

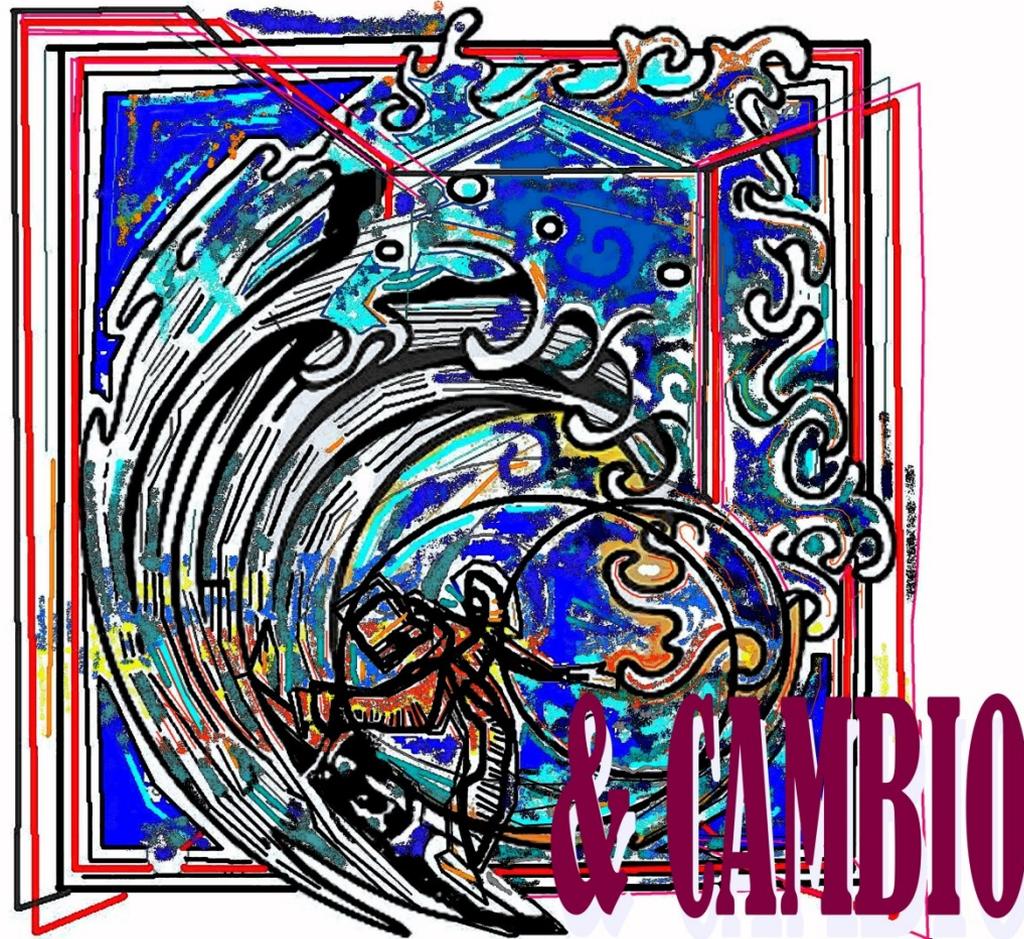
# EL DIFERENCIAL PARA GENERAR EMPRENDIMIENTOS CREATIVOS. TRES CASOS DE ÉXITO.



# Pancho Guerragarcia



# GLOBALIZACION





¿El objetivo de una empresa es ... ?

**Crear clientes**



# SOCIEDAD

# EMPRESARIAL





# DIFERENCIATE

❑ Tienes que darle un motivo al cliente para que te compre:

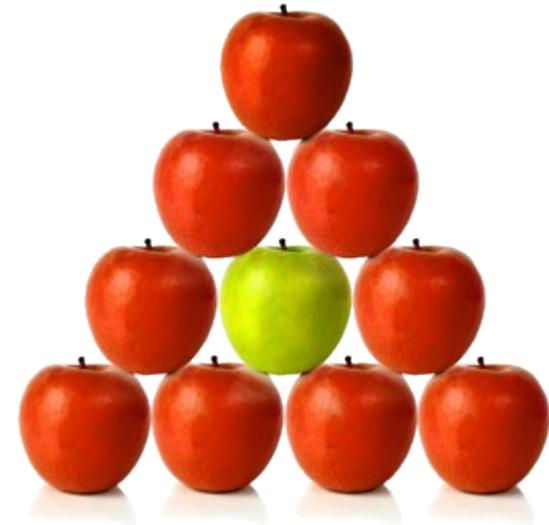
❑ Tienes que

**DIFERENCIARTE**

¿En qué soy único?

¿Qué hace mi producto o servicio diferente a los demás?

¿Porqué me deberían comprar a mi?



# DIFERENCIACION POR

PRODUCTO  
PRECIO  
LOCAL  
EMPAQUE  
SERVICIO  
DISTRIBUCION



# CREATIVIDAD

espacio, ejercitar, parar, romper  
reglas



# Gasta poco, aprende mucho

- Invierte poco al momento de innovar: ¡Te vas a equivocar muchas veces!
- Equivócate y falla: ¡Solo así aprenderás!

No he fracasado. Simplemente he encontrado 10.000 maneras que no funcionan.

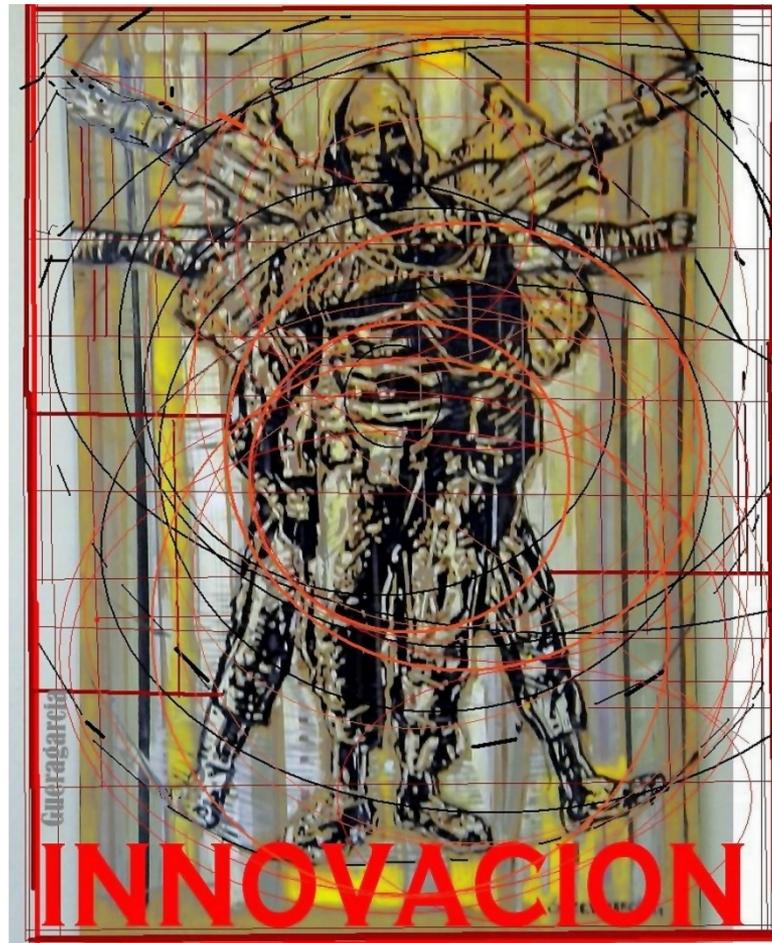
Thomas Edison



Si siempre haces lo mismo...  
siempre obtendrás lo mismo



# INNOVACION



# Creatividad peruana



# Innovación peruana



1990



2010

# Innovación peruana



La mototaxi de Hugo Yallico

1990

MIÉRCOLES, 3 DE NOVIEMBRE DE 2010

Desarrollan "Mototaxi" solar en el Perú para combatir contaminación

+1 0



2010

# Innovación peruana



**Víctor Raúl Cánepa - CANTOL**

# ¿Creatividad = Innovación?

## Creatividad:

Capacidad para generar ideas en un determinado tema con cierto nivel de originalidad.



## Innovación:

Capacidad para convertir una buena idea en un producto o servicio exitoso.

1908



2008



Innovación es...

**Algo nuevo**  
para el mercado  
que te haga vender más

# Un innovador peruano

**Hugo Yallico**



# ¿Porque el Arte?

- Razon/Sentimiento.
- Sentimiento/Razon.
- Vivimos en un mundo Emocional.

EL HOMBRE ES PRIMERO  
EMOCIONAL.

# Walt Disney

- 1923. 500 dólares prestados por un tío hicieron posible un sueño. Una empresa cimentada en principios sólidos, convertidos hoy en 1,000 millones de dólares. “Sueño, luego los contrasto con mis creencias, asumo riesgos y aplico mi visión para que estos sueños se conviertan en realidad”
- SOÑAR /ATREVERSE/HACER.

# KENT ROBINSON, EL ELEMENTO

tu elemento, es tu zona, tus  
pares, tu tribu, tus mentores.







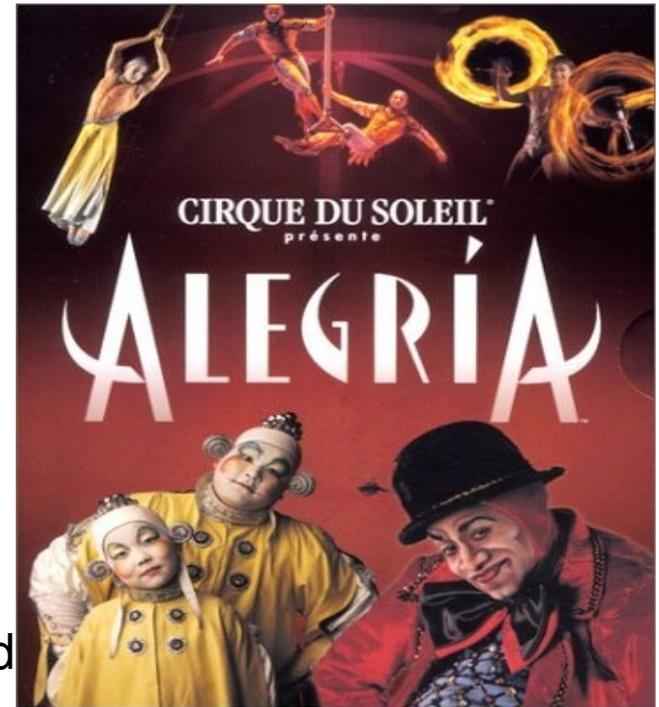
CIRQUE DU SOLEIL<sup>™</sup>  
présente

# ALEGRIA



# La Magia

- Abriendo la mente
- Invitar a jugar, reinventándose
- El Aprendiz
- La Pasión y tus sentidos
- El Riesgo,
- El Salto de la comodidad al Vacío
- Polinización Cruzada y confianza en Comunidad
- Ojos de espectador
- La Perfección, el dar al blanco y los detalles
- Miedo al éxito, el error importa, se flexible
- Tus medios
- El entrenador



**PRODUCTO Y VALOR**

**VISION**



**RELACION**



**ESTADO**



**COLABORADOR**

**LIDER**

**USUARIO**

**CLIENTE**

**ALIADO**

**PROVEEDOR**

**EQUIPO**

**EGRESOS**

**INGRESOS**

**ACTIVIDADES Y HERRAMIENTAS**

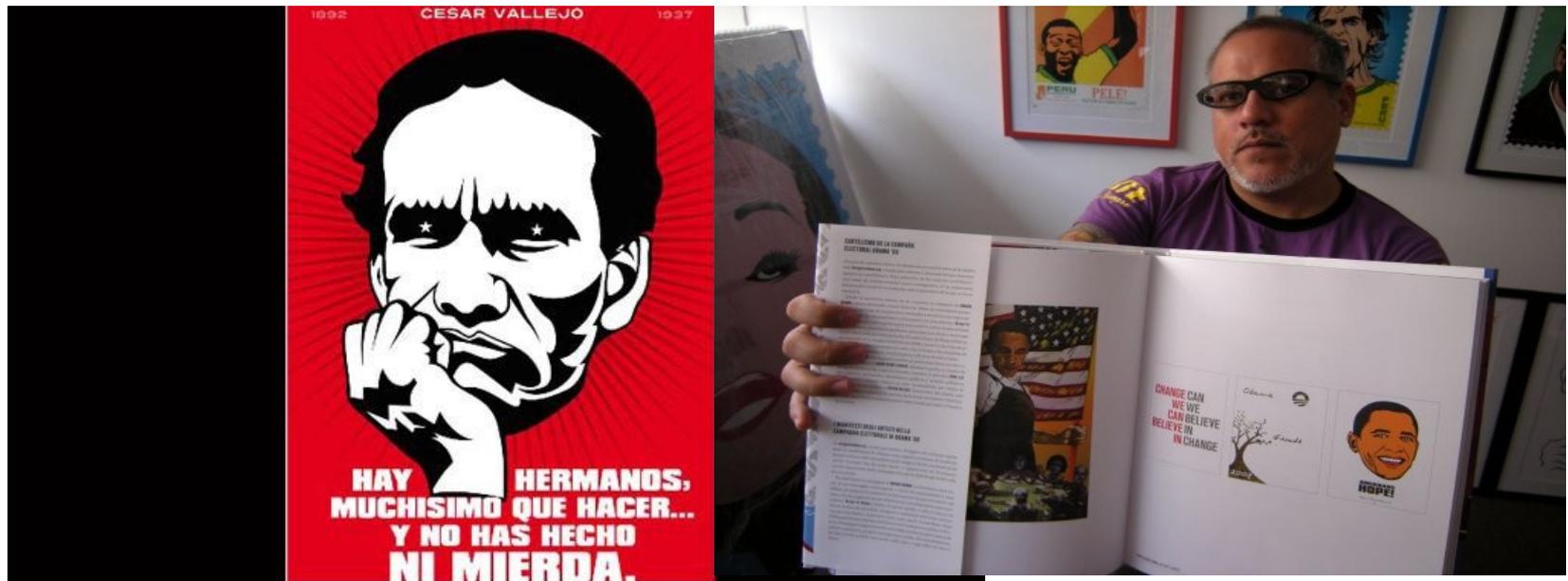
**VENTAS**

**MKT**

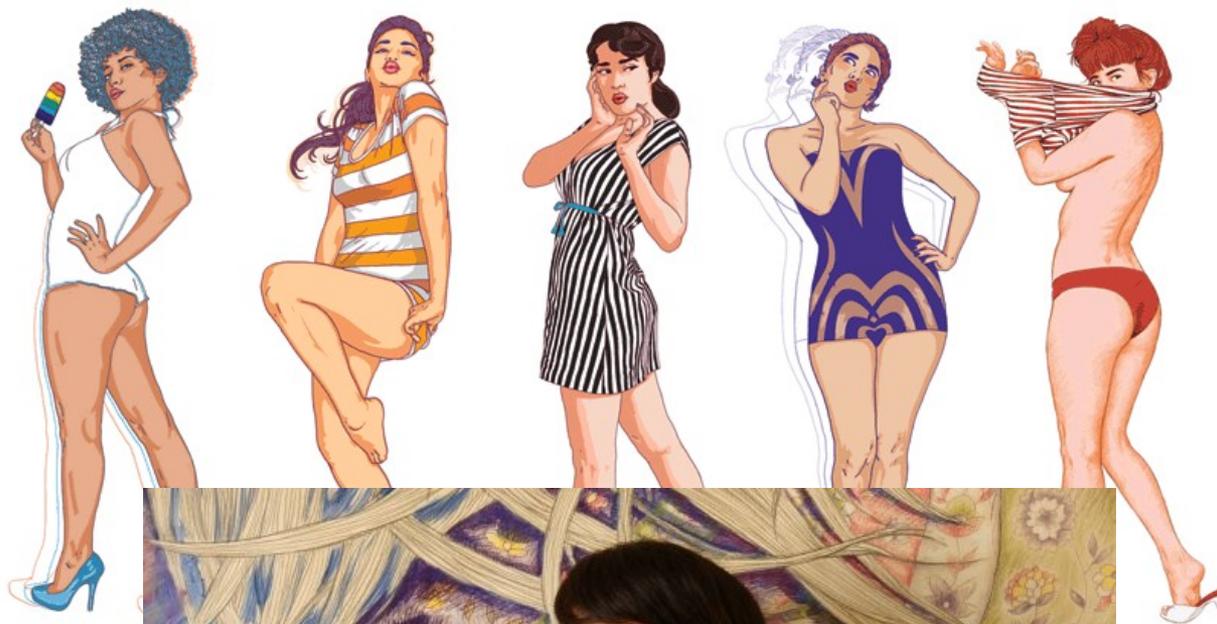
**INTERNET**

CUATRO CASOS DE ÉXITO.

# CHERMAN QUINO



# SHILA ALVARADO

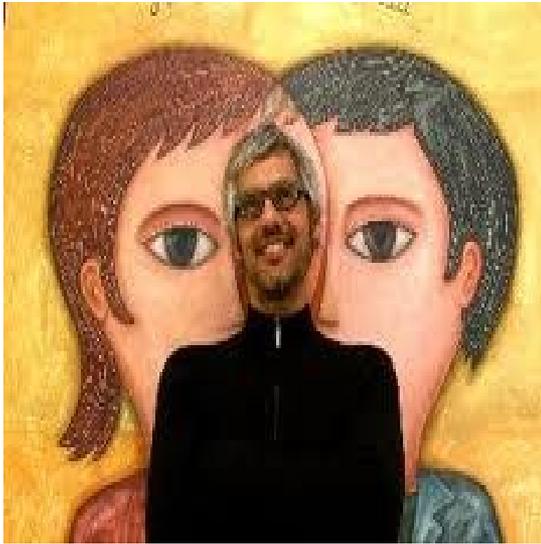


*Del 14 de*



**runo  
allery**

# FITO ESPINOZA



# ¿QUE TIENEN EN COMUN?

- SON VERSATILES
- AGREGAN AL CIRCUITO CONVENCIONAL NUEVOS PRODUCTOS
- BUEN MARKETING
- SE ASOCIAN CON OTROS ARTISTAS
- TRABAJAN EN MEDIOS AMIGOS
- PUBLICAN
- EMPAQUE
- USO DE REDES SOCIALES

**PRODUCTO Y VALOR**

**VISION**



**RELACION**



**ESTADO**



**COLABORADOR**

**LIDER**

**USUARIO**

**CLIENTE**

**ALIADO**

**PROVEEDOR**

**EQUIPO**

**EGRESOS**

**INGRESOS**

**ACTIVIDADES Y HERRAMIENTAS**

**VENTAS**

**MKT**

**INTERNET**

ASOCIATIVIDAD  
STANDARIZACION  
ENFOQUE EN CLIENTES  
DIFERENCIACION  
EN CREATIVIDAD E  
INNOVACION



