

Módulo 5 - Competencias empresariales: nuevos sueños y oportunidades

Introducción:

La tercera parte del Módulo 5 explora la importancia de la creatividad en las empresas sociales y el uso de innovaciones tecnológicas a la hora de desarrollar recorridos por la ciudad. Además, se ofrecen consejos sobre cómo elaborar un análisis DAFO para una nueva iniciativa empresarial.

Objetivos del módulo:

- Aprender a desarrollar un método sostenible e integrador de emprendimiento social.
- Conocer los métodos de planificación estratégica y marketing y cómo aplicarlos.
- Utilizar las innovaciones tecnológicas para mejorar un modelo de negocio.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

El proyecto #DiOtherCity está cofinanciado por el programa ERASMUS+ de la UE (de junio de 2021 a mayo de 2023).

Su contenido refleja las opiniones de los autores, y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. (Código del proyecto: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

PARTE 3 - Creatividad, innovación tecnológica y las ICC

Objetivos:

- Aprender a ser un pensador creativo.
- Explorar las innovaciones tecnológicas en el desarrollo de visitas guiadas por la ciudad.
- Aprender a realizar un análisis DAFO.

Capítulo 1: La creatividad en las ICC

La creatividad es algo que está integrado en la definición de las ICC. El término se utiliza desde 1948, cuando Adorno lo empleó para referirse a las técnicas de reproducción industrial en el desarrollo de obras culturales masivas ([CREAT EU, 2021](#)). Sin embargo, no fue hasta principios de los años 90 cuando la definición de las ICC evolucionó para incluir el concepto de economía creativa y entender la creatividad como motor de la innovación, el cambio tecnológico y el desarrollo empresarial (ibíd.).

A medida que los avances tecnológicos crean nuevas herramientas para la producción y la comunicación de la cultura, se ha producido una importante transformación del enfoque, que ha pasado del aspecto "cultural" al "creativo" de las ICC ([Interreg, 2019](#)). Las ICC tienen el poder de utilizar esta creatividad y las mejoras tecnológicas para transformar las comunidades y hacerlas más accesibles, equitativas e inclusivas ([Ual, 2020](#)). Para lograr este cambio positivo,

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

El proyecto #DiOtherCity está cofinanciado por el programa ERASMUS+ de la UE (de junio de 2021 a mayo de 2023).

Su contenido refleja las opiniones de los autores, y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. (Código del proyecto: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

las ICC deben utilizar su aspecto creativo para impulsar la innovación, crear cooperación intersectorial y desarrollar nuevas oportunidades empresariales ([NDPC, 2020](#)).

Creatividad frente a la innovación:

La creatividad y la innovación no son lo mismo; la innovación puede definirse como creatividad aplicada ([Petrakis y Kafka, 2016](#)). Mientras que la creatividad se ve como un evento de expresión artística, la innovación se considera como poner todas las ideas juntas y pensar en formas de hacer que las ideas se conviertan en realidad (ibíd.).

Creatividad empresarial:

La definición de creatividad empresarial fusiona dos términos, el de creatividad y el de espíritu empresarial ([Corte, 2017](#)). Esta definición, propuesta por Amabile (1997) en primer lugar, y luego por Sternberg (1999), implica el proceso de identificación de ideas innovadoras para dirigir un negocio, así como la creatividad de los empleados y líderes de una empresa (ibíd.).

Consejos para el pensamiento creativo:

La creatividad es un aspecto fundamental para el éxito empresarial, ya que ayuda a identificar rápidamente nuevas ideas y soluciones a posibles riesgos ([Kotelnikov, 2020](#)).

1. **Cambia de actitud y evita las limitaciones autoimpuestas:** Si te ves a ti mismo como un pensador creativo, serás capaz de ver cada reto desde un punto de vista creativo.
2. **Piensa con originalidad:** Haz preguntas que te ayuden a encontrar una solución a un reto; no te precipites directamente hacia una solución.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

El proyecto #DiOtherCity está cofinanciado por el programa ERASMUS+ de la UE (de junio de 2021 a mayo de 2023).

Su contenido refleja las opiniones de los autores, y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. (Código del proyecto: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

3. **Agudiza tu cerebro:** Busca problemas desafiantes que resolver e intenta buscar ideas más innovadoras a medida que progresas. Cuando sea posible, comunica e intercambia tus ideas con otras personas creativas.
4. **Adopta un punto de vista diferente:** Si sólo piensas en una determinada línea y no consigues superar el reto, detente, vuelve a analizar el problema y trata de darle un nuevo enfoque.
5. **Da una oportunidad a lo inusual:** La mayoría de las grandes ideas son una combinación de muchas ideas juntas. No tengas miedo de intentar mezclar cosas para crear una idea nueva.
6. **Experimenta y adquiere experiencia interfuncional:** Cualquier tipo de innovación conlleva ciertos riesgos; experimenta, aprende, adáptate y sigue adelante. Mantente abierto a nuevas ideas e intenta desarrollar una experiencia interfuncional.

([Kotelnikov, 2020](#))

Capítulo 2: La innovación tecnológica en el desarrollo de los recorridos urbanos

Las visitas guiadas ofrecen una forma cómoda y sin estrés de descubrir una nueva ciudad sin necesidad de investigar mucho por cuenta propia. Las visitas guiadas son muy útiles, sobre todo cuando se exploran destinos remotos, y ofrecen una visión única de la cultura del lugar y de la población local (worldexpeditions.com, s. f.). Tradicionalmente, las visitas guiadas a las

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](#)

El proyecto #DiOtherCity está cofinanciado por el programa ERASMUS+ de la UE (de junio de 2021 a mayo de 2023).

Su contenido refleja las opiniones de los autores, y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. (Código del proyecto: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

ciudades las organizaban y dirigían los guías locales que conocían la cultura local y los lugares secretos y remotos que los turistas no podrían descubrir por su cuenta (ibíd.).

Sin embargo, el estallido de una pandemia mundial a finales de 2019 ha provocado grandes cambios en el sector turístico y, como consecuencia, también ha alterado el funcionamiento de los viajes urbanos. En medio de las restricciones de viaje y los confinamientos, las innovaciones tecnológicas han aumentado y se han extendido rápidamente en todos los sectores de la vida, incluido el de los viajes ([Snow, 2021](#)).

Tecnología de viajes:

La tecnología de viajes es una definición amplia que implica el uso y la aplicación de innovaciones tecnológicas en los ámbitos del turismo, los viajes y la hostelería ([Revfine, 2021](#)). Los principales objetivos de la aplicación de innovaciones tecnológicas son beneficiar las experiencias de los clientes y dar lugar a experiencias más cómodas, así como ayudar a los empleados a reducir el estrés y aumentar su creatividad (ibíd.).

Conoce las últimas tendencias:

1. **Realidad virtual y aumentada:** La realidad virtual y aumentada han experimentado un rápido aumento desde que la pandemia provocó grandes cierres en todo el mundo, y muchos museos y destinos turísticos ofrecen exposiciones y experiencias en línea ([Snow, 2021](#)). Un ejemplo es la aplicación [Xplore Petra](#), que permite a los visitantes visitar virtualmente el emblemático yacimiento arqueológico de Jordania. Esta

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

El proyecto #DiOtherCity está cofinanciado por el programa ERASMUS+ de la UE (de junio de 2021 a mayo de 2023).

Su contenido refleja las opiniones de los autores, y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. (Código del proyecto: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

tendencia continuará en los próximos años, ya que muchos museos ofrecen ahora experiencias de RV en directo a sus visitantes. Las visitas a las ciudades también son cada vez más virtuales, con muchas páginas web que ofrecen visitas virtuales a las ciudades para personas de todo el mundo, sin restricciones de distancia ni accesibilidad. Algunos ejemplos de estas herramientas son [Virtual City Tours](#) y [Stqry](#).

2. **La tecnología móvil:** En la era digital, los teléfonos móviles se han convertido en nuestros guías, ya que los utilizamos a diario para desplazarnos, acceder a mapas, localizar un restaurante o buscar información ([Vidal, 2019](#)). A la hora de planificar nuestras vacaciones, nuestro teléfono se convierte en una herramienta fundamental. Según una encuesta realizada por TripAdvisor, el 45% de los usuarios utiliza su smartphone para todo a la hora de planificar un viaje (ibídem).
3. **Códigos QR:** Los códigos QR pueden encontrarse en varios lugares. Por un lado, pueden utilizarse en restaurantes y cafeterías para limitar el uso de papel en la impresión de sus cartas y, al mismo tiempo, limitar la interacción con los virus en la era Covid-19 ([Snow, 2021](#)). Por otro lado, los códigos QR se utilizan en museos y atracciones turísticas para hacer más atractiva una experiencia; pueden llevar a contenidos sonoros y visuales, juegos, concursos, etc.
4. **Búsqueda y control por voz:** Los dispositivos controlados por voz como Alexa se están convirtiendo en la nueva tendencia y ahora también están entrando en el sector de los viajes ([Revfine, 2021](#)). Ya sea añadiendo dispositivos controlados por voz en los hoteles o desarrollando páginas web con búsqueda por voz, estas herramientas tienen la capacidad de hacer que el sector de los viajes sea más inclusivo.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

El proyecto #DiOtherCity está cofinanciado por el programa ERASMUS+ de la UE (de junio de 2021 a mayo de 2023).

Su contenido refleja las opiniones de los autores, y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. (Código del proyecto: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

Para más información sobre las últimas tendencias tecnológicas en el sector de viajes, puede consultar el Módulo 4.

Capítulo 3: City Tours y el análisis DAFO

DAFO es el acrónimo de debilidad, amenaza, fortaleza y oportunidad ([Tu et al., 2021](#)). Originalmente, el análisis DAFO fue introducido por [Christensen et al. \(1965\)](#) en el texto "Business policy: text and cases" ("Política empresarial: texto y casos") como herramienta empresarial para la gestión organizativa, pero desde entonces se ha utilizado en diversos ámbitos para realizar un análisis profundo y exhaustivo de las ventajas de una empresa antes de desarrollar una nueva estrategia empresarial ([Omer, 2018](#)).

Existen muchas plantillas accesibles en línea que pueden utilizarse en el análisis DAFO. Un buen ejemplo puede encontrarse en una breve guía de análisis DAFO de ([Jackson, n.d.](#)), o de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo del [Gobierno de España](#):

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

El proyecto #DiOtherCity está cofinanciado por el programa ERASMUS+ de la UE (de junio de 2021 a mayo de 2023).

Su contenido refleja las opiniones de los autores, y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. (Código del proyecto: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).



(Tabla e información extraída de <https://dafo.ipyme.org/Home>)

Un análisis DAFO puede aplicarse a las visitas turísticas urbanas del mismo modo que a cualquier otra empresa.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

El proyecto #DiOtherCity está cofinanciado por el programa ERASMUS+ de la UE (de junio de 2021 a mayo de 2023).

Su contenido refleja las opiniones de los autores, y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. (Código del proyecto: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

Un estudio de [Ali Shaw \(2020\)](#) ofrece un análisis DAFO del sector de los viajes y el turismo en general. Explica los puntos fuertes y débiles del sector turístico, así como sus oportunidades y amenazas.

Conclusión:

El módulo 5 completa esta breve guía sobre cómo desarrollar recorridos urbanos inclusivos y sostenibles dentro de las industrias creativas y culturales. A lo largo de esta guía, se presentó a los alumnos la importancia de investigar una idea antes de iniciar el proceso de creación de un plan de negocio. Además, se introdujeron técnicas de narración y gamificación en consonancia con el concepto de los recorridos urbanos, al tiempo que se mencionaron una serie de herramientas digitales y avances tecnológicos. Por último, el Módulo 5 ofreció una guía práctica sobre cómo crear empresas sociales inclusivas y sostenibles con referencia a la importancia de la planificación estratégica y las técnicas de marketing, así como al uso de herramientas digitales en la implementación de un nuevo plan de negocio.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

El proyecto #DiOtherCity está cofinanciado por el programa ERASMUS+ de la UE (de junio de 2021 a mayo de 2023).

Su contenido refleja las opiniones de los autores, y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. (Código del proyecto: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

Herramientas digitales para el Módulo 5 - PARTE 3:

Herramienta 3: Análisis DAFO

Herramienta 6: Turismo inclusivo

Referencias:

Amabile, T.M. (1997). Entrepreneurial creativity through motivational synergy. *The Journal of Creative Behavior*, Vol. 31: 18-36.

Christensen, C. Roland et al. (1965). *Business policy: text and cases*. Homewood, Illinois: R.D: Irwin. Available at: <https://archive.org/details/businesspolicyte00chri/page/n5/mode/2up>.

Corte, Valentina Della et al. (2017). Entrepreneurial Creativity: Source, Processes and Implications. *International Journal of Business and Management*, Vol. 12 (6): 33-48. Available at: https://www.researchgate.net/publication/317111535_Entrepreneurial_Creativity_Sources_Processes_and_Implications.

CREAT EU. (2021). The role of Cultural and Creative Industries. *CREATEU*. Available at: <https://createu.erasmus.site/cultural-creative-industries-role/>.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

El proyecto #DiOtherCity está cofinanciado por el programa ERASMUS+ de la UE (de junio de 2021 a mayo de 2023).

Su contenido refleja las opiniones de los autores, y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. (Código del proyecto: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

Gobierno de España. (2023). Herramienta DAFO. *Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa*. Disponible en: <https://dafo.ipyme.org/Home>

Interreg. (2019). Mapping Strategy and CCI Classification. *Interreg Central Europe*. Available at: <https://www.interreg-central.eu/Content.Node/COCO4CCI/D.T1.2.1---MAPPING-STRATEGY-AND-CCI-CLASSIFICATION.pdf>.

Jackson, Ted. (n.d.). What is A SWOT Analysis? A Thorough Explanation With Examples. *Clearpointstrategy.com*. Available at: <https://www.clearpointstrategy.com/swot-analysis-examples/>.

Kotelnikov, Vadim. (2020). Entrepreneurial Creativity. *Medium.com- Estiem*. Available at: <https://medium.com/estiem/entrepreneurial-creativity-5097d61fb34e>.

NDPC. (2020). Cross-sectoral cooperation and innovation within Creative and Cultural Industries. *Northern Dimension Partnership on Culture*. Available at: <https://ndpculture.org/projects/cross-sectoral-cooperation-and-innovation-within-creative-and-cultural-industries/>.

Omer, Soran. (2018). SWOT Analysis – The Tool of Organisations Stability (KFC) as a Case Study. *Journal of Process Management – New Technologies, International* Vol.6 (4). Available at: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/2334-735X/2018/2334-735X18040270.pdf>.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

El proyecto #DiOtherCity está cofinanciado por el programa ERASMUS+ de la UE (de junio de 2021 a mayo de 2023).

Su contenido refleja las opiniones de los autores, y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. (Código del proyecto: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

Petrakis, Panagiotis E & Kafka, Kyriaki I. (2016). Entrepreneurial Creativity and Growth. *Intechopen.com*. Available at: <https://www.intechopen.com/chapters/52579>.

Revfine. (2021). 11 Key Technology Trends Emerging in the Travel & Tourism Industry. *Revfine.com*. Available at: <https://www.revfine.com/technology-trends-travel-industry/>.

Shaw, Ali Ahsan. (2020). SWOT Analysis of Travel & Tourism Industry. *SWOT & PESTLE Analysis*. Available at: <https://swotandpestleanalysis.com/swot-analysis-of-travel-tourism-industry/>.

Sternberg, R.J. (1999). *Handbook for Economic Studies Paper, CES-WP, 10-06 creativity*. Cambridge, UK: Cambridge University Press

STQRY. (n.d.). STQRY Home. *STQRY*. Available at: https://stqry.com/our-customers/local-government-towns-cities/?gclid=Cj0KCQiA_c-OBhDFARIsAIFg3ew7RWHPItSLM3YmHq8cgN1PsFs0SzZ1SSWBfMATjAKFI7P8vU_qi2oaAkHOEALw_wcB.

Tu, Shu-Fen et al. (2021). Improving RE-SWOT Analysis with Sentiment Classification: A Case Study of Travel Agencies. *Future Internet*, Vol. 13 (226): 1-17. Available at: <file:///C:/Users/user/Downloads/futureinternet-13-00226-v2.pdf>.

www.diothercity.eu | #DiOtherCity

El proyecto #DiOtherCity está cofinanciado por el programa ERASMUS+ de la UE (de junio de 2021 a mayo de 2023).

Su contenido refleja las opiniones de los autores, y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. (Código del proyecto: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).



Vidal, Belen. (2019). The New Technology and Travel Revolution. *Wearemarketing.com*. Available at: <https://www.wearemarketing.com/blog/tourism-and-technology-how-tech-is-revolutionizing-travel.html>.

Ual. (2020). Creativity, technology and social good with CCI. *Ual.com*. Available at: <https://www.arts.ac.uk/about-ual/press-office/stories/creativity-technology-and-social-good-with-cci>.

Virtual City Tours. (n.d.). Virtual City Tours Home. *Virtual City Tours*. Available at: <https://www.virtualcitytours.org/en/>.

Worldexpeditions.com. (n.d.). 8 reasons to choose a guided tour. *worldexpeditions.com*. Available at: <https://worldexpeditions.com/Blog/why-you-should-consider-a-guided-trip>.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

El proyecto #DiOtherCity está cofinanciado por el programa ERASMUS+ de la UE (de junio de 2021 a mayo de 2023).

Su contenido refleja las opiniones de los autores, y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. (Código del proyecto: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).