

SOLUCIONES

# Creatividad e innovación empresarial y profesional



ADGD059PO




Administración y  
Gestión



75 horas de  
formación

editorial **cep**





**SOLUCIONES  
TEST**



# Soluciones Tema 1

## El proceso estratégico de la innovación

1. b) Proceso estratégico de innovación
2. d) Las respuestas a) y b) son correctas
3. b) Innovación organizativa
4. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
5. c) Las respuestas a) y b) son correctas
6. d) Todas las repuestas anteriores son correctas
7. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
8. b) Innovación en proceso
9. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
10. c) Las respuestas a) y b) son correctas



# Soluciones Tema 2

## La innovación en mercados

1. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
2. c) La innovación depende de la identidad cultural
3. c) Bienes industriales
4. c) Las respuestas a) y b) son correctas
5. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
6. d) Las respuestas a) y b) son correctas
7. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
8. c) Implica la implantación de culturas diferenciadas localmente
9. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
10. d) La contratación de influencers solo se da en el sector turístico





# Soluciones Tema 3

## La innovación en productos y servicios

1. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
2. d) Las respuestas a) y b) son correctas
3. a) Investigar o monitorear oportunidades, identificar deseos y necesidades, desarrollar y evaluar conceptos, patentar el desarrollo del concepto, producir el producto y lanzarlo
4. c) De cuatro etapas
5. c) Las respuestas a) y b) son correctas
6. d) Design thinking
7. c) Innovación disruptiva
8. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
9. b) Producto mínimo viable, test a/b, crear-medir-aprender, pivotar, lienzo del modelo de negocio
10. b) Kaizen



# Soluciones Tema 4

## La innovación en procesos

1. d) Las respuestas a) y b) son correctas
2. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
3. d) La innovación de procesos siempre tiene sentido, aunque no mejore el desempeño de un negocio en aspectos relacionados con su estrategia ni logre el cambio en la organización
4. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
5. b) Actividad
6. b) Una vez decidido por donde empezamos, la innovación debe ayudar a resolver problemas: solucionar necesidades claras y concretas, validar o redefinir la idea inicial y seleccionar la mejor opción y ponerla en marcha
7. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
8. d) Las respuestas a) y b) son correctas
9. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
10. d) Las respuestas a) y b) son correctas



# Soluciones Tema 5

## La innovación en la relación con el cliente

1. c) Debe tenerse en cuenta solo en las tiendas físicas
2. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
3. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
4. a) El uso de los medios virtuales no mejora la promoción y la captación comercial, y es actualmente uno de los menos utilizados por las empresas
5. d) Para conseguir la involucración del cliente, no es necesario comunicarse con el mismo
6. d) Lineales o convergentes
7. a) Cualidades que no influyen en la satisfacción o insatisfacción del cliente. Por ejemplo, se engloban en esta categoría todos los accesorios que vienen con los productos y que en la mayoría de casos no se llegan a utilizar nunca
8. b) Factores que provocan satisfacción al cliente cuando están presentes en el producto, e insatisfacción si el mismo carece de ellos, ya que el cliente busca un determinado tipo de producto porque posee esas características
9. d) Todas las respuestas anteriores son correctas

10. c) Agilidad, ser capaz de dar respuestas rápidas incluso antes de investigar

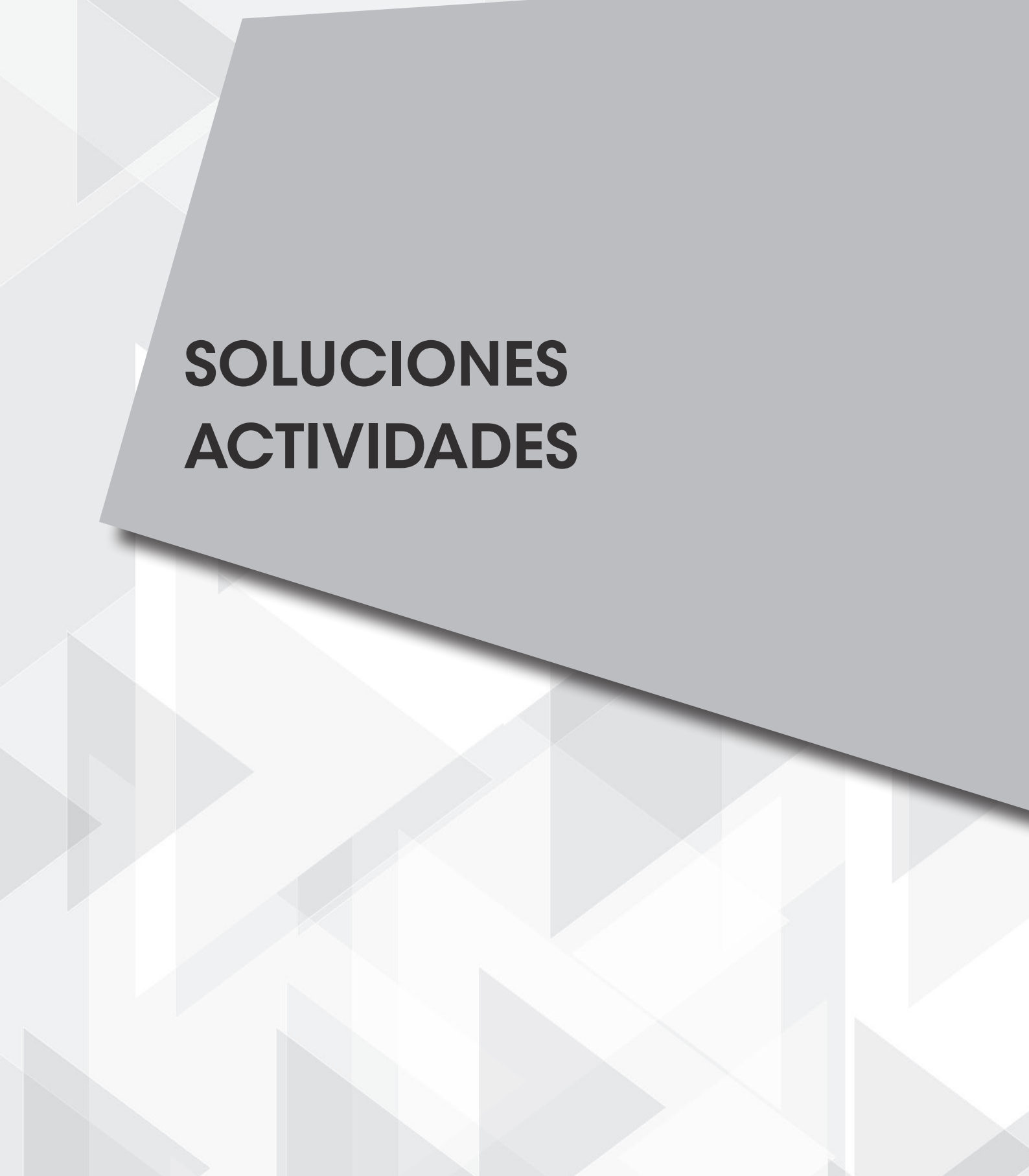
# Soluciones Tema 6

## Creatividad innovadora

1. d) 6
2. b) Llegar a una solución lo más justa posible, basándose en algún estándar objetivo
3. d) Braistorming
4. a) Recopilamos información para enfrentarnos al problema
5. c) Las respuestas a) y b) son correctas
6. c) Solo las que resulten más creativas
7. b) Alex Osborn
8. c) Valor añadido
9. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
10. d) Todas las respuestas anteriores son correctas







**SOLUCIONES  
ACTIVIDADES**



# Soluciones Tema 1

## El proceso estratégico de la innovación

1.

1b; 2d; 3a; 4c

2.

1d; 2a; 3b; 4c

3.

3.1 La innovación en la organización en la empresa consiste en:

- a) Generar cambios en las prácticas y procedimientos de la empresa (evaluación y desarrollo de los recursos humanos, formación, reingeniería del negocio, gestión de la calidad...)
- b) Modificar el lugar de trabajo, actualizar la gestión del conocimiento

La innovación se identifica con el fin que consigue materializar el espíritu de liderazgo de una empresa.

3.2 ¿Qué fases son necesarias para elaborar una estrategia?

- a) Revisar objetivos iniciales
- b) Evaluar pautas o alternativas para alcanzar los objetivos
- c) Observar posibilidades que ofrece cada alternativa

Todas estas son todas fases necesarias para elaborar una estrategia.

4.

a) Innovación en producto.

b) Innovación en proceso (adaptación del proceso de fabricación para envasado en atmósfera controlada) e innovación en la forma de presentación del producto.

5.

La imagen se corresponde con un tipo de innovación radical.

# Soluciones Tema 2

## La innovación en mercados

1.

1b; 2c; 3a; 4d

2.

Tipos de mercados puros:

a) Competencia perfecta

b) Monopolio

Tipos de mercados intermedios:

c) Competencia monopolística

d) Oligopolio, duopolio

3.

Todas son monopolios.

4.

1. El océano rojo se caracteriza por:

b. La industria se define por los mismos términos, la empresa se esfuerza por ser la mejor

d. Conformarse con la orientación funcional o emocional de su industria

2. El océano azul se caracteriza por:

a. Explorar industrias alternativas

c. Explorar la cadena de compradores

5.

Son ejemplos de océano azul las tres empresas: QB House, Swatch y Google; pues estas empresas crean nuevos espacios de mercado, crean y capturan una nueva demanda, procuran mejor coste y mayor diferenciación.

# Soluciones Tema 3

## La innovación en productos y servicios

1.

1b; 2a; 3d; 4c

2.

1d; 2c; 3a; 4b

3.

1b; 2a; 3c; 4e; 5d

4.

Generar la idea, selección de ideas, desarrollo del concepto y desarrollo del producto y comercialización.

5.

a) Producto mínimo viable

b) Test A/B

c) Lienzo del modelo de negocio

e) Pivotar

Lean Startup se basa en el enfoque en el cliente en vez de en el producto, se busca aprender de cada interacción con nuestro producto para poner a prueba nuestras hipótesis y saber hacia dónde avanzar. Estos son los principios básicos:

- Producto Mínimo Viable
- Test A/B
- Crear-Medir-Aprender

- Pivotar
- Lienzo del modelo de negocio



# Soluciones Tema 4

## La innovación en procesos

1.

1d; 2a; 3b; 4c; 5f; 6e

2.

1c; 2a; 3b

3.

3.1 Son ejemplos de modelo de negocio de afiliación:

- b) Los viajes organizados que llevan a los turistas a comer a un restaurante, y reciben comisión por cada persona que coma allí
- c) El propietario de una web que alquila espacio para que terceros coloquen sus anuncios

Internet ha sido el mejor impulsor del modelo de negocio de afiliación, dada su simplicidad, es tan fácil como incluir en nuestra web un anuncio de un producto o servicio de un tercero, y si el usuario hace clic y acaba comprando, cobraremos una comisión por la venta.

3.2 La finalidad de la gestión de la innovación es que la empresa sea capaz de:

- a) Integrar la innovación tecnológica en la estrategia de la empresa
- c) Identificar la metodología y las herramientas para desarrollar un Plan Tecnológico

El sistema de gestión de la innovación comprende el conjunto de herramientas de innovación, las distintas fases del proceso de innovación, la definición de la estructura organizativa, la previsión de recursos para la innovación, la definición de la política y objetivos de la innovación y los métodos de evaluación y seguimiento del propio sistema.

4.

Se trata de una innovación de proceso, ya que lo que se introduce es una manera diferente de realizar el proceso de recogida de basura.



# Soluciones Tema 5

## La innovación en la relación con el cliente

1.

- Social Media Manager:

- a) Diseña una estrategia de social media en coherencia con la identidad de la marca, su público y sus objetivos.
- c) Administra y controla los presupuestos para distintas acciones de la estrategia.

- Community manager:

- b) Crea contenido atractivo y de calidad. Maneja todos los medios donde la marca tiene presencia según la estrategia, contenidos de la web, blog, Twitter...
- d) Su misión es construir, gestionar y administrar una comunidad en las distintas plataformas de social media, con el objetivo de establecer y sostener una relación duradera y recíproca con ésta.

2.

1d; 2a; 3b; 4c

3.

- a) Implantar una cultura empresarial y un saber hacer que llegue a todos los departamentos y empleados de la empresa y que con ello se dé una sólida imagen frente al cliente
- b) Una homogeneización de procedimientos, así como un incremento del nivel de servicios ofertados

La orientación al cliente consiste en mirar más de cerca a quienes compran nuestros productos o servicios, tener en cuenta sus opiniones, valorar sus comentarios, invitarles a participar en distintos procesos y hacerles ver que son el centro del proceso comercial.

4.

El Social Media Manager es el que se encarga de crear la estrategia a seguir y el Community Manager (CM) es la persona que ejecuta dicha tarea.

# Soluciones Tema 6

## Creatividad innovadora

1.

Cada uno de los atributos se analiza y se plantean preguntas sobre la forma en que se podrían mejorar.

- ¿Se podrían hacer de otro material?
- ¿Podrían tener un mango adaptable a la mano?
- ¿Podrían fabricarse en diferentes colores?
- ¿Podrían tener un diseño completamente diferente?

2.

Recomendaciones al propietario:

- Intentar introducir una nueva línea de productos en la tienda.
- Permitir el pago con tarjeta de crédito.
- Promover una oferta: comprando dos, el segundo a mitad de precio.
- Anunciarse en los periódicos locales y evaluar el resultado al de unas semanas.
- Poner carteles en zonas de mucho público.
- Desarrollar una base de datos detallada de los clientes para futura publicidad por correo.
- Investigar la viabilidad de envíos a domicilio y la venta por internet.

3.

1b; 2a; 3c

4.

1c; 2a; 3b; 4d

5.

1. Preparación: encontramos el problema, exploramos las dimensiones del mismo y recopilamos información para enfrentarnos a él.
2. Generación: se generan ideas y buscamos alternativas sobre el tema. Nos podemos ayudar con técnicas de creatividad.
3. Incubación/ iluminación: en esta etapa es cuando interiorizamos en el problema para tener una mejor apreciación de él.
4. Evaluación/ elaboración: es en esta fase cuando la idea se verifica, se valora para comprobar si es valiosa o no y si cumple los objetivos que nos habíamos marcado. Damos el último matiz a la idea para poderla llevar a la práctica y se realizan todo tipo de pruebas para su validación.