

# Creatividad, innovación y marketing: Claves del emprendimiento y desarrollo empresarial

*Alejandro Schnarch Kirberg<sup>1</sup>*

<sup>1</sup> De nacionalidad chilena, es catedrático en varias universidades latinoamericanas y autor, entre otros, de los libros: Marketing de fidelización, Ecoe, 2011; Dirección de equipos de venta, McGraw-Hill, 2011; Marketing para emprendedores, Ecoe, 2010; Creatividad aplicada, Ecoe, 2010; y Desarrollo de nuevos productos y empresas, McGraw-Hill, 2009; alejandroschnarch@hotmail.com

Creatividad, innovación y *marketing* son conceptos normalmente analizados por separado; sin embargo, no solo están integrados, sino que se constituyen en los factores críticos del éxito en la creación, desarrollo y lanzamiento de nuevos productos y servicios al mercado, ya sea en una empresa establecida o creando una nueva para tal efecto. Crear empresas o introducir productos inéditos al mercado trae consigo un riesgo ineludible tanto en el ámbito tecnológico, como en el financiero y de mercado, siendo notoria la alta tasa de fracasos, fundamentalmente producida por un manejo y desarrollo muy intuitivo y poco científico por parte de muchas organizaciones y emprendedores. Para mejorar esta situación, las actividades involucradas en la creación de empresas y la introducción de nuevos productos deberían manejarse con criterios y metodologías que han probado disminuir los peligros de un fracaso y aseguren, en alguna medida, el aumento de las posibilidades de éxito. En las nuevas condiciones competitivas de globalización e incertidumbre, las tres piedras angulares del emprendimiento son definitivamente la creatividad, la innovación y el *marketing*. La

creatividad se relaciona con la búsqueda y aprovechamiento de oportunidades de ideas que satisfagan necesidades reales y sentidas del mercado. La innovación se refiere a la aplicación y desarrollo de productos y de empresas; y el *marketing* no solo ayuda a la identificación de esos requerimientos, sino que aporta al diseño, comercialización e introducción de esas innovaciones a la validación y comercialización. A veces, se tiene buenas ideas, pero se carece de claridad para transformarlas en negocios, productos o servicios reales, necesarios, deseados y rentables. El libro tiene, precisamente, esa finalidad: proporcionar las orientaciones para que esas ideas se transformen, ya sea en empresas establecidas o nuevas y en innovaciones aceptadas por el mercado. Por eso: “Creatividad sin innovación, es como un sueño; innovación sin creatividad, no puede existir; innovación sin *marketing*, no tiene sentido. Creatividad, innovación y *marketing* en acción son las claves del emprendimiento y desarrollo empresarial exitoso”.

**Palabras claves:** Creatividad, marketing, innovación, emprendimiento.