



La creatividad es la capacidad de generar ideas originales y valiosas. Existen varias definiciones de creatividad, que pueden ser psicológicas, cognitivas y sociales. El proceso creativo se compone de preparación, incubación, iluminación y verificación. Para facilitar este proceso, se utilizan diversas técnicas creativas como el *brainstorming*, mapa mental, SCAMPER y pensamiento lateral. En cuanto a la estrategia creativa, su desarrollo implica análisis del contexto, definición de objetivos, identificación del *target* comunicacional y desarrollo del concepto creativo. Los objetivos buscan aumentar el reconocimiento de marca, generar *leads*, impulsar ventas y cambiar percepciones, mientras que el *target* comunicacional se centra en el público objetivo. El concepto creativo es la idea central que guía toda la campaña.

