

# "Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

## Tema 8. Gestión de la Innovación y la Calidad



# "Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

## INDICE TEMARIO

MÓDULO I: **EL SEGMENTO CULTURAL Y EL SEGMENTO MICE**

MÓDULO II: LA **PLANIFICACIÓN OPERATIVA** EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES

MÓDULO III: **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA** EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES

MÓDULO IV: **EL PRODUCTO** EN EL GESTIÓN DE EVENTOS CULTURALES

MÓDULO V: **LOS PROVEEDORES PROFESIONALES** DE EVENTOS

MÓDULO VI: **EL FACTOR PRECIO Y LA FINANCIACIÓN** EN EL GESTIÓN DE EVENTOS

MÓDULO VII: **LA PROMOCIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN** DEL PRODUCTO CULTURAL Y DE EVENTOS

MÓDULO VIII: **GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA CALIDAD** EN EL PRODUCTO CULTURAL Y DE EVENTOS

Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas y Mk - Universidad de Huelva



Tema 8. Gestión de la Innovación y la Calidad en Eventos

# "Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

## MÓDULO VIII: **GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA CALIDAD** EN EL PRODUCTO CULTURAL Y DE EVENTOS

- 8.1. La gestión de la innovación en empresas de gestión de eventos.
- 8.2. Innovación y gestión de la calidad en productos y procesos en empresas de eventos culturales.
- 8.3. La innovación organizacional y la gestión del talento.
- 8.4. **La creatividad y la innovación** en la gestión de eventos.
- 8.5. **Recursos de dinamización de un evento**. Invitados de prestigio, showmans, animación artística, espectáculos, juegos y actividades....
- 8.6. Innovación, estructura y cultura empresarial.
- 8.7. Innovación abierta, conectividad y trabajo colaborativo.
- 8.8. Liderazgo y gestión del cambio en empresas de gestión cultural y de eventos.



# "Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

Tema 8. Gestión de la Innovación y la Calidad

## Gestión de la creatividad



# Gestión de la creatividad

## PROCESO ESTRATÉGICO CULTURAL

Lo que queremos  
*Estilo Corporativo*

Lo que sabemos  
*Las Competencias*

Lo que aprendemos  
*Procesos de Aprendizaje*

**LO QUE SOMOS  
(LA CULTURA)**

Lo que podemos  
*Creatividad*

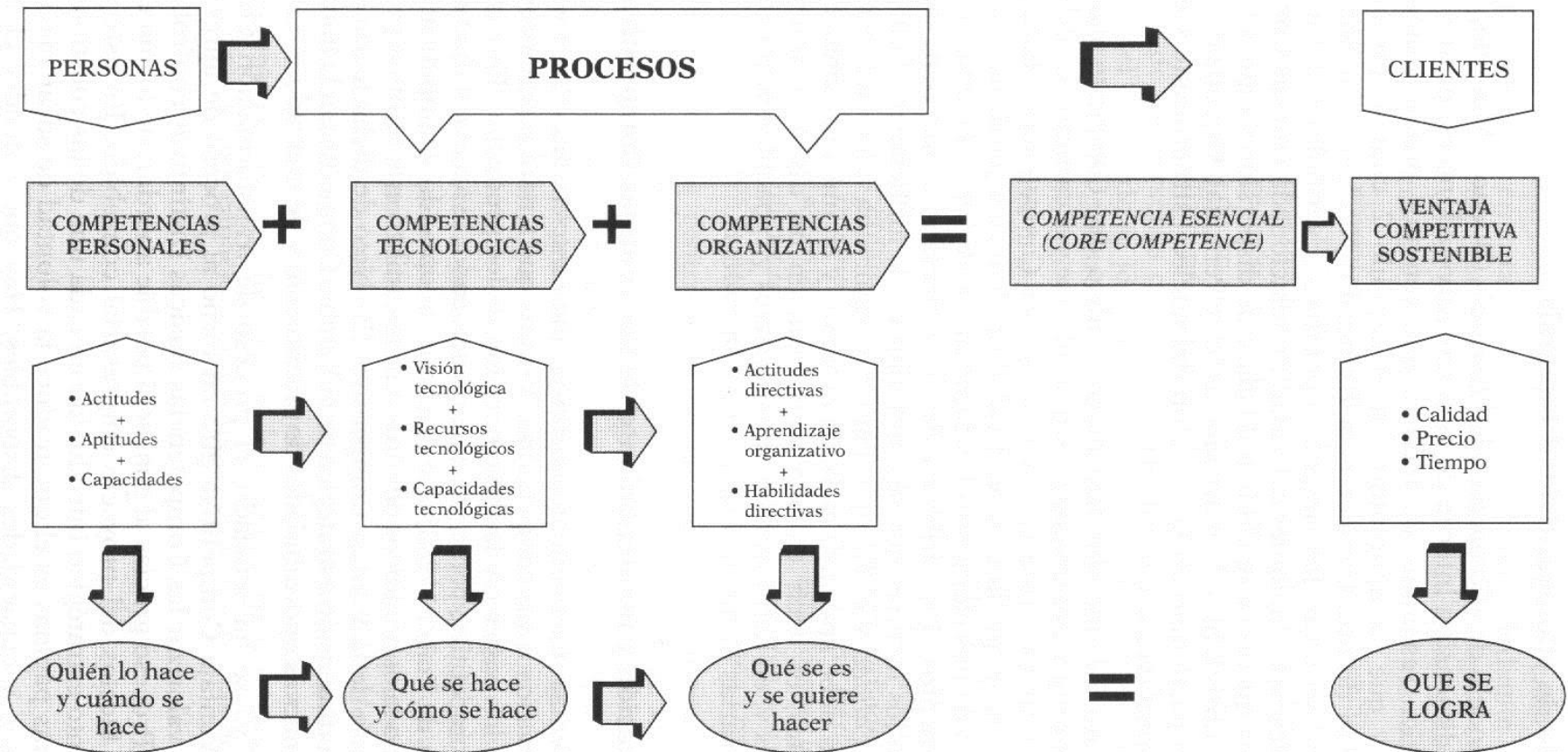
Lo que captamos  
*Vigilancia e Inteligencia*

**LO QUE HACEMOS  
(LA ESTRATEGIA)**



# Gestión de la creatividad

FIGURA 9.2.—Modelo de Competitividad Integral: análisis por competencias



# Gestión de la creatividad

¿Qué es creatividad?

*“La conexión nueva, original y explosiva de asociaciones diferentes”* (Matussek, 1974)

*“La capacidad de pensar más allá de las ideas admitidas, combinando de forma inédita conocimientos ya adquiridos”* (Kraft, 2005)



# Gestión de la creatividad

¿Qué es creatividad?

Es la conexión entre las cosas o ideas que antes no estaban correlacionadas.

- . **Creatividad normativa:** Dar respuesta a un problema puntual. Se requiere la participación del especialista.
- . **Creatividad exploratoria:** Encontrar nuevas aplicaciones a una tecnología ya existente (enfoque de competencias)
- . **Creatividad Aleatoria:** Intuición





# Gestión de la creatividad

## (Creativación)

- La “creativación” es el resultado de aplicar una gestión sistemática de la creatividad (ideas) y una gestión sistemática de la innovación, transformando así en valor las mejores ideas generadas en el proceso creativo.
- La creativación consiste en la planificación sistemática e integral, y la socialización en todos los rincones de la empresa de la creatividad y la innovación.

Restaurante con un zapato y un sacapuntas:

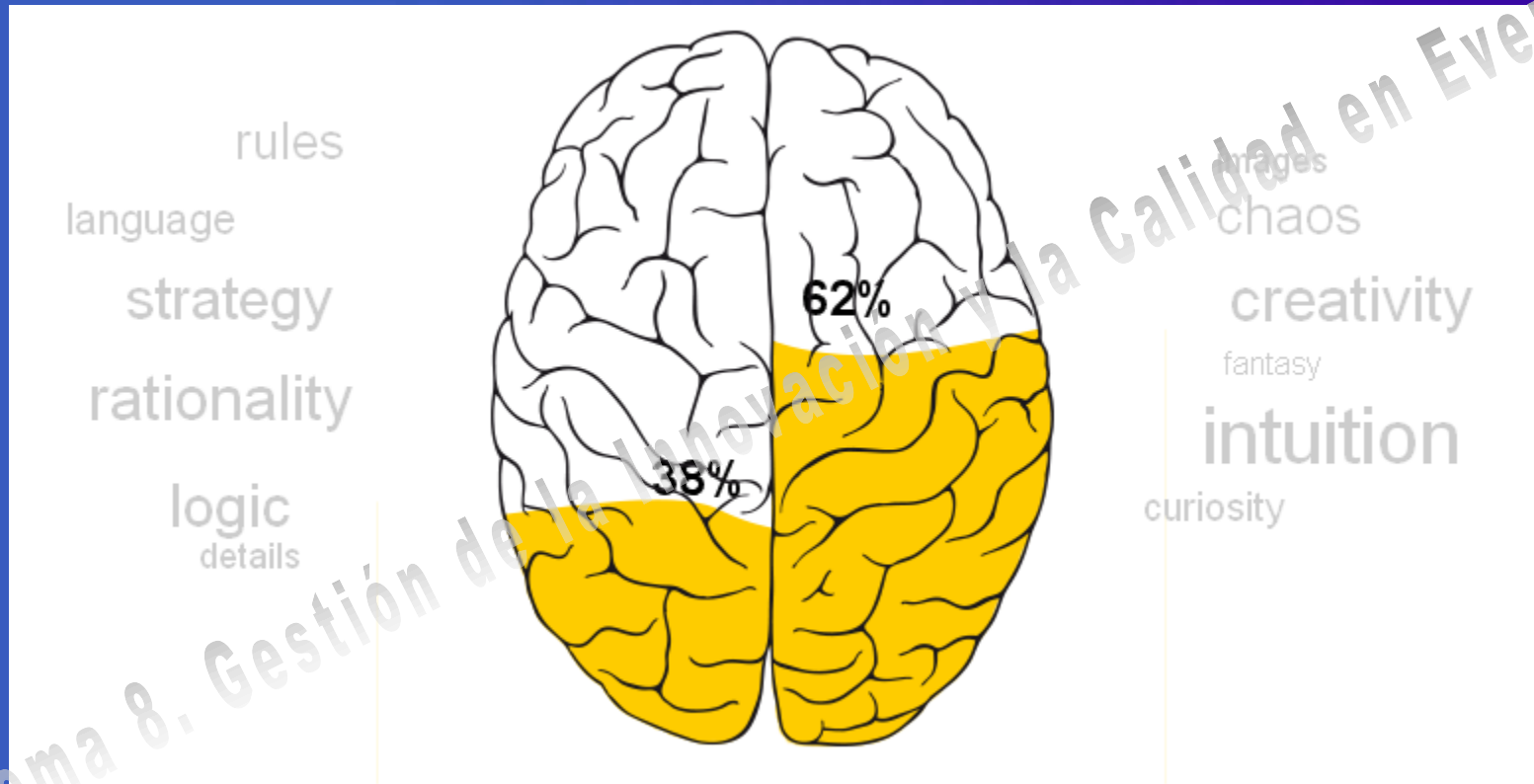
<http://www.youtube.com/watch?v=QRax9NK5B-M>



Tema 8: Gestión de la Innovación y la Calidad en Eventos

# Gestión de la creatividad

¿De donde surgen las ideas?



Concepción de ideas e innovación no son sinónimos. La primera guarda relación con la generación de ideas; la segunda con la puesta en práctica.

# Gestión de la creatividad

¿Cómo surgen las ideas?

A finales del siglo XIX un charlatán provocaba que las personas estallaran a carcajadas tras hacerles respirar peróxido de nitrógeno. Uno de los curiosos, tras inhalar el gas, se hirió al caerse pero, extrañadamente, no sintió ningún daño. Un dentista que presenció la escena relacionó el gas con la ausencia de dolor. Respiró peróxido de nitrógeno y se hizo arrancar un diente. No notó nada. El dentista Horace Wells acababa de inventar el uso de la anestesia.



# Gestión de la creatividad

¿Cómo surgen y se desarrollan las ideas?

- . **Observación:** Los individuos prestamos atención a lo que sucede a nuestro alrededor, escuchamos lo que se dice y conversamos e interactuamos con otros agentes involucrados en proyectos en los que participamos.
- . **Experiencia:** Conocimientos y habilidades acumulados a través de los procesos de aprendizaje.
- . **Experimentación:** Aplicación, desarrollo y buscar posible utilidad.



# Gestión de la creatividad

¿Cómo surgen y se desarrollan las ideas?



La clave: COLABORACION-CONECTIVIDAD:

<http://www.youtube.com/watch?v=z11BRXF0V10>

Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas y Mk - Universidad de Huelva



Tema 8. Gestión de la Innovación y la Calidad en Eventos

# Gestión de la creatividad

La creatividad como fuente de ideas y de innovación



*La creatividad es una habilidad cada vez más valorada en la empresa.... siempre que termine en una innovación.*

Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas y Mk - Universidad de Huelva

# "Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

## MÓDULO VIII: **GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA CALIDAD** EN EL PRODUCTO CULTURAL Y DE EVENTOS

- 8.1. La gestión de la innovación en empresas de gestión de eventos.
- 8.2. Innovación y gestión de la calidad en productos y procesos en empresas de eventos culturales.
- 8.3. La innovación organizacional y la gestión del talento.
- 8.4. **La creatividad y la innovación** en la gestión de eventos.
- 8.5. **Recursos de dinamización de un evento**. Invitados de prestigio, showmans, animación artística, espectáculos, juegos y actividades....
- 8.6. Innovación, estructura y cultura empresarial.
- 8.7. Innovación abierta, conectividad y trabajo colaborativo.
- 8.8. Liderazgo y gestión del cambio en empresas de gestión cultural y de eventos.



## Nace 'The Theatre of Meetings', para reuniones más teatrales

Y no nos referimos a ponerle más drama a tus meetings sino en concebir tu evento como una pieza teatral, una producción en la que levantar a los asistentes de sus butacas y conseguir una sentida ovación. Se trata de aproximarse a la organización de la reunión desde la perspectiva de un director de teatro que dirige los diferentes actores, define el ritmo, diseña el montaje escénico y sobre todo piensa en llevar a la audiencia a conocer la trama a través de un recorrido por distintas sensaciones.

Los británicos Simon Greenbury y Paul Cook lanzan 'The Theatre of Meetings' como un proyecto de consultoría para planners y empresas que quieren sacar mayor rendimiento a sus reuniones. Para ello **se ponen en el papel de un director teatral** y evalúan cómo se han estado haciendo las reuniones hasta ahora para darle un nuevo enfoque, ayudándoles a estructurar el evento desde una perspectiva teatral y consiguiendo mejores resultados en su audiencia.

¿Cómo? **Dando a la reunión carácter, personalidad y trayendo de nuevo sentimiento y emoción a este tipo de eventos.** Empezando por definir la audiencia y los objetivos que se persiguen, enfrentándose a un guion en blanco a partir del cual escribir la obra de tu evento, ayudando a generar el concepto-guía de la reunión y a ponerlo en escena a través del equipo de producción. Y sobre todo, **teniendo presente las reacciones que queremos despertar en la audiencia, la atmósfera a crear, la tensión y energía a transmitir**, la experiencia que queremos hacer vivir, que llevará a la conexión emocional y al recuerdo.

Además también organizan **talleres in-company de una jornada donde facilitan una serie de herramientas y recursos teatrales** que se centran en dibujar la escena para atraer la atracción del público durante la reunión; se ven los distintos géneros teatrales y se muestran cuáles pueden ayudar más a cada tipo de evento según los objetivos buscados; cómo se estructura el evento para crear más impacto (cuántas escenas, cómo dibujarlas, los intervalos, pausas, etc.); además de aplicar conceptos y recursos como la escenografía, guion, tono, lenguaje, ritmo, la interacción con la audiencia, ensayos e incluso la integración de redes sociales.



# PRODUCCIONES EL GRAN MOGOL



## ACTIVIDADES PARA

### EMPRESAS

Es nuestro tiempo  
Rodaje spot publicitario  
Taller de circo  
Taller de doblaje  
Taller de magia  
Taller de percusión  
Taller de pintura  
Taller de risoterapia  
Taller de teatro  
Taller de los sentidos

## TEATRO

Planeta impro  
Cia Andrés Cavallin  
Escapade theatre company

## AUDIOVISUALES

Museos y espacios singulares  
Videos internos empresa  
Videos presentaciones

## TEATRO DE ANIMACIÓN

Equipo animación hotel  
Los romanos  
Los científicos  
Los marineros  
Comisario, policía y malo  
Neptuno y su séquito marino  
La Cantante de ópera  
Oktoberfest  
Personajes históricos  
Familia hindú  
Hermanos Llobregat  
Dummies  
Espectáculo-pregón  
Piratas  
Familia marítima  
Frank S'tudio  
Guías turísticos  
Cuñadas Barrachina  
Channel 5 TV  
Familia Quiñones  
Sargento Morales y señora  
Loli Montoro  
Fotógrafos Magnum  
Guardias de seguridad  
Botones

## CIRCO

Circo Delicias  
Polizón Teatro

## MÚSICA

ARTURO Y LA MAQUINA DEL SABOR  
HOT CARAJILLO'S. SWING PARTY  
Jazz Pretenders  
ORQUESTRINA DEL CAFE. STANDARS  
SAMBA DO PARAKATÁ  
Dj Wooky  
Gumbo jazz band  
Allways drinking  
Percumusic. Ritmos africanos

## TEATRO DE

### CALLE/PERFORMANCES

Polizon Teatro  
Zigurat teatro  
Paloq'sea

## MAGIA

Magic Gonzalo GR  
Magic Raphel

## PRODUCCIONES

Escaparates vivos  
Coreografías verticales  
El éxito. Monty Python  
Esferas  
Percusión bidones  
Performance aérea  
Performance danza/visuales  
Rodaje película

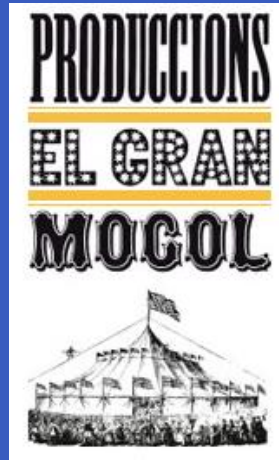
## QUIÉN SOMOS

Que hacemos  
El equipo  
Breve historia  
Para quién trabajamos

## TEATRO FAMILIAR

Teatre Móbil  
Mes Tumacat  
Ne me titere pass  
The wonderful life  
Teatre Po

# Los Organizadores Profesionales de Eventos



<https://www.youtube.com/watch?list=PLmOgBfoB3SYeQWXRPrJFd9TufpgfctEwa&v=pnVZrbpKwPU>

Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas y Mk - Universidad de Huelva



<http://www.platalea.com/eventos/>



# la huelva perdida

jueves 23 de junio de 22h a 01h

ruta teatralizada



un paseo por la ciudad  
para conocer  
los sitios que fueron

punto de encuentro  
plaza de las monjas



precio: 6€

Más info y reservas en: [www.platalea.com](http://www.platalea.com)

959 260 708 - 660 414 920

Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas y Mk - Universidad de Huelva



Universidad  
de Huelva

# CULTURALEZA

GESTIÓN CULTURAL Y  
DINAMIZACIÓN DEL PATRIMONIO



## Culturaleza: Un puzzle muy especial

Pieza a pieza vamos **dibujando sonrisas,**  
**sembrando conocimiento, viviendo**  
**experiencias, descubriendo emociones,**  
creando momentos que nos acercan a la realidad  
de las personas.

Pieza a pieza **vamos contruyendo un mundo de**  
**sensaciones** donde conjugamos el **Patrimonio, la**  
**Cultura, la Naturaleza y el Teatro** resultando  
este gran puzzle al que hemos denominado  
Culturaleza.



Visita Teatralizada Castillo de

## Servicios Turísticos

Servicios Turísticos de base creativo cultural,  
**basados en experiencias y emociones**  
especialmente diseñados para familias, grupos o  
instituciones.



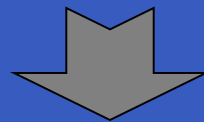
## Animación y Eventos a medida

Un equipo 100% implicado, **"imagina-acción",**  
**"crea-actividad"** y **"partici-pasión"** en todos y  
cada uno de los eventos en los que hemos  
participado a nivel nacional.

“Antes de que empiece a buscar ideas debe saber cual es su objetivo. Debe identificar su problema para convertirlo en un desafío específico”



“Es importante darse a sí mismo una razón personal y apremiante para dar con nuevas ideas para solucionar los problemas. Las mejores ideas provienen de los que están hambrientos de éxito y de los que cultivan el espíritu de empresa”



¿De qué forma puedo ....?



Para poder tener ideas originales, necesita ser capaz de examinar la misma información que todos los demás, y organizarla en un patrón nuevo

Cerebro izquierdo

Cerebro derecho

Manejar una cosa cada vez

Integrar muchos *inputs* a la vez

Lógica

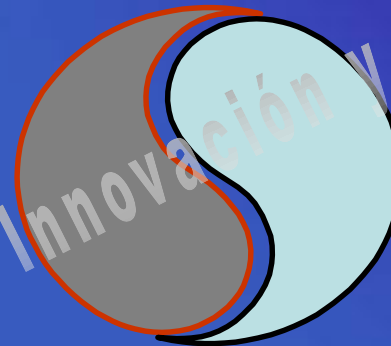
Sentimientos viscerales

LINEALIDAD

INTUICION

ESTRUCTURACION

IMAGINACION



# CARACTERÍSTICAS DEL COMPORTAMIENTO DE LOS MÁS CREATIVOS

- Suelen cuestionar el statu quo
- Investigan nuevas posibilidades
- Se auto motivan
- Se preocupan por el futuro
- Ven posibilidades en lo imposible
- Asumen riesgos
- Tienden al movimiento y la interacción
- No temen parecer tontos o infantiles
- Ven conexiones ocultas



# CARACTERÍSTICAS DEL COMPORTAMIENTO DE LOS MÁS CREATIVOS

- Se concentran en retos y problemas
- Resisten la ambigüedad y la paradoja
- Aprenden continuamente
- Concilian la intuición y el análisis
- Se comunican de forma efectiva
- No se desalientan fácilmente
- Su individualismo no les impiden trabajar en equipo





# OBSTÁCULOS A LA CREATIVIDAD

- Tipo cultural
- Bloqueos emocionales
- Barreras de la organización
- Frases matadoras ( “ya lo hemos intentado”, “no va a funcionar”, “mejor esperar y ver”)



# SUPERACIÓN DE OBSTÁCULOS

- Cambios estructurales
- Actitud adecuada para su resolución (Técnicas para fomentar ideas)
- Asistir a eventos o seminarios de creatividad
- Fomentar y crear el ambiente adecuado

Creatividad, barreras y soluciones, algunas técnicas:

<http://www.youtube.com/watch?v=SbPGBAaAw8I>



# Aspecto característico del ambiente creativo

- Reto
- Libertad
- Dinamismo
- Confianza y disposición
- Tiempo para imaginar
- Actitud positiva y humor
- Conflictos
- Apoyo a las ideas
- Debate
- Asunción de riesgos

Recomendaciones simples para mejorar la creatividad:



Tema 8. Gestión de la Innovación y la Calidad en Eventos

# Gerentes creativos

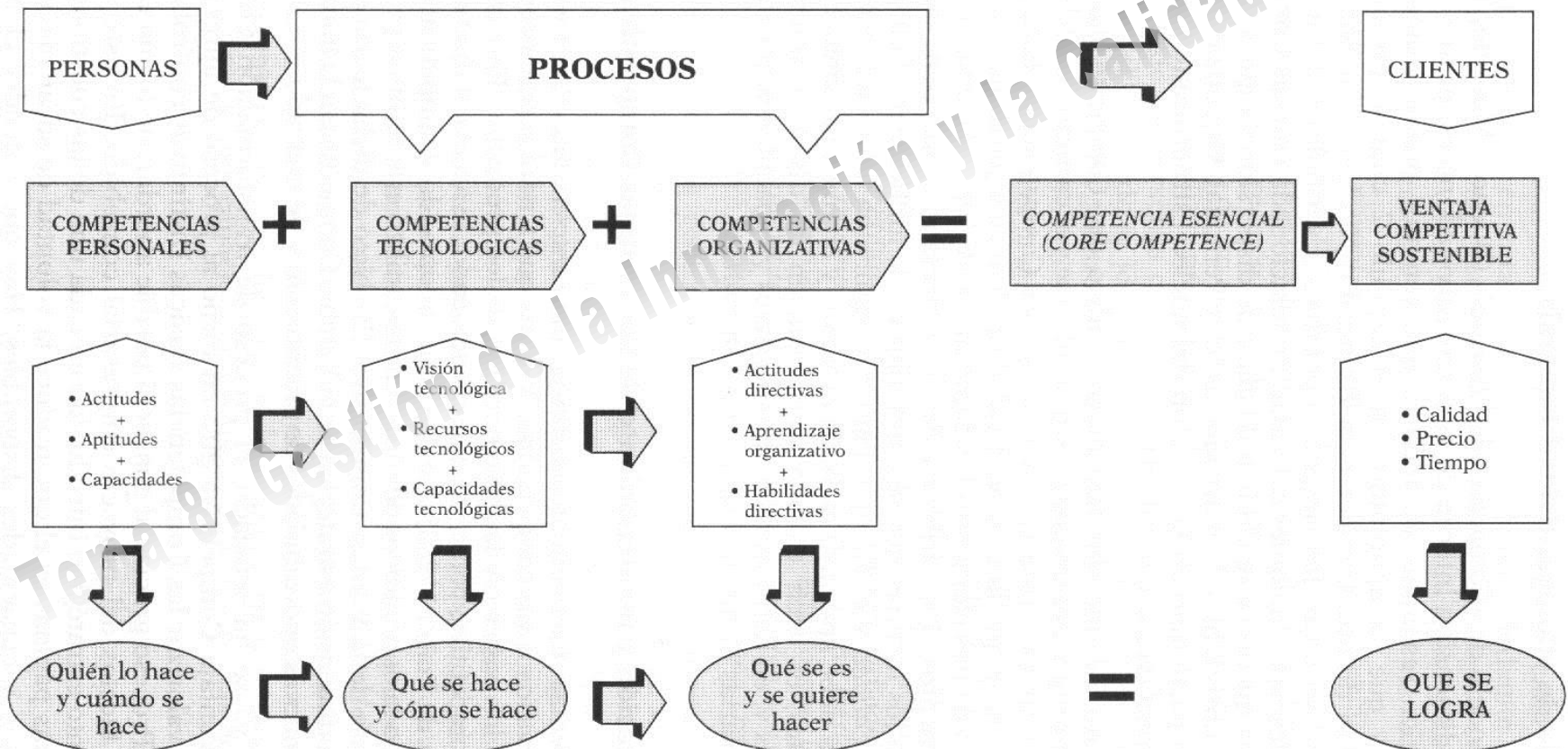
- Juegan un papel decisivo para el desarrollo creativo e innovador
- El gerente debe:
  - saber comunicar
  - entrenar
  - motivar
  - recompensar..
- El buen gerente persigue objetivos buscado efectividad
- Buen gerente = LÍDER



# Gestión de la creatividad

## Gerentes creativos

FIGURA 9.2.—Modelo de Competitividad Integral: análisis por competencias



# Gerentes creativos

Según el Dr. Horna, los gerentes creativos son personas que...

Saben hacer: capacidad para enfrentar y **resolver** problemas y/o crear.  
Se trata de un saber eficaz, inteligente, pero al mismo tiempo ético

Saben conocer: capacidad para **aprender** por sí mismo, aprovechando las anteriores capacidades, la información y los recursos del medio

Saben convivir: capacidad para ser complementario y **cooperativo** con los demás, así como respetuoso de las diferencias

Saben emprender: capacidad para **poner en marcha** una idea, hacer empresa en el sentido más amplio del concepto



Tema 8. Gestión de la Innovación y la Calidad en Eventos...

# Comportamiento organizativo que favorecen la innovación:

- Orientación al mercado
- Liderazgo facilitador
- Organización flexible
- Comunicaciones abiertas
- Compartir conocimiento
- Tolerancia al fracaso
- Empowerment (capacidad de delegar)
- Incentivos y recompensas adecuados
- Cultura adaptativa

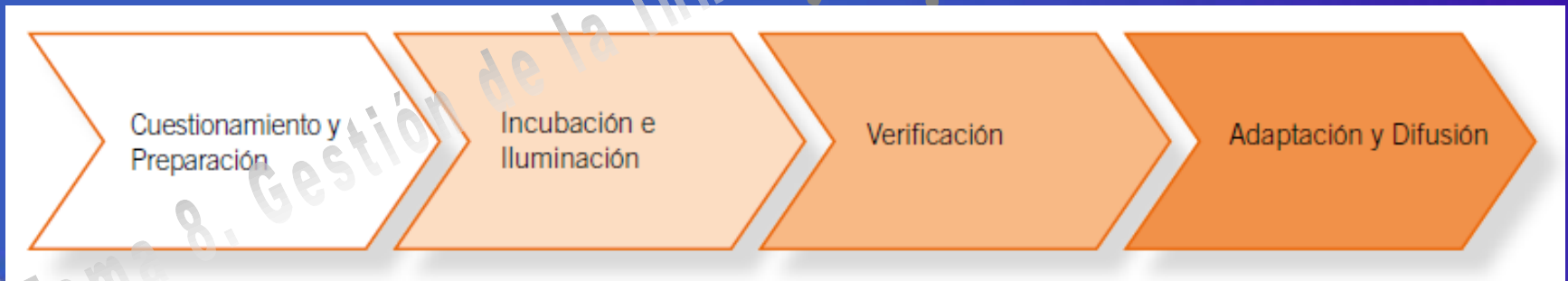


# Apoyo a la creatividad en las empresas

## FASES DEL PROCESO CREATIVO:

*La creatividad tiene sus técnicas, no es algo necesariamente innato. Por ello, es posible entrenarse para ser creativo.*

La creatividad como fuente de generación de ideas, base u origen de todo proceso innovador es un punto clave en el que se fundamenta la estrategia de innovación de las organizaciones. Además, la creatividad facilita la resolución de problemas y la toma de decisiones en la organización, haciendo a ésta más abierta y receptiva hacia el cambio. Por todo ello puede afirmarse que la creatividad es un recurso económico fundamental.





# Apoyo a la creatividad en las empresas

## Beneficios de las organizaciones creativas

La Creatividad en la organización permite:

- Desarrollar soluciones y productos, servicios, procesos... novedosos.
- Facilitar la resolución de problemas y la toma de decisiones.
- Conseguir una empresa u organización innovadora.
- Optimizar nuevos modos de producción y de administración.
- Favorecer la participación de los equipos.

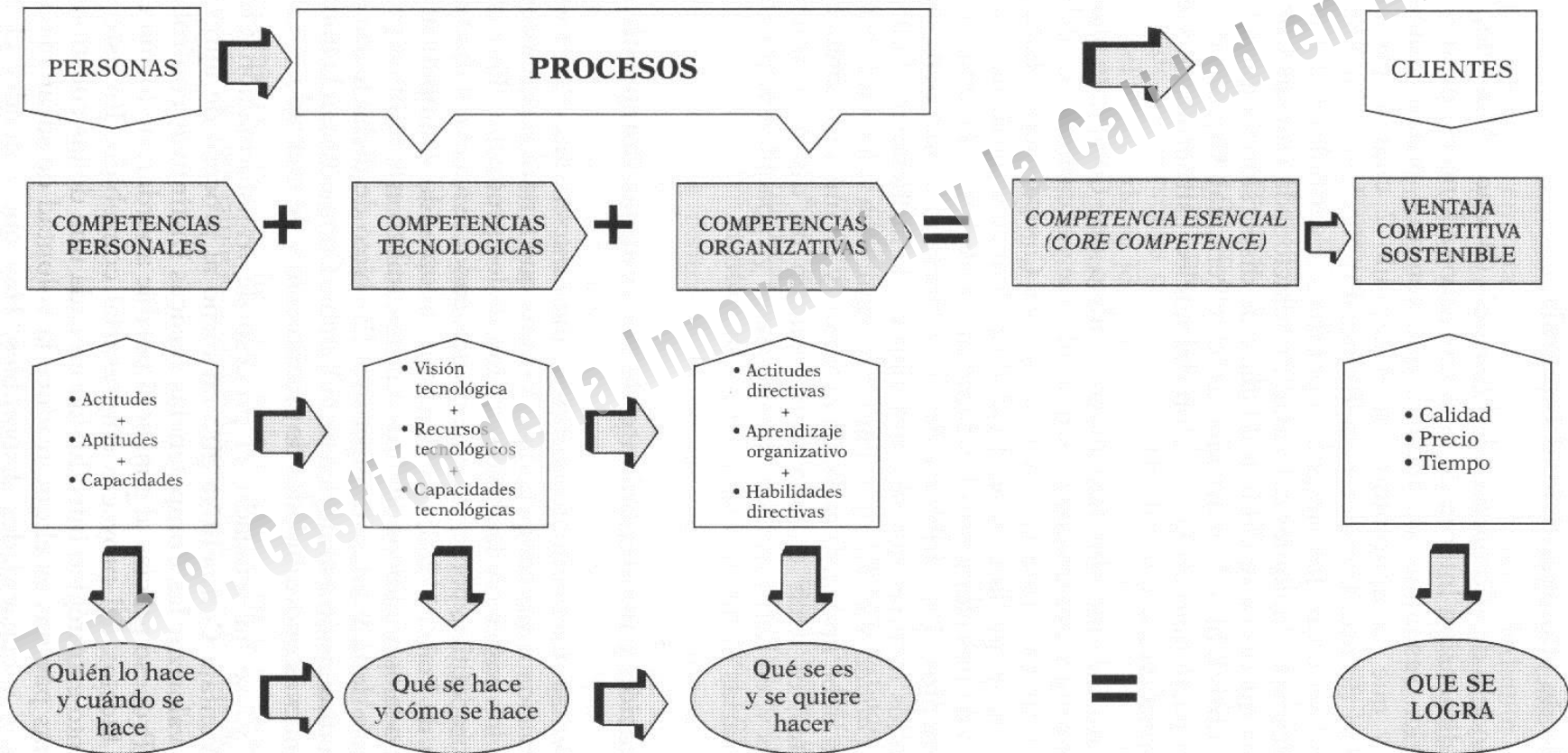
Con el objeto de:

- Generar productos y/o servicios más atractivos para los clientes.
- Diferenciarse de los competidores



# Gestión de la creatividad

FIGURA 9.2.—Modelo de Competitividad Integral: análisis por competencias



# Gestión de la creatividad

Premisas que potenciarán su estrategia de expansión internacional

## Meliá Hotels International: sus diez claves para el futuro

### El decálogo

La primera de estas diez premisas hace referencia al **fomento de la gestión del talento**, formando y reteniendo a su personal y apostando por perfiles globales para construir una gran cartera de talento acorde con las necesidades de la expansión de la empresa.

En segundo lugar, seguir apostando por **alianzas o joint ventures** para crecer minimizando el riesgo, como ya ha hecho la compañía mediante sus acuerdos con **Jin Jiang** y **Wyndham**.

En tercero, **fortalecer las marcas** para aumentar su reconocimiento y prestigio.

Cuarta premisa, **potenciar las nuevas tecnologías** como uno de los factores claves para la expansión. En este sentido Escarrer destacó que la web **Melia.com** ha pasado de facturar 117 millones de euros hace 3 años, a los más de 180 con los que cerrará 2012.



# Gestión de la creatividad

Premisas que potenciarán su estrategia de expansión internacional

## Meliá Hotels International: sus diez claves para el futuro

La **innovación y la creatividad** se erigen como la quinta, analizando las apetencias de los clientes para adelantarse a sus demandas futuras. Entre los ejemplos citados por Escarrer se encuentra el concepto de hotelería "lifestyle, lugares para ver y ser vistos" que la cadena está poniendo en marcha en su proyecto de **Magaluf (Calviá Beach Resort)**.

En sexta posición, la cadena sitúa el ofrecer la mejor **relación calidad precio**.

Como séptimo punto, **alinear la cultura corporativa con las necesidades estratégicas**, potenciando los valores de vocación de servicio, excelencia, innovación, proximidad y coherencia.

La apuesta por la **sostenibilidad** se convierte en otra de las premisas esenciales, la octava.

La novena es la profundización en la **diferenciación y segmentación** de los productos de la cadena. En este sentido Escarrer ha manifestado que el amplio abanico que ofrece la cadena ha sido la clave de su éxito.

Por último, la décima propuesta (pero no por ello menos importante, según el presidente) hace referencia a la **fidelización** del cliente, que, para Escarrer, "es el mejor activo que tenemos, nuestro mejor embajador", considerando esta fidelización la estrategia más rentable para la compañía.



# Apoyo a la creatividad en las empresas

## CONCLUSIONES:

- La creatividad es una habilidad cada vez más valorada en la empresa.... siempre que termine en una innovación.
- La creatividad tiene sus técnicas, no es algo necesariamente innato. Por ello, es posible entrenarse para ser creativo.
- El fin último de las herramientas o técnicas creativas es desbloquear nuestro pensamiento creativo. Las hay más conservadoras o más rupturistas.
- El estado afectivo positivo (es decir, la emoción) está directamente relacionado con el modo en el que las personas piensan creativamente en el trabajo.
- En numerosas ocasiones se usan indistintamente los conceptos de creatividad e innovación, pero existen diferencias entre ambos. Básicamente, la creatividad hace referencia a la generación de una idea, mientras la innovación implica la aplicación práctica y explotación de la misma en el mercado.
- En el ámbito empresarial el proceso creativo e innovador llegan a confundirse en un único proceso de difícil disociación.
- La clave está en buscar un equilibrio entre nuestras vertientes intuitiva y racional y en preparar la mente para que experimente más momentos creativos.
- La creatividad disminuye cuando las personas en un grupo de trabajo compiten en lugar de colaborar. Los equipos más creativos son aquellos que tienen la confianza suficiente para compartir y discutir las ideas.

Los secretos de la creatividad, Redes nº 89 con Ken Robinson:

<http://www.youtube.com/watch?v=TOHaSdZ1wP4>

Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas y Mk - Universidad de Huelva



**" Creatividad  
es el único camino para que el mañana sea  
mejor que hoy.  
Por ello debe fomentarse"**

Los secretos de la creatividad, Redes nº 89 con Ken Robinson:

<http://www.youtube.com/watch?v=TOHaSdZ1wP4>

Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas y Mk - Universidad de Huelva



**"Sólo aplicando  
la creatividad y la innovación  
en busca de la felicidad de las personas  
lograremos la diferenciación"**

Los secretos de la creatividad, Redes nº 89 con Ken Robinson:

<http://www.youtube.com/watch?v=TOHaSdZlwP4>

Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas y Mk - Universidad de Huelva

