



PORTAFOLIO INNOVACIÓN



GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA INNOVACIÓN CON HERRAMIENTAS DE Design Thinking

oferta de valor | experiencia de usuario | identidad de marca
internacionalización | disrupción | modelo de negocio |
innovación | equipos de alto rendimiento. | diferenciación

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA INNOVACIÓN CON HERRAMIENTAS DE Design Thinking

Duración: 8 Horas



RESULTADO ESPERADO

Al final del programa, el participante habrá desarrollado la habilidad de detectar oportunidades no tradicionales para innovar en el mercado, aplicando las herramientas aprendidas para construir ideas disruptivas que agreguen valor, minimizando el riesgo gracias a la fase de prototipar y validar.



OBJETIVO

Es la Innovación un fenómeno complejo y multidimensional que apalanca la gestión estratégica de cualquier empresa o debería serlo y es por eso que este Taller experiencial busca sembrar la semilla que permita introducir LA INNOVACION como el eje de la empresa actual mostrando técnicas concretas para innovar en diseño de servicios, experiencia de usuario, proceso y Modelo de negocio, bajo la metodología de herramientas de Design Thinking, con las cuales el participante podrá generar ideas, potencializarlas y filtrarlas, para finalmente ponerlas en marcha.



SUBTEMAS

- Innovación y Creatividad
- Pensamiento Lateral
- Pensamiento Divergente y Convergente
- Como construir un Mapa de Empatía
- Customer Journey Map
- Definir la Oportunidad de Innovación
- Idear con Océano Azul
- Idear con Scamper
- Imaginería
- 6 sombreros para Pensar
- Prototipar con StoryTelling
- Mood Board
- Prototipo de Papel
- Test de Usuario
- Cultura Innovadora



APLICACIÓN PRODUCTIVA

La Innovación apunta también a la eficiencia de procesos y la productividad de las compañías. La metodología de Design Thinking puede ser utilizada para agregar valor por medio del diseño de procesos y reducción de costos en el HACER del empresario.



APLICACIÓN COMERCIAL

El empresario podrá aplicar la metodología de Design Thinking para segmentar sus mercados y desarrollar propuestas de valor focalizadas a cada grupo objetivo. También podrá aplicar el paso a paso, para innovar en servicio y experiencia de Usuario, agregándole valor y diferenciación.

DISEÑO DE OFERTA DE VALOR CON LA METODOLOGÍA DE Design Thinking

oferta de valor | experiencia de usuario | identidad de marca
internacionalización | disrupción | modelo de negocio
innovación | equipos de alto rendimiento. | diferenciación.

DISEÑO DE OFERTA DE VALOR CON LA METODOLOGÍA DE Design Thinking

Duración: 8 Horas



RESULTADO ESPERADO

Al final del programa, el participante habrá desarrollado la habilidad de detectar oportunidades no tradicionales para innovar en el mercado, aplicando las Herramientas aprendidas para construir ideas disruptivas que agreguen valor, minimizando el riesgo gracias a la fase de prototipar y validar.

OBJETIVO

El programa brinda conocimientos fundamentales sobre como innovar en el diseño y desarrollo de nuevos productos y servicios mediante la adopción de la metodología del Design Thinking, que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales del usuario, a través de la implementación de un proceso que combina las fases de: Empatizar, Definir, Idear, Prototipar, Testear, para la creación de valor.



SUBTEMAS

- Como construir un Mapa de Empatía
- Customer Journey Map
- Definir la Oportunidad de Innovación
- Idear con Océano Azul
- Prototipar con StoryTelling
- Mood Board
- Prototipo de Papel
- Test de Usuario



APLICACIÓN PRODUCTIVA

La Innovación apunta también a la eficiencia de procesos y la productividad de las compañías. La metodología de Design Thinking puede ser utilizada para agregar valor por medio del diseño de procesos y reducción de costos en el HACER del empresario.



APLICACIÓN COMERCIAL

El empresario podrá aplicar la metodología de Design Thinking para segmentar sus mercados y desarrollar propuestas de valor focalizadas a cada grupo objetivo. También podrá aplicar el paso a paso, para innovar en servicio y experiencia de Usuario, agregándole valor y diferenciación.



SERVICE DESIGN

oferta | experiencia | identidad
de valor | de usuario | de marca
internacionalización | disrupción | modelo
innovación | equipos de alto | de negocio |
rendimiento. | diferenciación



SERVICE DESIGN

Duración: 8 Horas



RESULTADO ESPERADO

El participante aprenderá a entender la experiencia durante los diferentes puntos de contacto o Touchpoints con la organización, para definir áreas de oportunidad y asimismo poder diseñar un servicio diferencial para cada uno de sus segmentos de mercado

OBJETIVO

Definir y entender la experiencia del cliente mediante la identificación de los diferentes puntos de contacto que caracterizan su interacción, antes, durante y después, con un producto, servicio u organización, con el objetivo de encontrar puntos de dolor y aspiraciones que se conviertan en el punto de partida para generar una propuesta de valor a partir de un proceso de innovación.



SUBTEMAS

- Identificar Quien es nuestro cliente?
- Comprender Como se relaciona con nosotros?
- Saber que lo motiva, que le preocupa o le causa incertidumbre.
- Identificar oportunidades de mejora.
- Mapear los puntos de Contacto (Touchpoints).
- Evaluar los puntos determinantes en la decisión del cliente.
- Asociar las fases del viaje del cliente con los procesos internos
- Diseño de Oferta de valor diferenciada



APLICACIÓN PRODUCTIVA

Hoy en día, el servicio diferencial se impone sobre los atributos del producto. El servicio puede perder o atraer nuevos clientes. A nivel de productividad, es más rentable un servicio diseñado a la medida de las necesidades del cliente que agregue valor y sea innovador en entornos de internacionalización.



APLICACIÓN COMERCIAL

Oportunidad de diseñar una oferta diferenciada en mercados internacionales con respecto a la oferta local, lo que constituye un aumento en ventas y posicionamiento en mercados internacionales.

LEGO® SERIOUS PLAY® METHOD

GAMIFICACIÓN PARA INNOVAR EN PROPUESTA^{DE} Valor

oferta de valor | experiencia de usuario | identidad de marca
internacionalización | disrupción | modelo de negocio
innovación | equipos de alto rendimiento. | diferenciación

LEGO® SERIOUS PLAY® METHOD

GAMIFICACIÓN PARA INNOVAR EN PROPUESTA DE Valor

Duración: 8 Horas



RESULTADO ESPERADO

Al finalizar el seminario el participante estará en capacidad de:

- Comprender el pensamiento lateral como herramienta para la innovación y la creatividad en las organizaciones.
- Experimentar por medio del juego, como herramienta para lograr pensamiento lateral que puede ser logrado de una manera más sencilla y eficaz.
- Permite mayor escucha y expresión entre los participantes, facilitando la comunicación interna.
- Fortalece la relación de trabajo, y colaboración entre toda la organización.
- Permite una formación y transformación estratégica, profundamente vivencial.
- Acelera el proceso de análisis, favoreciendo la toma de decisiones y planteamiento de acciones concretas.



OBJETIVO

El juego como herramienta de Innovación se convierte en un poderoso activador de la creatividad en los equipos. La diversión, los retos, la co-creación, son características que incentivan el pensamiento lateral y los diferentes puntos de vista para gestionar las ideas. La aplicación de los juegos en el ámbito empresarial, saca a los equipos de su contexto para ver las realidades desde otro observador.

Las organizaciones frecuentemente se encuentran ante preguntas y situaciones a resolver para encontrar el éxito en los negocios y la permanencia en el mercado. Las metodologías tradicionales que han utilizado se muestran insuficientes para el entorno actual cambiante e innovador, que requiere agilidad procesal y nuevas formas de pensar y crear. Se trata de utilizar el juego como un método que potencie las competencias de los participantes



SUBTEMAS

- ¿Qué es jugar? Actitud Lúdica, Definiciones de Juego, reglas de la diversión
- Pensamiento lateral vs. pensamiento lineal
- Creatividad vs. Innovación
- Elementos de la gamificación: mecánicas, dinámicas, flow
- Solución de Problemas Trabajo a través de la aplicación del modelo "Estrategia en tiempo real para la empresa", enfocado al desarrollo de la estrategia empresarial.



APLICACIÓN PRODUCTIVA

La Innovación apunta también a la eficiencia de procesos y la productividad de las compañías. La metodología de LEGO SERIOUS PLAY puede ser utilizada para agregar valor por medio del diseño de procesos y reducción de costos en el HACER del empresario y para la solución de problemas.



APLICACIÓN COMERCIAL

El empresario podrá aplicar el método para el diseño de su oferta de valor innovando en producto, servicio, comunicación, modelo de negocio, distribución y experiencia de Usuario.

-WORKSHOP EN SOLUCIÓN CREATIVA DE PROBLEMAS



oferta | experiencia | identidad
de valor | de usuario | de marca
internacionalización | disrupción | **modelo**
innovación | equipos de alto | de negocio |
rendimiento. | diferenciación |



-WORKSHOP EN SOLUCIÓN CREATIVA DE PROBLEMAS

Duración: 8 Horas

METODOLOGÍA

Este seminario se fundamenta en técnicas de aprendizaje Experiencial, dinámicas de gamificación y coaching ejecutivo.

A través de continuos ejercicios de aprendizaje experiencial y dinámicas exposiciones de los fundamentos biológicos de la creatividad, los participantes entenderán como desarrollar la imaginación de equipos e individuos de manera estratégica para impactar en la cultura de las organizaciones.

OBJETIVO

Entender el pensamiento generativo o divergente y el pensamiento selectivo o convergente.

- Aprender a afrontar retos y oportunidades.
- Desarrollar un punto de vista, articular las ideas y Definir el Problema.
- Estimular el potencial creativo de los participantes y desarrollar habilidades en la aplicación de técnicas de solución de problemas a muchos tipos de oportunidades y desafíos.
- Desarrollar habilidades para aplicar técnicas de pensamiento creativo y de solución de problemas individualmente y en grupos.
- Aplicar los métodos y técnicas de CPS al abordar innovación y efectivamente los problemas y desafíos que encuentran en su entorno personal y profesional.
- Identificar la importancia del pensamiento creativo en los entornos organizacionales actuales.
- Generar ideas a partir del pensamiento lateral.
- Definir un Plan de Acción.



-WORKSHOP EN SOLUCIÓN CREATIVA DE PROBLEMAS

Duración: 8 Horas



RESULTADO ESPERADO

Al finalizar el Taller los participantes estarán en capacidad de:

- Mejorar su capacidad para liderar sesiones individuales y grupales de solución creativa de problemas.
- Facilitar el cambio organizacional a través de la generación y aplicación de ideas a los proyectos de innovación.
- Gestionar procesos de creatividad e innovación de equipos multidisciplinares.
- Impulsar la innovación creando culturas que estimulan la creatividad y la innovación de sus profesionales.

TEMARIO

Módulo 1: PROCESO CREATIVO

- Diferencias entre Creatividad e Innovación
- La naturaleza creativa de la especie Humana
- Barreras de la creatividad.
- Formas de Pensamiento divergente y Convergente
- El pensamiento Lateral
- Técnicas de Creatividad
- Ejercicio Práctico

Módulo 2: DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

- Proceso para Solución de Problemas. Declaración – Análisis - Solución
- Analizar el problema y recordar los obstáculos existentes.
- Priorización de Oportunidades
- Point of View (Puntos de Vista)
- La más Bella Pregunta: El arte de hacer preguntas con Propósito

Módulo 3: SOLUCIÓN

- Técnicas para Generación de Ideas
- Desafío de Ideas: SCAMPER, IMAGINERIA, 6 SOMBREROS PARA PENSAR, CONEXIONES FORZADAS
- Etapa convergente: Selección de Ideas.
- Definición de Plan de Acción SMART
- Ejercicio Práctico



INCLUYE

- Memorias
- Kit de innovación



¿COMÓ APRENDER CON LA Metodología Startup?

oferta de valor | experiencia de usuario | identidad de marca
internacionalización | disrupción | modelo de negocio
innovación | equipos de alto rendimiento. | diferenciación.

¿COMO APRENDER CON LA Metodologia Startup?

Duración: 8 Horas



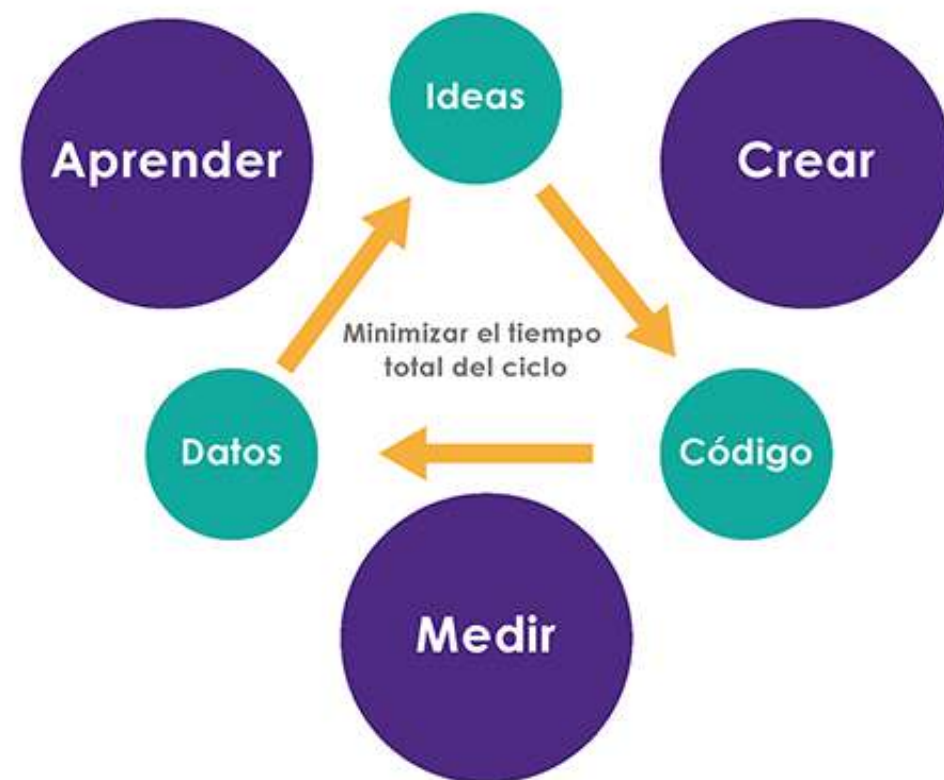
OBJETIVO

Dar a conocer a los asistentes los elementos básicos de la metodología Lean Startup y la aplicación en el desarrollo de nuevos proyectos. Promover las competencias relacionadas con la generación de ideas, el emprendimiento y el management, claves para la apropiación de la metodología. Establecer lineamientos que faciliten la implementación de la metodología en proyectos nuevos y de mejoramiento e cada una de las áreas o negocios.



ORIENTADO A:

Directivos de proyectos, Gerentes de emprendimientos, líderes de áreas o procesos y promotores de proyectos para implementación y mejoramiento de negocios.





CONTENIDOS

MÓDULO 1

FILOSOFÍA Y PRINCIPIOS DE Lean Startup

- Los clientes no sabemos lo que queremos
- Método científico aplicado a los negocios
- La historia del Lean y el emprendimiento
- El espíritu emprendedor

Negocios del presente y futuro

- Reconocimiento
- Prestigio
- Impacto
- Influencia
- Tracción
- Roi

DURACIÓN:

2 horas

TIPO DE ACTIVIDADES:

- Autodiagnóstico de emprendimiento e investigación.
- Análisis de Casos - A mi también

MATERIALES:

- Libreta de apuntes.
- Formato para estudio de casos
- Collage de experiencias

MÓDULO 2

LA EXPERIMENTACIÓN EN EL Lean Startup

- Construcción de propuestas de Valor
- Capacidad de observación
- El investigador de la vida
- Modelación del Circuito de Información
- Administración de la incertidumbre y el campo

COMO CONSTRUIR HIPÓTESIS

- Las preguntas con valor
- Como lo hace la naturaleza

DURACIÓN:

4 horas

TIPO DE ACTIVIDADES:

- Juego Gerencial - Elemental mi querido watson.
- Mapeando mis relaciones - ejercicio de co creación.
- Ejercicio de creatividad - Mundos Paralelos
- la escalada del K2.

MATERIALES:

- Libreta de apuntes.
- Pliegos de Papel Blanco
- Plantillas de actores
- Marcadores y relatores



CONTENIDOS

MÓDULO 3

LA ACCIÓN EN EL Lean Startup

- Producto mínimo Viable
- Landing Page
- Video-demos
- Conserje
- Mago de oz
- El poder de la velocidad - con los tennis en el cuello
- Pivotar o perseverar

CÓMO ADMINISTRAR LA INCERTIDUMBRE

- La estrategia del océano azul
- La Administración de riesgos
- Los ojos en las amenazas

DURACIÓN:

6 horas

TIPO DE ACTIVIDADES:

Taller en equipos de construcción de necesidades con limitaciones - El puente del millón de euros.

MATERIALES:

- Libreta de apuntes.
- Materiales de Construcción

MÓDULO 4

LA MEDICIÓN EN EL Lean Startup

- Métricas esenciales
- Construcción de indicadores
- Aplicación y administración de los indicadores
- Procesos para acelerar
- Crecer
- Adaptar
- Innovar

COMO COMPROBAR SISTEMÁTICAMENTE

- El poder de la entrevista
- El club de la queja

DURACIÓN:

2 horas

TIPO DE ACTIVIDADES:

Pruebas por observación - taller de microexpresiones
Visitas de exploración - Clínicas de comprobación

MATERIALES:

- Libreta de apuntes.
- Formato para juego de roles
- Lista de Chequeo para comprobación

