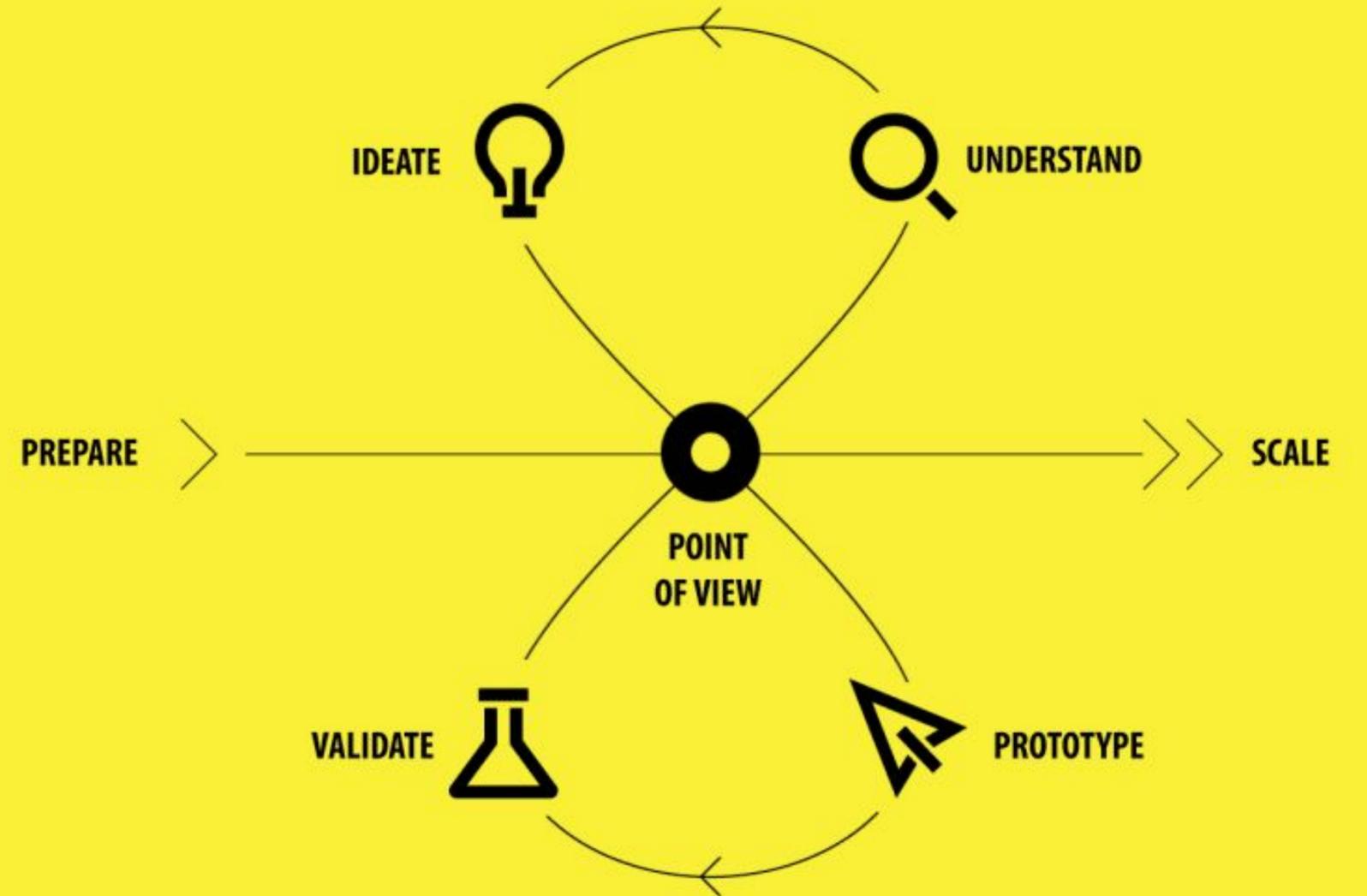


MODELO METODOLÓGICO

Metodología para inducir un proceso de innovación

Esta es la Metodología para inducir un proceso de innovación, dirigida a las organizaciones del Clúster Hábitat Urbano.



Esta es la Metodología para inducir un proceso de innovación, dirigida a las organizaciones del Clúster Hábitat Urbano.

Si eres parte del Clúster de Hábitat Urbano y estás en el proceso de abrir un departamento o proyecto de innovación, sigue este modelo basado en la fusión metodológica de libros de Innovación como: “*Value Proposition Design*”, “*Business Model Generation*” y “*Design a Better Business*”; en el que adaptamos e implementamos modelos divergentes, convergentes, generales y específicos; con perspectivas centralizadas la empresa así como centralizada en el cliente que permiten el fortalecimiento o creación de áreas de innovación empresarial.

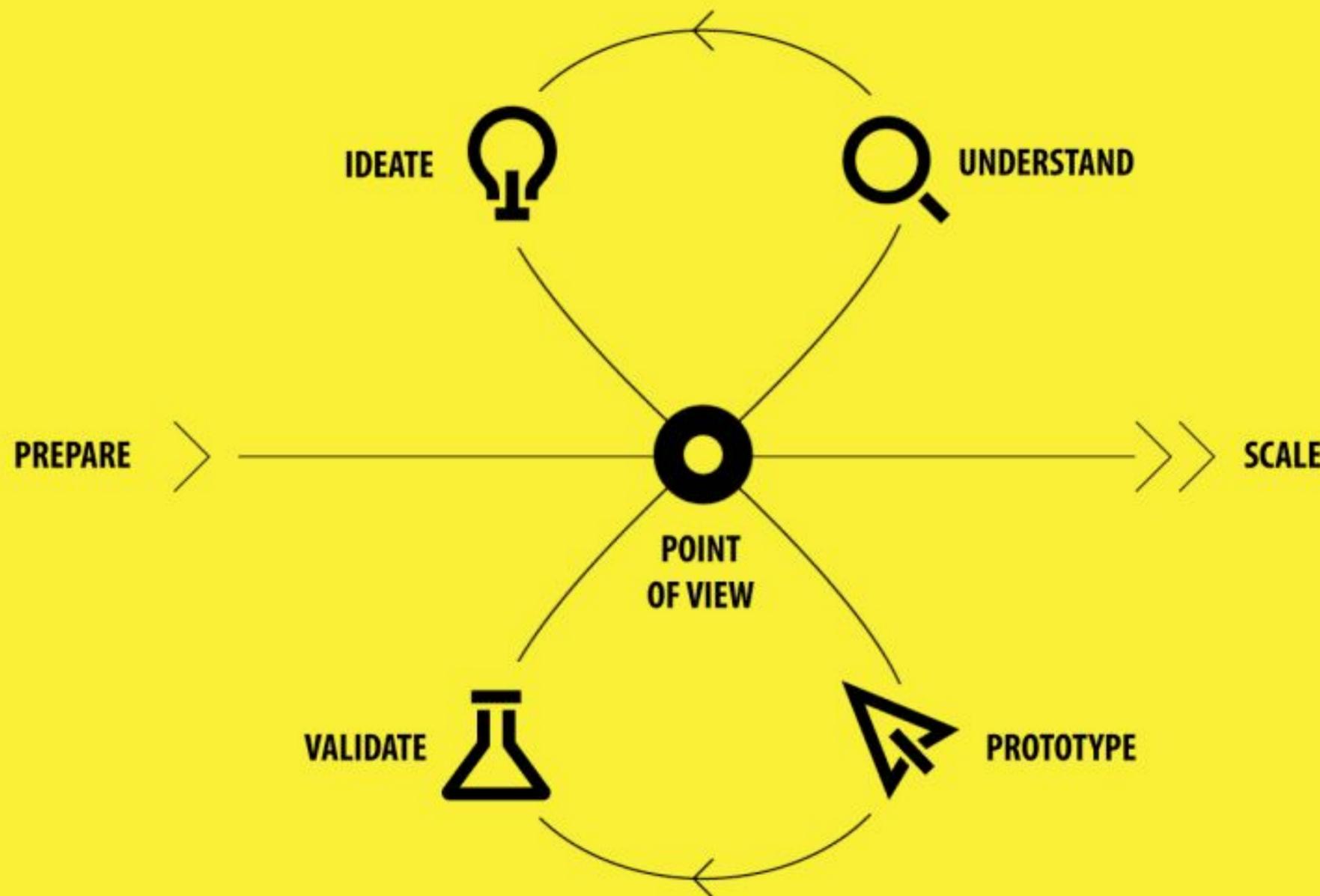


Te recomendamos profundizar en esta literatura:

[Value Proposition Design Book - Preview & Download PDF](#)

[Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers | Wiley](#)

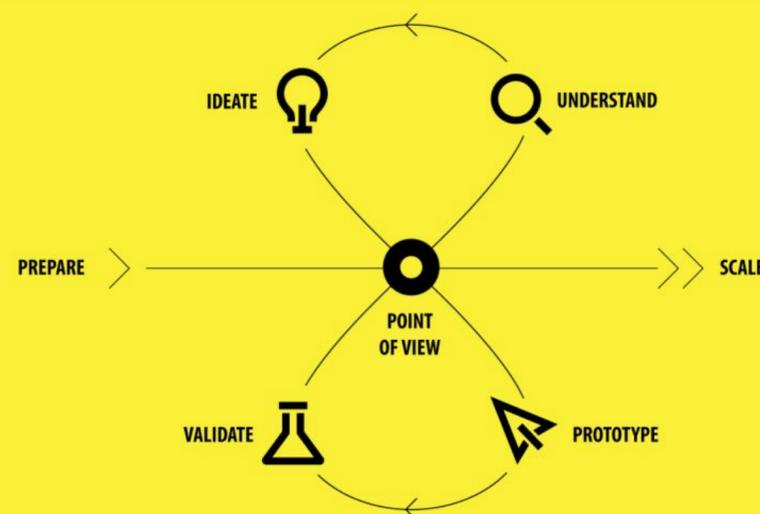
[About The Bestselling Book Design A Better Business](#)



FUNCIONAMIENTO

En este documento encuentras las herramientas a aplicar en un marco lógico y estratégico que en cada paso contribuye con elementos consecutivos para generar o robustecer su área de innovación.

- › Vas a encontrar una serie de canvas que se manejan a nivel mundial para consolidación de un proyecto de innovación.
- › En este caso estas herramientas serán aplicadas para la construcción o robustecimiento del **área de innovación** de tu organización.
- › Vas a pasar por cada etapa de este proceso de innovación: preapreciación, entendimiento, Ideación, prototipado para luego validar tu proyecto
- › Llenarás 15 canvas en total para esto que se acomodan en cada etapa
- › Para la aplicación, debes llevar los resultados de cada canvas y asentarlos en el formato que desees. Cada canvas contribuye a un nuevo elemento del área de innovación.



TU PROYECTO: GENERAR UN ÁREA DE INNOVACIÓN EN TU ORGANIZACIÓN

No pierdas de foco esto. Los canvas presentados se pueden aplicar en diferentes proyectos de innovación. En este caso se busca aplicarlos con un propósito claro: Generar o robustecer tu área de innovación.

Esto significa que todo lo que elabore deberá ser orientado a ese propósito

RECOMENDAMOS

Los invitamos a usar las herramientas colaborativas que utilizan las empresas de vanguardia para diligenciar tus canvas.

<https://www.mural.co/>
<https://miro.com/index/>

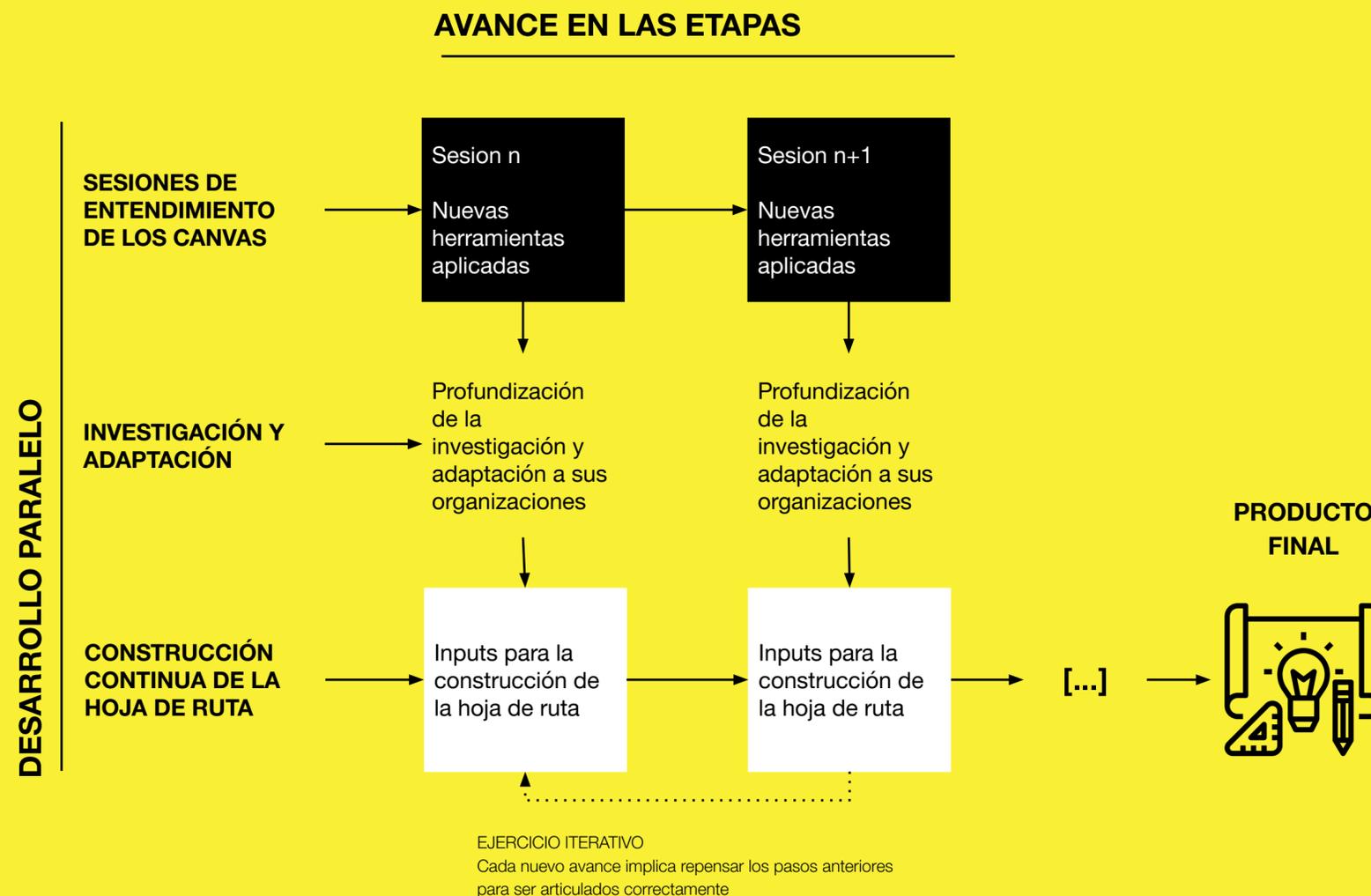
PROCESO ITERATIVO

El diseño de este proceso busca promover un desarrollo continuo e iterativo en cada equipo líder del proyecto dentro de su respectiva empresa. Se deberían en realizar jornadas de trabajo donde los equipos presentan, discuten y entienden las las herramientas y propuestas.

Posteriormente, los equipos deberían profundizar y compilar la información que se requiere para el diligenciamiento de cada marco de trabajo.

Luego adaptar la información recopilada en cada canvas a su realidad específica, enriqueciendo el proceso acumulativo e interactivo en cada etapa. Este abordaje se nutre tanto del marco teórico proporcionado por cada canvas como de la investigación real en el entorno empresarial. Esto es, cada etapa va a presentar información y realidades relevantes que pueden influir y repensar los marcos de trabajo anteriores lo que va logrando un proceso de afinamiento más detallado.

Cada fase permite identificar elementos claves para las áreas de innovación, sus características y cómo implementarlas adecuadamente en cada organización.



FENÓMENOS DENTRO DEL PROCESO

SINTETIZAR PARA LAS HOJAS DE RUTA

Al final las hojas de ruta son el tremendo trabajo de sintetizar todo lo investigado, todo lo aprendido, todo lo adaptado a la realidad de la empresa. Estas son el resultado del todo el recorrido del trabajo acumulado durante el programa. Se recomienda orden y trazabilidad de los marcos de trabajo y una buena documentación de cada decisión.

LOGROS INMEDIATOS APLICADOS VICTORIAS TEMPRANAS

El proceso de profundización y adaptación de las empresas debe ser tal que en la medida que se avanza en el proceso las empresas podrán identificar oportunidades de mejora inmediata e iniciar acciones que enriquecen toda la experiencia de esta construcción.

ITERACIÓN Y PROFUNDIZACIÓN

La construcción de las hojas de ruta es un proceso vivo que se alimenta de la información de cada organización y cada nuevo marco aplicado que se trabaja en el recorrido del ejercicio, esto evoca a volver sobre lo que se había definido antes para reconsiderar y ser planteado de nuevo por cada empresa buscando una articulación de cada nuevo elemento dentro de un plan mayor.

Elementos culturales para un proceso de innovación

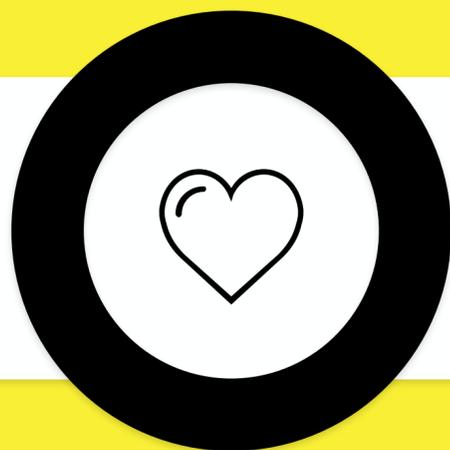
Ten en cuenta estos elementos indispensables antes de iniciar en este proceso.

Proporcionar marco de innovación

Seleccionar, adaptar y proporcionar herramientas para acelerar la adopción de la cultura de innovación.

Medir, Evaluar, Ajustar

Medir y evaluar continuamente el progreso hacia cada próximo hito del programa de transformación de la innovación.



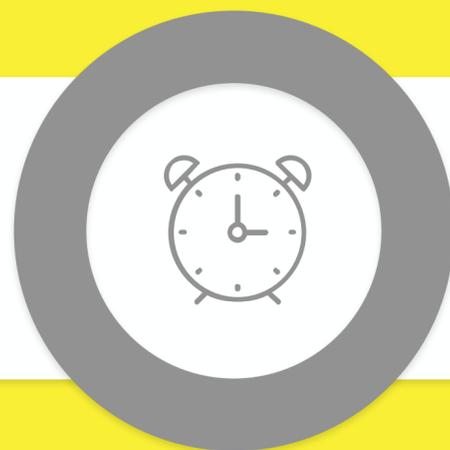
Establecer estrategia

El equipo debe ser capaz de capturar e interpretar información, tendencias y predicciones del mercado y la competencia.



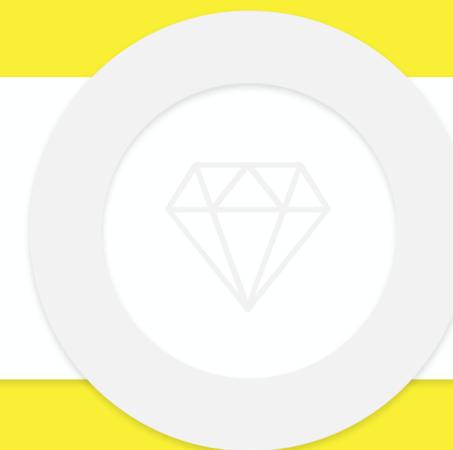
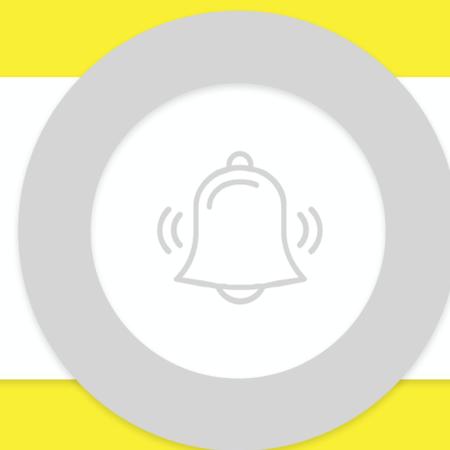
Asignar tiempo de innovación

Si no brindas espacios y tiempos concretos de innovación aplicada, idealmente a través de historias de éxito, su poder se desvanecerá rápidamente.



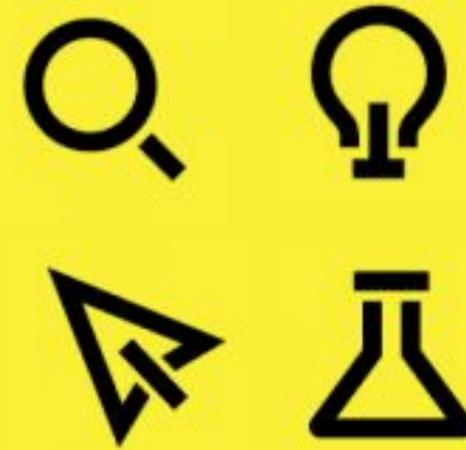
Manejar el ruido, evitar interrupciones

El equipo de innovación debe prevenir situaciones en las que los KPI de la empresa estén expuestos a riesgo.



LAS ETAPAS

Estas son las etapas generales el proceso de generación de tus áreas de innovación y los canvas que hacen parte de cada una.



Etapas Del Proceso

I. PREPARACIÓN

En esta fase, la empresa se prepara para el proceso de innovación al formar un equipo de innovación con roles y responsabilidades claras. Esto establece las bases para una colaboración efectiva y la dedicación de recursos al proceso de innovación.

II. ENTENDIMIENTO

En esta etapa, la empresa se sumerge en la comprensión profunda de su entorno y desafíos para crear o fortalecer su área de innovación. Define el o los problema a resolver dentro de esta área y crea un mapa de contexto para considerar las influencias externas. La empresa también busca inspiración creativa al fusionar ideas de diversas fuentes.



III. IDEACIÓN

En esta fase, la empresa genera ideas y conceptos innovadores para abordar el problema o retos identificados que afectan un área de innovación. Se centra en desarrollar propuestas de valor atractivas, comprender las necesidades de los clientes internos y externos y ajustar su modelo de innovación para adaptarse mejor al mercado.

IV. PROTOTIPADO

En esta etapa, la empresa da vida a sus ideas y conclusiones a través de prototipos y experimentos de área de innovación. Crea mapas de la experiencia del cliente pensando como tal en la propia organización, diseña soluciones internas y mide el rendimiento a través de indicadores clave de éxito. Más aún consolida todos los elementos identificados y analizados en pasos anteriores en un gran marco de trabajo que sintetiza todo el proceso desarrollado. Esto permite una implementación más efectiva y una mejora continua del área de innovación.



V. VALIDACIÓN

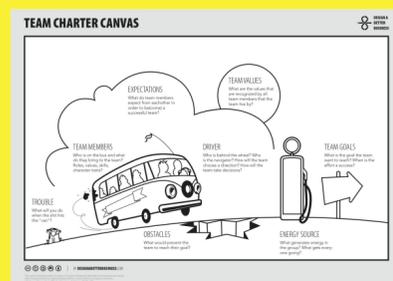
En esta etapa, cada empresa asume la responsabilidad de validar las soluciones propuestas durante el proceso de innovación en su operación real. Se lleva a cabo una implementación piloto o completa de las soluciones, y se recopilan datos y retroalimentación de los clientes y usuarios. Esta fase es esencial para verificar la efectividad y la viabilidad de las soluciones innovadoras en un entorno operativo real. La validación permite realizar ajustes y mejoras adicionales, en un enfoque iterativo, antes de la implementación definitiva del área de innovación.

Resumiendo...

Estos son los canvas pertenecientes a cada etapa del proceso.



Preparación

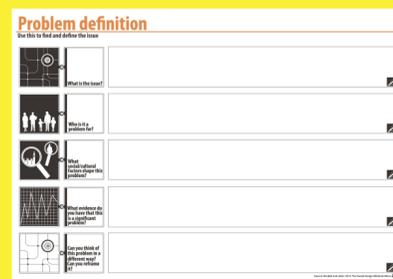


Team Charter Canvas

Empresa

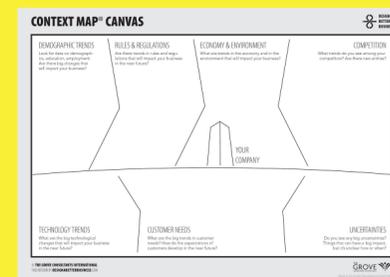


Entendimiento



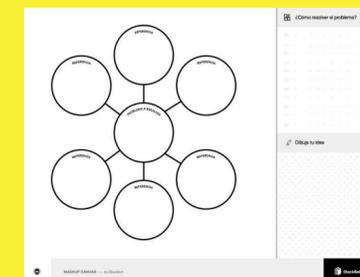
Definición del problema

Empresa / Cliente
Divergencia



Mapa de contexto

Empresa
Divergencia

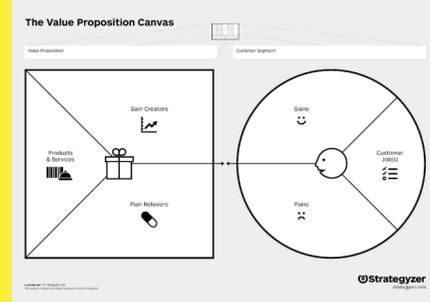


Mashup Canvas

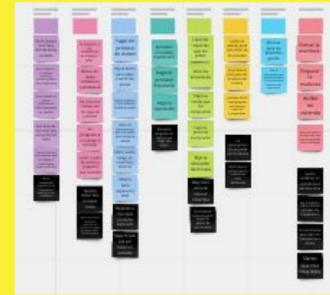
Empresa
Divergencia



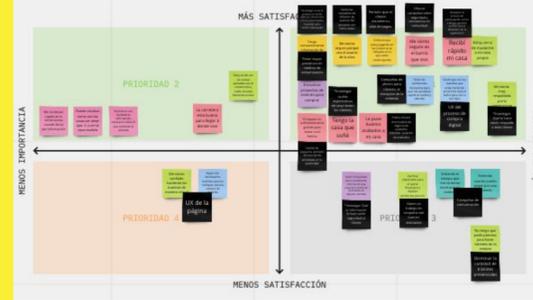
Ideación



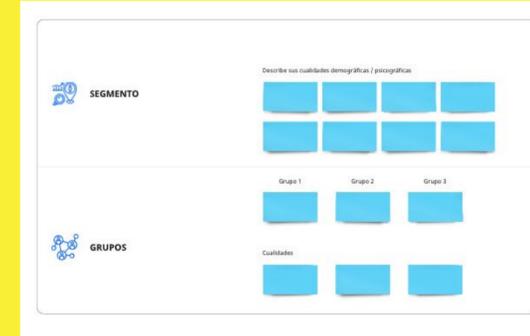
Value Proposition Canvas
Divergencia
Empresa / Cliente



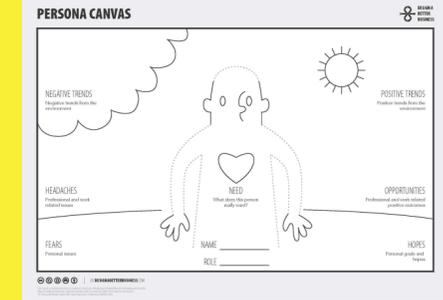
JTBD Pasos del 1 al 4
Convergencia
Cliente



JTBD Pasos 5 y 6
Empresa / Cliente
Divergencia

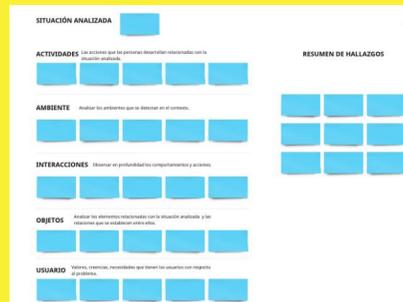


Grupos y segmentos
Empresa
Convergencia



Persona Canvas
Cliente
Convergencia

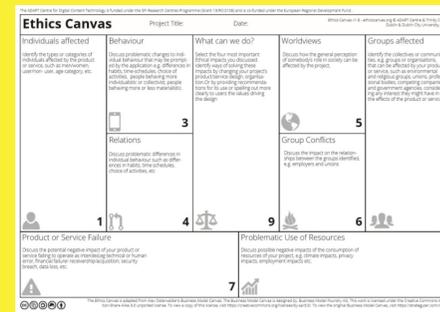
Ideación



AEIOU
Empresa / Cliente
Convergencia



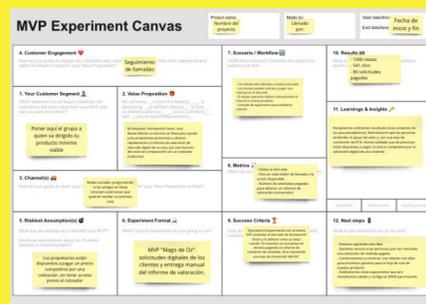
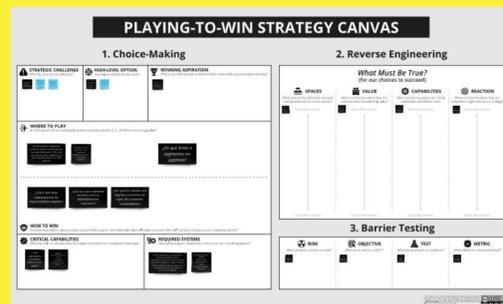
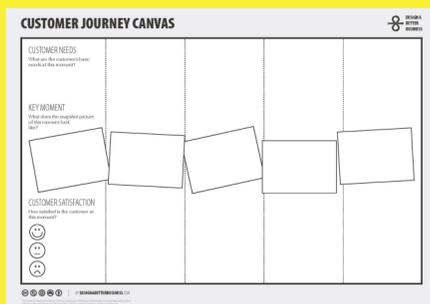
Business Model Canvas
Empresa
Convergencia



Ethics Canvas
Empresa
Convergencia



Prototipado



| ¿Qué medimos? | ¿En qué fase? | Temperalidad | Responsable de métrica |
|---|---|--------------|------------------------|
| Número de proyectos activos de innovación | Una vez que arranca el ciclo de implementación al final | Cada año | Jefa Innovación |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

| Actividad | Asignada a | Presupuesto | Deadline | Objetivos | Resultados |
|--------------------|---|-------------|-------------|--|----------------------|
| Crear landing page | Maira Ramos Equipo de comunicación Equipo de TI | \$3.500 USD | 23 jul 2023 | Obtener 200 registros interesados en 2 meses | ¿Se alcanzaron o no? |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

Customer Journey

Cliente
Convergencia

Blueprint

Empresa / Cliente
Divergencia /
Convergencia

Play to Win Strategy

Empresa
Divergencia

MVP

Empresa
Convergencia

Métricas y KPI's

Empresa
Convergencia

Estrategia

Empresa
Convergencia

LOS CANVAS

Estos son los canvas a diligenciar en cada etapa.

Instrucciones

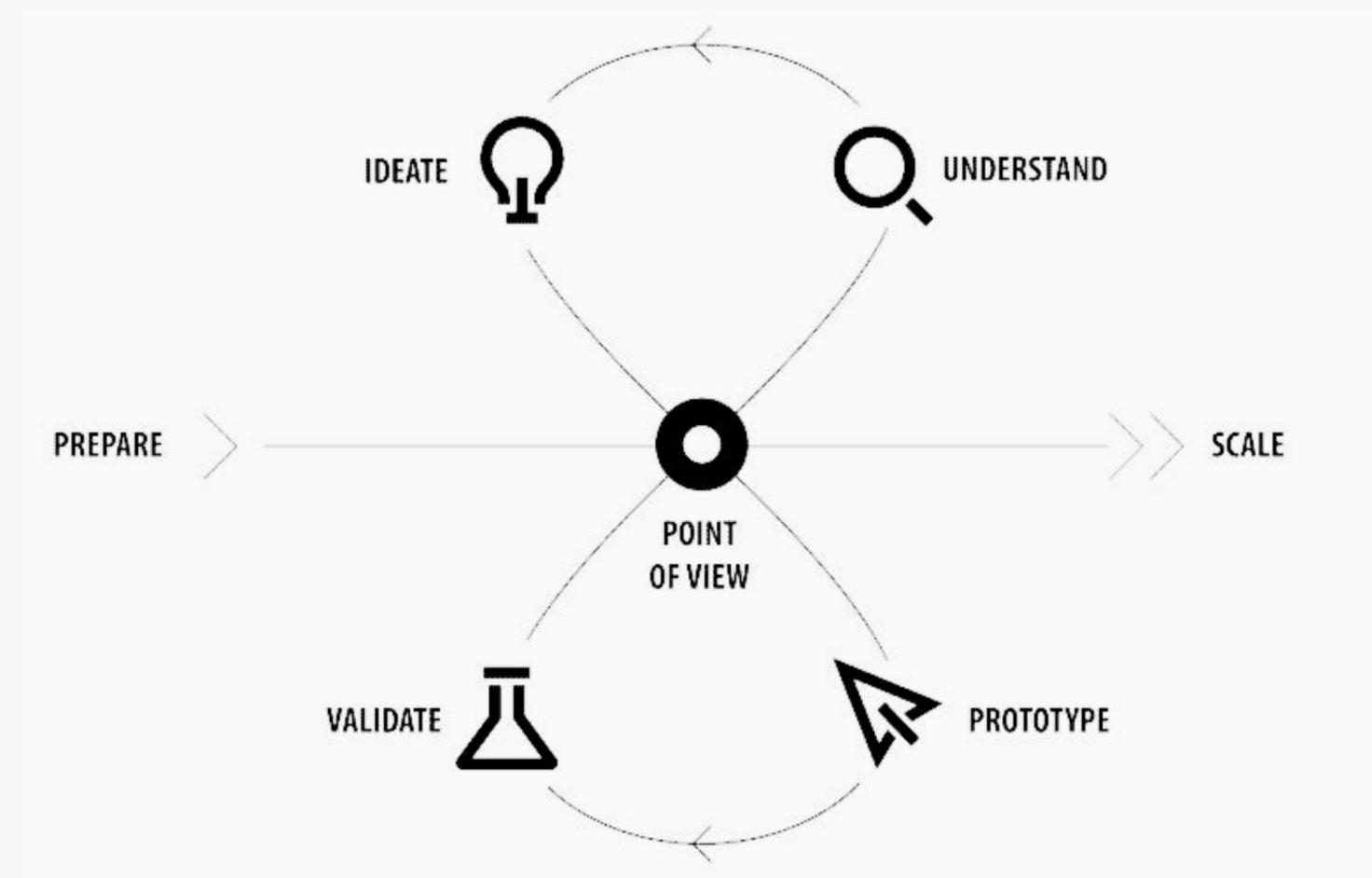
A continuación encontrarás el proceso para inducir un proceso de innovación en una empresa. Sigue la numeración de forma consecutiva y llena los Canvas. Las instrucciones de canvas las encuentras en los enlaces ([↗](#)) proporcionados en la presentación de cada uno.

- › Realiza las sesiones de entendimiento de cada herramienta
- › Realiza la investigación necesaria para diligenciar los canvas
- › Diligencia los canvas
- › Itera, cada nuevo paso retorna descubrimientos, insights de que pueden enriquecer tu ejercicio anterior.
- › Aplica: no tienes que esperar todo el recorrido para aplicar nuevas técnicas, buscar mejoras o nuevas prácticas, puedes hacer esto durante el proceso de construcción y tener victorias tempranas.

RECOMENDAMOS

Los invitamos a usar las herramientas colaborativas que utilizan las empresas de vanguardia para la consolidación de los canvas.

<https://www.mural.co/>
<https://miro.com/index/>





ADVERTENCIA DE ENFOQUE

Antes de empezar con los canvas vuelve a interiorizar la idea:

Mi proyecto, mi prototipo, mi investigación, es sobre un área de innovación.

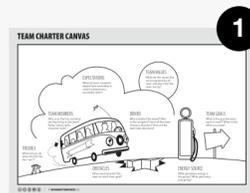
Si te sirve refuerza esta idea: mi producto o servicios es una **área de innovación, crearla o fortalecerla.**

Así mismo deben ser orientados los canvas que vas a desarrollar.



RECUERDA

Los canvas se deben desarrollar orientado a tu área de innovación.



1

Team Charter Canvas

Llena este Canvas que describe los valores y el funcionamiento de tu equipo de innovación. Al llenarlo entenderás a tu equipo y establecerás una visión y una fuente de referencias compartida para tu equipo.

Logro clave:

La empresa establece un equipo de innovación comprometido y clarifica los roles y responsabilidades de sus miembros. Esto fomenta la colaboración y la responsabilidad en el proceso de innovación



<https://www.designabetterbusiness.tools/tools/team-charter-canvas>



2

Definición del problema

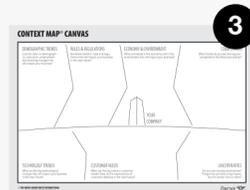
Una vez establecido el equipo, necesitamos establecer el problema o reto a resolver por el equipo de innovación. Por eso es importante implementar una metodología que nos permita hacerlo.

Logro clave:

La empresa identifica y comprende a fondo el problema o desafío que necesita abordar dentro de su área de innovación. Esto evita soluciones superficiales y enfoca los esfuerzos en áreas críticas.



<https://www.designsprint.academy/the-problem-framing-canvas>



3

Context Map Canvas

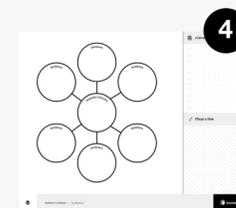
Al llenar esta Canvas, nos permite comprender el contexto, traza las tendencias con el equipo y permite compartir diferentes perspectivas del negocio actual y en el futuro.

Logro clave:

La empresa obtiene una comprensión más profunda del entorno en el que opera, lo que le permite tomar decisiones informadas y adaptar su enfoque de innovación según las condiciones del mercado.



<https://www.designabetterbusiness.tools/tools/context-canvas>



4

Mashup Canvas

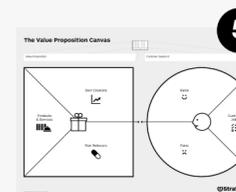
Este canvas te enseña a capturar datos, tendencias, información, insights, etc; para crear una idea de resolución de problema o hipótesis creativa.

Logro clave:

Al combinar ideas de manera creativa, la empresa puede generar soluciones innovadoras y fuera de lo común que pueden marcar la diferencia en el mercado.



<https://blackschool.rocks/courses/introduccion-a-la-creatividad/>



5

Value Proposition Canvas

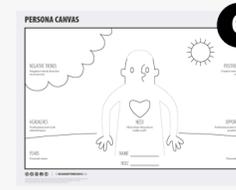
Alex Osterwalder nos invita a conocer lo mejor posible quién es nuestro cliente, cuáles son sus hábitos y qué problemas reales tiene y beneficios que consigue al consumir tus productos.

Logro clave:

La empresa crea propuestas de valor sólidas y atractivas para sus productos o servicios, lo que puede mejorar la satisfacción del cliente y la diferenciación en el mercado desde la innovación.



<https://www.strategyzer.com/canvas/value-proposition-canvas>



6

Persona Canvas

Este Canvas nos permite profundizar en los temores, esperanzas, oportunidades, tendencias negativas, necesidades y dolores de nuestras "personas". Llénalo para tener claro "la persona" a la que vas dirigido.

Logro clave:

Dar una identidad concreta a un segmento de clientes, asignándoles un nombre y un rostro, lo que facilita que los equipos de innovación se pongan en la piel de los clientes. En el contexto de un área de innovación, el Persona Canvas es valioso para comprender mejor las necesidades, deseos y comportamientos de los clientes y, a partir de esa comprensión, diseñar soluciones innovadoras que se adapten a sus perfiles específicos.

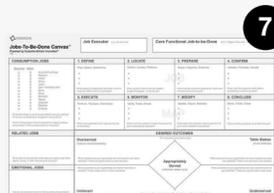


<https://www.designabetterbusiness.tools/tools/persona-canvas>

RECUERDA



Los canvas se deben desarrollar orientado a tu área de innovación.



Jobs to be done Canvas

El objetivo de este Canvas es ayudar a las empresas a explorar las ventajas, desventajas y hasta cuándo y cómo puede usarlo en su propio descubrimiento de productos.

Logro clave:

Este canvas ayuda a las empresas a visualizar en partes separadas los trabajos o tareas que los integrantes del equipo están tratando de realizar en cuanto a innovación. Al identificar estos trabajos y las luchas asociadas, las organizaciones pueden diseñar productos y servicios que se ajusten de manera precisa a las demandas del mercado y resuelvan problemas específicos de los clientes.

 <https://jobs-to-be-done.com/the-jobs-to-be-done-canvas-f3f784ad6270>



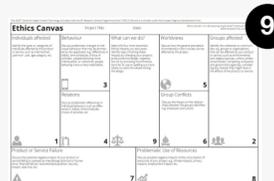
Business Model Canvas

La propuesta de valor es esencial para un proyecto en su totalidad. Llena este Canvas centrado en dos bloques: el segmento de Clientes y la Propuesta de Valor (producto o servicio).

Logro clave:

La empresa puede redefinir su modelo de negocio para adaptarse mejor a las demandas cambiantes del mercado y encontrar nuevas fuentes de ingresos.

 <https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>



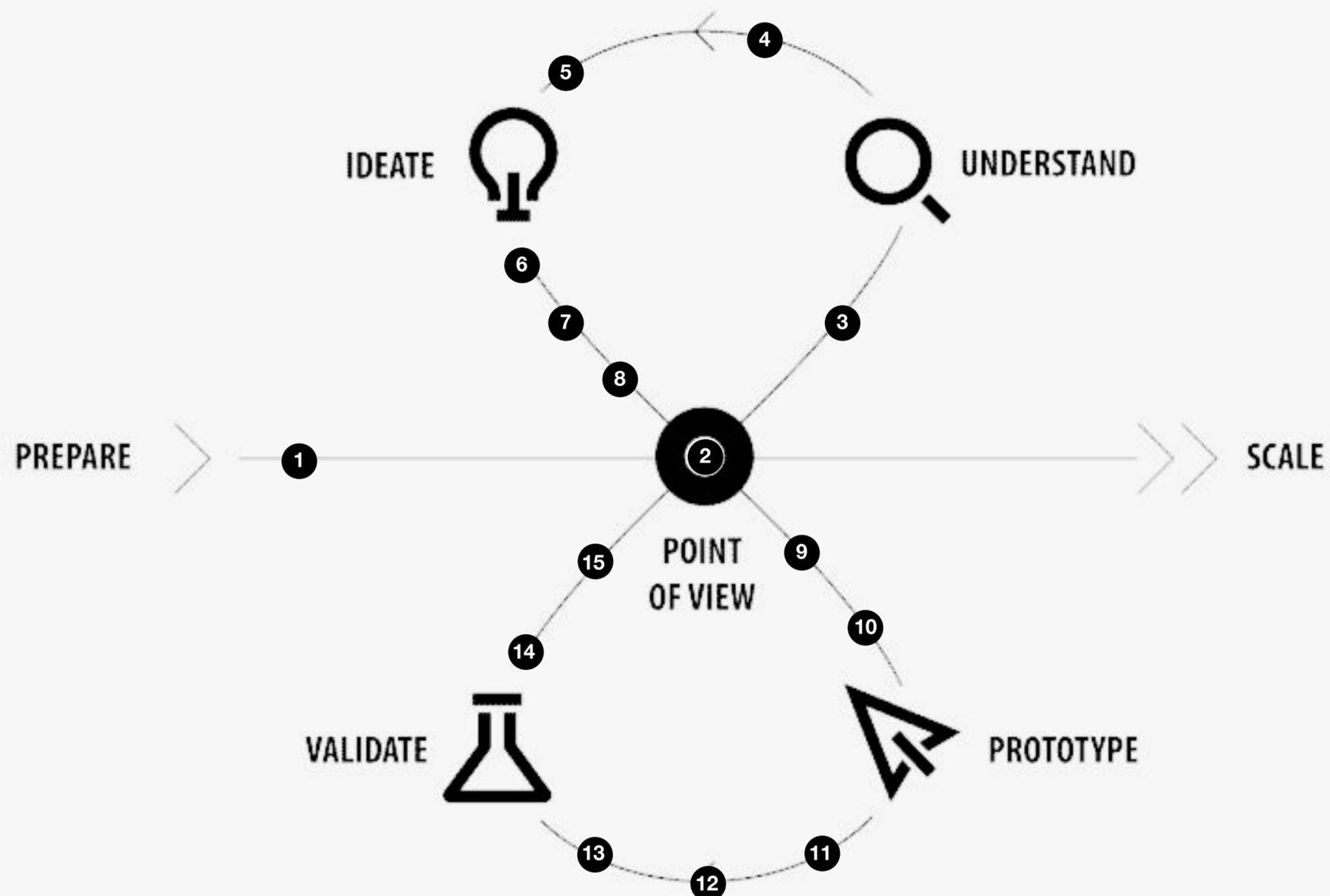
Ethics Canvas

¿Cuál es la postura de la compañía respecto a los temas éticos? Este Canvas nos permite reflexionar y entender temas que nos ayudan tener una postura más centralizada en el humano.

Logro clave:

Se debe utilizar esta herramienta diseñada para promover la consideración de aspectos éticos en proyectos de investigación e innovación. Esta herramienta facilita la identificación, análisis y resolución de estas cuestiones éticas al fomentar la colaboración interdisciplinaria y el trabajo conjunto de profesionales de diversas áreas.

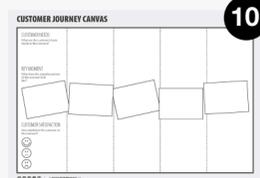
 <https://www.ethicscanvas.org/>





RECUERDA

Los canvas se deben desarrollar orientado a tu área de innovación.



10

Customer Journey Canvas

Esta herramienta nos permite reflexionar sobre cómo es la jornada de uno de nuestros clientes a lo largo de la experiencia que le ofrecemos. Llénalo para tener esa información.



<https://www.designabetterbusiness.tools/tools/customer-journey-canvas>



11

BluePrint

Este es el documento más importante de toda la sesión. Sintetiza todos los pasos previos y podemos ver toda la estrategia de un vistazo.

Logro clave:

El Blueprint es especialmente útil para identificar eficiencias, identificar posibles cuellos de botella y optimizar los procedimientos. En el contexto de la creación o fortalecimiento de un área de innovación, el Blueprint puede ayudar a la empresa a comprender cómo se integra la innovación en sus procesos existentes y cómo se pueden mejorar para respaldar eficazmente la generación y ejecución de ideas innovadoras.



<https://canvanizer.com/canvas/service-blueprint-demo-canvas>



12

Play to win Strategy

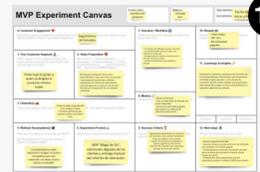
Es una estrategia que determina las metas y los motivadores de una organización. El marco comienza con un objetivo general y se desarrolla en cascada para crear pasos y decisiones manejables para ayudar a una organización a ganar, cuando compite en el mercado.

Logro clave:

Este lienzo permite a las empresas identificar y analizar críticamente las elecciones estratégicas, descomponerlas en condiciones clave para el éxito y validar la veracidad de esas condiciones. Al hacerlo, las organizaciones pueden reducir los riesgos asociados con sus estrategias, identificar áreas de mejora y aumentar su capacidad de innovar de manera efectiva para mantenerse competitivas y alcanzar sus objetivos estratégicos con mayor confianza.



<https://thecanvasrevolution.com/product/play-to-win-strategy-canvas>



13

MVP Experiment Canvas

Es un marco estructurado para convertir la gran idea en un Producto Mínimo Viable que podemos probar y validar con clientes potenciales. Es básico llenarlo.

Logro clave:

Este canvas permite a las empresas diseñar y planificar experimentos para probar sus "Productos Mínimos Viables" (MVP) y recopilar datos significativos sobre su viabilidad y aceptación en el mercado. Al hacerlo, las organizaciones pueden tomar decisiones basadas en evidencia, minimizar riesgos y ajustar sus estrategias de innovación de manera rápida y efectiva, lo que les permite desarrollar soluciones que realmente resuelvan problemas y satisfagan las necesidades de sus clientes.



<https://thecanvasrevolution.com/product/the-mvp-experiment-canvas-2>



14

Métricas y KPIs

Nos permite comprender cuáles son las mediciones base que necesitamos registrar para entender el éxito o no del proyecto de innovación.

Logro clave:

Establecer indicadores clave de rendimiento permite a la empresa medir el impacto de la innovación y ajustar sus estrategias en consecuencia.



<https://www.canvasgroup.com/diferencias-okr-kpi/>



15

Estrategia

Así como el BluePrint, nos permite de un vistazo ver y entender la organización estratégica del proyecto de innovación. Es necesario para lanzar al mercado nuestra propuesta de valor (producto o servicio)

Logro clave:

Este canvas ayuda a las empresas a visualizar y comparar su propuesta de valor actual con la de la competencia, lo que facilita la identificación de áreas en las que pueden innovar y ofrecer un valor único para los clientes. Al hacerlo, las organizaciones pueden dejar atrás la competencia en mercados saturados y abrir nuevos mercados donde pueden prosperar sin rivalidad intensa.



<https://www.blueoceanstrategy.com/tools/strategy-canvas/>

Notas finales

CONCLUSIONES

1. Enfoque Centrado en la Persona: La metodología, incluyendo herramientas como el Value Proposition Canvas y el Persona Canvas, destaca la importancia de comprender a fondo las necesidades y deseos de las personas. Esta comprensión es esencial para el éxito de la innovación.

2. Iteración Continua: El proceso se basa en la iteración y la validación constante, lo que significa que las empresas deben estar dispuestas a adaptar sus estrategias y soluciones a medida que recopilan datos y retroalimentación del mercado.

3. Colaboración Interdisciplinaria: La metodología fomenta la colaboración entre equipos y disciplinas diferentes, lo que enriquece las perspectivas y mejora la calidad de las soluciones innovadoras.



RECOMENDACIONES

1. Compromiso de la Alta Dirección: Para que la innovación sea efectiva, es esencial que la alta dirección respalde y promueva un entorno de innovación dentro de la empresa.

2. Formación y Desarrollo: Proporcionar capacitación adecuada a los equipos que participarán en el proceso de innovación, para que estén familiarizados con las herramientas y metodologías.

3. Cultura de Aprendizaje: Fomentar una cultura organizativa que valore el aprendizaje, la experimentación y la aceptación de errores como parte del proceso de innovación.

4. Seguimiento y Medición: Establecer métricas y KPIs para evaluar el éxito de las iniciativas de innovación y realizar un seguimiento constante del progreso.

5. Flexibilidad y Adaptación: Estar dispuestos a pivotar y ajustar las estrategias y soluciones en función de la retroalimentación y los datos del mercado.

En resumen, la metodología proporciona un enfoque estructurado y efectivo para la innovación, centrándose en el cliente y fomentando la colaboración interdisciplinaria. Para tener éxito, las empresas deben comprometerse con la innovación, invertir en capacitación y crear una cultura que promueva el aprendizaje y la adaptación continua. La flexibilidad y la capacidad de escuchar al mercado son cruciales en el camino hacia la innovación exitosa.

No s vemos en el Futuro_!

Made with ❤️ by Blackbot_ 2023 ©



<https://www.icon.edu.mx/>