



lanzadeXras

tema 6: creatividade

módulo 24

brotos verdes



XUNTA
DE GALICIA



tema 6: *creatividade*
módulo 24
semana 6 | día 4

lanzadebras



lánzate á aventura de emprender

índice do módulo

ÍNDICE TEMÁTICO

semana 1 | identidade

semana 2 | persoas

semana 3 | habilidades

semana 4 | estratexia

semana 5 | mercadotecnia

*semana 6 | **creatividade***

semana 7 | xestión

semana 8 | marca persoal

semana 9 | comunicación

ÍNDICE MODULAR

módulo 21 | obxectiva

módulo 22 | paixóns

módulo 23 | lóxica

*módulo 24 | **brotos verdes***

ÍNDICE DO MÓDULO

resumo teórico | páxina 04

exemplo | páxina 08

videotutorial | páxina 09

GramolaEmprendedora



Escoita
Una mente maravillosa
BSO



NO CAMIÑO DO EMPREDEMENTO, VOSTEDE ESTÁ AQUÍ





tema 6: *creatividade*

módulo 24

semana 6 | día 4

lanzadeiras



o imprescindible para lanzarse á piscina

resumo

O cultivo da creatividade é a última fase do proceso creativo. Con todo, é a máis recoñecida e atractiva, xa que cando falamos de crear, poucos se acordan de analizar ou de equilibrar lóxicas. E o primeiro que se nos vén á cabeza son procesos como a tormenta de ideas e os seus resultados.

Agora ben, nós, que xa analizamos a contorna controlando as nosas paixóns e equilibrando lóxicas, estamos en disposición de poñernos o chapeu verde de creativo e empezar a aplicar o pensamento lateral.

Chamamos pensamento lateral ao razoamento non formado, aquel que evita a linealidade do pensamento tradicional e que se atreve a buscar solucións a esquerda e dereita, explorando vías alternativas para chegar, por medio da indagación, a solucións extraordinarias.

Cales son as preguntas indagatorias que poden alimentar a lateralidade? Pois aquelas que, por atípicas, resulten pouco convencionais.

Atréveste a converter unha ameaza nunha oportunidade? Ryanair, por exemplo, fíxoo revertendo a calidade-prezo nun sector tradicional tan escravo da calidade e secundario ao prezo como a navegación aérea. Se es fabricante, expuxécheste pasar a ser distribuidor? O dono de Pecados, unha empresa de distribución de lambetadas, fíxoo e conseguiu multiplicar a súa cifra de negocios.



TM



tema 6: *creatividade*
módulo 24
semana 6 | día 4
lanzadebras



o imprescindible para lanzarse á piscina

resumo

Atrévete a producir outro tipo de produto coa túa marca? Osborne, por exemplo, fíxoo, e pasou do brandy e das bebidas espirituosas á marca Toro, que hoxe comercializa pezas téxtiles e merchandising relacionado coa famosa efixie icónica das estradas. Atrévete a estender o teu produto como ninguén o fai? Starbucks, por exemplo, fíxoo. Quen nos diría que iamos sacar os cafés en vaso térmico á rúa e convertelo nunha marca de culto? Atrévete a aplicar o teu coñecemento acumulado a outros sectores? Bose, por exemplo, fíxoo, e conseguiu grazas á sensibilidade dos seus altofalantes, crear amortecedores de baixa oscilación para automóviles.

Atrévete a prescindir de elementos superfluos do teu produto para melloralo? Bimbo, por exemplo, fíxoo, e eliminando a cortiza do pan de molde creou escola.

Atrévete a montar un híbrido a partir do teu produto? Fnac, por exemplo, fíxoo, e ademais de tecnoloxía hoxe é unha tenda de referencia múltiple que tamén comercializa concertos e eventos.

Atrévete a cambiar as canles de distribución? La Bruixa d'Or, por exemplo, fíxoo, e hoxe vende lotería de Nadal en liña a medio mundo.

E ti, a que te atreves? Pénsao.



tema 6: *creatividade*

módulo 24

semana 6 | día 4



lanzadebras

aprender do que outros fixeron con mestría

exemplo

STARBUCKS

Starbucks é un claro exemplo da necesidade de adaptarnos á contorna.

Definimos a lateralidade como a preferencia que manifesta a maioría dos seres humanos por unha banda do seu propio corpo. Debemos preguntarnos, neste caso, por que triunfa o produto de Starbucks se, en esencia, ofrecen o mesmo produto que calquera cafetería común. Opinamos que isto se debe ao seu espazo ambientado, onde se poden realizar reunións de estudos e traballo. Ademais, se sumamos a iso a atención personalizada e a customización dos vasos, seguramente estaremos próximos a dar co seu valor diferencial.



STARBUCKS





lanzadebras

fotogramas que valen máis que mil verbas

videotutorial

INNOVA RATATOUILLE

<https://www.youtube.com/watch?v=SiRlw46n5mo>



a videoteca de Alba

A película Ratatouille, ao longo de moitas escenas, como poden ser estas que se mostran, ensínanos a importancia de innovar e de crer en conseguir cousas que aínda non se conseguiron ou que parecen difíciles. A creatividade lévanos á innovación e ás veces debemos arriscar para saber o que podemos chegar a conseguir. Só desta forma nacen as cousas novas.

En calquera empresa é importante a innovación e a creatividade; o esforzo dos valores humanos para explorar campos e chegar a lograr novos obxectivos e metas.



XUNTA
DE GALICIA