

RETOS PARA LA INNOVACIÓN

WORKBOOK

de aprendizaje





"UNA PERSONA DARÁ LO MEJOR DE SÍ MISMA ANTE LA PRESIÓN QUE SUPONE EL DESAFÍO, PERO NO BAJO NINGUNA FORMA DE INTIMIDACIÓN."

- MARIO ALONSO PUIG

CONTENIDO

04

UN BREVE VIAJE
POR EL CURSO

05

SIEMPRE AL DÍA
DOMINA LAS TENDENCIAS PARA
INNOVAR

06

WISHING
VISUALIZACIÓN CREATIVA

08

SABIDURÍA WEB
SITIOS RECOMENDADOS PARA
EXPLORAR

09

RINCÓN
DEL CONOCIMIENTO
LIBROS Y ARTÍCULOS
RECOMENDADOS

09

LUCES, CÁMARA, ACCIÓN
RECOMENDACIONES EXCLUSIVAS
DE CONTENIDO AUDIOVISUAL

UN VIAJE BREVE POR EL CURSO

Antes de definir el reto al que queremos enfrentarnos, **tener una serie de conceptos previos nos permitirá definir mucho mejor nuestro reto:** Primero, deberíamos encontrar una **oportunidad**, es decir, **todo aquello de nuestra organización que no podamos controlar**, luego, buscar una **necesidad**, es decir, eso que nos hace falta o que no tenemos (recordemos la pirámide de Maslow). Luego hay que identificar un **problema**, eso que nos incomoda y que **requiere una solución inmediata**. El concepto de Idea se refiere a la **representación mental de algo que ya tenemos guardado en nuestro cerebro**, como la "idea" de un nuevo empaque o una nueva campaña. Por último, el Insight (o hallazgo) **es un nuevo descubrimiento que encontramos.**

El Reto es el punto de partida de cualquier proceso de innovación, una pregunta que nos lleva a la acción. Es necesario entender que **un reto no es una oportunidad, un problema, una necesidad, un insight o una idea**, sin embargo, **puede partir de cualquiera de ellos**. Un reto no puede ser algo general, **debe ser lo suficientemente claro y específico**, y debe contener la situación o necesidad que se debe resolver al usuario, **un reto bien definido obtiene buenas soluciones.**

Los retos son importantes porque nos permiten **adelantarnos a nuestra competencia**, encontrar soluciones antes que otros, identificar y solucionar situaciones que el usuario necesita, además de **abrir y mejorar nuestro portafolio de productos y/o servicios**. Seguir el correcto proceso al desarrollar un reto hará que al final no tengamos una sola idea,

sino varias ideas efectivas, y hasta encontrar nuevos retos que no conocíamos y que pueden generar nuevas oportunidades. Sin embargo, es importante saber que **existen riesgos a la hora de no formular un reto de la manera indicada.**

Existen distintos tipos de retos que podemos encontrar, comenzando por los **retos técnicos de fácil solución**, que se refieren principalmente a incertidumbres y vacíos en los conocimientos que tenemos, y pasando posteriormente a los **retos técnicos de difícil solución**, donde la inversión tendría que ser mayor. En un nivel superior tenemos los **retos relacionados con las necesidades del cliente**, a los cuales estamos más acostumbrados en nuestro sector. A un nivel aún mayor tenemos a los **retos que implican directamente al negocio**, que buscarían grandes cambios dentro del negocio o los procesos dentro de este. Luego, habrá retos que no estarán en nuestras manos solucionar o que no podemos resolver por nuestra cuenta, a los que llamaremos **Retos en colaboración**. Y por último están los **Retos de expertise**, que se basan en la experiencia y trayectoria del negocio en ciertos campos

A la hora de definir retos es necesario pasar por una serie de preguntas que ayuden a definirlo de forma adecuada, comenzando por responder **¿Quién es nuestro usuario?**, o **¿A quién le vamos a solucionar el reto?**, y luego debemos verificar si **cualquier persona entiende nuestro reto**, preguntando a nuestros compañeros o nuestra familia si la información es suficientemente clara, y por último **debemos preguntarnos si nuestro reto está alineado con nuestra organización o nuestra área**. Cuando tengamos la respuesta a estas preguntas **debemos ponerle una emocionalidad a ese reto**, es decir, conectarlo con nuestro propósito. El último paso es **redactar nuestro reto de forma efectiva**, como ya lo vimos previamente.

SIEMPRE AL DÍA

DOMINA LAS
TENDENCIAS PARA
INNOVAR

¿QUÉ ES UNA TENDENCIA?

Es un proceso, situación o evento que tiene potencial de convertirse en un creador de cambios en la sociedad.

Podemos clasificar las tendencias en tres tipos:

MEGATENDENCIA

- Surgen de los datos
- De 10 a 50 años
- Orientada a la sociedad

MACROTENDENCIA

- Surgen de los hallazgos
- De 5 a 10 años
- Orientada al consumidor

MICROTENDENCIA

- Surgen de la percepción
- De 1 a 5 años
- Orientada al mercado

CAMBIO CLIMÁTICO

AUMENTO DE CONSCIENCIA
PARA GENERAR IMPACTOS
POSITIVOS AL PLANETA

EVITAR EL DESPERDICIO
DE COMIDA, ECONOMÍA
CIRCULAR

WISHING

VISUALIZACIÓN CREATIVA

Esta técnica motiva al equipo a **dar rienda libre a su imaginación sin límites**. Todos los participantes deben **pensar en las soluciones más inalcanzables, extremas y poco prácticas que se les ocurran** para resolver un problema.

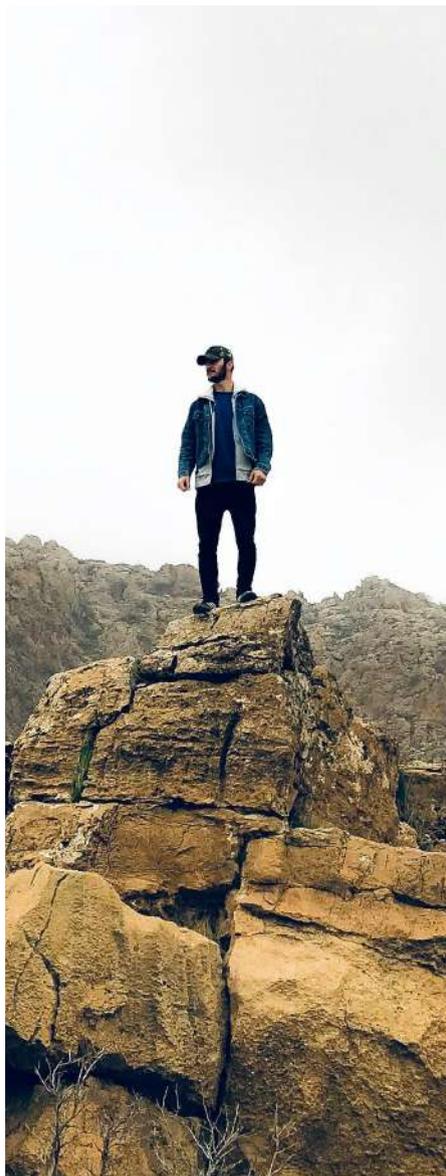
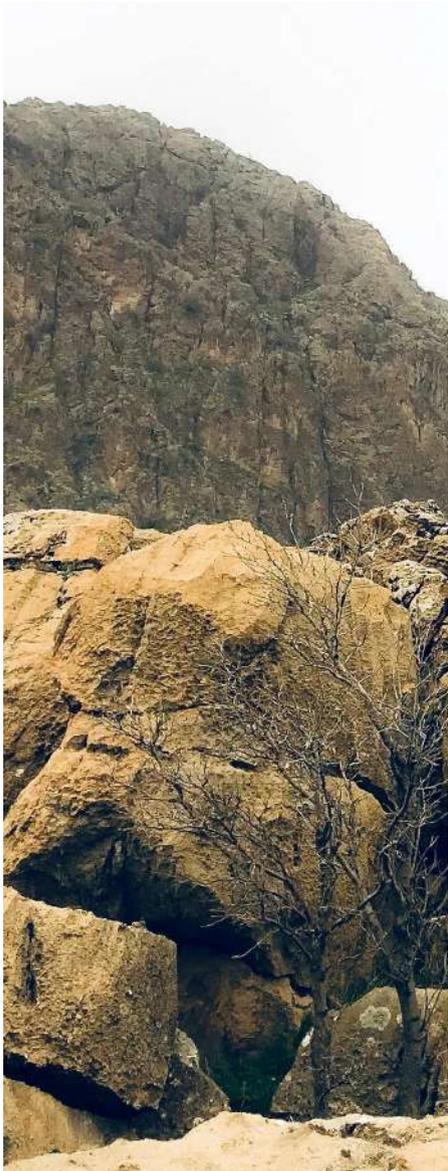
Crea una lista con 20 deseos relacionados con la tarea pendiente.

Céntrate en una selección de deseos: considera y analiza las ideas en detalle con el objetivo de imaginar conceptos más realistas. **¿Qué hace que sean tan inalcanzables? ¿Cómo se puede lograr que esas ideas sean más realizables? ¿Qué características de este deseo podrían llevarse a otro enfoque?**

Por increíble que parezca, de las ideas fantasiosas e inalcanzables **se pueden obtener grandes soluciones realistas**.

“CUALQUIER ACTIVIDAD SE VUELVE CREATIVA CUANDO SU ARTÍFICE SE PREOCUPA POR HACERLO BIEN O MEJOR”





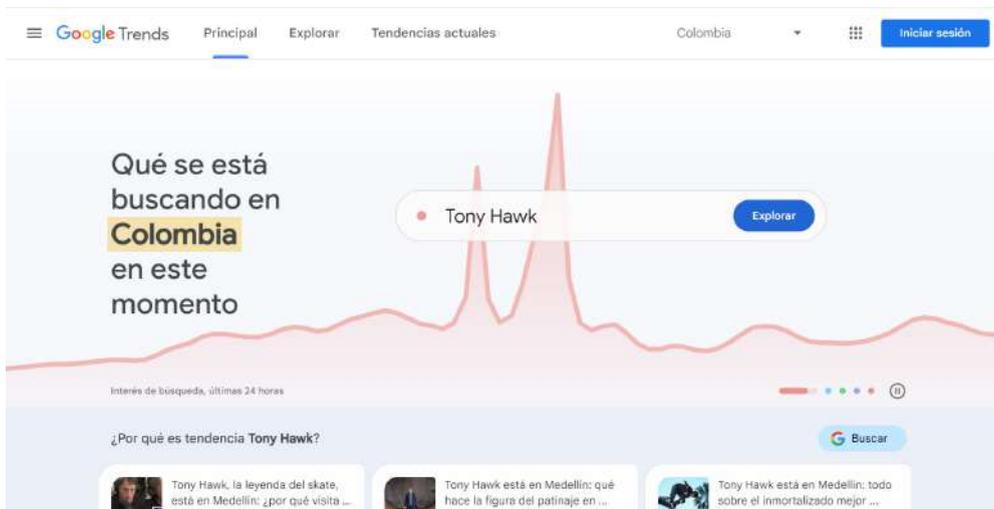
"EL DESAFÍO FORMA AL TRIUNFADOR Y NO CABE DESAFÍO SIN RIESGO AL FRACASO, PUES EL ÉXITO Y EL FRACASO SON UN TEJIDO DE LA MISMA TEXTURA."

- MIGUEL ÁNGEL CORNEJO

SABIDURÍA WEB

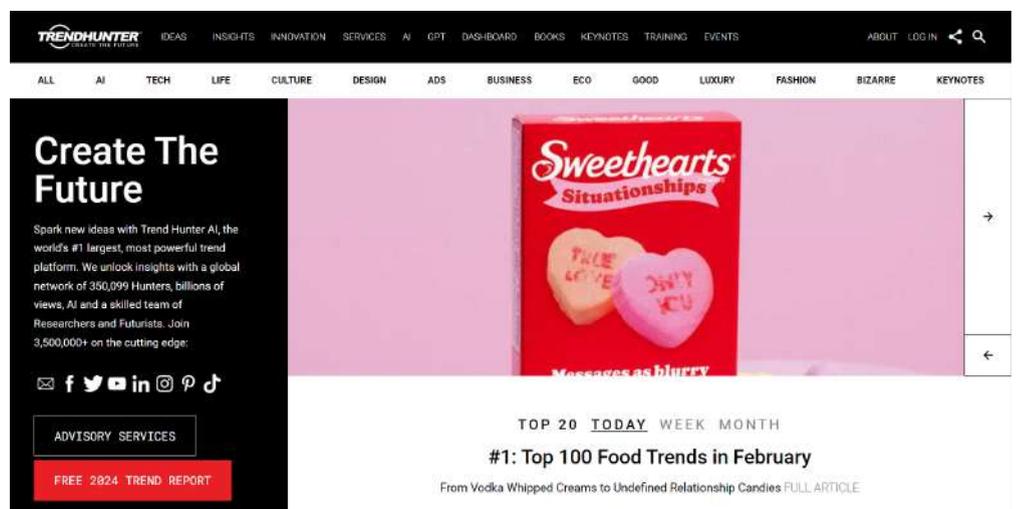
Sitios especializados para encontrar tendencias.

GOOGLE TRENDS



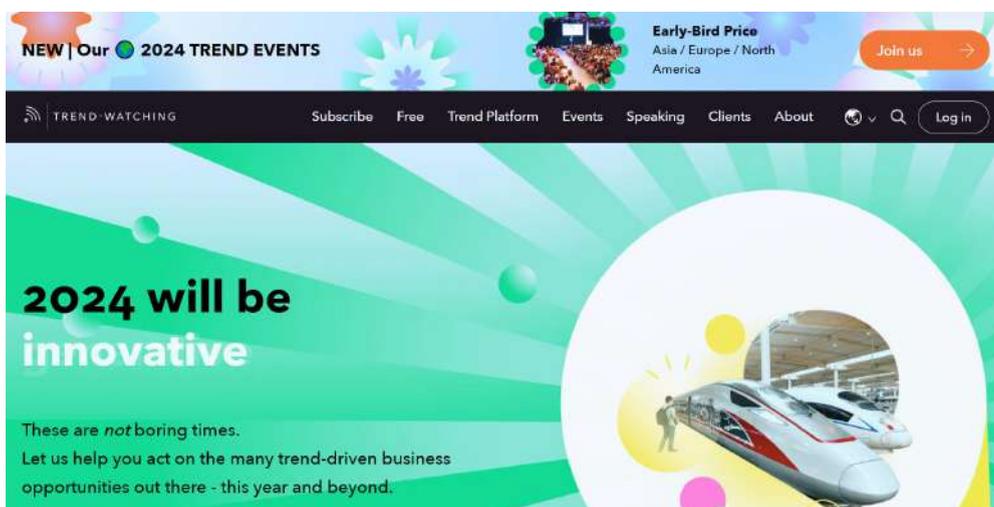
Descubre las tendencias en Google con este visualizador rápido. Puedes buscar tendencias por países.

TRENDSHUNTER



Comunidad de generadores y cazatendencias en múltiples ámbitos como **moda, tecnología, diseño, publicidad...etc**

TRENDWATCHING



Plataforma dedicada a ofrecer información sobre tendencias de consumo y cambios globales

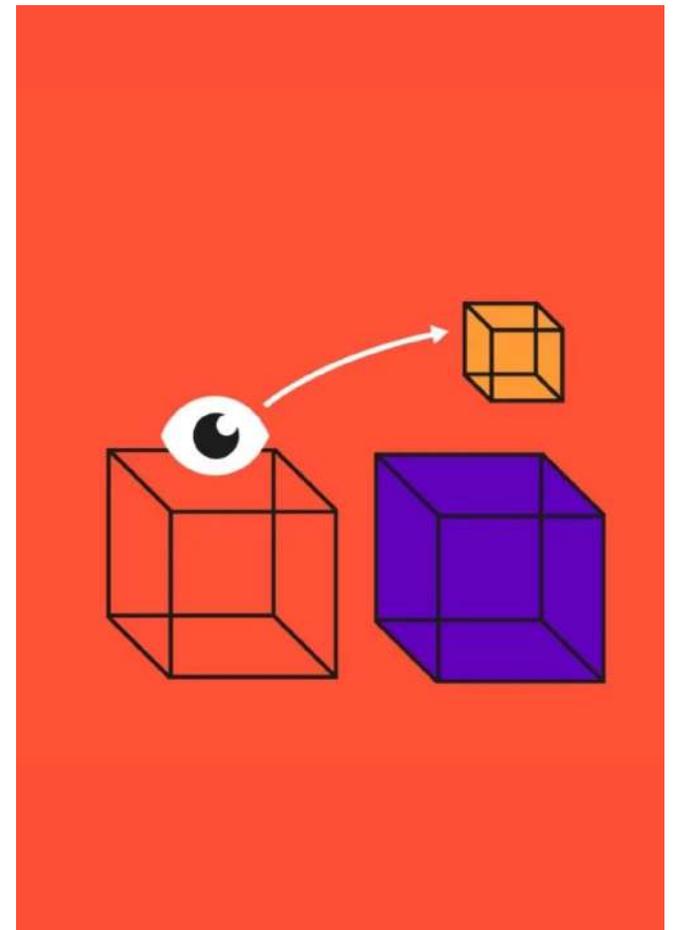
RINCÓN DEL CONOCIMIENTO

LIBROS Y ARTÍCULOS RECOMENDADOS PARA EXPLORAR

3 PASOS PARA DEFINIR UN RETO DE INNOVACIÓN (ARTÍCULO)

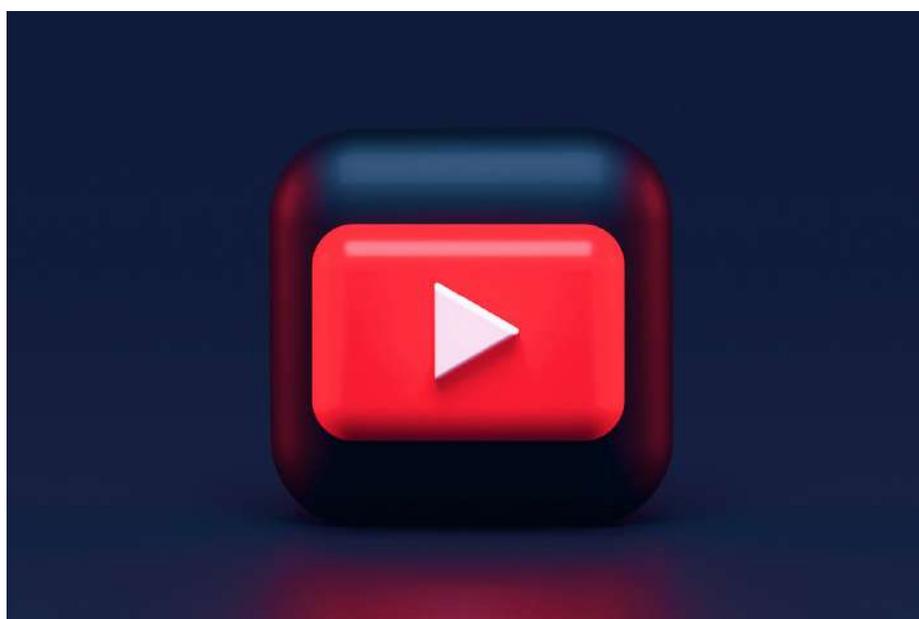
JOAN RAS, SOCIEDAD DE LA INNOVACIÓN

Un reto es una pregunta relevante sobre nuestra organización, un problema o una oportunidad que, si resolvemos, nos puede generar un valor importante. Cuando trabajamos con empresas siempre nos cuesta identificar retos. Estamos tan centrados en el día a día que, encontrar y priorizar aquellas oportunidades que nos podrían lanzar como organización no resulta fácil.



LUCES, CÁMARA, ACCIÓN

RECOMENDACIONES
EXCLUSIVAS DE
CONTENIDO
AUDIOVISUAL



FORMULACIÓN DE RETOS DE INNOVACIÓN Y GENERACIÓN DE IDEAS: INTRODUCCIÓN

Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA

YouTube

CONTINÚA TU PROCESO DE
APRENDIZAJE

CON:

