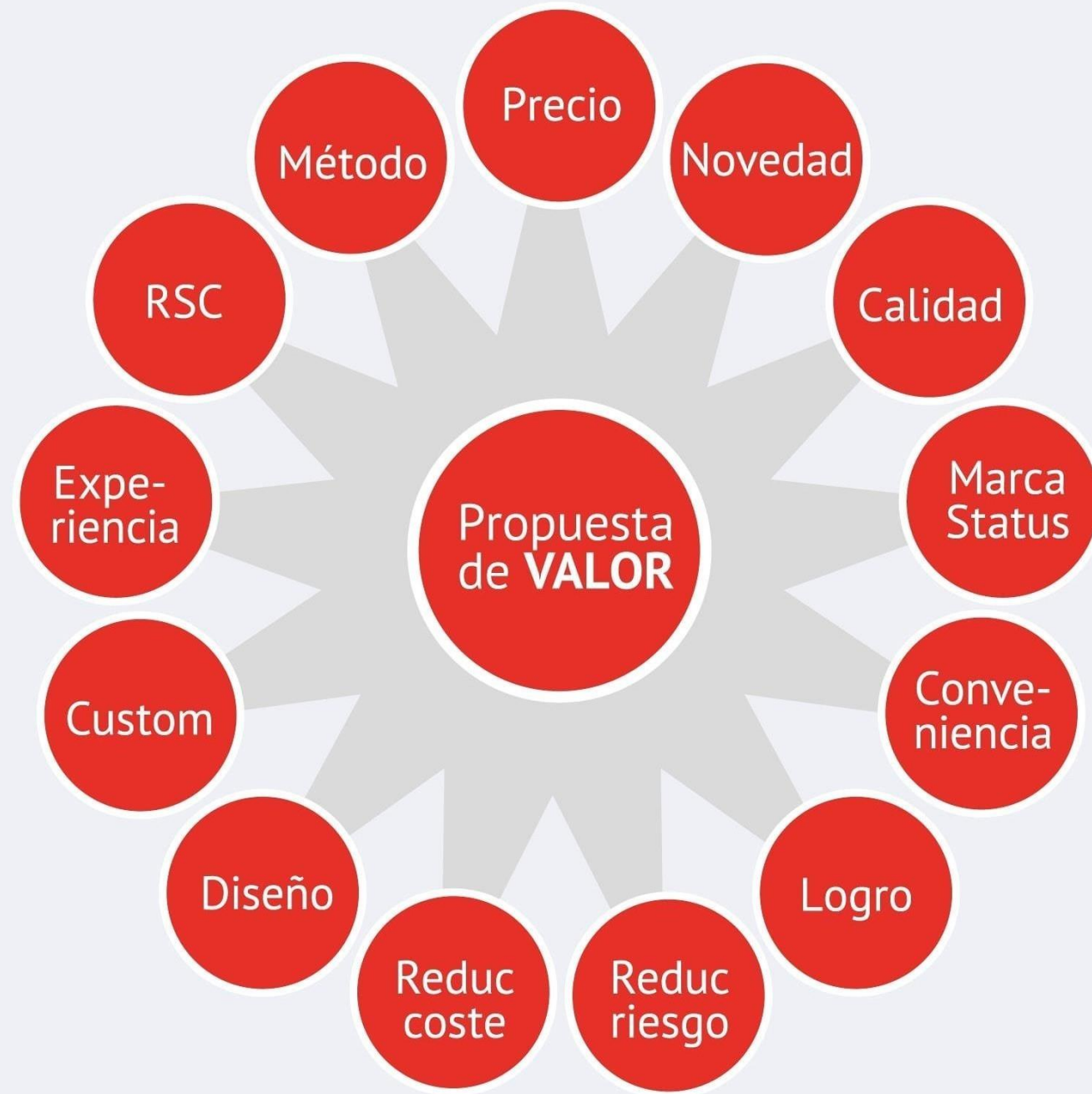
Diferenciación: ¿por qué deberían comprar tu producto y no el de la competencia?



Busca lo que te haga destacar y potencíalo al máximo.

amazon





Precio

¿Estamos ofreciendo un servicio o vendiendo un producto a un precio más competitivo que el de nuestra competencia?
¿Incluye más o menos servicios nuestro precio que el de la competencia? ¿damos facilidades de pago o de financiación?



Novedad

Si disponemos de una tecnología que permite aumentar la producción y la rentabilidad en un proyecto, la diferencia puede ser clave. Es obvio que un competidor puede acceder posteriormente a la misma tecnología, pero el factor **tiempo** y **novedad** pueden inclinar la balanza hacia nuestra propuesta.



Calidad

Los materiales, los plazos, las garantías, los componentes, son importantes para una **propuesta sólida de valor**



Diseño



¿Por qué pagamos más por una marca como Samsung que por otra? Se trata de analizar qué elementos en el diseño de nuestro servicio o productos son generadores de confianza debido a una estética agradable que mejora incluso la funcionalidad.

Customización



Es **personalizar al máximo** nuestra oferta a nuestros clientes, cosa que nos obliga a conocerles muy de cerca, los clientes quieren sentirse especiales.

Logro

Si nuestro producto o servicio garantiza **resultados adicionales o mejores que el de un competidor** puede suponer el elemento diferencial. A veces se puede tratar de elementos accesorios, pero que sumados al principal consigan una multiplicación de valor.



Tu modelo de negocio



Basado en:
Tim Clark, en colaboración
con Alexander Osterwalder e Yves
Pigneur
Desarrollado por:
Edmundo Cruz Limón

**Cómo ser más
Competitivo y Feliz**
Junio de 2013

Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando

Diseñando la propuesta de valor

Escrito por
Alexander
Osterwalder,
Yves Pigneur,
Gregory Bernarda
y Alan Smith

Diseñado por
Trish Papadakos

Prólogo de José
Antonio de Miguel
y Javier García
(Sintetia.com)



El nuevo libro de los autores de
Generación de modelos de negocio,
bestseller internacional con
1 millón de ejemplares vendidos

DEUSTO

Webinar
Exportador

Alexander Osterwalder





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

–Theodore Levitt–



Webinar
Exportador

¡Gracias!

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



MERCADO
703



Seminarios virtuales Miércoles del exportador

Preguntas y Respuestas



Ricardo Martín Vargas Torres

Consultor en creatividad e Innovación/ Mentoring para empresas

rmvargas@pucp.edu.pe



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

