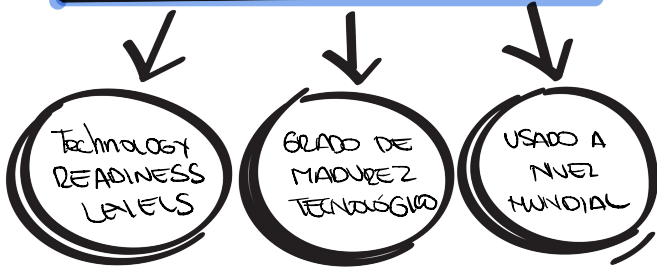






¿QUÉ ES UN TRL?



ESCALA DE GRADO DE MADUREZ


 ↑
 TIEMPO QUE TARDA PARA CONVERTIRSE EN PRODUCTO
 ↓


9	ENTORNO REAL	INNOVACIÓN
8		
7		
6	ENTORNO DE SIMULACIÓN	DESARROLLO
5		
4	ENTORNO DE LABORATORIO	INVESTIGACIÓN
3		
2		
1		


 ↑
 RIESGO E INCERTIDUMBRE
 ↓


TRL

CARACTERÍSTICAS DE LA INNOVACIÓN



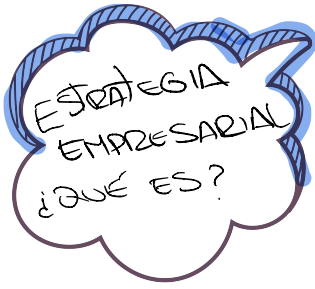
- CREDITIVO
- RECOMBINANTE
- ACUMULATIVO
- DISCIPLINAR
- ABIERTO
- ACCESIBLE
- HOLÍSTICO

INNOVACIÓN ABIERTA, USO INTENSIVO DE CONOCIMIENTO TANTO INTERNO COMO EXTERNO, CON EL OBJETO DE ACELERAR LA INNOVACIÓN INTERNA Y EXPANDIR MERCADOS PARA EL USO EXTERNO DE LA INNOVACIÓN

VIDA MEDIÁTICA DE LA INNOVACIÓN, COMUNICAR LA INNOVACIÓN DEBE SER NOTICIABLE Y CUMPLIR REQUISITOS COMO:



- NOVEDAD
- OPORTUNIDAD
- PROXIMIDAD
- PROMINENCIA
- CONFLICTO
- IMPACTO
- RAREZA
- ACCIÓN Y EMOCIÓN
- INTERÉS HUMANO



ESTRATEGIA BASADA EN INNOVACIÓN
CONTIENE : INNOVACIÓN + TECNOLOGÍA
COMO VARIABLES SOBRE LA QUE
LA ORGANIZACIÓN GIRA

IMPLICA

- INTEGRADA EN ESTRATEGIA GENERAL
- CULTURA DE INNOVACIÓN
- INCORPORAR INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS
- EL ÁREA DE INNOVACIÓN CENTRALIZA NECESIDADES
- PRESUPUESTO RELEVANTE

TIPOS

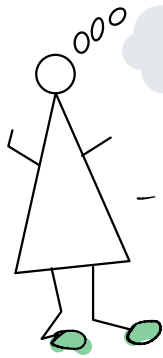
- OFENSIVA O DE LÍDER TECNOLÓGICO
- DEFENSIVA O DE SEGUIDOR TECNOLÓGICO
- IMITATIVA
- OPORTUNISTA
- DEPENDIENTE
- TRADICIONAL

CARACTERÍSTICAS

- 1 INSPIRADORA Y DESCRIBIR FUTURO DESEABLE
- 2 AMBICIOSA PARA VENCER A COMPETENCIA
- 3 TRAER DEL EXTERIOR DENTRO DE LA EMPRESA
- 4 ADECUADA EN TIEMPO
- 5 ADAPTABLE Y EVOLUCIONA

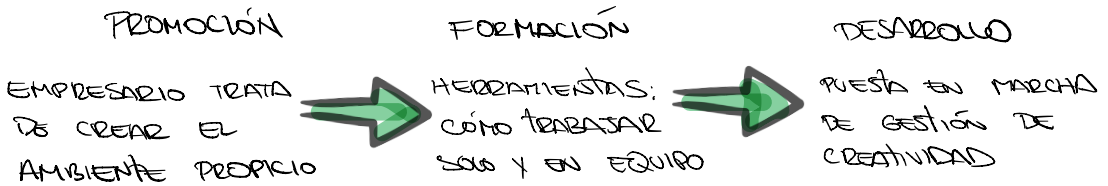


EL PERSONAL CREATIVO ES...



- QUESTIONAN EL STATUS QUO
- INVESTIGAN NUEVAS POSIBILIDADES
- SE AUTOMOTIVAN
- SE PREOCUPA POR EL FUTURO
- VEN POSIBILIDAD EN LO IMPOSIBLE
- ASUMEN RIESGO
- NO TEMEN PARECER TONTOS O INFANTILES
- ENTRE OTROS

¿CÓMO IMPLEMENTAR EN LA EMPRESA PROCESOS CREATIVOS?



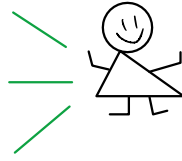
FRASES ASESINAS DE LA CREATIVIDAD

- YA LO HEMOS PRUBADO ANTES Y NO HA FUNCIONADO
- ES UNA TONTERÍA
- ES DEMASIADO CARA
- PRESENTELO POR ESCRITO
- ES UNA IDEA RIDÍCULA
- YO NO ME ATREVO A PROPONERLA
- ¿PARA QUÉ INNOVAR? LAS VENTAS CRECEN
- MUY COMPLICADO



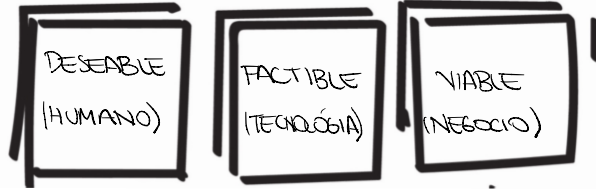
DESIGN THINKING

HERRAMIENTA
PARA RESOLVER
PROBLEMAS
DESDE NUEVAS

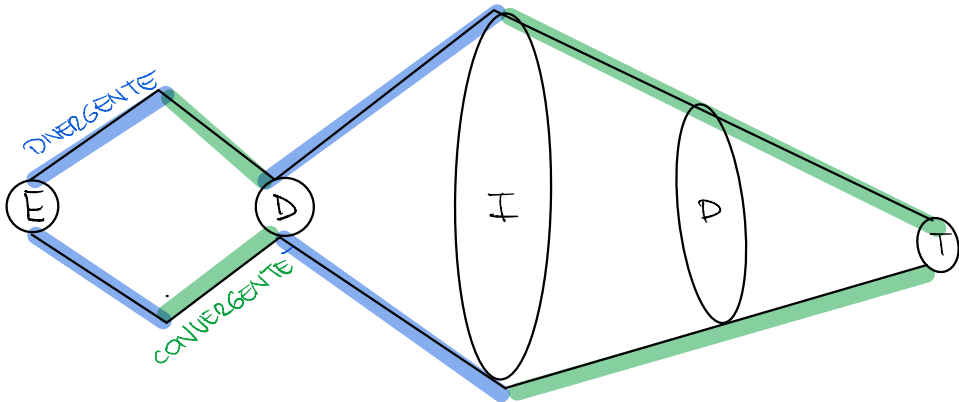


PERSPECTIVAS
PONIENDO AL
CUENTE EN EL
CENTRO

→ LA SOLUCIÓN
DEBE
SER :



LA ESTRUCTURA LÓGICA TIENE 5 ETAPAS



EMPATIZA
ABRE
TU MENTE

DEFINE
ENCUENTRA
EL PROBLEMA

IDEA
EXPLOSIÓN
POSIBILIDADES

PROTOTIPA
TOCA IDEAS
CON LAS MANOS

TESTA
COMPROBA TU
PROPUESTA



DEFINICIÓN

EMPAZAR

ENTENDER LO QUE
ES RELEVANTE
PARA EL CUENTE

HERRAMIENTAS

MAPA DE ACTORES,
MOOD BOARD, USER
CAMERA STUDY,
ENTREVISTAS

DEFINIR

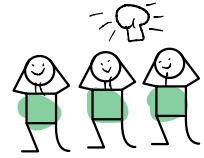
ENCONTRAR INSIGHTS,
POR QUÉ TRA LAS
NECESIDADES

MAPA MENTAL,
MATRIZ 2x2, FUERA
DENTRO, DIAGRAMA
ISHIKAWA

IDEAR

CREAR SOLUCIÓN AL
PROBLEMA(S)
ENCONTRADO(S)

BRANSTORMING



DEFINICIÓN

PROTOTIPAR

PRUEBAN LA HIPÓ-
TESIS PRIMARIA DE
TU IDEA

HERRAMIENTAS

ELEVATOR PITCH, STORY
BOARD, FOLLETO, BOL
PLAYING, TAUER DE
CO-CREACIÓN, DIANO

TESTEAR

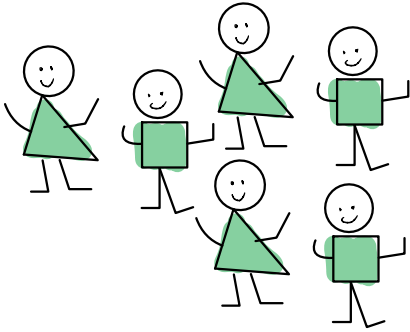
MOSTRAR AL USUARIO
LO DISEÑADO, ESCUCHARLO
Y EMPATIZAR CON ÉL

TOMAR LA DECISIÓN DE :

- PASAR A PRODUCCIÓN
- ITERAR
- ABANDONAR

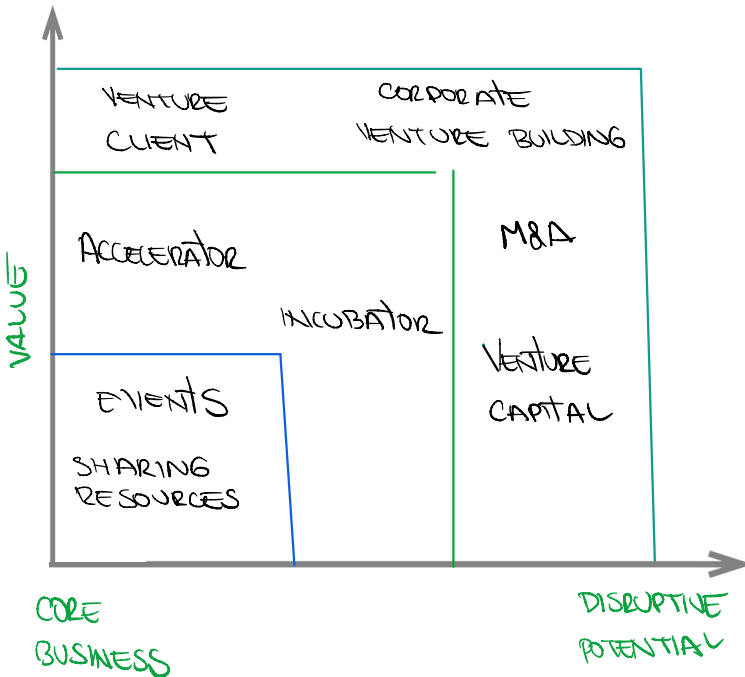


EQUIPOS DE ALTO RENDIMIENTO



- NÚMERO PEQUEÑO DE PERSONAS
- CON HABILIDADES COMPLEMENTARIAS
- TIENEN PROPÓSITO COMÚN
- SE SIENTEN RESPONSABLES DEL ÉXITO O FRACASO DEL EQUIPO

TIPOS DE COLABORACIÓN ENTRE EMPRENDEMIENTOS, STARTUPS Y EMPRESAS



LEYENDA:

- PROTEGE CORE BUSINESS
- NUTRE NEGOCIOS EMERGENTES
- CREA NUEVOS NEGOCIOS

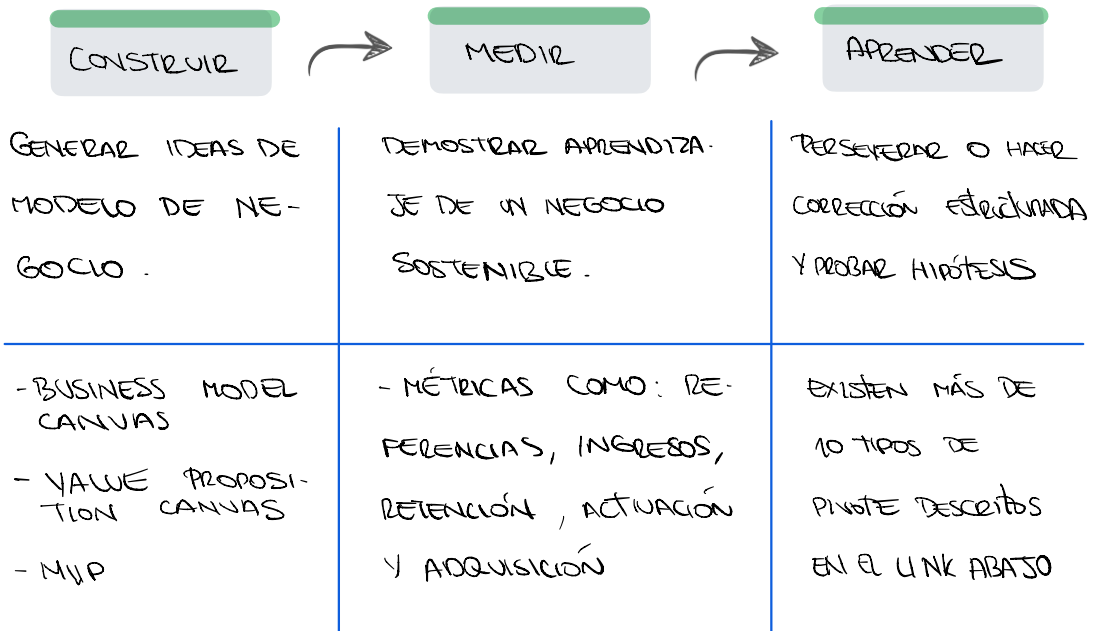


Natalia Bêjar

LEAN STARTUP

ES UNA METODOLOGÍA PARA CREACIÓN Y DESARROLLO DE STARTUPS. UNA STARTUP ES UNA ORGANIZACIÓN TEMPORAL EN BÚSQUEDA DE UN MODELO DE NEGOCIOS REPLICABLE Y ESCALABLE BAJO CONDICIONES DE EXTREMA INCERTIDUMBRE.

LEAN STARTUP SE RESUME EN:



FINANCIACIÓN PARA INNOVACIÓN

- 1 PRÉSTAMO PARTICIPATIVO
- 2 PRÉSTAMO CONVERTIBLE
- 3 AMPLIACIÓN DE CAPITAL



Natalia
Béjar